

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ ЛИНЕЙНОЙ ПАРАДИГМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

К. С. Безгин

Интенсивное развитие мирохозяйственной системы, постоянное увеличение ассортимента и объема создаваемых продуктов, наращивание сложности технико-технологических инновационных ценностей, приумножали не только практический эффект, но и противоречия (увеличивающиеся, как количественно, так и качественно, возрастающие объемы потребностей, нерациональное использование природных ресурсов, снижение качества окружающей среды и т. д.), требующие разработки адекватных управленческих подходов. Классическая эволюционная теория базируется на постулате о том, что проверенные внешней средой свойства объекта являются более надежными, чем новые. Принципиально иное отношение к отбору инновационных ценностей сложилось в современном обществе, в котором его эффективность детерминируется проактивной проверкой существующих возможностей и ориентацией на инновационное, непроверенное, в противоположность традиционному, верифицированному. Укоренившийся в обществе способ эволюционного отбора именовался Г. Бейтсоном, как «патология необузданного общественного развития». Ориентация общества на все более высокие уклады технико-экономической эффективности, перманентно увеличивает количество значимых параметров влияния, находящихся, как во внешней, так и во внутренней среде предприятия, наращивая тем самым уровень сложности и неопределенности процессов управления, реализуемых с традиционной позиции внешнего наблюдателя. В определенном смысле инновационный менеджмент выступает, как средство разрешения противоречия между безграничной способностью человека своей деятельностью создавать все более сложные инновации и его способностью гармонично встраивать их в онтологические уклады общества для поддержания активного баланса между искусственной и естественной средой обитания, обеспечивающего устойчивое развитие.

В условиях увеличивающейся сложности окружающей среды предприятия, за счет интенсификации инновационных процессов во всех сферах социальной жизнедеятельности, формирования общества возрастающей рефлексии, динамического изменения факторов детерминирующих ценность создаваемого продукта, нарастающих противоречий в триаде «предприятие – потребитель – общество устойчивого развития», адаптацию предприятия к данным условиям необходимо осуществлять, расширяя поле рефлексивно-аксиологической деятельности субъекта хозяйствования, через организацию полисубъектных сред совместного создания ценности и корректировку траектории социально-экономического развития, с перманентным стремлением преобразовать практику хозяйствования, направленную на эмпирическую реализацию положений концепции общества потребления, посредством переориентации процессов создания инновационных ценностей предприятия на принципы концепции общества устойчивого развития. Предприятие, в рамках данной трансформации должно стать активным субъектом, генерирующим и распространяющим гуманистические ценности, направленные на преодоление экономической ограниченности в управлении инновациями, связанной с максимизацией получаемой прибыли, как основной цели функционирования. Реализация данного подхода требует разработки координирующей концепции направленной на организацию системной работы по формированию и

поддержке процессов создания инноваций на всех уровнях хозяйственного механизма. Ключевую роль в данных процессах должны занимать субъекты хозяйствования, осуществляющих интерпретацию рыночных потребностей через создаваемые инновации, через формирование адекватной потребительской культуры, через расширение рефлексивно-аксиологического поля за пределы предприятия (среды совместного создания инновационных ценностей), через использование высоких социогуманитарных технологий (субъектность, рефлексия, культурный геном, самоактуализация), через синтез сфер производства и потребления. В следствии чего должен выкристаллизовываться аксиологический базис для формирования целостного общества, как носителя общечеловеческих ценностей, адекватных аккумулярованным и апробированным гуманитарным значимостям и целям.

Это актуализирует противоречие в практической сфере инноватики субъекта хозяйствования, а именно, с одной стороны, традиционный процесс создания ценности на предприятии базируется на линейной модели инновационной деятельности, как правило, реализуемой за счет управления внутренними переменными предприятия, ориентированными на получение результата без его проецирования на ценностно-целевой субстрат конечных потребителей. С другой, необходимость интерактивного взаимодействия предприятия, формирующего атрибутивное ядро создаваемого объекта, ориентированное на учет инновационной составляющей и отражающей научно-технические возможности, с рефлексивно-активными субъектами внешней среды, нацеленными на создание атрибутивной периферии инновации, ориентированной на учет интересов и потребностей конечных потребителей, отражающих аспект адаптивности и практического смыслообразования. Наличие указанного противоречия актуализирует решение проблемы управления инновациями через расширение рефлексивного поля процессов создания инноваций, за счет привлечения инновационно-активных субъектов внешней среды, посредством сборки полисубъектных сред совместного создания инноваций.

Указанное практическое противоречие требует своего разрешения, однако на данный момент это осложняется вследствие существующего противоречия в науке. Традиционная теория менеджмента базируется на отношениях субъектно-объектного характера и нормативной парадигме, регламентирующей управленческий процесс по схеме «как надо», с одной стороны, с другой от менеджмента требуются разработка теоретического базиса, обосновывающего управленческие отношения «субъектно – субъектного» и «субъектно – полисубъектного» характера, ориентированных на поведенческую парадигму строящуюся по схеме «как есть», формируемую на междисциплинарных началах, с конвергенцией теоретических наработок процессного, полисубъектного, синергетического, средового, аксиологического и рефлексивного подходов, а также моделей множественных источников инноваций и коллаборационных сред создания инновационной ценности. Реализация подобных управленческих отношений требует перехода от традиционной роли субъекта управления, ориентированного на механистичное администрирование процессов создания ценности и основанной на инструментальной целерациональности, технических критериях статической эффективности, иерархии, к роли медиатора и модератора процессов совместного создания инновационной ценности, основанной на коммуникативной конвенциональности, комплексных критериях динамической эффективности, гетерархии, как возможности расширить спектр генерируемых альтернатив инновационной ценности и организовать консонансные аксиологические отношения в схеме «субъект (потребитель) – объект (продукт)». Научным фундаментом решения данной проблемы является трансдисциплинарный уровень теоретических исследований в сфере процессного, рефлексивного, полисубъектного, средового и синергетического подходов. Таким образом, выделенные научно-практические противоречия обуславливают необходимость поиска методологических оснований, позволяющих эффективно осуществлять инновационную деятельность в кардинально изменившихся социально-экономических условиях.