

## **О КОРРЕКТНОСТИ КАТЕГОРИИ «ИНТЕЛЛЕКТ ФИРМЫ»**

В статье представлено исследование проблематичности и корректности категории «интеллект фирмы». Цель статьи – проанализировать категорию «интеллект фирмы» через оптику гуманизма и антропоморфизма. Исследование проводится в гуманистическом контексте теории интеллектуальной фирмы, приоритет в котором принадлежит человеческому началу. В связи с этим делается вывод о том, что использование категории «интеллект фирмы» не является корректным.

**Ключевые слова:** цифровой интеллект, технологии искусственного интеллекта, интеллект работников, антропоморфизм, гуманизм, теория интеллектуальной фирмы.

Актуальность темы исследования обусловлена внедрением технологий искусственного интеллекта в бизнес-процессы, что напрямую связано с цифровой трансформацией промышленных предприятий, производств и деловых организаций (фирм). Поэтому наряду с категорией искусственный интеллект используют категории цифровой интеллект компании [Ахметов, 2020; Сонин, 2020] и интеллект фирмы [Сухарев, Хабибуллин, 2021] в практике и теории соответственно.

По уровню цифрового интеллекта компании предлагают оценивать успешность цифровизации. Это касается в первую очередь тех 5% компаний, которые делают все, чтобы получить отдачу от цифровых технологий. Эксперты PwC назвали их Transcenders (от англ. transcend – «выходить за рамки», по-русски их называют флагманами). Взгляд руководителей «флагманов» на цифровизацию шире, инвестиции от вложений в эту область больше, а их рентабельность растет на 17% быстрее [Сонин, 2020].

Для цели нашего исследования показательной выглядит логика практиков-сторонников цифрового интеллекта компании, представленная в [Сонин, 2020].

Во-первых, они по-разному определяют цифровой интеллект. Одни эксперты считают, что цифровой интеллект компании – это индекс цифровой ком-

петентности, который определяет способность компании получать выгоду от цифровых технологий, и обозначают его Digital IQ. Другие – называют этот показатель индексом цифровизации и предлагают измерять его такими ключевыми параметрами, как развитие цифровых продуктов и каналов продаж, зрелость процессов управления программой трансформации, уровень цифровизации бизнес-процессов и т.д. [Сонин, 2020].

Как видно, в понятие цифрового интеллекта практики в основном вкладывают смысл экономико-статистического показателя цифровизации компании. Однако, есть и те, кто пытается философствовать: «Цифровой интеллект (Digital IQ) – мера осознанности и готовности компаний к успешной реализации задач цифровой трансформации» Digital IQ в России. [Как компании..., 2020]. Правда, в этом определении не указано, кто обладает мерой осознанности – компания или ее собственник. В первом случае допускается категориальная ошибка. Дискуссионным является и термин «способности организации» [Андреева, Чайка, 2006].

Во-вторых, они четко ставят цели использования цифрового интеллекта в фирме и указывают средства их достижения. Эксперты PwC, которые первыми стали измерять индекс Digital IQ (цифровой интеллект), определили цели как оценку способности организации поставить технологии себе на службу (см. замечания выше) и получать от этого прибыль (главная цель). Для этого, по их мнению, необходимо переосмыслить подход к выбору и реализации цифровых инициатив, изучить все этапы процесса взаимодействия с сотрудниками и клиентами, вложить средства в формирование культуры, ориентированной на технологические инновации, и др. Очевидно, средства здесь – «окультуренные» соответствующим образом сотрудники фирмы. Следовательно, руководителям необходимо, прежде всего, понять, как цифровая трансформация влияет на сотрудников.

По данным опроса PwC, который был частью исследования Digital IQ 2020 [Digital IQ..., 2020], основными препятствиями для повышения цифрового интеллекта, связанными с человеческим фактором, являются:

- проблемы с внедрением: не выполняются (кем? – Е.Ж.) установленные сроки, выход за рамки бюджета (кто выходит? – Е.Ж.);

- стратегические препятствия: риски нарушения (кем? – Е.Ж.) информационной безопасности и конфиденциальности данных, дефицит квалифицированных специалистов на рынке (по чьей вине? – Е.Ж.)ю, отсутствие отношений сотрудничества между IT и бизнесом;

- руководство компании не поддерживает цифровую трансформацию на должном уровне;

- излишняя сосредоточенность (кого? – Е.Ж.) на сокращении затрат, что мешает перейти к росту.

Отсутствие в тексте местоимений, по нашему убеждению, искажает смысл изложенного. Обезличенные формулировки вызывают естественные вопросы: чьи способности, кто переосмысливает, кто реализует, кем не выполняются, кто нарушает и т.д. Введение личных местоимений позволяет раскрыть истинный смысл написанного.

Эксперты отмечают, что для обеспечения цифровой трансформации многим компаниям нужны кадровые изменения, развитие новых навыков, методов работы, обучение. Желание собственников компании при этом выражает фраза эксперта: «приоритеты сотрудников должны сместиться так, чтобы помогать дальнейшему развитию бизнеса» [Сонин, 2020]. Заметим, бизнеса собственника. Вопрос «почему должны?» не ставят. Интересы сотрудников, видимо, значения в этой картине не имеют.

Обычно менеджеров заботит только обучение сотрудников, предпринимаемое с целью «гарантировать, что они будут готовы принять изменения, а не бояться их» [Сонин, 2020].

О целях, более близких к реальности, – «расширить права и возможности сотрудников» компаний-флагманов, пишут авторы исследования Global Digital IQ 2020 [Digital IQ...,2020]. Они указывают, что большинство традиционных тренингов фокусируется на накоплении знаний, а не на развитии навыков или понимания. «Современные технологии и роли работников могут устареть, но, если вы сосредоточитесь на том, чтобы *помочь своим сотрудникам мыслить* и работать более гибко, *они могут повысить ценность организации* по мере изменения ситуации» (курсив мой. – Е.Ж.), – утверждается в исследовании. Назначение сотрудников выражено предельно ясно – повысить ценность организации. Еще более откровенны те, кто называет работников «винтиками» и требует исключить человеческий фактор из исполнения бизнес-процессов «для обеспечения более качественных данных и расчетов», уповая, по-видимому, на искусственный интеллект.

Приведенные замечания позволяют сделать первый вывод. Практики понимают, что эффективность применения цифрового интеллекта зависит от сотрудников. Но допускают методологические ошибки: считают работников винтиками, надеются на исключение человеческого фактора при внедрении искусственного интеллекта.

Формирующаяся на базе искусственного интеллекта знаково-символическая культура интеллектуальной фирмы действительно обеспечивает в цифровой экономике производительность, во много раз превосходящую производительность традиционной фирмы. Одно это ставит интеллектуальную фирму в особое положение в современной экономике и делает социально-экономическим феноменом. Для его научного понимания необходим новый понятийный аппарат, новая теория, принципиально отличная от теории традиционной фирмы. Инструменты последней утратили научный смысл, оказались непригодными для понимания нового феномена – человеконаправленной интеллектуальной фирмы.

Работа человека в интеллектуальной фирме оказывается регламентированной неподвластной ему силой искусственного интеллекта – сверхприродного феномена. Свобода поведения сводится лишь к выбору варианта «коридора» действий в той или иной ситуации, где человек становится придатком «интеллектуальной» машины. Естественный интеллект оказался неадекватным созданному им самим искусственному интеллекту: у первого предел развития ниже, чем у второго, еще ниже скорость эволюционного движения к пределу. Человек уже не в состоянии овладеть и нормально оперировать теми большими данными, с которыми без проблем работает «умная» машина [Жернов, 2022]. Тем самым создается все большая зависимость человека от машины, труд дегуманизируется.

Признаком перехода от традиционной фирмы к интеллектуальной фирме является организация дел в не соответствии с законами живого мира, развития природного, натурального интеллекта, а в соответствии с законами искусственно созданного и воспроизводимого мира вещей, а теперь и интернета вещей. «Этот мир имеет свои законы, неподвластные живым существам <...> Человечество преодолевает уровень живой материи. На смену социальной организации живых существ приходит социальный механизм, воплощающий в себе отчужденные волю и интеллект человечества» [Зиновьев, 2006, с. 219]. Есть опасение, что интеллектуальные фирмы будут представлены в будущем таким отчужденным «интеллектом фирмы».

Теорию интеллектуальной фирмы, в основе которой лежит понятие «интеллект фирмы», разрабатывают О.С. Сухарев и Р.И. Хабибуллин. Под интеллектом фирмы авторы понимают «трехкомпонентную субстанцию»: 1) «сложный накопленный объем знаний и опыта в сфере деятельности фирмы». Они обоснованно отмечают, что это знание, созданное предыдущими поколениями сотрудников фирмы, зафиксированное на определенном носителе или воплощенное в созданном оборудовании, приборе, технологии, принадлежащих фирме [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 11]. Уточним – принадлежащих

собственнику фирмы. Речь идет о явных формализованных знаниях сотрудников нескольких поколений; 2) «способность кадров генерировать знание, пополняя тем самым интеллект фирмы». «Интеллект фирмы» выглядит в этом случае как некий фонд фирмы, где аккумулированы «управленческие know-how, а также способы познания, применяемые или созданные сотрудниками фирмы, в том числе без фиксации на неких материальных носителях» – то, что сами авторы называют результатом труда работников фирмы [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 11]. Речь идет о неявных знаниях работников; 3) «способности кадрового состава фирмы, в том числе интеллектуальные, опыт, умение анализировать функционирование фирмы и ее окружения». Авторы рассматривают это как «способность кадров применить знание» [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 11]. Очевидно, речь идет о компетенциях работников.

Как видно, интеллект фирмы в представлении авторов – это знания и способности работников фирмы. Но в дальнейших рассуждениях работники заменяются интеллектуальным капиталом с пояснением: «Понятие “интеллект фирмы” шире понятия “интеллектуальный капитал” и в какой-то степени зависит от него» [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 11]. При этом авторы подчеркивают: «априори ясно, что интеллект работников ... определяет интеллект фирмы» [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 12]. Однако утверждение, что «интеллект работников – часть интеллектуального капитала фирмы», представляется дискуссионным [Логачев, Жернов, 2006].

Следует отметить, что авторы не обособляют понятие «интеллект фирмы» от интеллекта работников: «Конечно, интеллект фирмы формируется интеллектом ее работников, а также созданными ими технологиями познания окружающего мира, включая процессы на самой фирме» [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 13]; не исключают интеллект работников из характеристик интеллектуальной фирмы: «создание интеллекта зависит от образованных кадров на фирме», «одна из существенных характеристик интеллекта фирмы – интеллект работников предприятия» [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 17, 19]. Авторы при-

знают: «Основная часть добавленной стоимости интеллектуальной фирмы формируется за счет сотрудников»; «работники интеллектуальных фирм являются не просто наемной рабочей силой (как в традиционных компаниях), а выступают полноценными участниками хозяйственных процессов (а в некоторых случаях – и совладельцами предприятия)» [Сухарев, Хабибуллин, 2021, с. 21]. В конечном счете, все это закономерно привело авторов к «механизмам вовлечения работников в принятие управленческих решений на всех уровнях организации».

Итак, второй вывод. Понятие «интеллект фирмы» довольно условное, иррациональное. Оно стоит в одном ряду с антропоморфными [Жернов, 2016] понятиями «знание фирмы», «мозг фирмы», IQ фирмы и т.п. Первый термин – основная категория технологии управления знаниями. Вторым использован британским кибернетиком С. Биром [Бир, 1993]. Вспомним, что ярким «антикибернетиком» в вопросе о возможностях синтетического моделирования человеческого интеллекта был Э.В. Ильенков [Ильенков, 2006]. Третий – Б. Гейтсом [Гейтс, 2000]. Все антропоморфисты независимо от сферы своей деятельности отождествляют фирму с биологическим видом *homo sapiens*, что весьма проблематично.

В классических теориях фирмы нет метафорических (иллюзорных) понятий. Так, в теории делового предприятия Т. Веблена [Веблен, 2007] речь шла об активах, роли собственников фирмы, дисциплине, индивидуальном мастерстве и т.д. Авторы, используя методы экономического анализа, обходились без абстрактных категорий, далеких от реальности.

Человек как часть живого мира следует его законам и как всякий другой биологический вид стремится обеспечить возможность своего дальнейшего всестороннего развития, включая интеллектуальное. Поэтому нынешние представления об интеллекте человека – итог длительного эволюционного процесса развития его сознания и духовного мира. «Некоторые философы, а также другие исследователи отмечают, что именно духовная нравственность, или “нрав-

ственность в духовном смысле” конституирует такое явление, как человеческий интеллект» [Салихов, Салихова, 2022, с. 77]. Какая нравственность может быть у фирмы? Очевидно, прежде всего, нравственность ее собственника. Понимание интеллекта должно отражать те свойства реальности, которые необходимы для обеспечения существования и способны содействовать дальнейшему развитию Человека. Этим и отличается *homo sapiens* от всех своих созданий и творений: искусственного интеллекта, фирмы и т.д.

Мы считаем методологически верным выстраивать теорию интеллектуальной фирмы на более реалистичном основании – интеллекте человека, а не на интеллекте фирмы. Результат может быть получен на стыках антропологических, социально-экономических дисциплин, изучающих сложные системы, которые на данном этапе развития научной мысли не до конца поддаются эмпирическому анализу. Можно, конечно, начать с «интеллекта фирмы», но постепенно необходимо приближать модель к реальности. Это единственно верное, на наш взгляд, направление создания теории интеллектуальной фирмы.

В заключение можно сделать общий вывод: практики в фирме закономерно пришли от искусственного цифрового интеллекта к естественному интеллекту работников, а теоретики – от естественного интеллекта через интеллектуальный капитал под влиянием искусственного интеллекта ушли к интеллекту фирмы. Таким образом, у собственника фирмы есть искусственный или цифровой интеллект как средство производства и естественный интеллект наемных работников, эксплуатируемый им в соответствии со своими целями. Никакого интеллекта фирмы нет и быть не может, если только фирма будущего не станет «киборгом». Но это уже другая тема исследования.

#### Библиографический список

1. Андреева Т. А., Чайка В. А. К дискуссии о сущности динамических способностей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Вып. 4. – 2006. – С. 163-174.
2. Ахметов С. Цифровой интеллект: прокачайте его и используйте технологии для бизнеса по максимуму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/digital-iq/> (дата обращения: 10.01.2023).
3. Бир С. Мозг фирмы. – Москва: Радио и связь. – 1993. – 416 с.



4. Веблен Т. Теория делового предприятия. – Москва: Дело. – 2007. – 288 с.
5. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. – Москва: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 480 с.
6. Жернов Е. Е. Антропоморфизм фирмы: за и против // Экономист. – 2016. – № 11. – С. 36-46.
7. Жернов Е. Е. «Простое» и «сложное» для искусственного интеллекта в образовании // В сборнике: Цифровые трансформации в образовании (E-Digital Siberia 2022). Материалы VI Международной научно-практической конференции. Новосибирск, 2022. – С. 129-134.
8. Зиновьев А. А. Фактор понимания / А.А. Зиновьев. – Москва: Алгоритм, Эксмо, 2006. – 528 с.
9. Ильенков Э. В. Об идолах и идеалах. – Киев: Час-Крок, 2006. – 312 с.
10. Как компании оценили свою цифровизацию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esm-journal.ru/material/Digital-IQ-v-Rossii-Kak-kompanii-ocenili-svoju-cifrovizaciju> (дата обращения: 10.01.2023).
11. Логачев В., Жернов Е. «Интеллектуальный капитал» с позиции трудовой теории стоимости // Экономист. – 2006. – № 9. – С. 36-41.
12. Салихов Б. В., Салихова И. С. Духовно-нравственные императивы развития современного хозяйства. – Москва: Издательство: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2022. – 188 с.
13. Сонин Е. Зачем компаниям цифровой интеллект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/04/21/828456-zachem-tsifrovoi> (дата обращения: 10.01.2023).
14. Сухарев О. С., Хабибуллин Р. И. Перспективы развития теории интеллектуальной фирмы // Экономическая наука современной России. – 2021. – № 2 (93). – С. 7-26.
15. Digital IQ в России: как измерить цифровую зрелость российских компаний. Совместное исследование РwC в России и АBBYY Russia. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/tedo/164734-digital-iq> (дата обращения: 10.01.2023).

***E. E. Zhernov***

*T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Kemerovo, Russia*

## **ON THE CORRECTNESS OF THE CATEGORY “FIRM’S INTELLIGENCE”**

The article presents a study of the problemativeness and correctness of the category “firm’s intelligence”. The purpose of the article is to analyze the category of “firm’s intelligence” through the optics of humanism and anthropomorphism. The research is carried out in the humanistic context of the theory of an intellectual firm, in which priority belongs to the human principle. In this regard, it is concluded that the use of the category “firm’s intelligence” is not correct.

**Key words:** digital intelligence, artificial intelligence technologies, employee intelligence, anthropomorphism, humanism, intellectual firm theory.