

СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ И ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

УДК 330.88; 65.01

О.А. Бут

ФИЛОСОФСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ KNOWLEDGE-BASED MANAGEMENT КАК НОВОЙ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ

Дается философское обоснование новой теории управления организациями, в соответствии с которой знания рассматриваются как основной стратегический ресурс. Формирование данной теории связано с переходом развитых стран к инновационной экономике – той стадии экономического развития, на которой в процессе производства товаров и оказания услуг главную роль играют интеллектуальные ресурсы. Повышение эффективности использования этих ресурсов относится к разряду наиболее сложных задач современного менеджмента, решение которых требует формирования специфических подходов к управлению, способствует созданию, распространению и продуктивному применению знаний.

Ключевые слова: постиндустриальное общество, экономика знаний, информационные технологии, Knowledge-based Management, Knowledge Management.

Переход от индустриального к постиндустриальному обществу соизмерим с теми сдвигами в устройстве экономических систем, которые в XIX – начале XX в. сопровождали переход от аграрного к индустриальному обществу. Анализ истории становления теории постиндустриального общества позволяет сделать вывод о том, что к началу 60-х годов XX в. на Западе сформировались важнейшие методологические основы, сделавшие возможным рассмотрение становления нового социального состояния, сопряженного с повышением роли технологического фактора, науки и образования, качественным изменением места теоретического знания и информации в общественном производстве. Вопрос адекватного обозначения формирующегося нового социального состояния вызвал в те годы много дискуссий и споров. Одни ученые вводили понятия, сформированные на основе использования префикса «пост-»: «постбуржуазное» или «постиндустриальное» общество», «посткапиталистический строй». Приверженцы другого подхода апеллировали к тому или иному признаку нового общества. Например, Ф. Махлуп и Т. Умсао ввели в научный оборот фактически одновременно в США и Японии термин «информационное общество». Информационность как характеристика современного общества означает насыщение его знанием, которое из своей овеществленной и оплотненной (в плоти, например, книг) формы трансформировалось в виртуальность, а естественная и объективная реальность, в которой человек располагался и мог на нее односторонне воздействовать, превратилась в реальность искусственную и отчужденную. Современная социальная реальность – это *реальность отчужденного знания* – знания как информации [1. С. 102]. Понятие «постиндустриальное общество»,

использованное Д. Беллом, по мнению некоторых исследователей, например В.Л. Иноземцева, является наиболее совершенным на фоне всех иных определений, так как акцентирует внимание на той основной черте, которая преодолевается в формирующемся новом обществе, а именно – на индустриальной природе прежнего способа производства; при этом совершенно справедливо предполагается, что отдельные признаки нового строя не могут быть четко названы и описаны, пока не будет завершено хотя бы в основном его формирование. В своей книге [2] Д. Белл неоднократно декларирует постиндустриальное общество как «общество знания», однако в ней нельзя найти примера идентификации его, например, с «информационным обществом». По мнению В.Л. Иноземцева, это свидетельствует о взвешенной позиции Д. Белла, четко отделяющего роль и значение знания от роли и значения информации; информация может выступать основным производственным ресурсом постиндустриального общества, тогда как знание остается внутренним источником прогресса [2. С. XLI]. Белл пишет: «Если индустриальное общество основано на машинной технологии, то постиндустриальное общество формируется под воздействием технологии интеллектуальной. И если капитал и труд – главные структурные элементы индустриального социума, то информация и знания – основа общества постиндустриального» [2. С. CLI]. «Совершенно очевидно, – заключает Д. Белл, – что постиндустриальное общество представляет собой общество знания в двойном смысле: во-первых, источником инноваций во все большей мере становятся исследования и разработки (более того, возникают новые отношения между наукой и технологией ввиду центрального места *теоретического* знания); во-вторых, прогресс общества, измеряемый возрастающей долей ВВП и возрастающей частью занятой рабочей силы, все более однозначно определяется успехами в области знания» [2. С. 288]. Новый тип экономики называют «экономика знаний» или «экономика, базирующаяся на знаниях». Этот термин был предложен в 1962 г. Ф. Махлупом, который обозначил им сектор экономики, ориентированный на производство знаний. Сейчас этот термин используется более широко для определения типа экономики, в которой знания играют важнейшую роль, а создание и использование знаний становится источником роста, фактором, определяющим конкурентоспособность компаний, регионов, стран [3. С. 36]. В современной экономической литературе все чаще используется определение, предложенное специалистами Всемирного банка, согласно которому под экономикой знаний следует понимать экономику, которая создает, распространяет и использует знания для ускоренного собственного роста и повышения конкурентоспособности [4. С. 4].

Однако в последние двадцать лет переход от футуристических рассуждений к необходимости адаптации к реалиям «общества знаний» происходит гораздо быстрее и интенсивнее, чем ожидалось, что приводит к немалым сложностям в осмыслении переживаемых нами перемен. В современных быстроменяющихся условиях ведения бизнеса становится очевидным, что для выживания и сохранения долгосрочной конкурентоспособности организации должны постоянно корректировать свою деятельность с учетом требований окружающей действительности. Новые условия ведения бизнеса предпола-

гают постоянную готовность к переменам. Внешняя среда организации меняется все быстрее и быстрее, и все более непредсказуемо. Но при этом каждое изменение несет не только угрозы, но и новые дополнительные возможности для достижения будущего успеха. Особенностью новой парадигмы управления организациями является философское отношение к будущему: будущее больше не базируется на метафизическом пределе, оно неопределенно – и в этом источник развития. Организация должна обладать способностью к правильной и своевременной трансформации структуры своего бизнеса, перманентно проводить адекватные стратегические и оперативные изменения [5. С. 9].

Онтология менеджмента обосновывается общими онтологическими конструкциями социальной реальности, которые, в свою очередь, формируются в рамках и по принципам стиля философского мышления, доминирующего в тот или иной исторический период. Социогуманитарное познание имеет в этом отношении существенную специфику, связанную с субъектной характеристикой знания. Для *социально-гуманитарной науки*, каковой является менеджмент, субъектный характер онтологических конструкций оказывается более *важным*, чем для естественных наук. Благодаря активности субъекта предмет гуманитарного познания приобретает столь же активную природу: он находится в постоянном изменении вслед за меняющимися субъектными конструкциями.

Современные изменения стиля философского мышления, связанные с деконструктивистскими процессами в метафизике (отказ от господства схем всеобщности, фундаментальности, центрированности онтологических конструкций и знания), имеют резонанс в существовании и исследовании различных социальных сфер. Резонанс сказывается в принципиальных изменениях характера онтологий: они приобретают характеристики динамичности, неустойчивости, самоорганизационности, не основываются больше на метафизическом центре – пределе, теряют его как властное начало. Как следствие в социальности в целом, и в ее отдельных структурах происходят изменения подобного же рода, ибо их субъектные конструкции теперь осуществляются на иных – постметафизических – основаниях. Реально это обнаруживает себя в изменениях, которые теперь происходят не только в технологиях, механике, технике, компьютерных программах или скорости. Революционные изменения происходят и на уровне концептуальных переосмыслений социальной реальности и различных социальных структур и институтов.

Такого рода переосмысления, в частности, можно констатировать и относительно такой социальной структуры, как управление и, соответственно, – существующих теорий управления. Определившее свое значение понятие менеджмента констатирует необходимость обозначить, прежде всего, его предметную область. Стимулом для изменения теорий управления явились новые реальности мира, связанные с информатизацией и компьютеризацией. Ряд авторов (П. Друкер, М. Кастельс, Э. Тоффлер, Т. Стьюарт) считают происшедшие трансформации информационно-технологической революцией, которая зафиксировала переход к информационному обществу. Современные условия глобализации, нестабильности и трансформаций создают качественно новую ситуацию, и эта ситуация, порой, имеет трудно предсказуемые социально-экономические последствия.

Появление новых теорий менеджмента связано с указанными изменениями в роли и значении фактора знания. П. Друкер в работе «Задачи менеджмента в XXI веке» говорит о том, что в XX веке самым важным и поистине уникальным достижением менеджмента было повышение в 50 раз производительности физического труда на производственных предприятиях. Самое главное достижение, которого менеджмент должен добиться в XXI веке, тоже связано с повышением производительности труда, но на этот раз – *труда умственного*, а вместе с ним и с *повышением производительности работника умственного труда*. Самым ценным активом любой компании XX века было производственное оборудование. Самым ценным активом любой организации XXI века – как коммерческой, так и некоммерческой – станут работники умственного труда и их производительность [6. С. 23], повышение которой оказывается связанным с их владением знаниями. Так обнаруживает себя тезис, обуславливающий характер информационного общества относительно власти знания (Дж. Гэлбрейт, П. Клотц, В. Пугачев, А.И. Соловьев, М. Фуко).

Проводя различия между этими двумя категориями работников, П. Друкер акцентирует внимание на том, что работники *физического* труда *не владеют средствами производства*. Работники *умственного* труда в качестве *средств производства* имеют знания, которые обретают способность быть личностными, индивидуальными. В силу этого они очень мобильны [6. С. 95]. Следует отметить, что многие работники умственного труда занимают как умственным, так и физическим трудом, гармонично сочетая их. П. Друкер называет таких работников – условно – «новыми служащими». Их новые качества связаны с владением знаниями, которые способствуют «конкурентному преимуществу» в достижении более высокой производительности труда. Способность организации привлекать и удерживать лучших работников умственного труда есть первое и фундаментальное условие. Можно ли измерить производительность умственного труда? Именно проблема измерения этого вида производительности станет центральной для менеджмента, инвесторов, рынков капитала [6. С. 96].

Таким образом, для хозяйственной деятельности организации стало характерным то, что центр тяжести смещается от «силы мышц» к «силе мысли». Говоря о значительных переменах последних столетий и особо отмечая существенные изменения значения и сущности знания, П. Друкер выделяет три основных этапа преобразования и повышения его роли [7. С. 67–101].

Первый этап (середина XVIII века) характеризовался применением знаний для разработки орудий труда, производственных технологий и различных видов готовой продукции. Это послужило основой для промышленной революции – процесса глобального преобразования общества на основе развития техники.

Второй этап был ознаменован применением знаний к процессам трудовой деятельности. Ф. Тейлор впервые применил знания для анализа продуктивной деятельности и проектирования трудовых процессов и с 1895 г. начал свои всемирно известные исследования по научной организации труда. Применение знания к организации труда обеспечило взрывной рост его производительности и явилось основой для повышения материального благосостояния и улучшения качества жизни населения передовых стран. Таким образом,

применение знания к процессам трудовой деятельности привело к революции в производительности труда.

На третьем этапе знание используется для производства знания. Это есть последний шаг в его (знания) преобразованиях. Третье изменение роли знания П. Друкер и другие считают причиной революции в сфере менеджмента. Знания определяются как база для отыскания наиболее эффективных способов применения имеющейся информации в целях получения необходимых результатов, а менеджер – как «человек, отвечающий за применение и эффективность знания».

Консультант по информационным технологиям управления знаниями Т. Гаврилова приводит удачное сравнение знаний с деньгами, отмечая, что знание, которое не используется и не возрастает, устаревает и становится бесполезным, точно так же, как деньги, которые хранятся, не превращаясь в оборотный капитал, в конечном счете, обесцениваются. Знание же, которое распространяется, приобретает и обменивается, наоборот, генерирует новое знание [8].

В 90-е годы в теории и практике менеджмента произошло смещение акцентов. Если в предыдущие периоды разработка и применение разнообразных инструментов и методов были направлены на получение знаний в интересующих предметных областях, то позднее внимание сосредоточилось на том, как знания создаются, используются и воспроизводятся внутри организаций. Если прежде знание рассматривалось, главным образом, как некоторый *запас* информации, то в настоящее время мы переживаем период, когда укрепился взгляд на знания как на некоторый *поток*. Другими словами, в настоящее время на первый план вышла *внутриорганизационная «жизнь» знания*.

В связи со всем вышесказанным в 90-е годы на Западе получило бурное развитие новое направление менеджмента – Knowledge Management. Его появление стало очередным ответом на постоянно существующую в мире бизнеса потребность в создании новых рычагов, обеспечивающих конкурентные преимущества. Когда-то конкурентное преимущество обеспечивалось наличием у фирмы и отсутствием у её конкурентов некоторых знаний. Со временем конкуренты приобрели такие же знания. Как же фирме продолжать бороться за существование в условиях, когда она и ее конкуренты обладают примерно одинаковыми знаниями? Knowledge Management дает свой ответ на этот вопрос: необходимо на основе организационной саморефлексии поставить познавательную деятельность в компании как хорошо отлаженный процесс. Цель данного процесса – узнать о формирующихся на рынке реалиях быстрее конкурентов. Один из наиболее часто цитируемых в этой области авторов Ари де Гёз сделал однажды весьма радикальное заявление: *способность познавать быстрее своих конкурентов, по-видимому, есть единственное устойчивое конкурентное преимущество*. Другими словами, способность эффективно осуществлять познавательную деятельность внутри организации – единственная ключевая область компетентности, обладание которой гарантирует фирме благополучие в долгосрочном периоде [9].

Существуют десятки определений знания, но с точки зрения Knowledge Management знание – это фундаментальный ресурс, базирующийся на практическом опыте специалистов и на данных, существующих на конкретном

предприятия. Считается, что компании, осознавшие ценность «знания» и практикующие Knowledge Management, способны быстрее адаптироваться к изменениям во внешней среде, координировать использование своих традиционных ресурсов или комбинировать их новыми и особыми способами, повышая их эффективность.

Истинную значимость управления знаниями в современном бизнесе можно понять, рассмотрев эволюцию базовых концепций менеджмента, смена которых иллюстрирует последовательный *поиск «корней успеха» на все большей глубине*, т.е. каждая новая концепция не отменяла другую, а дополняла предыдущие, позиционируясь относительно них в соответствии с новой ситуацией в бизнес-среде. Начальной базовой концепцией можно считать *финансово-ориентированный менеджмент*, который существовал длительное время в эпоху «рынка производителя». Ненасыщенный рынок и слабая конкуренция обеспечивали компаниям стабильный спрос на предлагаемые товары. Здесь наблюдалась, в первую очередь, концентрация на производстве и расширении объемов реализации. Объектом основного внимания являлась *прибыль*.

При переходе к рынку покупателя определяющей *идеологией управления* стал *маркетинг*, так как произошло насыщение рынка и усилилась конкуренция. Для удержания существующих клиентов и привлечения новых необходимо было максимально удовлетворять потребности целевых сегментов. Объектом основного внимания являлся *покупатель как источник прибыли*.

Позднее акцент сместился на *менеджмент качества*, который предполагает выстраивание бизнеса на основе идеологии качества, в том числе и совершенствования процессов деятельности. Производителю необходимо не только определять потребности клиента, но и максимально быстро адаптировать производство для удовлетворения меняющихся потребностей. Объектом основного внимания является *«источник источника прибыли» – индивидуализированное качество*, соответствие предложения поставленным требованиям (продукта – потребностям, технологии – продукту, производственного процесса – технологии).

Переход к экономике знаний произошел тогда, когда начался *поиск надежной основы* как для более точной и быстрой идентификации потребностей клиентов, так и для оптимальной организации бизнес-процессов. В настоящее время технологии стирают пространственные границы, возрастает скорость перемен. Традиционные источники конкурентного преимущества быстро копируются, и необходимы новые ресурсы, которые сложно имитировать и на которых можно строить долгосрочный успех. То есть цели и задачи в области «знаний» лежат на самом глубинном уровне, создавая наиболее прочный фундамент успеха компании. Отставание в развитии знаний в 2011 году может привести к ухудшению качества процессов в 2012-м и рыночных позиций в 2013 г., что приведет, в свою очередь, к плохим финансовым результатам в 2014-м! Понимание знания как стратегического ресурса является результатом эволюционного процесса роста зрелости компании, который, в первую очередь, стимулируется усилением конкуренции и насыщением рынка [10].

Сейчас в нашей стране теория Knowledge Management лишь набирает обороты. Не совсем обычное сочетание слов в этом термине часто приводит логически и системно мыслящего человека к непониманию основной сути или значения этого термина. Пока будем придерживаться английского написания, так как уже его перевод «управление знаниями» или «менеджмент знаний» предполагает определенный выбор. Понимание усложняет и то, что и в западной литературе в большинстве случаев существует путаница и смешение понятий. Кто-то рассматривает Knowledge Management как узкую функциональную задачу, а кто-то – как новую парадигму менеджмента. Нельзя сказать, что предложенные авторами подходы и методы противоречат друг другу, но и логически выстроенной системы пока не существует.

Понимание задач Knowledge Management основывается на двух наиболее распространенных подходах к реализации управления знаниями.

Первый подход можно назвать *персонализирующим или интуитивистским*. Он базируется на том, что *знание содержится в людях* и главное состоит в том, чтобы носители знания (эксперты) его хранили и им делились. Организация должна знать таких «экспертов» в лицо, всячески лелеять и поощрять (материальная и нематериальная мотивация) этот *живой «фундамент своего благополучия»*. В результате на первый план выходит мотивация персонала и формирование необходимой культуры компании. Технологии здесь – это просто инфраструктура. Нет смысла разрабатывать технологию, пока нет соответствующей культуры. Сторонники этого подхода считают, что при его использовании значительно больше шансов уловить неформальные (скрытые) знания сотрудников (например, их мнения по каким-то производственным вопросам, личные взаимоотношения с клиентами), которых в каждой компании примерно в четыре раза больше, чем знаний, которые можно преобразовать в документы. Подход подразумевает непосредственное общение сотрудников и передачу знаний на собраниях, тренингах, мероприятиях типа team building. Кроме того, в компании создаются условия для того, чтобы сотрудники-лидеры в какой-то области могли делиться опытом с остальными (например, наставничество) и т.д. Таким образом *основной задачей* управления знаниями при данном подходе является *выявление, сохранение и эффективное использование знаний сотрудников*.

Второй подход можно назвать *информационным или технологическим*. Он исходит из того, что современные предприятия, особенно крупные, накопили гигантские объемы данных о клиентах, поставщиках, операциях и многом другом. В этих базах данных скрыты настоящие сокровища мудрости, но камень преткновения заключается в том, что эта ценнейшая информация содержится в огромном количестве независимых друг от друга источников, и ее извлечение для конкретных целей становится в подавляющем большинстве случаев физически невыполнимой задачей. Для поиска знаний в массивах данных и их обработки необходимы информационные технологии, которые выявляют скрытые зависимости и правила в данных. С точки зрения представителей этого подхода (технологической точки зрения), знание принципиально отличается от информации, прежде всего точностью. Знания рассматриваются как точная информация по данной проблеме.

Следование какому-либо из этих подходов может принести определенные плоды компании, но не позволит сделать знания основным фактором, создающим стоимость, и ключевым ресурсом компании. Необходима интеграция предложенных подходов и учет всех граней управления знаниями, которое охватывает одновременно несколько аспектов менеджмента [11].

Многообразие задач объясняется междисциплинарностью Knowledge Management. Knowledge Management – это область, находящаяся на пересечении трех областей:

1. *Управление бизнесом* – область с точки зрения управления знаниями отвечающая на вопрос «Как создавать добавленную стоимость и обеспечивать конкурентное преимущество на основе знаний?». Главным объектом управления в данной области является компания как *открытая социально-экономическая система*.

2. *Науки об информации*, которые с точки зрения управления знаниями отвечают на вопрос «Как эффективно работать с информацией?». Соответственно названию наук главным объектом изучения и управления в данной области является *информация*.

3. *Гуманитарные науки*, которые с точки зрения управления знаниями отвечают на вопрос «Как обеспечить необходимое поведение людей?». Главным объектом изучения в данной области является *человек*.

Таким образом, эти *три грани* Knowledge Management заставляют *по-разному рассматривать и формулировать задачи* с учетом рассматриваемого объекта. При этом все объекты выделенной триады взаимодействуют между собой.

Главным компонентом поддержки связи информации и знаний с другими объектами управления знаниями являются *информационные технологии*. Главным компонентом поддержки связи человека с другими объектами управления знаниями является *культура*, представляющая собой ценности, принципы, нормы, мотивационную систему, правила и методы работы, которая создается, в первую очередь, на основе психологии и социологии. Главным компонентом поддержки связи компании с другими объектами управления знаниями является *организация деятельности*, представляющая собой процессы, созданные в компании, организационную структуру, распределение функциональных обязанностей [12].

Традиционной ошибкой российских компаний является технократический уклон с акцентом на *информационные технологии, которые сами по себе бессильны и похожи на водопровод, по которому не течет вода*. Как видим, неправильная трактовка Knowledge Management приводит к его низкой отдаче. Представляется, что для разграничения терминов «управление знаниями» и «менеджмента, основанного на знаниях» (как модели организации деятельности всей компании) необходимо ввести термин Knowledge-based Management, который будет интегрировать все существующие подходы в данной области и акцентировать внимание на том, что необходимо комплексно действовать по всем направлениям Knowledge Management, который и составляет ядро Knowledge-based Management.

Литература

1. Петрова Г. И., Стаховская Ю.М. Когнитивный менеджмент – инновационная стратегия теорий управления в информационном обществе // Вестник Томского государственного университета (Сер. Философия, социология, политология). 2010. №2 (10). С. 101–115.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. М.: Academia, 1999.
3. Управление знаниями в инновационной экономике: Учебник / Под. ред. Б.З. Мильнера. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009.
4. Инновационный менеджмент в России: вопросы стратегического управления и научно-технической безопасности / Кол. авторов под рук. В.Л. Макарова, А.Е. Варшавского. М.: Наука, 2004.
5. Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. М.: Альпина Паблишер, 2002.
6. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке.
7. Друкер П. Посткапиталистическое общество // Новая индустриальная волна на Западе: Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999.
8. Гаврилова Т. Извлечение знаний: психологический аспект. [Электронный ресурс]. – URL: http://bigc.ru/publications/bigspb/km/izvl_knowlg_psych_aspect.php
9. Адлер Ю.П., Черных Е.А. Знания и информация – это не одно и то же // Информационное общество. 2001. Вып. 6. С. 8–15.
10. Кудрявцев Д. Смотри в корень: менеджмент знаний – основа новой модели управления. [Электронный ресурс]. – URL: http://bigc.ru/publications/bigspb/km/look_in_root.php, <http://bigc.ru/>
11. Григорьев Л. Knowledge Management – функциональная задача или новая парадигма управления? [Электронный ресурс]. – URL: http://bigc.ru/publications/bigspb/km/km_func_task_or_new_paradgm.php
12. Гаврилова Т., Григорьев Л., Кудрявцев Д. Управление знаниями: от слов к делу. [Электронный ресурс]. – URL: <http://bigspb.ru/publications/bigspb/km/uzd/>