

УДК 338.2

Совокупное знание организации как стратегический ресурс ее развития

О.К. Прохорова✉, И.С. Жуков

Воронежский институт высоких технологий, Воронеж, Россия

Статья посвящена исследованию места совокупного знания в системе ресурсного обеспечения организаций любого типа и доказательству стратегического характера данного вида ресурсов. Проведено сравнение концепции организационного знания с информационным и компетентностным подходами, выявлены преимущества первого и его способность органично объединить в себе два других. Рассмотрены процессы, которые придают совокупному знанию организации свойства системы и порождают соответствующие эффекты, полезные с организационно-экономической точки зрения. Выявлены свойства знания как ресурса, подчеркивающие и повышающие его ценность для организации. Обобщены характеристики, типичные для стратегических ресурсов, которые затем применены к совокупному знанию для аргументации утверждения о его стратегической сущности и значении для развития организации.

Ключевые слова: организационное знание, ресурс, менеджмент знаний, человек, информация, система.

Collective knowledge of the organization as a strategic resource for its development

О.К. Prokhorova✉, I.S. Zhukov

Voronezh Institute of High Technologies, Voronezh, Russia

This article is devoted to the study of the place of aggregate knowledge in the system of resource provision of organizations of any type and the proof of the strategic nature of this type of resources. A comparison of the concept of organizational knowledge with the information and competence approaches is carried out, the advantages of the first and its ability to organically combine the other two are revealed. The processes that give the aggregate knowledge of the organization the properties of a system and generate corresponding effects that are useful from the organizational and economic point of view are considered. The properties of knowledge as a resource that emphasize and increase its value for the organization are revealed. The characteristics typical of strategic resources are summarized, which are then applied to aggregate knowledge to argue the statement about its strategic essence and significance for the development of the organization.

Keywords: organizational knowledge, resource, knowledge management, person, information, system.

Современная научная экономическая мысль в целом способствует формированию суждения о том, что прогрессивное развитие бизнеса, равно как и организаций некоммерческой сферы и даже органов государственного управления, зиждется уже не на марксовой триаде ресурсов «труд, земля и капитал», но на информации в системном смысле или же на компетенциях сотрудников и руководителей либо предпринимателей. Осознавая существенную разницу между этими двумя допущениями, видя всю глубину разницы между двумя типами ресурсов, претендующими на первенство по значению для достижения успеха и целей существования организации, считаем все же возможным объединить их до известной

степени в рамках концепта знания как производственного ресурса и управления знаниями как основы современного предпринимательства и менеджмента.

В концепции организационного знания, с одной стороны, присутствует понятие об информации как о нематериальном активе, который, тем не менее, может быть сохранен на материальных носителях, обработан как живым человеком, так и машиной, передан от одного человека другому как в ходе личного контакта, так и без такового. Роль информации в организации весьма значима. С точки зрения пополнения марксовой триады ресурсов место информации не «рядом» с остальными, а как бы вокруг них, так как информация позволяет их связать воедино, обеспечить хотя бы частичную взаимозаменяемость и использование для достижения целей собственников ресурсов.

С другой стороны, знание включает информацию, но отнюдь не исчерпывается ей. Напротив, теоретики делят знание на явное и неявное (*explicit* и *implicit/tacit knowledge*), причем первое намного ближе по смыслу к термину «информация», а второе весьма далеко от него, нередко включая невыразимое ни словами, ни цифрами, ни иными знаками «понимание» того, как выполняется то или иное действие [1]. Последнее может передаваться между людьми, однако в основном – лишь путем непосредственного контакта и даже тесного и долговременного взаимодействия.

Компетентностный подход по своей сущности значительно ближе к представлению о знании, так как подразумевает единство знания как понимания сути процесса и возможностей его модификации и навыка как способности применять знание на практике, то есть реализовывать процесс, но не путем простого копирования чужих операций, а путем проникновения в суть последствий каждого действия или решения. Концепция менеджмента знаний также не предполагает ограничение сущности знания лишь теорией и умственной деятельностью, но реализуется лишь с обязательным переводом знания в практическую плоскость, то есть в умение, мастерство и даже творчество, созидание нового на основе глубокого понимания уже существующего, созданного другими до нас [2].

Однако, говоря о компетенциях, исследователи, практики и педагоги обычно рассуждают о свойствах индивида, его знаниях, умениях, навыках, а представление о коллективных или групповых компетенциях является некорректным. Тогда как концепция, на которой основано управление знаниями, однозначно указывает на существование не только личного, но и общего для группы (коллектива, компании, региона, страны, даже всего человечества) совокупного знания.

Совокупное знание трактуется несколько иначе, чем просто совокупность знаний (или, если опираться на компетентностный подход, – компетенций) всех отдельно взятых членов организации, то есть ее сотрудников, руководителей и собственников [3]. Напротив, его полноценное глубокое понимание возможно только через ряд происходящих при участии членов организации процессов, а именно:

– обмен, при котором происходит не только переток знания от одного индивида к другому, но и своего рода надстройка, увеличение знания: индивид А передает идею, которой уже обладает, индивиду В, который дополняет ее своей идеей, которой он тоже обладал заранее, и возвращает индивиду А, для которого такая обогащенная идея нова, но она нова и для индивида В;

– фиксация, занесение знания, до того принадлежащего одному или группе индивидов, на материальный носитель и придание ему юридической или организационной силы, то есть формирование из него распоряжения или рекомендации: таким образом, оно становится не только достоянием всех членов организации, но и вменяется всем в обязанность использования этого знания;

– классификация, группировка для удобства использования и обмена, а также хранения и обработки, в том числе машинной: очевидно, что хранение и обработка доступны только для явной части знания, однако в целом классификация может распространяться на любое знание;

– использование ради достижения общих целей организации, как путем непосредственного применения в ходе бизнес-процессов, так и для обучения и развития компетенций членов организации, как вновь вошедших в нее, так и давно в нее входивших, но ранее не имевших доступа к части знания.

Именно в результате указанных процессов знание становится совокупным, однако помимо этого оно формирует систему знаний организации, что, в свою очередь, порождает типичные для систем эффекты, в частности, не только сохранение своих границ (в форме защиты внутреннего знания от внешних посягательств и, таким образом, рассеивания его во внешней по отношению к организации среде) или регенерация (то есть сохранение и восстановление элементов знания, например, при потере носителя – допустим, увольнении одного из сотрудников), но и синергетический эффект. Под влиянием последнего совокупное знание организации при правильном его понимании и управлении им всегда превосходит сумму знаний всех членов организации и, соответственно, способно произвести в организации больше добавленной стоимости, в чем и состоит экономический смысл менеджмента знаний.

Исходя из сказанного, с теоретической точки зрения и с позиций управления организациями концепция знания представляется более комплексной, в определенной мере сложной, но и более практичной и перспективной, чем информационный и компетентностный подходы.

Соответственно, знание организации может быть признано ее основным, наиболее значимым ресурсом, обладающим рядом характеристик, которые, помимо способности создавать добавленную стоимость, повышают его ценность для любого типа деятельности:

– знание, хотя и требует затрат на первоначальное формирование или приобретение, при его экономическом использовании не способно ни потребляться, как оборотные средства, ни изнашиваться, как основные средства, а устареванию разные части совокупного знания подвержены в разной степени: что-то устаревает очень быстро, а что-то остается актуальным веками;

– знание, единожды сформированное или полученное, зачастую может использоваться без дополнительных вложений, иногда, если знание удалось перенести на материальный носитель, – даже без оплаты труда работника, выступавшего первоначальным создателем или носителем знания;

– знание, принадлежащее живому человеку, обладает встроенной адаптивностью: работник-носитель, встретившийся с задачей, требующей не механического, а творческого применения имеющихся компетенций, их подстройки или пополнения, обычно делает это без дополнительного стимулирования и помощи (потребления ресурсов), если масштаб вносимых изменений невелик, причем со временем накопившиеся изменения могут оказаться весьма существенными, но при этом новый объем знания оказался для организации фактически бесплатным;

– развитие организационного знания способно ложиться в основу инновационных процессов, а следовательно, формировать устойчивые конкурентные преимущества организации на рынке [4].

Однако возникает вопрос: признавая организационное знание (естественно, и индивидуальное тоже) производственным ресурсом, следует ли считать его ресурсом стратегического или тактического порядка?

В определенной мере нельзя отрицать значение знания для оперативно-тактического уровня управления и осуществления соответствующих бизнес-процессов. Тем не менее, настоящее исследование предполагает аргументацию отнесения знания к стратегическому уровню ресурсов [5].

Представляется логичным считать тот или иной вид ресурсов стратегическим, если он отвечает ряду условий, причем чем большему числу требований из перечня он отвечает, тем корректнее его отнесение к стратегическому уровню:

1. Масштаб. Стратегический ресурс предполагает хранение, либо использование, либо влияние на всю организацию или все ее ключевые подразделения, функциональные области, группы в коллективе. Рассмотрим в качестве примера основные средства. В компании, выступающей в роли оптового посредника-комиссионера на рынке промышленного оборудования один компьютер нельзя признать стратегическим ресурсом, а собственное офисное здание, с учетом не только внутренней площади, но и расположения, коммуникаций и т.п. – можно.

2. Экономическая ценность. Она определяется не только и не столько ценой приобретения (или создания) ресурса, сколько значением для происходящих в компании экономических процессов. Например, известно исследование мнения авиакомпаний по поводу того, что для них является важнейшим ресурсом с точки зрения самой возможности ведения бизнеса и, как следствие, генерации экономического результата. На первый взгляд, можно ожидать, что в качестве такового был назван парк самолетов, высокую стоимость которых отрицать трудно, как и тот факт, что без них авиакомпания физически не могла бы выполнять свою функцию. Однако результат исследования показал, что важнейшим ресурсом названы сервисы для бронирования и покупки авиабилетов (их используют и кассы, и частные лица путем обращения к онлайн-платформам и мобильным приложениям). Именно они делают работу авиакомпаний такой, какой мы ее видим в современном мире, именно они позволяют экономически целесообразно и эффективно использовать все другие ресурсы, включая и авиапарк.

3. Уникальность. Чем в большей степени ресурс соответствует конкретным целям проекта или бизнес-единицы, и чем в большей степени он отличается от того, что есть у партнеров, конкурентов и иных игроков на рынке, тем более обоснованным является его отнесение к стратегическим. Рассмотрим пример KFC. Будучи франшизой, бренд строит свое распространение на уникальной секретной рецептуре панировки для создания блюд из курицы, лицензия на использование которой входит в договор франшизы наряду с торговой маркой, стилем оформления точек обслуживания и другими элементами. Однако сам основатель Х.Д. Сандерс, даже ко времени, когда бренд достиг огромной популярности, приписывал успех именно этой уникальной рецептуре.

4. Срок использования. Стратегический горизонт использования ресурсов обычно составляет не менее 5 лет, но может простирается и на гораздо более длительные периоды. Данное требование в дополнительных пояснениях и иллюстрациях не нуждается.

5. Значимость для владельца ресурса. Она не сводится лишь к экономической ценности для организации, так как может основываться и на трудности в приобретении (создании), и на роли в создании и закреплении конкурентных преимуществ, и подразумевать экономическую реализацию лишь в перспективе, а не в наблюдаемое время. Наконец, такая значимость на момент наблюдения может еще не проявиться вообще, не быть доказанной эмпирическим путем. Тем не менее, ее осознания владельцем ресурса достаточно для того, чтобы он оценивал ресурс как стратегический

и управлял им соответствующим образом. Примерами в данном случае могут послужить инновационные бизнес-идеи на этапе создания, то есть тогда, когда о них знает и в них верит только создатель. Те из них, которые действительно позволили создать жизнеспособные проекты, таким образом доказали свой стратегический характер.

Прилагая этот перечень, представляющийся исчерпывающим, к совокупному знанию организации, можно указать на соответствие последнего всем пяти требованиям:

1. Масштаб. Совокупное знание организации по своей сути охватывает ее всю, потому что изоляция части знания в руках отдельных сотрудников или их групп, во-первых, достаточно затруднительна (пример – уровни доступа к секретной информации), а во-вторых, мешает его максимально полному использованию и противоречит целевым установкам менеджмента знаний. Кроме того, широта охвата может быть представлена сферами деятельности и функциями организации, реализуемыми с применением рассматриваемого ресурса, а в случае совокупного знания это – абсолютно все сферы и направления работы. С такого угла зрения можно назвать данный ресурс «самым стратегическим» в любой компании, если допустить применимость подобной терминологии.

2. Экономическая ценность. Все располагаемые ресурсы компании могут быть использованы для создания продукта, генерирования выручки и извлечения прибыли. Классический для экономической теории подход к рассмотрению ресурсов, включая расширение триады «труд, земля и капитал» за счет таких ресурсов как информация и предпринимательские способности, в определенной степени аргументирует их взаимозаменяемость, хотя бы частичную. Например:

– дефицит трудовых ресурсов может быть скомпенсирован ростом производительности труда за счет применения дополнительного капитала (механизации, автоматизации, роботизации);

– дефицит предпринимательского таланта может привести компанию к финансовому кризису, но его можно преодолеть или хотя бы отсрочить за счет дополнительного доступа к кредиту или инвестициям;

– недостаточные для желаемого уровня производства характеристики земли (площадь, свойства) могут быть скомпенсированы как приложением большего капитала, так и большего труда и т.п.

Если же речь идет о совокупном знании, можно указать на его незаменимость другими ресурсами: в его отсутствие компания не знает, как обращаться с техникой, по какой технологии перерабатывать сырье, ее работники некомпетентны, а менеджеры не поддерживают нужный уровень управляемости, и даже информация, сохраненная на носителях вне человека, может быть использована для решения рутинных задач (например, компьютерные программы и базы данных), но не эволюционирует и не адаптируется к новым вызовам и нестандартным задачам.

Если в классической экономической теории утверждается, что прибавочный продукт в организации и обществе в целом создает живой труд, то в рамках концепции знания можно трактовать такое знание как инструмент, который делает возможным преобразовывать усилия человека в созидательное русло. Иными словами, не имеющий знания человек или коллектив к труду в экономическом смысле этого слова не способен.

3. Уникальность. Совокупное знание любой организации, как и набор компетенций каждого конкретного индивида, бесспорно, столь же уникален, как и сам этот индивид в целом. Но важно еще раз упомянуть о способности системы

совокупного знания к адаптации, что повышает ее уникальность в процессе нормального функционирования, использования знания. Кроме того, знание способно к генерированию инноваций как научно-технического, так и организационно-управленческого характера. В итоге уникальными становятся как совокупное организационное знание, так и создаваемые им новые решения, а также и продукция, производимая в ходе практической реализации этих решений.

4. Срок использования. Совокупное знание неотъемлемо от самой организации (группы людей, компании, общества в целом) и существует, преобразовываясь, пополняясь, неся потери и регенерируя, в течение всего жизненного цикла этой организации. Временных рамок для его использования, соответственно, не существует в принципе. Даже если рассматривать не все организационное знание, а отдельные его массивы, многие из них остаются актуальными и востребованными в течение многих лет.

5. Значимость для владельца ресурса. Она осознается владельцем в ракурсе применения менеджмента знаний, хотя существует объективно и вытекает из предыдущих четырех свойств. Соответственно, в случае отрицания потребности в менеджменте знаний руководством или собственниками бизнеса, такая значимость может снижаться в силу некорректного и неполного применения знания и недополучения продукта, создаваемого с его помощью, однако полностью не исчезает даже в этом случае. Неполное же использование любых располагаемых ресурсов часто выступает причиной застоя и даже регресса в системах, а в случае бизнес-структур – причиной их неудовлетворительных экономических показателей и проблем с обеспечением роста масштабов деятельности, расширения присутствия на рынке и качественного развития.

Таким образом, приведенные рассуждения позволяют считать предположение о стратегическом характере совокупного знания как ресурса для функционирования и развития организации достаточно аргументированным и обоснованным. Многочисленные практические наблюдения за работой компаний и государственных структур, отраженные в литературе, также подтверждают его, хотя важность дальнейших исследований, эмпирических наблюдений и квантифицируемых оценок в сфере менеджмента знания также нельзя отрицать.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Жернов Е.Е. Цель и средство управления знаниями: перевод неформализованных знаний в знания формализованные / Е.Е. Жернов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2023. – Т. 8. – № 1 (27). – С. 63-73.

2. Прохорова О.К. Система и стратегия управления знаниями в организации / О.К. Прохорова, В.И. Концова // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2023. – Т. 17. – № 2 (45). – С. 61-64.

3. Модели формирования интеллектуального капитала экономических систем на основе теории создания организационного знания / М.М. Кандрокова, С.В. Галачиева, Л.Х. Яндиева [и др.] // Экономические науки. – 2022. – № 216. – С. 208-212.

4. Сабетова Т.В. Управление инновационными процессами в условиях экономики знаний / Т.В. Сабетова // Современное состояние и организационно-экономические проблемы развития АПК: Материалы национальной научно-практической конференции, посвященной 70-летию кафедры экономики АПК экономического факультета Воронежского государственного аграрного университета

им. императора Петра I. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. императора Петра I, 2023. – С. 52-55.

5. Бир Е.В. Инструменты и технологии управления знаниями в организации / Е.В. Бир // Управление персоналом, социальными и бизнес-коммуникациями: методы, модели, технологии – 2023: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Москва: Государственный университет управления, 2023. – С. 12-14.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Прохорова Ольга Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, Воронежский институт высоких технологий, Воронеж, Россия.

e-mail: oprohorova@vvt.ru

Жуков Илья Станиславович, магистрант, Воронежский институт высоких технологий, Воронеж, Россия.

e-mail: oprohorova@vvt.ru