новая среда в...менеджменте

императивы активизации творчества в принципах инфоком-менеджмента

Аннотация

В статье рассмотрены концепты, отражающие специфику инфоком-менеджмента, предложенного нами для условий информационно-коммуникационной бизнес-среды, и взаимосвязи принципов как императивы креативности менеджмента в условиях информационно-коммуникационной бизнес-среды.

Ключевые слова: инфокомный менеджмент, информационно-коммуникационная бизнес-среда, менеджмент, управленческие решения, креативность, инновационная активность

Мартынов Ливон Михайлович
доктор экономических наук, профессор
livonmartinov@mail.ru

Килина Юлия Андреевна
аспирантка кафедра «Менеджмент»

Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана

Ранее в статьях журнала «Креативная экономика» мы уже говорили об инфоком-менеджменте (ИКМ) как о теории управления организациями и персоналом в условиях информационно-коммуникационной бизнес-среды (ИКС) [1]. Ее характерные черты как виртуальной среды характеризуется, в частности, особенностями опосредованных коммуникаций и человеко-компьютерного взаимодействия [2].

Концепты ИКМ

Специфику инфоком-менеджмента, предложенного нами для условий информационно-коммуникационной бизнес-среды, отражают соответствующие концепты и, в частности, система принципов этого менеджмента. Некоторые из них в своей взаимосвязи служат концептуальными предпосылками и императивами для реализации креативного характера управления в рассматриваемых условиях, что схематично показано на *рис. 1*.

Поясним представленные на этом рисунке принципы ИКМ.

Активный характер управления

В соответствии с этим принципом указанная активность рассматривается как требование к системе управления по отслеживанию изменений, происхо-

дящих во внешней и внутренней среде. Основные цели этого – своевременное распознавание проблем, связанных с опасностями успешного ведения бизнеса, и использование возникающих во внешней среде возможностей для принятия упреждающих решений. При этом инфоком-менеджеры должны не только творчески разрешать возникающие управленческие проблемы вследствие происходящих изменений в ИКС, но и *активно влиять на внешнее окружение*, на рыночную среду, формируя новые потребности и удовлетворяя их инновациями.

Реализация данного принципа непосредственно связана с проблемой формирования механизмов адаптивного управления, с вопросами самоорганизации, требующей, прежде всего, от системы менеджмента проявления креативности [3].

Стратегическая направленность управления

Согласно этому принципу ИКМ ориентирован на приоритет стратегических и упреждающих управленческих решений. При этом критерием развития является *стратегическая устойчивость организаций.*

Ее учет важен в практике ИКМ, в реализации взаимосвязи самоорганизации и устойчивости. При этом последняя, как показали наши исследования, отличается от традиционного ее понимания: устойчивость – это способность системы приходить в равновесное состояние после воздействия внутренних и внешних возмущений.

В теории ИКМ устойчивость рассматривается в двух аспектах:

внутренняя устойчивость – способность системы поддерживать свое нормальное функционирование в условиях внешних и внутренних воздействий;

внешняя устойчивость – способность системы взаимодействовать со средой безнарушения важнейших параметров, характеризующих состояние среды, принятое за допустимое.

Достижение внутреннего и внешнего динамического равновесия, складывающегося на основе взаимодействия положительных и отрицательных обратных связей в условиях развитой ИКС, обеспечивает организации стратегическую устойчивость. Именно такая устойчивость позволяет хозяйственному объекту (как хозяйственной системе, как социально-эко-

специфику инфоком-менеджмента отражают соответствующие концепты и, в частности, система принципов этого менеджмент



Рис. 1. Взаимосвязи принципов как императивы креативности менеджмента в условиях информационно-коммуникационной бизнес-среды

номической системе) сохранить свою целостность, системные признаки и обеспечить способность к развитию в условиях динамичной внешней среды. Эта способность в таких условиях предполагает реализацию креативности менеджмента.

Управление, основанное на самообучении организации

Менеджменту организации необходимо уметь управлять процессом обучения организации. И, прежде всего, от ее менеджеров требуется «...мастерство распознавания трудно уловимых взаимосвязей между мыслями и действиями, контролем и обучением, стабильностью и переменами» [4, с. 174]. Здесь также следует руководствоваться определением понятия «самообучающаяся организация» и принципами ее формирования [5]. В результате этого неизбежно приходим к выводу, что сотрудники находятся в постоянном творческом поиске новых стратегических перспектив организации. Обучение в ней основывается на анализе предпринимавшихся и планируемых новых действий. Наиболее эффективные из них реализуются и распространяются на всю организацию. Этому способствует современное инфокомное обеспечение для достижения эффективных горизонтальные и вертикальных

менеджмент

коммуникаций в организации, осуществляющей деятельность в ИКС. Эффективность их использования можно оценивать «...числом полезных идей, всплывающих на верхние этажи компании с уровня менеджеров линий продуктов и интеллектуальных работников» [6, с. 39].

Следует обратить внимание на то, что при этом формирующаяся и развивающаяся на их основе ИКС данной организации способствует многочисленным, одновременно происходящим и, часто, не только взаимосвязанным, но и взаимообусловленным преобразованиям, происходящим в организации. Некоторые из таких преобразований схематично показаны на *рис. 2*.

Отметим, что только при правильном и умелом применении принципов ИКМ в организации можно добиться ее приближения к цели стать «обучающейся организацией». Тогда все указанные на рисунке 2 процессы преобразований будут развиваться спиралеобразно, создавая позитивный «мультипликативный эффект».

Организация вследствие этого будет:

- стремиться стать «обучающейся организацией»,
- становиться целенаправленно-плодотворной,
- создавать условия для непрерывной генерации идей,
- культивировать зарождение, прежде всего управленческих, а также и других новшеств, новаций, инноваций,
- все более компетентно, эффективно использовать сеть инфокомных связей.

ИКМ становится стратегическим потенциалом экономического развития

На основе учета взаимосвязей указанных трех принципов *инновационный и креативный характер ИКМ становится стратегическим потенциалом экономического развития в рассматриваемой бизнес-среде*, так как:

во-первых, повышается поисковая активность субъектов хозяйствования, что ускоряет использование в ИКС нематериальных (интеллектульаных) ресурсов;,

во-вторых, это неминуемо порождает появление управленческих новшеств на инфокомной основе и, соответственно, стратегии инновационного развития и стиль управления, основанный на инфокомной культуре [7].

Все это предопреляет в качестве приоритетного поло-

инфоком-менеджеры должны активно влиять на внешнее окружение



Рис. 2. Схема преобразований в организациях, осуществляющих деятельность в условиях ИКС

жение о креативно-инновационном характере управления организациями, персоналом в условиях ИКС. Оно указывает на необходимость определенных изменений в философии и технологии менеджмента, взаимосвязанных друг с другом в части, касающейся:

• усиления функции творчества в управлении,

• повышения аспектов «интеллектуализации» применения управленческих инфоком-технологий с учетом «человечсекого фактора» и человеко-копмпьютерного взаимодействия,

• активизации инновационной деятельности и скорейшей коммерциализации идей.

Вывод

Управленческое творчество инфоком-менеджеров и инновационная активность персонала организации, осуществляющей свою деятеьность в условиях ИКС, осуществляется с использованием новейших инфоком-технологий. Поэтому здесь важную роль

играют не только профессиональные навыки всех сотрудников, но также управление реализацией их интеллектуально-креативного потенциала и инфоком-компетенций.

Литература.

1. Мартынов Л.М. Менеджмент в виртуальной среде. – Креативная экономика. – 2010. – № 4. – С. 128-134.
2. Магазанник В.Д. Человеко-компьютерное взаимодействие: учебное пособие. – М.: Университетская книга, Логос, 2007.
3. Мартынов Л.М. Механизм самоорганизации в виртуальной бизнес-среде: учебно-методическое пособие. – Липецк: Издательский центр «Гравис», 2012.
4. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. – СПб.: Питер, 2001.
5. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации/Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.
6. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Издательство ЭКСМО-Пресс, 2001.
7. Мартынов Л.М., Макарченко М.А. Культура организаций и культура инноваций в информационно-коммуникационном менеджменте. Монография. – СПб.: НОУ ИБП, 2012.

КЭ

Livon M. Martynov
Doctor of Economic Sciences, Professor
Yuliya A. Kilina
Postgraduate Student
The Academic Department of Management Bauman University

Imperatives of Creativity Enhancing in Infocom Management Principles

Abstract

The Article describes concepts, reflecting specific of Infocom management proposed by us for informational and communicational conditions of the business environment, and interconnection of principles as an imperative of creativity in terms of informational and communicational business environment.

Keywords: infocom management, informational and communicational; business environment , management , management solutions , creativity , innovation activity