

Economia bazată pe cunoaștere – NOUA ECONOMIE?

Niculae Niculescu

Profesor universitar doctor
Universitatea „Petre Andrei” din Iași

Abstract. *The status of knowledge and information as development resources make us familiar with the phenomena on which THE NEW ECONOMY is founded. They reveal the fact that the universalisation of the scientific and technical values does not have alternative on the evolutionary level of mankind. Named with slight differences and variations, as we have already stated, the new economic and social reality has several specific features: the technologies based on microelectronics and computer science, biotechnologies, genetic engineering, green revolution, nuclear technology, space navigation etc. The transformation of management in a key –social function, responsible for the achievement of the best possible results, is also owed to the fact that information and knowledge have become requisite to the economic development.*

Key words: knowledge economy; post-industrialism; communication enterprise; managerial revolution; information society; human capital.

„În viață, orice este Schimbare, Calitate, Istorie. Gândirea...este în esență dialectică”.

N. Georgescu Roegen

Conștiința erei postmoderne este frământată de ideea schimbării, deși nu e pentru prima dată în istoria umanității când profunde metamorfoze economice, culturale și politico-sociale provoacă angoasă. În ultimele două-trei decenii, schimbările produse încet, dar ferm, au creat o realitate în care vechiul stil de viață și mod tehnic de producție industrial își găsesc loc din ce în ce mai puțin. O parte tot mai însemnată a civilizației umane, și nu doar din țările dezvoltate economic, începe să nu se mai simtă „acasă”. Sunt contestate atât modalitățile de organizare a sistemelor productive sau pattern-urile sociale, cât și denumirea societății cu care ne-am familiarizat.

Primele întrebări clare și pertinente, legate de valabilitatea și consistența conceptului de societate industrială, le aparțin lui Daniel Bell, Herman Kahn, Collin Clark și Jean Fourastié, care, încă de la începutul anilor '60, semnalau venirea „post-industrialismului”¹. Tranziția de la societatea industrială la următoarea fază a dezvoltării economice nu înseamnă cătuși de puțin că, după epoca industriei, nu va mai exista „industrie”. „Noua industrie” va fi însă una automatizată și

robotizată, o industrie cibernetizată, o industrie informatizată. Diferența dintre acest nou tip în raport și cel „clasic”, al „coșului-de-fum”, în formularea lui Alvin Toffler, este imensă², fiind mult mai profundă decât deosebirea dintre industria manufacturieră a secolelor XVII-XVIII-lea și industria mașinistă care i-a urmat.

Noul fenomen istorico-economic nu are o singură denumire, ci o multitudine, fiecare având o justificare, evidențiind o trăsătură specifică a noilor forțe economice și tehnologice ce prind contur. Iată câteva dintre acestea: *societate postindustrială, societate informațională, civilizație tehnologică, societate postcapitalistă, economie bazată pe cunoaștere și informație* etc. Fiecare dintre aceste denumiri este, în același timp, o metaforă. Multitudinea de termeni prin care se încearcă definirea acestui fenomen mai indică și faptul că ceea ce încă nu s-a conturat și așezat în forme stabile nu poate fi etichetat clar și univoc. Procesele de formare și de desăvârșire a noilor paradigme și a modelelor cognitive adecvate vor aduce după sine și cristalizarea terminologiei proprii. Oricum, ceea ce se

prefigurează în prezent este total diferit de ceea ce s-a cunoscut până acum. Este un truism, dar trebuie spus: trecutul trece în istorie, iar noua societate își conturează tot mai clar coordonatele de fond. Or, societatea nouă este, generic, din toate punctele de vedere, o societate „post”.

Pentru a desluși sensurile schimbărilor prezente, este utilă analiza istorică, fie și sumară, a evoluției sistemelor economico-tehnologice, de la afirmarea modului industrial de producție și până în zilele noastre.

Prima revoluție științifico-tehnică, denumită și „revoluție industrială”, a cărei esență a reprezentat-o mecanizarea, a fost caracterizată prin trecerea de la munca manuală, artizanală, la activitatea mecanizată din fabrică. Organizarea fluxurilor economice a avut ca pivot concentrarea producției în marile centre urbane, ca bază a mării industrii. Concomitent, diviziunea muncii s-a transformat din cooperare între lucrători în cooperare între mașini, începând o nouă structurare a spațiului social-economic sub semnul raționalizării³.

Raționalizarea a constituit caracteristica distinctivă a revoluției industriale. Sinteza principiului raționalizării a reprezentat-o concepția tayloristă privind organizarea producției. Taylorismul își propunea realizarea unui salt vizând eficiența, pe baza a două măsuri:

1) încetarea conflictelor de muncă între patroni și muncitori, pentru a se crea cadrul necesar ordonării și sistematizării fluxurilor de activitate din fabrici;

2) asigurarea unui control permanent al proceselor de producție, pentru a putea introduce cele mai performante metode de organizare, planificare și coordonare. Metodele tradiționale au fost înlocuite cu metode noi de raționalizare a producției. Raționalizarea presupune generalizarea de norme și standarde de muncă și performanță, care să permită măsurarea exactă a efortului depus de fiecare lucrător, repartizat la un post de muncă în care putea garanta un randament maxim. Principiile taylorismului, cu ajutorul cărora se încerca raționalizarea activității, au fost: studiul operațiunilor de muncă; selectarea riguroasă și instruirea sistematică a lucrătorilor; angajament maxim al lucrătorilor prin sisteme de retribuție adecvate; control ierarhic strict al activității⁴.

Aplicarea riguroasă a principiului raționalizării în practica industrială a demonstrat faptul că taylorismul este un model de organizare a muncii constând într-o adaptare umană maximă la mașină. Patologiile sociale suscitade de taylorism au atras atenția asupra faptului că raționalitatea tehnico-economică trebuie subordonată raționalității socioumane, și nu impusă autoritar acesteia. Treptat, s-a înțeles că taylorismul nu este decât o fază a unui experiment social-economic în desfășurare și nicidecum încheierea căutărilor de ordin managerial, cum atât de euforic susțineau apologeții⁵. Industrializarea a fost contextul în care a apărut și s-a afirmat taylorismul, sistem ce a debutat ca o aplicare a metodelor științifice și a sfârșit prin a provoca declanșarea și promovarea unor schimbări economice, tehnologice și sociale majore.

A doua revoluție științifico-tehnică a avut ca esență automatizarea producției. Noile tehnologii, rezultate ale evoluțiilor științifice, au asimilat soluții integrate, reglând

întregi fluxuri tehnologice, impunând activitatea de concepție și programare ca element esențial al muncii și al procesului de creare a valorii economice. Dihotomia „productiv-neproduktiv” s-a relativizat, chiar până la ștergerea diferențelor, generând și afirmând statusuri și roluri noi în spațiul social-economic. Munca de concepție și de proiectare tehnologică și socială a devenit veriga principală a lanțului tot mai complex al acțiunii economice eficiente. Computerul și tehnologiile informatice s-au transformat în veritabile simboluri ale „celei de a doua revoluții industriale”. Acestea au devenit catalizatoare ale altor „noi tehnologii” – microbiologia, energetica, materialele, comunicațiile etc. Asimilarea intensă, într-o perioadă istorică relativ scurtă, a realizărilor științifice a generat suportul necesar pentru revoluționarea managementului, concretizată în posibilitatea trecerii la organizarea muncii pe module. Aceasta a generat forme inedite de comportament: „industrializarea” inteligenței pune bazele unui nou tip de lucrător, „proletarul cunoașterii”, cum l-a numit Peter Drucker⁶. Expertul se anunță principală sursă a valorii economice și, în același timp, principal tip de lucrător.

În sfârșit, statuarea cunoașterii și informației ca resurse ale dezvoltării ne familiarizează cu fenomenele care se situează la originile NOII ECONOMII. Acestea relevă faptul că universalizarea valorilor științei și tehnicii nu cunoaște alternativă la scara evoluției societății umane. Denumită nuanțat și variat, după cum am menționat, noua realitate economică și socială are ca specific mai multe trăsături: tehnologiile axate pe microelectronică și informatică, tehnologiile biologice, ingineria genetică, revoluția verde, tehnica nucleară, navigația spațială etc. Transformarea managementului în funcție socială-cheie, responsabilă pentru atingerea unor rezultate cât mai ridicate, se datorează, de asemenea, faptului că informația și cunoașterea au devenit indispensabile progresului economic.

Care ar fi principalele trăsături ale noii societăți:

1) prevalența cunoașterii teoretice ca urmare a informatizării cvasigeneralizate a spațiului social;

2) sub raport instituțional, organizațiile specializate în cercetarea și formarea capitalului uman vor asigura legitimitatea la nivel de experți pentru toate instanțele decizionale;

3) baza economică a întregii producții o va constitui producția de cunoaștere specializată;

4) resursele umane vor domina, practic, nelimitat, pentru o dezvoltare pragmatică a centrelor de stimulare și motivare a inteligenței individuale și colective;

5) politicul își va păstra vocația și prerogativele pe care le are în conceperea și proiectarea acțiunii economice și sociale, dar se va focaliza, cu precădere, asupra strategiei cercetării și formării capitalului uman;

6) echilibrul dinamic al noii societăți se va asigura prin menținerea simetriei structurale între sistemul privat și cel public;

7) stratificarea socială va avea ca sursă naturală tipurile de componente profesionale, generate de diversificarea nivelurilor de calificare și de standardele fiecărei calificări în parte;

8) creșterea exponențială a diversificării spațiului social va aduce în prim-plan problema coeziunii sociale a spațiului social global;

9) rezistența la birocrație și incapacitatea acesteia de a asigura un nivel corespunzător al eficienței va orienta mișcarea istorică spre ad-hocratism și spre cultura adversă;

10) cultura organizațională, specifică industrialismului, bazată pe coduri și instituționalizări ale muncii și datoriei, va ceda treptat în fața atitudinilor și comportamentelor marcate de hedonism materialist. În noul context existențial, va predomina „viața interrelațională”, nevoia de comunicare, necesitatea de planificare a cunoașterii și de transformare a realității sociale într-o rețea de conștiință⁷.

Economia bazată pe cunoaștere, specifică societății postcapitaliste, este definită prin următoarele trăsături⁸:

1. *Supremația valorilor necorporale.* Valoarea unei firme din economia industrială este dată, în primul rând, de elementele materiale, corporale din patrimoniu. În schimb, competitivitatea și, implicit, valoarea unei firme din economia cunoașterii este determinată de capacitatea de a dobândi, disemina și valorifica cunoașterea și informațiile.

2. *Demasificarea piețelor.* Produsele și serviciile devin tot mai adaptate nevoilor specifice ale unor nișe sau chiar „particule” ale pieței. Demasificarea piețelor atrage demasificarea marketingului, proces care deplasează economia dinspre omogenitate și nediferențiere către eterogenitate extremă.

3. *Modificarea naturii muncii.* Nonintersanjabilitatea muncii și nevoia crescândă de expertize specializate complexe se generalizează. Munca de rutină, repetitivă și programabilă cedează teren în fața muncii creative, nonrepetitive, abordând sarcini inedite.

4. *Inovația este cheia succesului.* Supraviețuirea firmelor nu mai este posibilă fără asigurarea unor fluxuri constante de inovații care să vizeze toate aspectele funcționării lor. Or, inovația continuă, asimilarea permanentă a noului, înseamnă schimbări. Orientarea spre schimbare devine o lege.

5. *Revenirea la „scara redusă”.* Diferențierea produselor implică diferențierea proceselor, iar aceasta exclude economiile de scară atât de râvnite în producția industrială. „Scara redusă” furnizează, în schimb, o valoare economică ridicată. Mare nu înseamnă neapărat și bun, iar mic nu mai este sinonim cu slab și necompetitiv.

6. *„Dereglementarea” organizării.* Orientarea spre schimbare și inovație nu mai face posibilă menținerea unor angrenaje organizatorice fixe pe durate mari de timp. Descentralizarea decizională, destandardizarea procedurilor de muncă, deformalizarea relațiilor organizaționale, creșterea ponderii comunicării informale vor constitui cadrul organizatoric în măsură să asigure creativitatea, reactivitatea și flexibilitatea organizațiilor de afaceri.

7. *Integrarea sistemelor economice.* Interdependența crescândă a elementelor ce alcătuiesc sistemele economice duce la o mai pronunțată integrare a acestora. Coordonarea eficace a sistemelor de afaceri integrate pretinde, în schimb, volume tot mai mari de informații și o redutabilă capacitate de procesare a informațiilor.

8. *Informatizarea infrastructurii de afaceri.* Sistemele informatice reprezintă baza unor vaste și ramificate rețele parteneriale, multe dintre ele extinse la scară globală.

9. *Accelerarea ritmului tranzacțiilor și operațiunilor economice.* Economia vitezelor mari înlocuiește economia scării mari. Timpul se transformă într-o variabilă critică, fiecare interval temporal valorând mai mult decât cel anterior. Concurența dintre firme se bazează pe timp, mai exact pe rapiditatea reacțiilor, iar abordările lente, secvențiale, pas cu pas, sunt înlocuite de „abordări simultane”.

Aceste caracteristici ale noii economii suscită schimbări profunde în „fiziologia”, dar mai ales în „psihologia” firmelor, care nu numai că trebuie să își reinventeze structurile, ci să garanteze o altă calitate, superioară, a funcțiilor.

Reputatul gânditor francez Edgar Morin remarcă amploarea, în lumea modernă, a unor deloc de neglijat elemente de entropie normativă precum: neoanarhismul, neoruralismul, neonaturalismul etc.⁹ Ca efect major al acestor manifestări, statul-națiune (în egală măsură ca realitate socială, realitate economică și realitate simbolică) se găsește la confluența a două tendințe absolut divergente: pe de o parte, aspirațiile infranaționale (regionalismele, particularismele culturale, etnice și politico-economice), iar pe de altă parte, tendințele integraționiste, supranaționale, mergând chiar până la federalizare. În acest din urmă sens, țările dezvoltate economic au deplasat deja accentul către cooperarea transfrontalieră, focalizându-și eforturile spre reducerea tensiunilor naționaliste. Însă, de data aceasta, tensiunile naționaliste nu mai vizează componenta etnică, ci mai curând pe cea economică. În contextul mondializării tot mai accelerate a societății informaționale (post-industriale), la care participă în egală măsură actori guvernamentali și nonguvernamentali, atât la nivel național, cât și supranațional, continental, generând mutații în structurile sistemelor economico-sociale, problema păstrării unității în diversitate relevă actualitatea reșezării din temelie a structurilor vieții economice și sociale. Această restructurare profundă trebuie, însă, înțeleasă corect. Gândind viitorul în exclusivitate în termeni științifici, tehnologici și ai eficienței economice, există riscul unor sancțiuni severe pentru ignorarea variabilei om din ecuație. „Revoluția managerială”, ca vector conducător al societății postindustriale, și-a propus să ofere corecții prin deplasarea accentului de la eficiența tehnico-economică la eficiența umană globală, prin „sisteme de organizare rațională”, protejate normativ și axiologic în mod corespunzător¹⁰.

Globalizarea economică, trăsătură și, în același timp, vehicul al noii societăți, are multiple implicații. De exemplu, în perioada modernă, a economiilor industriale, strategia și, în general, managementul strategic făceau parte numai din arsenalul marilor corporații. Adesea, strategiile aveau și o pronunțată componentă internațională, în timp ce IMM-urile erau sortite unei existențe locale. Între timp, lucrurile s-au schimbat. Foarte multe IMM-uri nu mai sunt „locale”, ci devin actori activi ai afacerilor regionale și globale. Chiar dacă piețele lor au rămas locale, natura concurenței s-a schimbat enorm. Concurența a devenit internațională. Deschiderea frontierelor a eliberat circulația produselor,

tehnologiilor, finanțelor, resurselor umane și informaționale. Deschiderea economiilor naționale a provocat un efect major, imposibil de neglijat: „diluarea” a ceea ce, în mod tradițional, ne-am obișnuit să numim „macroeconomie”. În acest fel, localul și microeconomicul sunt conectați și integrați direct în economiile regionale și globală. Tot mai mult, chiar și afacerile mărunte se cer a fi conduse ca și cum ar fi afaceri multinaționale. În acest context, unii experți vorbesc tot mai des despre așa-numita „erodare a suveranității economice” a statelor naționale. Pârghiile keynesiene și neoclasice de management macroeconomic și-au dovedit eficacitatea într-o lume în care economiile aveau frontiere protejate, astfel încât puteau fi, cel puțin parțial, neutralizate efectele provenite „din-afară”, iar „interiorul” era supus unor stimuli, natura și intensitatea acestora asigurând performanțele macroeconomice dorite.

În prezent, lucrurile s-au modificat însă. Capitalul, eliberat de „cătușele naționalității”, fuge peste frontiere, în locuri mai „ospitaliere”, unde îi poate fi asigurat un randament financiar superior, în cazul în care condițiile „de-acasă” nu îi mai convin. Totodată, aderarea statelor naționale la structuri supranaționale presupune, de regulă, cedarea unor competențe și prerogative de politică economică în favoarea suprastructurilor. La acestea se mai adaugă și faptul că delocalizarea producțiilor și constituirea unor rețele de afaceri la scară globală fac extrem de dificilă, uneori chiar imposibilă, contabilizarea și reglementarea fiscală a unor fluxuri economice importante¹¹.

Forțele impersonale ale piețelor mondiale, integrate de-a lungul perioadei postbelice mai curând de firmele private din domeniul finanțelor, industriei și comerțului decât de către deciziile comune ale guvernelor, sunt în prezent mai puternice decât statele despre care se presupune că ar deține autoritatea politică fundamentală asupra societății și economiei. Acolo unde statele erau cândva stăpâne ale piețelor, acum piețele sunt cele care, în multe probleme esențiale, sunt „stăpânele” guvernelor, iar declinul autorității statelor este reflectat de o difuziune crescândă a puterii spre alte instituții, asociații și organizații, inclusiv spre structurile regionale, ca și de o asimetrie crescândă între statele mai mari, cu o solidă putere structurală, și statele mai slabe, lipsite de o asemenea putere. Cauza fundamentală a răsturnării echilibrului de putere dintre stat și piață este ritmul accelerat al schimbărilor tehnologice¹². Competiția pentru segmente din piețele mondiale a înlocuit competiția pentru teritoriu, grație mizei modificate datorită noilor tehnologii. În noul joc economic, ceea ce contează cel mai mult este adăugarea puterii de tranzacție conferită de o arie economică mai vastă. Mai mult, căutarea alianțelor cu alte state sau organizații interguvernamentale trece într-un plan subsidiar, căutarea aliaților printre corporațiile transnaționale devenind esențială. Explicația pare simplă: puterea financiară a marilor corporații le permite acestora inovații tehnologice importante, ca bază pentru posibilele avantaje economice, dar cel mai râvnit avantaj nu mai este scăderea costurilor, ci deținerea controlului. Se creează, în acest fel, centre alternative de putere: guvernele naționale nu mai au monopolul „putere”,

corporațiile transnaționale încă nu-l au, iar golurile rămase reprezintă terenul de dispută pentru un mix caleidoscopic de rivali: firme, organizații criminale internaționale, organisme non-guvernamentale etc. Puterea în societatea postmodernă este foarte disputată, existând mai mulți actori influenți, guvernamentali și nonguvernamentali deopotrivă, iar structurile puterii au un pronunțat caracter poliarhic¹³.

Provocări manageriale ale societății informaționale

Conceptul de societate informațională a fost definit ca o societate care a devenit dependentă de rețelele complexe de informații și comunicare și care alocă cea mai mare parte din resurse activităților din zona informației și comunicării¹⁴. Principalele tendințe identificate în această societate pot fi sintetizate astfel¹⁵:

- 1) interesează oferta de informație – numărul persoanelor care pot transmite informații la distanțe mari, cu un preț scăzut, crește exponențial;
- 2) sporește, însă, într-un ritm considerabil mai lent, consumul de informație (cantitatea receptată sau căreia i se acordă atenție);
- 3) rămâne la un nivel aproape constant utilizarea informației, iar oferta supradimensionată față de cerere este o sursă de dezorientare a utilizatorilor.

Pe de altă parte, fenomenul de globalizare economică se repercutează în plan cultural, având ca rezultat intensificarea exporturilor nu numai de produse, servicii și mărci, ci și de modele de comportament social și mentalități. În fața acestui curent, provenit din anumite spații culturale-economice mai avansate, se produce frecvent o recrudescență a manifestărilor din sfera identităților etnice, pe fundalul preluării anumitor elemente culturale „imigrante”.

Consecințele acestei veritabile revoluții în comunicare, produsă în ultimele decenii, nu sunt încă foarte clare. Este evident, însă, că există atât efecte pozitive, cât și efecte negative. Unii analiști anticipează apariția unei comunități globale echitabile, în timp ce alții întrevăd o lume uniformizată, controlată de câteva centre de putere, culturi sau conerne transnaționale.

Este evident că și pe plan organizațional efectele vor fi considerabile. La nivel macroeconomic, se asistă deja la o extindere a organizațiilor multinaționale și, în spațiile mai puțin competitive economic, inclusiv România, la creșterea numărului de fuziuni sau de preluări de companii autohtone, mai slabe financiar, tehnologic și imagologic, de către corporații străine mai puternice.

Vor avea loc schimbări profunde și la nivel microeconomic, în special în structurile și în algoritmurile organizaționale. În firme, crește importanța birourilor în comparație cu departamentele productive, întrucât tratamentul informației ocupă un loc tot mai important în procesul de creare a valorii economice. Răspândirea tehnicilor moderne de procesare a informației a determinat o triplă schimbare în munca de birou¹⁶: 1) una tehnică, incontestabilă în capacitatea de tratare a informației, a interconexiunii datelor, imaginilor și simbolurilor; 2) o alta

economică: scăderea costului acestor utilități, care a determinat dotarea tuturor organizațiilor și, corelativ, creșterea valorii muncii intelectuale; 3) una socială, întrucât circa jumătate din populația activă a unei țări dezvoltate desfășoară activități de natură informațională.

Aceste schimbări se concretizează în apariția unor dezechilibre multiple¹⁷:

- raportul activitate de concepție/activitate de realizare se modifică în favoarea primei activități: munca cotidiană încorporează tot mai mult procese cognitive și mentale, iar anumite sarcini cu un caracter repetitiv nu mai sunt îndeplinite de oameni, ci de mașini;

- raportul decizie/ execuție se modifică în sensul că: 1) se restrâng ocaziile de a decide prin suprimarea activității de selectare manuală a informațiilor și de intervenție în transmiterea informațiilor; 2) crește capacitatea de autocontrol a fiecărui angajat asupra propriei activități prin accesul rapid la informațiile necesare, sporind, totodată, capacitatea de autoevaluare și ajustare pe parcurs a deciziilor și acțiunilor; 3) se accentuează interdependența nivelurilor și rolurilor decizionale, ceea ce înseamnă că decizia „se banalizează”;

- discrepanța între ierarhie și raporturile funcționale orizontale se reduce: prin multiplicarea mijloacelor de transmitere și procesare a informațiilor se realizează transversalitatea relațiilor de muncă, iar o rețea tehnică de raporturi informaționale „față în față” înlocuiește vechile circuite ierarhice;

- educația resurselor umane nu se mai limitează la o secvență inițială înainte de angajare, dobândind un predominant caracter continuu, chiar organizația în sine transformându-se „în organizație care învață”.

Experții prevăd că organizațiile de afaceri cu poziție de lider se vor baza pe tehnologie avansată, vor fi orientate spre servirea clienților și, cel mai important lucru, pe educarea adulților¹⁸. Incontestabil, cea mai importantă trăsătură a firmelor excelente va fi existența unei culturi a învățării continue. Rezultatele activității unor organizații de acest fel vor fi produsele și serviciile „bogate” în cunoaștere și informații, distribuite pe piață într-un context în care concurența este mai intensă ca niciodată. Pentru a ajunge la o „organizație care învață” este nevoie ca managerii să-și orienteze atenția către concepte cum ar fi „competențele de bază” și „concurența pe bază de capacități”. Această mutație implică nevoia reevaluării rolului capitalului uman. Totuși, sistemele de contabilitate încă nu au făcut pașii necesari pentru a trece de la măsurarea eficienței utilizării capitalului financiar la măsurarea procesului de formare și valorificare a capitalului uman. Indicatorii de eficiență, focalizându-se asupra evidențierii performanțelor pe termen scurt, nu explicitează modul de „construire” a unor capacități pe termen lung.

Fără îndoială, dimensiuni ca tehnologia, strategia, alianțele și inovația constituie componente esențiale ale viabilității firmelor, care vor influența și în viitor avantajul competitiv. Cu toate acestea, fiecare dintre aceste zone esențiale va fi tot mai dependentă și tot mai mult determinată de capacitățile umane ale organizației. De aceea, credem că viitorul avantaj economico-strategic va reveni firmelor

care vor reuși cel mai eficient să atragă, să dezvolte și să mențină un portofoliu uman, constituit din cele mai bune capacități umane existente pe piață. Nu capitalul financiar și, cu atât mai mult, nu capitalul fizic vor reprezenta „osatura” organizațiilor de afaceri, ci capitalul uman (intelectual) al acestora. Îmbunătățirea sistematică a practicilor de atragere, de dezvoltare și de menținere a capitalului uman se va situa, indiscutabil, în centrul strategiilor de afaceri.

Pentru atragerea celor mai buni oameni, organizațiile vor trebui să înțeleagă și să se obișnuiască cu diversitatea. Pentru dezvoltarea celor mai buni lucrători, organizațiile de afaceri vor trebui să dispună de o funcție strategică a resurselor umane. În context, considerăm că departamentele performante de resurse umane vor avea două funcții distincte: administrarea resurselor umane (incluzând salariile, relațiile de muncă, problemele juridice privind munca etc.) și strategia privind resursele umane (incluzând sistemele și abordările strategice privind atragerea, dezvoltarea și menținerea capitalului uman). Managementul resurselor umane, dintr-o funcție subordonată, cum este în prezent, va deveni o funcție strategică a firmei, cel puțin la fel de importantă ca finanțele sau marketingul, de exemplu. În cele din urmă, pentru menținerea celor mai buni, organizațiile de afaceri trebuie să fie percepute drept credibile. Deoarece credibilitatea este un fenomen perceput, firmele trebuie să-și analizeze periodic baza de competențe umane în vederea stabilirii cursului necesar de acțiune pentru păstrarea și construirea unei imagini credibile. Capitalul uman este dezvoltat prin credibilitate organizațională. Demonstrarea unui stil managerial etic, responsabil, prin aderarea și promovarea unor valori-cheie, orientarea spre îmbunătățirea continuă a produselor, proceselor și practicilor și manifestarea permanentă a grijii pentru oameni vor fi însemnele firmelor performante din societatea postindustrială.

Responsabilizarea ca bază a profesionalismului, reactivitatea și creativitatea umană constituie valorile-cheie ale lumii economice care se naște și prinde contur sub ochii noștri. Politicile și strategiile organizațiilor de afaceri vor trebui să reflecte aceste valori. Răspunsurile la următoarele interogații vor sta la baza strategiilor de afaceri promovate de firme în societatea postindustrială¹⁸:

- 1) în ce măsură sistemele de evaluare a performanțelor și de recompensare sprijină valorile-cheie menționate?
- 2) în ce măsură stilurile și practicile manageriale practicate promovează responsabilizarea angajaților?
- 3) cât de compatibile sunt sistemele tehnice și potențialul tehnologic cu modelele de organizare?

În profunzimile economiei cunoașterii

În economia bazată pe cunoaștere și informații, producția se realizează în locul în care se materializează influențele comunicării¹⁹. Acest fenomen determină redefinirea logicii de producție, bazată până în prezent pe criterii cum ar fi standardizarea proceselor, control ierarhic strict, diviziunea muncii, reducerea costurilor de producție, creșterea productivității muncii etc. În noua economie,

desfășurarea activităților pe baza acestei logici duc inevitabil la epuizarea rapidă a rezervelor de eficiență, rezultate din economiile de scară și din intensificarea directă a muncii. Noua logică a Noii Economii se bazează, în schimb, pe soluții cum ar fi „economiele de flexibilitate”, obținute prin raportarea costurilor fixe la un număr mai mare de tipuri de produse sau activități și intensificarea indirectă a muncii, bazată pe modele flexibile de organizare și coordonare a lucrătorilor. În condițiile în care cunoașterea și informația au devenit factorii de producție centrali, raționalizarea proceselor prin standardizare și acumularea de capital nu mai pot constitui singura sursă de creștere a eficienței economice. Extinderea polivalenței angajaților, ameliorarea calității, creșterea efortului de cercetare-dezvoltare, procesarea informației substituie treptat reducerea costurilor de producție și creșterea productivității muncii „directe”, ca principale obiective ale gestiunii firmei²⁰. Toate aceste trăsături constituie tot atâtea elemente explicative pentru extinderea practicilor de comunicare din moment ce definesc un model de organizare a muncii și producției ale cărui principii cer mai multe schimburi de informații, mai multă cooperare, o punere în comun a cunoștințelor de o mai mare amploare. Acestea presupun și mobilizarea tuturor mijloacelor de comunicare, stocare și diseminare a cunoașterii, ce permit creșterea performanțelor în firme.

Noile condiții organizatorice și tehnologice din cadrul firmelor se articulează pe baza unui anumit număr de inflexiuni ale raționalității managementului modern.

Managementul postindustrial se naște prin încorporarea în managementul industrial a unor factori noi. De exemplu, el trebuie să integreze costurile lipsei unor competențe umane de bază sau costurile noncalității sau handicapul unei oferte nediferențiate etc.²¹ Obiectivele scăderii cu orice preț a costurilor de producție și obținerii economiilor de scară nu mai pot capta întreaga atenție a managerilor, chiar dacă se impun cu aceeași forță. Evoluția producției valorii economice, prin deplasarea accentului dinspre structurile materiale către cele imateriale, necesită noi instrumente operaționale de gestiune de natură să satisfacă pilotajul unei firme bazate esențialmente pe competențe umane avansate, și nu pe un capital fizic impunător.

Problemele economice ale societății informaționale trebuie înțelese foarte bine, întrucât, în pofida aparențelor, interogația de bază a managementului – „Cum poate să crească gradul de valorificare a resurselor economice?” – rămâne neschimbată. S-a modificat doar natura resurselor economice principale: acestea nu mai sunt reprezentate de capitalul fizic și financiar, ci, tot mai mult și mai intens, de capitalul intelectual al organizațiilor de afaceri. Întrebarea-cheie trebuie reformulată în felul următor: „Cum poate fi îmbunătățită valorificarea cunoașterii și informației?”. Nu este o simplă substituie de termeni, ci o amplă revizuire a modului de a gândi și de a decide al managerilor, căci, ca resurse economice, cunoașterea și informația se comportă absolut diferit față de activele corporale ale firmei. În „*Societatea postcapitalistă*”, Peter Drucker afirmă că la baza creșterii productivității cunoașterii trebuie pusă concentrarea acesteia în produse, servicii, metode,

tehnologii, modele și practici de organizare²². Cu alte cuvinte, cu cât aceste elemente sunt mai „sciento-intensive”, cu cât încorporează mai multă muncă înalt calificată și creativitate umană, cu cât au un caracter mai inovativ etc., cu atât ele vor furniza o valoare economică adăugată mai mare, adică vor asigura, în consecință, o productivitate superioară. Informația, cunoașterea și creativitatea umană nu pot fi administrate pe baza tradiționalelor „metode de optimizare” a deciziilor de gestiune economică, la care se pretează atât de bine administrarea stocurilor, utilajelor sau a finanțelor etc. Creativitatea nu apare printr-un ordin ierarhic, cunoașterea nu poate fi dezvoltată și desemnată prin dispoziții scrise „pe unitate”, învățarea organizațională nu poate fi încadrată în proceduri administrative interne. Niciuna dintre acestea nu poate fi „luată și mutată” dintr-un departament în altul. Comunicarea organizațională, prin care acești factori se manifestă, la rândul ei, depinde de factori „neîmbлъnziți” și, adesea, „iraționali”, cum ar fi reciprocitatea, credibilitatea managementului, calitatea atmosferei interne, loialitatea etc. În mod cert, managementul postindustrial va fi mai puțin de natură tehnocratică și va pune, într-o măsură sporită, accent pe aspectele socioumane, relaționale și comunicaționale. Visul lui Thomas Peters și Robert Waterman, autorități de prim rang în probleme de management modern și autori ai conceptului de „excelență organizațională”, conform căruia managerii devin „arhitecți sociali” și „alchimiști morali”, se pare că devine realitate în Noua Economie²³.

Producția de valoare economică bazată pe cunoaștere și informație privilegiază criteriile ca flexibilitatea, integrarea rețelelor de operațiuni, coordonarea și operaționalitatea. Punerea acestor criterii în miezul activității manageriale va determina, de asemenea, modificări majore în sistemele de bază ale organizațiilor: mentenanța, gestiunea stocurilor, organizarea fluxurilor materiale și de muncă, logistica, distribuția etc. Toate aceste componente nu vor mai fi proiectate ca sisteme distincte, ci ca sisteme integrate, care favorizează cooperarea interfuncțională. În societatea informațională și în economia ce-i este specifică (economia bazată pe cunoaștere și informație), tipul ideal de organizație de afaceri este *firma cooperativă* sau *firma comunicațională*, caracterizată prin structurarea muncii în jurul unor celule, parțial autonome, printr-o reunire a funcțiilor, printr-o extindere a dialogului, printr-o implicare în proiecte de „federalizare decizională” și o difuzare în tot spațiul organizațional a informației, cunoașterii și experienței, proces denumit²⁴, în literatura de specialitate, „învățare organizațională”. În teoria generală a sistemelor există așa-numitul „principiu holomorfic”: partea este imaginea fidelă, dar la scară redusă, a întregului. În virtutea acțiunii acestui principiu, organizațiile microeconomice reprezintă proiecții mult diminuate ale caracteristicilor structurale și funcționale ale sistemului macroeconomic. Concluzia este simplă: societatea comunicațională nu poate fi alcătuită decât din „entități comunicaționale”!

Trăsătura esențială a „firmei comunicaționale” este flexibilitatea pronunțată. Extinderea flexibilității are la bază trei tipuri de suporturi: suportul structural, care se referă la resursele disponibile; suportul organizațional, care face

trimitere la capacitatea de adaptare a acestor resurse la obiective și opțiuni strategice în schimbare, suportul logistic, decurgând din posibilitățile curente de a gestiona fluxurile de creare a valorii economice în cadrul firmei. Într-un sistem flexibil, angajații nu mai răspund decât de constrângerile obiective ale fluxului productiv. Ei trebuie să satisfacă, în primul rând, solicitările circuitelor informaționale care asigură funcționarea sistemului productiv. Ceea ce înseamnă că trebuie să își subordoneze comportamentele de muncă unui sistem informațional eficace, capabil să mobilizeze în jurul unor obiective schimbătoare sau noi provocări.

Organizarea flexibilă, caracteristică economiei cunoașterii, se dovedește, în mod necesar, „comunicantă”. Aceasta solicită interconectarea actorilor, în scopul coordonării sarcinilor lor, ținând cont de variațiile frecvente ale ritmurilor activității de producție. O asemenea organizare accentuează caracterul strategic al informației, prin faptul că informația condiționează operaționalitatea muncii de rapiditatea difuzării sale. Se evidențiază, în același timp, și motivul pentru care tehnologiile și sistemele informatice joacă un rol proeminent în punerea în practică a modelelor flexibile de organizare.

Economia societății informaționale adresează firmelor două provocări importante: comunicarea și integrarea. Pe de o parte, există presiuni tot mai mari ca firmele să fie atente la piețe și la evoluțiile tehnologice. Pe de altă parte, există o puternică presiune pentru a reduce perioada de timp dintre conceperea și lansarea pe piață a produselor. Ambele constrângeri vor conduce la organizații de afaceri concepute pentru a permite o cât mai liberă circulație a informației. Aceste organizații vor fi interconectate în interior și deschise spre exterior, în special în ceea ce privește relațiile departamentelor de cercetare și de formare a resurselor umane, parteneriatele cu furnizorii, prestatorii de servicii logistice și cu clienții. Compartimentarea orizontală internă se va realiza astfel încât să favorizeze comunicarea interfuncțională, iar compartimentarea verticală va avea în vedere reducerea numărului de niveluri ierarhice. Structurarea sistemelor informatice va fi concepută în așa fel încât să permită cooperarea perfectă între toate funcțiunile-cheie ale firmei (resurse umane, marketing, cercetare-dezvoltare), mai ales grație bazelor de date comune.

În societatea viitorului, comunicarea (schimbul informațional) are prioritate în fața informației înseși. Mergând spre structurile de bază ale noii economii, această prioritate are menirea să precizeze motivele și implicațiile punerii în practică a organizațiilor comunicaționale²⁴: a face

organizația mai competitivă, mai reactivă, mai adaptabilă și, în acest scop, a consolida toate sistemele de schimb informațional și de cooperare interfuncțională, a scurta traseele decizionale, a face să convergă energiile în jurul unor obiective comune, a înlocui munca organizată (și administrată) secvențial cu o muncă simultană și colectivă etc. Cunoscând aceste motivații și efecte, ne convingem că organizația comunicațională răspunde unor criterii economice riguroase de eficiență.

Comunicarea infuzează toate „celulele” societății postcapitaliste. De eficiența ei depinde însăși mărimea valorii economice obținute. Dacă managementul a devenit o funcție strategică a societății, asigurarea unei comunicări eficiente s-a transformat într-o funcție strategică a managementului însuși. Logica acestor evoluții explică, în mare măsură, numeroasele fenomene care au loc la nivelul componentelor primare ale economiei cunoașterii – firmele. Menționăm câteva dintre acestea²⁵:

- apariția noilor categorii de actori în interiorul firmei, cum ar fi directori de comunicare, șefi departamente RP, responsabili de calitate, dar și externi – consultanți, experți etc.;
- profesionalizarea meseriilor comunicării de firmă;
- redefinirea funcțiilor firmei în jurul mizelor comunicaționale;
- dezvoltarea și generalizarea strategiilor de formare în domeniul comunicării manageriale;
- influența exercitată de competențele comunicaționale asupra vieții profesionale a angajaților;
- expunerea noilor „gramatici” ale relațiilor interpersonale din firme;
- consolidarea formelor de control exercitate asupra canalelor și circuitelor de comunicare organizațională;
- prevalența culturilor de firmă sau, mai exact, a unor anumite discipline intelectuale;
- raționalizarea tuturor proceselor de schimb simbolic prin intermediul formalizării crescânde a sarcinilor, a misiunilor, a rolurilor, a procedurilor de comunicare;
- dezvoltarea sistemelor informatice care determină redefinirea modelelor de organizare a muncii etc.

Toate aceste fenomene demonstrează că, în economia postcapitalistă, comunicarea nu este un simplu efect de modă și, cu atât mai puțin, o ideologie. De fapt, este vorba de o practică orientată spre asigurarea eficienței economice, o competență esențială, absolut indispensabilă pentru succesul economic și, implicit, un mod de a fi, singurul mod firesc în contextul economiei postcapitaliste.

Note bibliografice

1. Vela, A. (1986), *Civilizația industrială în confruntarea cu sine însăși*, Ed. Politică, București, pp. 221-227
2. Toffler, A. (1982), *Al Treilea Val*, Ed. Politică, București, pp. 14-15
3. Buzărnescu, Șt. (1999), *Sociologia civilizației tehnologice*, Ed. Polirom, Iași, p. 72
4. Taylor, F.W. (1971), *Principles of Scientific Management*, The Free Press, London
5. Bădescu, I. (1983), *Civilizație industrială și perspectivă socială*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, pp. 7-51
6. Drucker, P. (1999), *Realitățile lumii de mâine*, Ed. Teora, București, pp. 200-213
7. Bell, D. (1976), *The Coming of Post-Industrial Society. Adventure in Social Forecasting*, Basic Books Inc., New York, pp. 197-199
8. Toffler, A. (1995), *Război și anti-război*, Ed. Antet, București, pp. 72-81
9. Morin, E. (1997), *Penser L'Europe*, Gallimard, Paris, pp. 8-12
10. Handy, Ch. (1994), *The Age of Unreason*, Mc Graw-Hill, New York, p. 8
11. Reich, R. (1996), *Munca națiunilor*, Ed. Paideia, București, pp. 120-134
12. Strange, S., *Retragerea statului*, Ed. Trei, București, pp. 23-26
13. Dahl, R. (2000), *Poliarhiile*, Ed. Institutul European, Iași, pp. 47-52
14. McQuail, D., Windahl, S. (2001), *Modele ale comunicării pentru studiul societății de masă*, Ed. Comunicare.ro, București, p. 169
15. Iacob, D., Cismaru, D. (2002), *Organizația inteligentă*, Ed. Comunicare.ro, București, p. 53
16. Alter, N. (1993), *L'effet organisationnel de l'innovation technologique*, Paris, Institut d'Etudes Politiques, pp. 31-32
17. Sainsaulieu, R. (1997), *Sociologie de l'organisation et de l'entreprise*, Daloz, Paris, pp. 289-290
18. Hasselbein, F., Goldsmith, M., Beckhard, R., *Organizația viitorului*, Ed. Teora, București, pp. 100-106; pp. 150-185
19. Du Tertre, C., Santili, G. (1992), *Automatisation et travail. Utopies, realites, debats des annes cinquante aux annes quatre-vingt dix*, PUF, p. 123
20. Lorino, P. (1991), *Le controle de gestion strategique*, Dunod, Paris, p. 88
21. Olivesi, St. (2005), *Comunicarea managerială*, Ed. Tritonic, București, pp. 53-54
22. Drucker, P. (1997), *Societatea postcapitalistă*, Ed. Image, București, pp. 69-80
23. Peters, Th., Waterman, R. (1982), *In Search of Excellence*, Mc Graw-Hill, New York, p. 17
24. Auviret, J. (2001), *Organiser la communication en milieu industriel*, Les Editions d'Organisation, Paris, pp. 99-101; pp. 186-187
25. Neveu, E. (1997), *Une societe de communication?* Ed. Montchrestien, Toulon, p. 23