

УДК 338(47)
ББК 65

Е.В. Пьянова

ОТ ТЕОРИИ ИННОВАЦИЙ К ПРАКТИКЕ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ПРОРЫВА

Представлен материал, освещающий проблему прорыва в современной практике предпринимательства. Предложена к рассмотрению выдвинутая автором идея оценки состояния прорыва с одновременным акцентом на предпосылки. Уделено внимание философии качественных скачков и предельных параметров, возникающих в момент максимального приближения к состоянию прорыва. Предложены способы оценки предельных параметров, непосредственно провоцирующих феномен прорыва.

Ключевые слова: развитие, видение, мышление, прорыв, состояние прорыва, вероятность, корреляция факторов, оценка состояния.

E.V. Pyanova

FROM THE INNOVATIONS THEORY TO THE PRACTICE OF BREAKTHROUGH STATE ASSESSMENT

This paper deals with the problem of breakthrough in the contemporary business practices. The author suggests considering the idea of assessment of this state with a simultaneous accent on prerequisites. Attention is paid to the philosophy of quality shift and terminal parameters which emerge at the moment of maximum closeness to a breakthrough point. The author also suggests some new ways of estimating terminal parameters which directly cause the breakthrough phenomenon.

Keywords: development, vision, thinking, breakthrough, breakthrough point, probability, factors correlation, estimation of state.

Сегодня начинает бытовать мнение, что все новое — это хорошо забытое старое, особенно, если это касается техник управления, однако, имеет смысл оспаривать этот факт и говорить об абсолютно новом видении проблемы управления и развития. И неотъемлемой частью проблематики развития сегодня логично считать проблематику феномена и оценки состояния прорыва. Вести разговор об усовершенствовании подходов к управлению, рассматривать сопутствующие ему тактики так называемого инновационного управления становится неактуальным. Мы начинаем немного приближаться к пониманию динамики прогрессивного видения — когда мы начинаем воспринимать все происходящее в бизнесе, в организации как бы изнутри. Так, обращаясь к «подводным камням» наших промахов, неудач, недостижений, мы начинаем переосмысливать подходы к будущим тактикам, т.е. искусственно переносить себя в новые неизвестные условия обстоятельств среды. И тогда неисчерпаемые ресурсы разума становятся исчерпаемыми, мы заходим в тупик, находимся в состоянии абсолютного дискомфорта, неизвестности, и, может быть, даже на грани. Такие грани позволяют нам сводить все просчитанные известные тактики на нет — они просто неуместны, устарели в один момент, хотя и были просчитаны. Вот здесь и приходит на помощь известный всем инструмент — оценка, с помощью которого можно расчитать вероятность наступления такого состояния. Это и будет первым

ключевым моментом, позволяющим говорить о нестандартном видении ситуации и состояния прорыва.

Важно указать на тот момент, что хотя и предпосылки состояния прорыва и кризисного состояния почти схожи, все-таки, это не равнозначные процессы. И разница не только в том, что первый — это не процесс по сути, а именно состояние, результатом которого всегда бывает качественный прирост, для второго же это не всегда очевидно, и это именно процесс с задействованием и, возможно, изменением (преобразованием) всех элементов-участников бизнес-системы.

Стадии развития, которые проходит бизнес-единица до момента прорыва и до кризисного состояния отличаются в корне. Если до состояния прорыва необходимо наращивание потенциала до критического значения — будь то интеллектуальный запас команды или предельное инновационное вмешательство, то для кризисного состояния достаточно будет появления абсолютного лидера, стратегический настрой которого не будет принят, и бизнес окажется провальным, потянув за собой все последствия — непризнание авторитета лидера и отказ команды от действий в силу собственной убежденности. Здесь кризисность не влечет никакого качественного прироста, только абсолютную отрицательную динамику. Однако важно то, что прорыв не всегда может произойти, возможен исход недостаточности предельного состояния, или выход из состояния дискомфорта в связи с потерей убежденности в правильности логики и дальнейших действий, либо под влиянием абсолютного воздействия извне. Тогда имеет место быть корреляция факторов, объясняющих ситуацию прорыва и соответственно, отклонения в вероятности наступления этого состояния.

Стандартизация бизнес-процессов, на наш взгляд, становится понятием из XX в., которое теперь даже теряет свою сущность, поскольку ни о каких стандартах в управлении говорить не приходится, когда у руля нестандартные лидеры, видение которых проектируется на ходу, а не с опорой на банальный имеющийся опыт основных игроков рынка. Идти в ногу со временем — все то же понятие из XX в.; бежать, опережая время, инновационно размышляя и не успевая вводить инновации во все стороны жизни, вот что сегодня актуально. Поэтому на смену все тем же теоретическим парадигмам теории инноватики приходят подкрепленные современной зарубежной практикой техники инновационного креативного предпринимательского мышления. С них и нужно начинать проектировать ходы в построении новой предпринимательской культуры.

Имея сильнейшую базу производства инноваций — умные головы и молодые умы, любые порывы воплощения подобных новинок в реальность остаются в зачаточном состоянии. И причины из года в год остаются одними и теми же: непонимание стоящих у руля лидеров необходимости изменить подход к построению давно уже «мыслящего бизнеса», а не пустой стандартной предпринимательской единицы. Конечно, изменить видение проблемы — дело ни одного года, но те возможности, которые имеются у современных выходцев из народа — колоссальны, однако они так не многочисленны, что и, скорее всего, влечет за собой невозможность восставать против огромной избалованной старыми законами массы.

Сложно, выводя на первый план не ядерную полезность, а мишуру, так тщательно скрывающую эту полезность, создать новый тип производства продуктов. Тогда получается, что в основе качества лежит особое мироощущение. Таким образом, чтобы качество стало реальностью,

мы должны изменить образ мышления. Можно сказать больше — этот образ мышления должен стать нашей сущностью. Имеется в виду то обстоятельство, что везде, будь то техники управления или новые способы отбора сотрудников, недостаточно знаний и способов добычи, развития и использования этих знаний. Сегодня спроси нас любого, что такое качество, что такое удовлетворенность потребителя, что такое процессный подход, и мы более или менее правильно расскажем об этих понятиях. Но беда в том, что эти усвоенные нами понятия пассивны, они не являются руководством к действию. Для того чтобы человек начал адекватно действовать, нужно больше, чем знание. Важно обратить внимание, все начинает базироваться на новом мышлении, новом мироощущении. Вообще, складывается впечатление, что все развитие менеджмента идет в направлении формирования нового тотального мировоззрения. И в основе этого мироощущения лежит человек — главный объект нашего внимания и устремлений. Тогда и трактовка качества в общем своем смысле начинает носить гуманистический характер. Поэтому имеет смысл говорить о качестве как об одной из гуманистических ценностей человечества. И тогда не нужно будет сетовать на устаревающие каноны менеджмента, хотя сегодня человек как незаменимое звено, во многом отличаясь от своего функционального назначения в прошлом веке, в вопросах построения инновационного «мыслящего» пространства для развития начинает играть первостепенную роль.

С таким ракурсом рассмотрения человеческого фактора как основополагающего в анализе и оценке проблематики мыслящего пространства как наиболее комфортной среды для провоцирования состояния прорыва, и поэтому наиболее конструктивного, имеет смысл говорить о возможных результатах вмешательства нового мышления и механизма управления в хозяйственную действительность. Только активное осуществление качественных изменений в системе образования, и в первую очередь, в способах преобразования действительности могут задать оптимальную динамику, сделать ее необратимой и подвинуть любую систему к состоянию прорыва. Тогда должен быть набор критериев, в соответствии с которыми будет происходить оценка этого состояния, и этот набор должен характеризовать абсолютно все стороны состояния прорыва. А значит необходимо проводить диагностику и вычленение предпосылок этого состояния, позволяющих вывести основные нестандартные параметры феномена прорыва.

Стимулирование умов и управленческих методик, таким образом, рационально проводить с помощью провоцирования подобного состояния, хотя состояние дискомфорта, и тем более постоянного дискомфорта, каким и характеризуется прорыв, спровоцировать почти невозможно. Ни одна бизнес-единица со всеми своими участниками не способна аккумулировать потенциал так, чтобы одновременно вся команда испытывала состояние дискомфорта. Всегда остается ограниченный круг претендентов на прорыв, и основном это лидеры или собственники бизнеса, наиболее заинтересованные в качественном приросте. Самое главное, что даже предварительная «прокачка» мозгов всех участников команды не способна спровоцировать желание находиться в этом состоянии дискомфорта хотя бы какое-то время. Это связано не только со степенью заинтересованности в общем ключевом результате, но, и в первую очередь, опять же роль играет человеческий фактор — не все способны на прорыв в силу своих интеллектуальных и психо-эмоциональных особенностей.

Способность двигаться вперед у всех разная — у кого-то только вперед с постоянной скоростью, т.е. это та доля людей, кто находится в постоянном поиске и саморазвитии. И вторая категория людей — кто способен двигаться только при наличии определенных обстоятельств, среды, под влиянием каких-то факторов или еще сложнее сочетания каких-либо факторов. Идти за лидером, не взирая на собственные негодования по поводу напрасно потраченного времени и сил, сможет далеко не каждый. Поэтому не сегодняшний день столь немногочисленны прорывные, инновационные образования.

Рациональность интегрированной оценки состояния прорыва состоит в том, что даже при столь значительной доле корреляции показателей стоящих в одном качественном ряду, т.е. при столь широком и неоднозначном количестве и составе параметров развития, зависимость между предельными показателями роста и ключевыми факторами успеха все же остается. При этом динамика изменения этих показателей поддается оценке в том числе.

На наш взгляд, новизной в практике инновационного мышления и управления будет нахождение зависимости между векторами развития и будущим прорывом, а также поиска ответа на вопрос, будет ли сумма этих векторов характеризовать вероятность предельного состояния.

Таким образом, детализируя проблематику состояния прорыва со всеми включенными в это понятие интегрированными показателями, имеет место прогнозировать и моделировать состояние прорыва, говорить о непредсказуемости этого феномена и определять зависимости подобных предельных характеристик.

Информация об авторе

Пьянова Елена Владимировна — аспирант кафедры экономики и управления инвестициями и недвижимостью Байкальского государственного университета экономики и права, г. Иркутск, e-mail: pyanova@mail.ru.

Author

Pyanova Elena Vladimirovna — post-graduate student, Chair of Economics of Investment and Management in Real Estate, Baikal National University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: pyanova@mail.ru.