

ПАРАМЕТРЫ И ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА САМООБУЧАЮЩИХСЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В КОГНИТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Борис Варисович Салихов, проф. кафедры менеджмента и маркетинга,

E-mail: mgsusalikhov@yandex.ru,

Ирина Сергеевна Салихова, канд. экон. наук,

доц. кафедры бухгалтерского учета и налогообложения,

E-mail: irinasalikhova@yandex.ru,

Московский университет им. С.Ю. Витте,

http://muv.ru

Предметом данной статьи является система экономических отношений в сфере создания и развития самообучающихся организаций как специфической инновационной формы экономических структур в современной экономике знаний. Аналитическими задачами статьи являются: актуализация конкуренции в сфере когнитивных внутрифирменных отношений; выявление сущности и анализ качественных свойств феномена корпоративного самообучения; анализ основных форм самообучающихся организаций при ведущей роли университетов; анализ специфики создания самообучающихся организаций в отечественной экономике. Научная новизна статьи заключается в определении сущности, а также характеристике классификационных признаков и качественных свойств самообучающейся организации; в обосновании ключевой роли университетов как основных «аттракторов» в создании и развитии самообучающихся организаций в современной экономике.

Ключевые слова: самообучающаяся организация, когнитивная экономика, ключевые компетенции, классификационные признаки и параметры качества самообучающейся организации, социально-экономический генотип предприятия, предпринимательские университеты, университетские комплексы, интегрированный интеллектуальный капитал организации, технологизация образовательной деятельности.

В современных условиях основным источником конкурентных преимуществ современной корпорации является качество ее когнитивного сектора. В связи с этим, отчетливо высвечивается потребность в ускоренной когнитивизации деятельности экономических организаций, призванных самостоятельно осуществлять весь инновационный цикл, который теперь должен начинаться не с традиционной генерации идей, а с форм и способов корпоративного, или организационного самообучения и самообразования. Отсюда и *цель данной статьи* заключается в выявлении и социально-экономической характеристике качественных свойств самообучающихся организаций как релевантной формы корпорации в современной экономике знаний.



Б.В. Салихов

Сегодня мало сказать, что экономическая среда характеризуется высоким уровнем конкуренции, требующей от корпораций постоянного обновления своей продукции путем поиска неординарных вариантов использования факторов производства. Обычная трактовка сущности инновационного развития экономики становится все больше похожей на некую хозяйственную абстракцию, если не учитывает некоторых особенностей социально-экономической среды, определяющих требования не столько к количеству продуктовых инноваций, сколько к их качественным характеристикам [6, 18, 21]. В чем же заключаются эти особенности, и как они влияют на когнитивную систему современной организации?



И.С. Салихова

Поскольку хорошо 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 отчетливее 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 требований 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*.

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 [3, 12].

В-третьих, растущая потребность в формировании и развитии самообучающихся организаций обуславливается увеличивающимся объемом транзакционных, трансформационных и других издержек, связанных с «внешним» образованием и приобретением экзогенных знаний и компетенций. В Интернете и в рамках множества исследовательских и образовательных организаций постоянно растет предложение услуг, связанных с профессиональной переподготовкой кадров, формированием определенных компетенций, доступом к актуальным базам данных и базам знаний и т. д. Но даже в рамках правильного выбора новой образовательной траектории никто не может гарантировать ожидаемого уровня качества, да и получение специального, «точечного» образования в современных условиях является делом весьма дорогостоящим.

В-четвертых, 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 действующих организаций [14, 15]. 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.). Интерес к высокоэффективной творчески-трудовой деятельности у собственников индивидуальных интеллектуальных капиталов сохранится лишь в том случае, если у них будет реальная возможность для своего развития именно в рамках организации.

Качественные свойства самообучающихся организаций в современной экономике

Проблематике корпоративного обучения в современной отечественной и зарубежной литературе уделяется достаточно пристальное и растущее внимание. Однако термин «самообучение» наиболее полно отражает императив профессионального роста сотрудников организации, чем традиционный термин «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. Кроме того, обучение здесь носит «сквозной» характер, то есть от приобретения компетенций в области генерации идей и производства новых неявных знаний до конечной объективации этих знаний в полезные блага [4, 7, 22].

Обычная обучающаяся организация может всецело «питаться» знаниями и осуществлять поиск механизмов формирования новых компетенций за пределами своих структурных подразделений, являясь при этом «когнитивным реципиентом». Качество же самообучения характеризует не только способность выявлять результаты каких-либо инновационных процессов и явлений в рамках корпорации, но и самостоятельно инициировать эти процессы. Существующие трактовки обучающейся организации [5, 13], не фиксируют непосредственной функциональной зависимости ключевых компетенций организации от ее собственных результатов когнитивного воспроизводства. Но именно такая зависимость является ключевой в деятельности современных экономических организаций, стремящихся к высокой степени хозяйственной устойчивости.

Таким образом, *самообучающуюся организацию можно трактовать как организацию, обеспечивающую самостоятельное расширенное воспроизводство знаний и ключевых компетенций собственного интегрированного интеллектуального капитала.* Используя методологический потенциал предложенной трактовки, а также выводы из анализа качественных свойств обычной обучающейся организации, можно выделить и кратко охарактеризовать основные классификационные признаки самообучающейся корпорации, функционирующей в современной экономике знаний [7, 13, 22].

Прежде всего, самообучающаяся организация характеризуется «когнитивной самодостаточности», то есть основным источником обучения являются собственные новые знания. Воспроизводственный цикл новейших знаний означает непрерывно воссоздаваемое единство процессов производства неявных знаний, их формализацию и распространение с последующей объективацией в конечные потребительские продукты. Рассматриваемый тип организации, демонстрируя отмеченную когнитивную самодостаточность, способен к «когнитивной автономности», обеспечивая себя требуемым объемом новых идей и проектов соответствующих продуктовых инноваций.

Далее, самообучающаяся организация воспроизводит объем знаний, достаточный для развития ключевых компетенций, обеспечивающих ей экономический рост. Речь идет о том, что воспроизводственный цикл собственных знаний и компетенций должен демонстрировать «качественную целостность», то есть свою способность не просто воспроизводить знания и компетенции на основе собственных исследований и разработок, а расширенно воспроизводить именно ключевые знания и компетенции. Обычная обучающаяся корпорация свои ключевые компетенции формирует в основном на основе «спонтанных», как правило, внешних источников знаний.

Важным признаком самообучающейся организации является то, что ее социально-экономический генотип основан на инновационных, созидательных ментально-смысловых конструктах. Содержание данных конструктов заключается в наличии инновационного типа менталитета, в основе которого обнаруживаются стереотипы *инновационной экзистенции*, то есть автоматизма в восприятии и осмыслении не всякой, а

именно инновационной информации. Социально-экономическому генотипу самообучающейся корпорации в качестве ценностной установки и соответствующей ментальной модели соответствует такая имманентная цель как расширенное воспроизводство системы, прежде всего, неявного знания [16, 19].

Признаком самообучающейся организации является также наличие интеллектуального капитала, способного непрерывно осуществлять воспроизводственный цикл новых знаний и компетенций. В рамках данного интеллектуального капитала выделяются такие его формы, как *исследовательский капитал*, призванный осуществлять воспроизводство неявных знаний; *научно-образовательный и методический капитал*, как система знаний и компетенций в сфере организации и осуществления образовательной деятельности в рамках предприятия; *предпринимательский капитал*, функцией которого является объективация новых знаний и компетенций сотрудников в конечные блага; *лидерский капитал*, осуществляющий инновационное управление всеми элементами и звеньями корпоративной деятельности [8, 18].

Самообучающаяся организация обладает высокоразвитым институциональным и социальным капиталом, основанным на неформальных институтах и системе доверительных отношений, минимизирующих трансформационные, транзакционные, социальные и другие виды издержек. Неформальные институты, воспроизводимые в процессе непрерывного корпоративного институционального предпринимательства, являются адекватной формой институтов для быстро меняющихся «правил игры» в условиях высокой скорости обновления производимой продукции и обострения конкуренции. Что касается качества социального капитала самообучающейся организации, то здесь следует выделить наличие многообразных форм и способов *горизонтальных сетевых взаимодействий*, в рамках которых сотрудники имеют возможность для развивающего обмена-общения без каких-либо ограничений. При этом система доверия в самообучающейся организации носит «сквозной» характер [8, 17, 21].

Признаком самообучающейся организации также является ее стремление к росту рынка собственных формализованных знаний. Это означает, что самообучающиеся организации расширяют рыночное пространство своей деятельности посредством целенаправленного включения в обменные трансакции не только конечные продуктовые инновации, но и систему формализованных знаний, а также определенные элементы «когнитивной эссенции» путем, например, различных платных стажировок и сетевых обменов-общений, в ходе которых формируются уникальные профессиональные компетенции. Кроме того, самообучающаяся организация может получать существенные доходы от собственной консалтинговой деятельности и выполнения заказов по аутсорсингу.

Самообучающаяся организация характеризуется лидерским стилем управления как адекватной формой управленческих трансакций в условиях требований масштабных, непрерывных и радикальных экономических инноваций. Цели корпоративного самообучения нацеливают, прежде всего, на развитие *когнитивного лидерства*, обеспечивающего расширенное воспроизводство системы неявного знания. В связи с этим, ключевым признаком и, одновременно, императивом формирования самообучающейся организации также является *лидерское когнитивное предпринимательство*, представляющее собой инновационную деятельность управленца-лидера в сфере создания и развития корпоративного сектора по воспроизводству знаний и ключевых компетенций. [10, 20].

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 вос-

производство 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.

Предпринимательские университеты как перспективная форма самообучающейся организации в современной экономике

Особенности становления и последующего совершенствования самообучающихся организаций в современной российской экономике в немалой степени проистекают от общего понимания их конкретных форм. *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 [2, 9, 11].

Содержательное качество предпринимательских университетов как самообучающихся организаций, заключается в следующих обобщающих ключевых суждениях. *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. Это означает, что интеллектуальный капитал предпринимательского вуза должен иметь в своем «качественном арсенале» специфический, содержательно выраженный *интеллектуальный предпринимательский капитал*, призванный доводить до конечной продуктовой формы исследовательские и образовательные результаты [8].

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-трудовой успех 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 капита-

лов 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 *производственных кластеров*, в рамках которых обеспечивается минимизация трансформационных, трансакционных 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 менталитета, 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.

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, кто учился в нем раньше либо только собирается стать студентом или слушателем данного вуза. Правильные инновационные научно-образовательные решения 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 необ-

ходимым 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. 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 университета могут возникать и воспроизводиться различного рода управленческие и иные диссонансы, связанные со стремлением определенных структур управления вузом расширить «рыночную составляющую» университетской практики в ущерб собственно когнитивной и исследовательской деятельности.

В связи с отмеченными положениями, в современных условиях все чаще появляются отнюдь не бесспорные суждения о том, что современные университеты, помимо организации и осуществления традиционного учебного процесса, должны самостоятельно зарабатывать денежные и другие средства путем выполнения различных заказов в форме, например, научно-исследовательских работ. Если университету это удастся, то вуз считается востребованным со стороны конкурентного рынка и может быть признан «эффективным» и самостоятельным; в противном случае, университет считается «неполноценным», не способным существовать в условиях рыночной динамики. С таким тезисом можно согласиться, однако лишь отчасти, поскольку, как показывают расчеты, «социальные и гуманитарные вузы почти не способны зарабатывать на рынке НИР, но это, впрочем, вполне предсказуемо и естественно. Явными лидерами оказываются технологические университеты, которые в силу своей специфики могут получать крупные заказы от различных структур-гигантов – министерств, агентств и корпораций... Общий вывод таков: рассчитывать на хорошие заработки на рынке НИР могут только технологические вузы и вузы с выраженной технологической ориентацией» [1, С. 137].

Данный вывод подтверждается фактическими данными, характеризующими научно-практический рейтинг отечественных вузов, где среди тридцати университетов и институтов, занимающих ведущие позиции на рынке НИР, присутствует только один университет социальной направленности, а именно: НИУ ВШЭ. Перечень первой «десятки» предпринимательских университетов, а также «закрывающий» тридцатку вуз показаны в таблице 1.

Таблица 1

Научно-практический рейтинг российских вузов, 2012–2013 гг.

№	Университет	Обобщенный рейтинг (R _i), %
1	Московский физико-технический институт (МФТИ)	100,0
2	Московский институт стали и сплавов (МИСиС)	99,4
3	Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (МГТУ)	91,0

4	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)	61,5
5	Московский инженерно-физический институт (МИФИ)	53,3
6	Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики	48,8
7	Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	45,0
8	Московский институт электронной техники (МИЭТ)	36,2
9	Томский государственный университет (ТГУ)	34,2
10	Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ)	31,9
...
30	Московский авиационный институт (МАИ)	10,9

Источник: [1, С. 136]

Таким образом, ретроспективный анализ различных форм самообучающихся организаций позволяет отметить, что важнейшим потенциалом, одновременно, самообучения и прикладного применения новых знаний и компетенций обладают предпринимательские университеты. Здесь имеет место, прежде всего, высоко-развитый когнитивный сектор экономики, формирующий научно-исследовательский потенциал организации, без которого в принципе невозможно вести речь о воспроизводстве инноваций. Кроме того, феномен «самообучения» скорее всего найдет свое воплощение в рамках именно учебного заведения, а не в стенах традиционной корпорации, осуществляющей поиск нового знания на рынке человеческого капитала. Именно в рамках, например, современного университета (исследовательского либо предпринимательского) формируются и развиваются наиболее передовые технологии образовательной деятельности, создаются и совершенствуются лучшие методики обучения и воспитания будущих собственников уникальных интеллектуальных капиталов.

Литература

1. Балацкий Е., Сергеева В. Научно-практическая результативность российских университетов // Вопросы экономики. 2014. № 2. С. 133–149.
2. Братановский С.Н. Система управления образованием в России и организационно-правовые аспекты ее совершенствования: монография. М.: РИОР, 2013. 202 с.
3. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы (предпринимательство и координация в децентрализованной экономике). М.: ИНФРА-М, 1996. 287 с.
4. Гайсельхарт Х. Обучающееся предприятие в XXI веке. Калуга: Духовное познание, 2004. 264 с.
5. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова. М.: Эксмо, 2008. 400 с.
6. Голиченко О. Национальная инновационная система: от концепции к методологии исследования // Вопросы экономики. 2014. № 7. С. 35–51.
7. Дэвид Гарвин. Создание обучающейся организации // в кн.: «Управление знаниями» / пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 50–83.
8. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / под ред. Б.З. Мильнера. М.: Инфра-М, 2010. 624 с.
9. Качество высшего образования / под ред. М.П. Карпенко. М.: Изд-во СГУ, 2012. 291 с.
10. Коттер Джон П. Истинная роль лидера // в кн.: «Лидерство» / пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 48–75.
11. Лялин А.М. Подготовка кадров для инновационной экономики // в кн.: «Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями» / под ред. Б.З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2010. С. 386–405.
12. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; отд. обществ. наук РАН, ЦЭМИ РАН. М.: ЗАО «Издательство “Экономика”», 2007. 204 с.
13. 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.

14. Модернизация российского образования: вызовы нового десятилетия. М. Дело РАНХ и ГС, 2013. 104 с.
15. *Осипова С.И., Соловьева Т.В.* Проектирование студентом индивидуальной образовательной траектории в условиях информатизации образования: монография. М.: ИНФРА-М, 2013. 140 с.
16. *Птуха А.Р., Степанов С.С.* На развилке менталитетов. Действенные рецепты для инноваций, бизнеса и закона в России. СПб.: Алетейя, 2010. 320 с.
17. *Рубин Ю.Б.* Высшее образование в России: качество и конкурентоспособность. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011. 448 с.
18. *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.
19. *Салихов Б.В., Салихова И.С.* Развитие системы неявного корпоративного знания // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 28 (214). С. 2–11.
20. *Салихова И.С., Антипова Д.А.* Феномен лидерского капитала в экономике корпоративных знаний // Финансы и кредит. 2014. № 35 (611). С. 51–61.
21. *Семенов А.В., Салихов Б.В., Салихова И.С.* Инновационные аспекты управления корпоративными знаниями. М.: Дашков и К, 2013. 148 с.
22. *Сенге П.* Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации. М.: Олимп-Бизнес, 1999. 384 с.

Parameters and indicators of quality of self-learning Organizations in cognitel economy

Boris Varisovich Salihov, Doctor of Economics, Professor of Management and Marketing department, S.Yu. Witte Moscow University

Irina Sergeevna Salihova, PhD, Associate Professor of accounting and taxation department, S.Yu. Witte Moscow University

The subject of this article is a system of economic relations in the creation and development of a self-learning organization as a specific form of innovative economic structures in the modern knowledge economy. Analytical tasks article are: actualization of competition in intra-cognitive relations; identifying the nature and analysis of qualitative properties of the phenomenon of corporate self-learning; analysis of the main forms of self-learning organizations with the leading role of universities; analysis of the specific creation of self-learning organizations in the domestic economy. Scientific novelty of the article is to determine the essence and characteristics of classification criteria and qualitative properties of the self-learning organizations; in the justification of the key role of universities as the main «attractors» in the creation and development of self-learning organizations in the modern economy.

Keywords: self-learning organization, cognitive economics, core competencies, classification features and quality parameters of the self-learning organization, socioeconomic genotype enterprise, entrepreneurial universities, university centers, integrated intellectual capital of the organization, technologization educational activities.