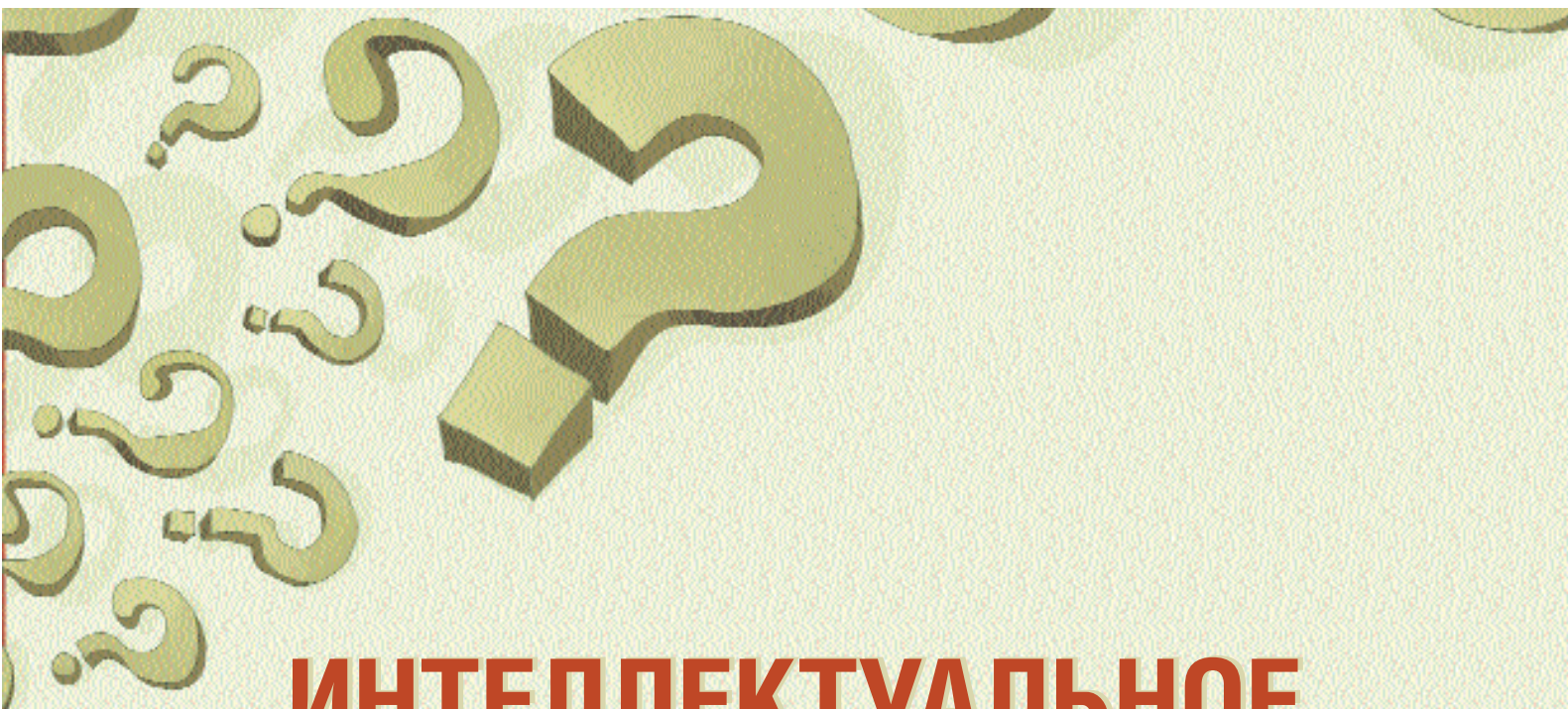



Новая экономика, или, иначе, экономика, основанная на знаниях, — уже реальность. Знания чем дальше, тем больше становятся источником благосостояния, поэтому важно понять, какие именно знания могут обеспечить конкурентное преимущество.





ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО,

или принципы обретения конкурентного преимущества В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Геннадий Константинов, Сергей Филонович 

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТИЛИТИЯ ландшафт мирового бизнеса изменился почти до неузнаваемости и продолжает меняться в нарастающем темпе. Глобализация и информационная революция predeterminedли принципы формирования нового социума, уже получившего название «общества знания» и «новой экономики». В этих условиях неизбежно меняются требования, стоящие перед индивидом. Человек сталкивается с принципиально иными задачами, существенно отличающимися от тех, которые стояли перед ним в прежние времена. Тоффлеровский «шок будущего» с его разрушительным стрессом и дезориентацией — относительно мягкое описание того, с чем нам еще придется столкнуться. Таковы объективные закономерности развития, и разумнее всего принять их как данность.

В новых условиях изменилось само содержание понятия «знание». Что толку от эрудита, который мгновенно выдает ответы на самые сложные вопросы — теперь любую информацию в течение минуты можно найти в Интернете и цен-

ность того, что мы называем энциклопедическими знаниями, катастрофически быстро снижается. Сейчас важнее творчески перерабатывать информацию и формировать качественный интеллектуальный продукт. Для этого нужно обладать умением, которое мы предлагаем называть интеллектуальным предпринимательством. Именно оно обуславливает конкурентоспособность индивида в новой экономике.

Меняется отношение к знаниям, и неизбежно меняются требования к образованию. Традиционная трансляция знаний (а чаще — информации) от преподавателя студентам теперь практически бесполезна. Главной задачей образования должно стать формирование навыков интеллектуального предпринимательства, определяющих желание и способности человека создавать новое знание, решая задачи нового уровня сложности.

В этой статье мы объясним, в чем суть интеллектуального предпринимательства, и представим свое видение того, как должно измениться образование.

Знание vs информация

В прежние времена ситуация в экономике была относительно простой как для осмысления, так и для выбора способов конкуренции. В аграрную эпоху неоспоримые преимущества получали собственники плодородной земли. В период ранней индустриализации в конкуренции побеждали те, кто обеспечивал себе доступ к сырьевым ресурсам. Основные модели ведения бизнеса были нацелены на обеспечение эффекта масштаба: чем больше производится продукции, тем меньше себестоимость единицы этой продукции. Затем на первый план стали выходить технологии. В несколько упрощенном виде формула бизнеса выглядела так: на глобальном финансовом рынке предприниматель покупал деньги, на эти деньги приобретал технологии, на их основе создавал производство, производил товар и продавал его таким образом, чтобы вернуть долги и получить прибыль. Создание экономической стоимости (стоимости бизнеса) становилось доминирующей целью, а сами бизнесы превращались в товар: они продавались и покупались.

Но в 90-е годы XX века начинает формироваться новый тип экономических отношений. Знания делаются самостоятельным продуктом и образуют новый сектор экономики. Вместе с социальным капиталом они становятся основным источником благосостояния. Теперь базовые стратегии бизнеса связаны с инновациями. Природные ресурсы уже не создают серьезных конкурентных преимуществ ни для стран, ни для отдельных компаний. Лишь один природный ресурс играет определяющую роль — человеческий ум.

Итак, знания стали экономической категорией, и капитализация знаний превратилась в один из важнейших экономических процессов. Скептик и консерватор обязательно скажут, что этот бум пройдет и все вернется на круги своя, ведь каждому нужен хлеб, бензин и металл. Во времена индустриальной революции говорили то же самое: «Автомобили — это прихоть. Как вы без лошади уберете хлеб с полей?» Сегодня производство зерновых — наукоемкая отрасль, в основе которой лежат самые современные достижения генетики. Именно в этом суть изменений. Хлеб остается, но инструментарий для производства хлеба существенно изменяется. И, что еще важнее, способы создания богатства на основе этого инструментария теперь тоже принципиально иные. Новый инструментарий, который принесли информационные технологии, делает тех, кто им владеет, более эффективным, влиятельным, динамичным, успешным. Ведь никому не приходит в голо-

ву устроить соревнование комбайнера со жнецом, в руках которого лишь острый серп.

Однако новый тип экономических отношений порождает множество вопросов, игнорирование которых крайне опасно как для общества в целом, так и для отдельного человека. Важнейший из них вопрос о том, что в новую эпоху будет основной конкурентных преимуществ человека. Простейший ответ — знания — оказывается неудовлетворительным. Ведь и в начале XX столетия образованный человек имел очевидные преимущества перед людьми необразованными. Так что же обеспечит индивидуальные конкурентные преимущества в обществе знания?

Завещание Альфреда Нобеля

27 ноября 1895 года, за год до своей кончины, Альфред Нобель подписал завещание, оказавшее сильнейшее воздействие на прогресс человечества:

«Я, нижеподписавшийся Альфред Бернхард Нобель, по зрелом размышлении настоящим объявляю мою последнюю волю в отношении имущества, нажитого мной к моменту смерти. ...Со всем оставленным мной реализуемым имуществом необходимо поступить следующим образом: мои душеприказчики должны перевести капитал в ценные бумаги, создав фонд, доходы от которого будут выплачиваться в виде премии тем, кто за предшествующий год внес наибольший вклад в прогресс человечества. Указанные доходы следует разделить на пять равных частей, которые должны распределяться следующим образом: первая часть — тому, кто сделает наиболее важное открытие или изобретение в области физики, вторая — тому, кто сделает наиболее важное открытие или усовершенствование в области химии, третья — тому, кто сделает наиболее важное открытие в области физиологии или медицины, четвертая — создавшему наиболее значительное литературное произведение идеалистической направленности, пятая — тому, кто внесет весомый вклад в сплочение народов, ликвидацию или сокращение численности постоянных армий или в развитие мирных инициатив. ...Мое неперенное требование заключается в том, чтобы при присуждении премии никакого значения не имела национальность претендентов и ее получали самые достойные независимо от того, скандинавы они или нет».

Завещание Нобеля — это послание новому столетию (первые премии были присуждены в 1900 году). Речь в завещании идет о знании, сопряженном с действием, — от науки до «развития мирных инициатив». Не случайно Нобелевские премии и в новую эпоху считаются самыми уважаемыми наградами в мире.

Хотя слово «знание» столь часто употребляется в наши дни, дать ему точное определение нелегко. Впрочем, как справедливо отмечают в своей книге «Компания — создатель знания» Икудзиро Нонака и Хиротака Такеучи, всю историю философии можно рассматривать как процесс поиска ответа на вопрос «что есть знание?». Этот поиск не завершен, и вокруг понятия «знание» не утихают споры. Сейчас уже ясно, что следует различать знание и информацию, знание формализованное и знание неформализованное. В отличие от информации знание предполагает наличие точки зрения, убеждения и намерения, оно всегда связано с действием, реальным или потенциальным.

Приведем простой пример. Студент сдает экзамен по физике. Он излагает теорию вопроса. Говорит складно, правильно воспроизводя информацию из учебника. Но знает ли он материал? Ответ можно получить, лишь предложив ему решить задачу по теме. Если решит — значит, обладает знанием, если нет — значит, способен лишь воспроизводить то, что запомнил. Только применив информацию к конкретной проблеме, т. е. осуществив действие, мы можем убедиться, что обладаем знанием.

Мы выделяем еще два важнейших аспекта знания. Во-первых, знание позволяет интерпретировать опыт. Очевидно, что, обладая разным объемом знания или разными знаниями, мы получим разную интерпретацию как индивидуального, так и социального опыта. Во-вторых, знание позволяет более качественно строить видение будущего.

Знание — это своеобразный мостик между имеющимся опытом и создаваемым видением будущего. При этом как интерпретация опыта, так и формирование видения будущего могут опираться и на формализованные, и на неформализованные знания.

Работа с будущим у представителей делового сообщества обычно связана с построением прогноза. Скажем, необходимо предсказать спрос на тот или иной товар в следующем году. Опираясь на прогноз, можно спланировать действия в области производства и сбыта. Но видение будущего в корне отличается от прогнозирования: его необходимо формировать не как прогноз, а как реалистичную и, что еще важнее, соответствующую собственным намерениям индивида картину. Видение будущего имеет субъективную основу и предполагает, что субъект — человек или компания — будет прилагать усилия для воплощения этого видения в реальность. Для создания картины будущего необходимо поместить себя в это будущее и «оттуда» оценить то, что происходит сейчас. Эта оценка настоящего нужна для формирования действий в настоящем. Отсюда следует, что прогноз ориентирован на

Принцип Мерлина

На первый взгляд предложение взглянуть на настоящее с позиций будущего выглядит странно. Мы настолько стремимся оставаться в пределах существующей реальности и опираться на так называемый здравый смысл, что попытка мысленно сконструировать будущее кажется нам почти ересью. Именно поэтому мы воспринимаем как чудо слова великого волшебника Мерлина: «Дело в том, что обычные люди, родившись, двигаются во времени вперед, ..да и почти все в мире движется в ту же сторону. Оттого и жить обыкновенным людям довольно просто... Я же, к несчастью, рожден на другом конце времени и вынужден жить спереди назад, окруженный при этом людьми, живущими сзади наперед» (Уайт Т. Король Артур. Меч в камне. М.: Гелеос, 2005). Принцип Мерлина (термин введен американским исследователем Чарлзом Снитом) дает человеку совершенно иные конкурентные преимущества: происходит переход от реактивного поведения, когда любое действие есть всего лишь приспособление к уже возникшей ситуации, к поведению упреждающему (или проактивному), когда человек создает желательную для него реальность. Принцип Мерлина вступает в противоречие с широко распространенной точкой зрения: «Чтобы понять будущее, нужно тщательно изучить прошлое» и, казалось бы, нарушает логику причинно-следственных связей, но на самом деле он подчеркивает роль человеческой воли. Мы можем эффективно использовать «принцип Мерлина» для построения своего успеха.

проектирование будущих действий, а видение будущего — на оценку действий в настоящем с точки зрения будущего. Такое видение помогает выработать верную стратегию, но для этого информации недостаточно — необходимо знание.

Таким образом, видение будущего и стратегические намерения связывают знание с действием, делают знание практически ориентированным.

Парадоксы образования в обществе знания

Образование дает людям основной объем формализованных знаний. Роль образования столь велика, что дискуссии о его «правильной организации» не прекращаются уже более двухсот лет. Сегодня при обсуждении этих проблем приходится учитывать реалии и парадоксы информационного общества.

Прокатившиеся по западным университетам скандалы, связанные с обнаружением «интернет-плагиата», ярко высветили проблему, которую можно назвать парадоксом

информационной насыщенности. Выясняется, что доступность больших объемов информации в Интернете снижает мотивацию обучающихся к генерации нового знания (см. врезку «Интернет-плагиат в университетах»). Вместо того чтобы интерпретировать доступную информацию, сопоставлять ее со своим личным опытом и создавать личное новое знание, студенты и слушатели предпочитают искать информацию в Интернете и механически трансформировать ее в ожидаемый от них результат. Мало того что при этом часто происходит подмена знания информацией, гораздо хуже, что у обучающихся стираются различия между знанием и информацией, не вырабатываются навыки критического анализа информации, необходимые для формирования индивидуального знания.

Вторую проблему можно обозначить как парадокс неопределенности. Он связан с таким важным для человека навыком, как принятие решений. Принятие решения можно определить как выбор из некоторого числа альтернатив. Увеличение объема доступной информации приводит к умножению числа альтернатив, что усиливает ощущение неопределенности. Социальные психологи давно установили, что рост неопределенности порождает повышенную тревожность. Чтобы снизить уровень неопределенности, человек ищет все новую и новую информацию, но в результате этих поисков неопределенность только возрастает. Аналогичная ситуация возникает и со знанием: обретение знания лишь расширяет зону незнания.

Уместно провести аналогию между изменением психологии человека Средневековья, описанным Эрихом Фроммом в его классической работе «Бегство от свободы», и изменениями в психологии наших современников. Фромм связал отделение человека от природы и разрушение традиционных социальных отношений, т. е. рост свободы, с возникновением у человека ощущения повышенной тревожности, которое в конечном итоге привело к «бегству от свободы». Доступность информации фактически ведет к освобождению индивида от «информационной зависимости», т. е. к тому же росту свободы. Одновременно грандиозность объемов информации и очевидная невозможность их переработать зачастую приводят человека к осознанию собственного «интеллектуального ничтожества», что еще больше ограничивает желание генерировать новое знание.

В наши дни стало привычным понятие «период полураспада знаний» (промежуток времени, за который в конкретной области устаревают 50% знаний). В сфере высоких технологий этот период составляет 2–2,5 года, в других областях он несколько больше, но едва ли превышает 7–8 лет. Между тем

Геннадий Константинов — профессор, доктор физико-математических наук, заведующий кафедрой общего и стратегического менеджмента Государственного университета — ВШЭ.

Сергей Филонович — профессор, доктор физико-математических наук, декан Высшей школы менеджмента Государственного университета — ВШЭ.

в традиционном понимании цель образования заключалась в передаче знаний, причем получение качественных или уникальных знаний гарантировало личности конкурентные преимущества. В наше время вследствие ускоренного старения знания конкурентные преимущества такого рода перестают быть решающими. Осознание этого факта приводит нас к проблеме, которую мы назовем парадоксом образования: в обществе, основанном на знании, ценность полученного знания с течением времени снижается. Когда цикл получения знания составляет 4–6 лет и приближается к периоду полураспада знания, передача знаний перестает быть основной целью образования. Означает ли это, что значение образования уменьшается? Вряд ли, скорее стоит задуматься о том, какую роль оно играет в современном мире.

С парадоксом образования связана еще одна проблема — парадокс обучения. Обучение приучает к запоминанию, а между тем из-за устаревания знаний становится все важнее устранять ненужное из памяти. Иначе говоря, необходимо развивать умение забывать. На это обстоятельство уже указывали исследователи так называемых «научающихся организаций». «Успешные компании способны быстро реагировать и приспосабливаться к быстро изменяющемуся окружению, умея не только учиться, но и забывать. Увеличивая свои способности к обучению, компании должны в той же мере развивать свою способность забывать. Иначе они легко и незаметно будут усваивать контрпродуктивные знания — например, вредные привычки», — утверждают Пабло Мартин Холан, Нельсон Филипс и Томас Лоуренс в работе с примечательным названием «Искусство корпоративной забывчивости» («Секрет фирмы», № 7, 2004).

Таким образом, в современном мире многие привычные подходы к образованию, а следовательно, к созданию индивидуальных конкурентных преимуществ перестают работать. Мы сталкиваемся с парадоксами, которыми нужно научиться управлять. Именно управлять, поскольку применительно ко всем четырем проблемам невозможно найти решение, которое годилось бы на все случаи жизни. И все же массовое развитие определенного навыка, на наш взгляд, способно существенно помочь людям в создании индивидуальных конкурентных преимуществ в новых условиях. Этот навык мы назвали интеллектуальным предпринимательством.

Интеллектуальное предпринимательство

Формирование новой экономики создает беспрецедентные сложности как в обществе, так и в бизнесе. Сам факт нарастания сложностей говорит о том, что необходима смена парадигмы, построение новой модели понимания общества и бизнеса. Концепции, теории и стратегии, опирающиеся на устаревшие парадигмы, становятся неэффективными.

Традиционно термин «предпринимательство» используется применительно к бизнесу. С ним обычно ассоциируются повышенная энергетика, склонность к риску, изобретательность, способность увидеть возможности там, где их не видят

другие. Мы предлагаем ввести понятие «интеллектуальное предпринимательство». Интеллектуальное предпринимательство, во многих отношениях сходное с традиционным предпринимательством, однако напрямую не связанное со стремлением получить финансовую выгоду, имеет ряд характерных признаков.

Интеллектуальное бесстрашие. Знание делает представление об окружающем мире более сложным, и постоянное нарастание знаний может блокировать деятельность. Интел-

лектуальное бесстрашие предполагает умение не смущаться проблемами любого уровня трудности. Более того, человек, обладающий интеллектуальным бесстрашием, испытывает тем больший азарт, чем труднее проблема. Естественно, что примеры интеллектуального бесстрашия в изобилии можно найти в истории науки. Но идеи Генри Форда, Джека Уэлча и Билла Гейтса — проявления того же качества.

Информационная грамотность. Способность быстро находить нужную информацию в больших массивах в значительной степени требует развития интуиции, поскольку возможности обработки больших объемов информации, например путем чтения материалов, очень ограничены. Следует подчеркнуть, что в бизнесе все важнее становится умение обрабатывать все более разнообразную информацию, зачастую формально не связанную с той областью бизнеса, в которой человек работает: наиболее интересные бизнес-решения находятся либо на стыке отраслей, либо при переносе идей из одной области в другую.

Толерантность к информационной избыточности и неопределенности. Важные элементы этой характеристики — во-первых, психологическая установка, согласно которой невозможно получить исчерпывающую информацию о предмете или явлении, и, во-вторых, способность принимать решения в условиях высокой неопределенности (дефицита информации). Невозможность получить исчерпывающую информацию по интересующему вас вопросу — это обыденное явление, которое не должно порождать ощущение бессилия. В подобной ситуации на первый план выходит интуиция, именно она и помогает принимать правильные решения в ситуации неопределенности.

Способность порождать новое знание. Новое знание обычно рождается в результате того, что человек ощущает когнитивный диссонанс, возникающий в ситуации, когда он не может адекватно упорядочить в сознании два или более полученных сигнала. Люди с развитой способностью к генерации знаний очень чувствительны к когнитивным диссонансам. В качестве иллюстрации этой мысли можно привести пример с Альбертом Эйнштейном. Он обратил внимание на асимметрию описаний процессов излучения и поглощения света в электродинамике Максвелла и, отталкиваясь от этого факта, пришел к выводу, что излучение можно представить как совокупность квантов (именно за работы в этой области ему присуждена Нобелевская премия). Десятки выдающихся физиков знали об указанной асимметрии, но ни для

Интернет-плагиат в университетах

В конце 90-х годов XX века в ряде известных университетов Запады возникли скандалы, связанные с интернет-плагиатом — использованием ресурсов Интернета при выполнении учебных заданий. Описываемые ниже события произошли четыре года назад (The Washington Times. May, 13, 2001)...

«В университете Вирджинии этим летом организованы слушания в отношении студентов, уличенных в плагиате. Это самое крупное в истории университета расследование, в рамках которого рассмотрены дела 122 студентов. Студенты были пойманы с поличным после того, как профессор физики Лу Блумфилд разработал программу для выявления дублирования частей курсовых работ.

Этот инцидент заставил администрацию университета пересмотреть университетский кодекс чести, один из старейших и самых жестких в стране.

Проблема не ограничивается кампусом в Шарлоттсвилле (штат Вирджиния): официальные лица других университетов подтверждают рост плагиата. Тим Терпстра, исполнительный координатор академической честности в университете Джорджа Вашингтона, утверждает, что число случаев плагиата возрастает на 5% в год. В прошлом году, по его данным, зафиксировано 80 таких случаев; пять лет назад, когда было создано его подразделение, таких случаев было всего 50. "Чаще всего студенты заимствуют части своих работ из различных интернет-источников", — говорит Терпстра. Исследование, проведенное в 1999 году Центром академической честности, зафиксировало признание 75% студентов в том, что они использовали обман при обучении в колледже. ...Диана Уориолд, исполнительный директор центра, говорит, что столь высокий процент обманщиков неприемлем. Вместе с тем она отмечает, что широкое распространение этого явления объясняется высокими требованиями, предъявляемыми к студентам, и доступностью информации в Интернете».

Мы слишком много внимания уделяем внешним проявлениям успеха и гораздо меньше — интеллектуальным усилиям, которые к этому успеху приводят.

кого, кроме Эйнштейна, она не стала источником когнитивного диссонанса. Таким образом, для развития способности порождать новое знание необходимо снижение порога чувствительности к диссонансам в окружающем мире.

Мотивация к порождению нового знания. Вопрос о мотивации при порождении нового знания (как и вся проблема так называемой внутренней мотивации), на наш взгляд, изучен недостаточно. Очевидно, однако, что весьма существенную роль здесь может играть эффект индукции: помещение индивидуума в группу высоко мотивированных людей может породить в нем желание генерировать вместе с другими новое знание (собственно говоря, на этом эффекте основан метод мозгового штурма).

Описанные способности может развить в себе почти любой человек: необходимо лишь желание и постоянные упражнения. Приведем несколько примеров.

Интеллектуальное бесстрашие можно сформировать, обсуждая сложные и не слишком знакомые проблемы под руководством опытного наставника. Фактически восточная традиция обучения мудрости с помощью Учителя — это не что иное, как воспитание интеллектуального бесстрашия.

Информационная грамотность в наши дни требует постоянного обновления. Стремительно растет разнообразие источников информации, умножаются средства ее доставки, возрастает скорость распространения. Человек не может, изучив один раз приемы работы с информацией, применять их затем всю жизнь. Необходимо вырабатывать привычку регулярно осваивать инновационные приемы поиска и обработки информации, формировать индивидуальную информационную инфраструктуру, которая экономит время и повышает личную эффективность.

Толерантность в отношении неопределенности развивают обучая человека созданию когнитивных рамок, в которые он может помещать новые для него данные, еще не ставшие информацией. Одним из эффективных способов формирования толерантности к неопределенности может стать развитие образного (правополушарного) мышления. Этот вид мышления позволяет, охватив проблему в целом, без деталей, вырабатывать на этой основе эффективные решения. К сожалению, современная западная традиция образования ориентирована преимущественно на развитие аналитических способностей и образное мышление в ней практически не используется.

Развитие интуиции как средства познания происходит при правильной обработке приобретаемого опыта. Речь идет

именно об обработке опыта, а не о его простой фиксации. Интуиция как способность к усмотрению истины вне ее феноменологического или логического доказательства определяется чувствительностью человека к слабым сигналам, входящим из внешнего мира. Таким образом, повышение чувствительности к этим сигналам и формирование навыка их упорядочения — это способ развития интуиции и, следовательно, повышения информационной грамотности.

Об усилении чувствительности к когнитивным диссонансам как средству развития способности к генерации нового знания уже говорилось выше. На практике такая чувствительность развивается при групповом рассмотрении конкретных ситуаций. При этом используется известный подход, лежащий в основе реинжиниринга бизнес-процессов: ни один из элементов ситуации не должен приниматься на веру.

Внутренняя мотивация к определенным видам деятельности чаще всего создается посредством так называемого ролевого моделирования. Если человек наблюдает за деятельностью кого-то, кто имеет в его глазах высокий социальный статус, и считает эту деятельность успешной, он начинает сознательно или подсознательно копировать увиденное и через некоторое время у него формируется внутренняя потребность в воспроизведении этого поведения. Мы слишком много внимания уделяем внешним проявлениям успеха и гораздо меньше — интеллектуальным усилиям, которые к этому успеху приводят, тем самым упуская возможность мотивации людей к созданию нового знания.

Бизнес-культура и новые навыки

В начале 1960-х годов, выступая с докладом «Две культуры и научная революция», известный английский писатель Чарлз Перси Сноу описал эффект «расщепления» общечеловеческой культуры на два направления: гуманитарное и естественно-научное — и указал на опасность подобного расщепления, чреватого дезинтеграцией общества и знания. В нашей стране доклад Сноу породил дискуссию между «физиками» и «лириками». За прошедшие десятилетия ситуация еще более осложнилась. Возникло новое направление культуры, которое можно условно назвать «деловой культурой», причем противопоставление теперь уже трех направлений культуры — гуманитарного, естественно-научного и делового — за это время лишь усилилось. Надо сказать, что в России эта тенденция не столь заметна, поскольку с началом социально-экономических реформ в на-

шей стране в бизнес пришло большое число людей, ранее занимавшихся естественно-научными исследованиями. На наш взгляд, расщепление культуры исключительно опасное явление, которое может в конечном счете привести к цивилизационному кризису.

Между тем при правильном подходе к образованию, т. е. с учетом описанных парадоксов и необходимых новых навыков, человек, работающий в бизнесе, может противостоять современному расщеплению культуры. Дело в том, что деятельность менеджера представляет собой синтез подходов, характерных для всех трех типов культуры. Во-первых, эффективное управление современными компаниями невозможно без образного мышления, которое необходимо для порождения новых бизнес-идей, обеспечивающих конкурентные преимущества. Образное мышление развивается в рамках гуманитарной культуры. Во-вторых, точная аналитика и расчеты на базе математических моделей — это обязательные условия успешной реализации бизнес-идей. Аналитика и расчеты — основа естественно-научной культуры. Наконец, в современной бизнес-культуре требуется увязывать различные аспекты функционирования социума. Значимость этой составляющей бизнес-культуры особенно отчетливо проявилась в начале текущего десятилетия в связи с корпоративными скандалами: пренебрежение социальной ответственностью и этикой отрицательно сказалось не только на компаниях, уличенных в неэтичном поведении и мо-

шенничестве, но и на всем обществе (кризис фондового рынка, гигантские потери пенсионных фондов и пр.).

Для формирования личности, способной к синтезу подходов различных культур, необходимо пересмотреть содержание бизнес-образования и разработать специфические формы обучения. Процесс освоения инновационных форм бизнес-образования уже идет: преподаватели-инноваторы используют на занятиях в бизнес-школах музыку и классическую литературу, методы театрального и киноискусства. При пересмотре содержания образования следует включить в него элементы, способствующие управлению парадоксами образования и формирующие интеллектуальное предпринимательство. Вот далеко не исчерпывающий перечень таких элементов.

Управление парадоксом информационной насыщенности. Здесь уместно рассмотреть проблему, о которой трудно получить информацию. Сюжетом такого рассмотрения может быть проблема коммерциализации велосипеда Леонардо да Винчи — одного из выдающихся изобретений, так и оставшегося невостребованным. Вопрос, который можно поставить перед студентами, звучит так: почему изобретение Леонардо осталось неизвестным современникам и был ли шанс коммерциализовать его? Скудость информации об этом изобретении Леонардо неизбежно заставит студентов выдвигать гипотезы и формировать подходы к их проверке, т. е. продуцировать новое знание.

РЕКЛАМА

Личные стратегии Ричарда Брэнсона

Ричард Брэнсон – интереснейшая фигура современного бизнеса. Его предпринимательская деятельность началась еще в средней школе и в конечном счете привела к построению уникального набора бизнесов: от торговли аудио- и видеопродукцией до пассажирских авиаперевозок. При этом Брэнсон известен и как один из самых экстравагантных людей нашего времени. В автобиографической книге «Теряя невинность» он пишет: «Часто спрашивают, почему я так увлекаюсь рекордами: гонки на катерах, полеты на воздушных шарах на горячем воздухе. Говорят, что с моим успехом, деньгами и счастливой семьей следует перестать подвергать себя и их риску и получать удовольствие от того, что есть. Это очевидная истина, и половина меня всецело с этим согласна. ...Но другая половина побуждает пускаться в новые приключения, и мне по-прежнему хочется знать, где границы моих возможностей».

Однако на экстремальные занятия Брэнсона можно посмотреть и с иной точки зрения. Многие качества человека переносятся из одной области в другую. Смелость или бесстрашие, связанные с физическим риском, переносятся в интеллектуальную сферу. Не в этом ли причина весьма неординарного шага Брэнсона, выкупившего уже размещенные акции своей компании, чтобы избавиться от необходимости следовать рекомендациям совета директоров, который ограничивал полет его фантазии? Пройдя через опыт IPO, Брэнсон убедился, что его личные критерии успеха не гармонируют с базовыми принципами публичной компании.

Управление парадоксом неопределенности. Задача, которая позволит продемонстрировать управление этим парадоксом, состоит в определении минимального объема информации, необходимого для принятия того или иного решения. При этом принципиально важно потребовать, чтобы студенты обосновали, почему именно данный объем информации следует считать минимальным.

Управление парадоксом образования. Для решения вопроса о том, в какой степени конкретная учебная программа помогает управлять этим парадоксом, необходимо оценить, как соотносятся в ней передача знаний и формирование методологии их получения. Очевидно, что для эффективного управления рассматриваемым парадоксом необходимо усиление методологической компоненты программ.

Управление парадоксом обучения. Весьма полезно проанализировать, какие из знаменитых принципов организации Анри Файоля сохранили абсолютное значение в современном менеджменте. При таком анализе обнаружится, что

принцип единоначалия не работает в матричных структурах, линейная организация противоречит горизонтальным коммуникациям, а командный дух, лежащий в основе комплексного управления качеством (Total Quality Management), ограничивает индивидуальную инициативу, снижая конкурентный потенциал компании. Подобные примеры можно умножать, но гораздо существеннее сам принцип: абсолютизация практически любых тезисов пагубна, важны «умение забывать» и способность к генерации нового знания.

Рассмотренные примеры показывают пути разрешения проблем современного общества знания на макроуровне социума. Однако не менее интересные проблемы переход к обществу знания порождает на микроуровне — взаимодействия человека и компании.

Конкуренция, успех и личные стратегии

Значительная часть знаний не формализована. Отсюда следует, что невозможно полностью отделить знания от субъекта, сделать их независимыми от человека или группы людей, от их стратегических намерений и воли. Это ведет к кардинальному изменению отношений между личностью и компанией. В индустриальной экономике труд — всего лишь один из факторов производства, и он может быть куплен на соответствующем рынке. Именно поэтому работник заинтересован в компании больше, чем компания заинтересована в нем. В обществе знания дело обстоит по-другому. Появляется значительная прослойка людей, обладающих уникальными для данной организации знаниями и навыками. Их нельзя заменить или купить на рынке. Возникает ситуация, когда компания заинтересована в работнике больше, чем работник — в компании. Более того, работник этого типа не просто продает свой труд компании, компания является для него инструментом наращивания его интеллектуального потенциала, создания индивидуальных конкурентных преимуществ. Это означает, что в обществе знания сотрудники будут все больше связывать свою деятельность внутри компании со стратегией достижения индивидуального успеха. Возникает серьезная проблема координации индивидуальных стратегических намерений большого числа сотрудников со стратегическими намерениями компании в целом, индивидуального понимания успеха с пониманием успеха бизнеса и компании. Только такая координация может удержать нужных людей в компании. Но как ее добиться?

Существует множество технологий разработки стратегии компании. Между тем для указанной координации необходимо, чтобы работники отчетливо формулировали индивиду-

альные критерии успеха. Практика, однако, показывает, что очень немногие в состоянии описать видение своего успеха. Размышляя над этой проблемой, мы пришли к определению личного профессионального успеха, которое, с одной стороны, имеет достаточно общий характер, а с другой — может быть эффективно использовано в реальной ситуации.

Успех — это резонанс между системой ценностей человека и его достижениями, связанными со значительными приложенными им усилиями. Термин «резонанс» происходит из физики и означает совпадение двух величин, приводящее к возрастанию третьей величины. Ощущение успеха у человека тем сильнее, чем точнее совпадение управляющих его поведением ценностей с полученным результатом. Помните восклицание поэта «Ай да Пушкин, ай да сукин сын!», когда он закончил свою великую трагедию «Борис Годунов»? Это и есть ощущение величайшего успеха: творцу удалось практически идеально выразить свои мысли и чувства.


Заметим, что успех фундаментально отличается от удачи, которая обусловлена счастливым стечением внешних обстоятельств. Конечно, удача иногда сопутствует успеху, но их принципиально важно различать: только умение отличить одно от другого позволяет человеку повторно добиваться успеха. В противном случае он начинает ждать удачу и чаще всего так ее и не дожидается.

Если рационализировать понятие успеха таким образом, то у человека появляется возможность сопоставить пред-

ставление о своем личном успехе со стратегическим видением успеха компании. Легко понять, насколько повышается эффективность работы сотрудника, если эти представления находятся в гармонии. Более того, уловив такое соответствие, человек может выявить стратегические разрывы между своими сегодняшними компетенциями и теми, которые будут ему необходимы и для достижения личного успеха, и для обеспечения успеха компании. Так у человека возникает возможность целенаправленного расширения спектра своих компетенций, в определенной степени гарантирующего личный успех в будущем.

Понятно, что в такой ситуации должна делать компания, чтобы выиграть «войну за таланты». Ей необходимо выявлять, каковы критерии успеха у ее наиболее ценных сотрудников, и помогать им соотносить эти критерии со стратегией компании.

• • •

Интеллектуальное предпринимательство и осознание личных критериев успеха — ключевые характеристики конкурентоспособной личности в обществе знания. Развивая эти характеристики, человек не «бежит от свободы», фиксируя рамки своего бытия, а постоянно раздвигает их, фактически делая свою свободу безграничной. Поиск гармонии индивидуальных стратегических намерений сильной группы интеллектуальных предпринимателей составляет суть бизнеса в экономике знаний. 

РЕКЛАМА