

УДК 732

Трансформация инновационных управленческих парадигм

Ковалев Петр Петрович

Кандидат экономических наук,
исполнительный директор,

Центральный научно-исследовательский институт «Циклон»,
107497, Российская Федерация, Москва, Щелковское шоссе, 77;
e-mail: p.kovalev@cyclone-jsc.ru

Аннотация

В современной науке наиболее распространено понимание управленческих процессов, которое основывается на системно-информационном (кибернетическом) подходе, когда управление рассматривается как разновидность информационных процессов, имеющих функциональную целевую направленность на обеспечение воздействия на определенный объект с целью его изменения в интересах определенного субъекта управления. Существующие общие определения управления образовательной деятельностью вносят коррективы лишь в объектно-субъектном специфику управления.

Распространение системных нововведений в образовательной сфере создает предпосылки для влияния на образование наиболее динамичного направления менеджмента – инновационного. Его становление и бурное развитие детерминированы инновационной природой информационного общества. Инновационный менеджмент имеет не только характер функциональной системы управления, а представляет собой самостоятельную область науки и деятельности, направленную на формирование и обеспечение достижения любой организационной структурой инновационных целей путем рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Инновационный менеджмент по применению в образовательном маркетинге – это целенаправленная система управления инновационной деятельностью, ее ресурсами, людьми, участвующими в разработке и внедрении инноваций с целью достижения максимальной эффективности нововведений как важнейшего фактора развития образовательной сферы или ее отдельной составляющей.

Для цитирования в научных исследованиях

Ковалев П.П. Трансформация инновационных управленческих парадигм // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 4А. С. 53-60.

Ключевые слова

Инновация, управленческая парадигма, трансформация, общественное устройство.

Введение

Образовательное управление – это целенаправленная деятельность всех субъектов по обеспечению становления, оптимального функционирования и обязательного развития каждого образовательного учреждения, всех звеньев и системы образования в целом. Новые формы управления образованием носят характер инновационной парадигмы, методологии и технологии организации образовательной деятельности на инновационных принципах [Адельсеитова, Юсупова, 2017, 86].

Анализ исследований и публикаций показывает, что в имеющихся научных исследованиях установлена прямая связь между эффективностью инновационной деятельности в управлении образованием и успешностью системных трансформаций отрасли постиндустриального образца. Однако парадигмальный уровень анализа данного влияния остается малоисследованной проблемой.

Целью статьи является обоснование роли инновационных управленческих парадигм в образовании как системных факторов ее трансформации.

Литературный обзор

На сегодня к инновационным управленческим парадигмам чаще всего относят маркетинговую, менеджментную и полиархически-сетевую. В пределах менеджментной парадигмы управления носит деятельностный характер, что напрямую связано с личностным и социокультурным контекстом управленческой деятельности [Воронов, Зинчик, 2017, 67]. Инновационные подходы к управлению, обоснованные в теории менеджмента, методологически и операционно соответствуют потребностям такой переориентации именно потому, что менеджмент интерпретирует процесс управления как социокультурно детерминированный во всем богатстве социальных, организационных и личностных взаимоотношений. При этом управленческие инновации, которые в пределах менеджментной парадигмы привносятся в управление образованием на методологическом уровне можно определить следующим образом [Германюк, Еремкина, 2017, 1].

Во-первых, все компоненты управленческой деятельности приобретают социокультурно-деятельностное измерение, их объектами становятся реальные люди и социальные процессы в образовательной сфере, а не абстрактные конструкты.

Во-вторых, управление образованием приобретает не институциональный, а субъектный характер, в центре его внимания оказывается не деперсонифицированный управленческий процесс, а конкретные субъекты образовательной деятельности, что является предпосылкой осуществления в образовательной сфере «революции менеджеров».

В-третьих, управление образованием подчиняется интересам потребителя образовательных услуг в соответствии с принципами суверенитета потребителя (маркетизация, или рыночная ориентация управления). Здесь происходит пересечение образовательного маркетинга и образовательного менеджмента, поскольку в пределах менеджментной парадигмы интегрированной целью управленческой деятельности является обеспечение условий для реализации интересов потребителей образовательных услуг.

В-четвертых, менеджмент привносит в управление образованием ориентацию на стабильность в социокультурном контексте, что чрезвычайно важно в условиях формирования целей образования как составляющей формирования общества устойчивого развития.

В-пятых, менеджмент дает возможность привнести в управление образованием профессиональную атрибутивность, поскольку управление есть всеобщая человеческая деятельность, а менеджмент – это его специфическая область, включающая деятельность профессионалов, специалистов по обеспечению успешной деятельности организаций.

Концепции инновационного менеджмента представлены двумя уровнями. Во-первых, это теории социального управления инновационными системами и процессами, основным предметом которых является разработка стратегий инновационного развития, социально-организационных изменений, определенным образом философско-методологических основ инноваций как формы реализации постсовременных социальных практик. Во-вторых, это прикладные теории организации и управления инновационной деятельностью, которые обеспечивают научно-методическую базу для выработки практических решений по совершенствованию управления, анализа инновационной деятельности, применению современных приемов и методов воздействия на управленческий персонал [Микеева, 2017, 170].

Материалы и методы

Менеджмент и маркетинг в сфере образования интегрировались как единый процесс управления, направленный на удовлетворение потребностей индивида и общества в образовательных средствах саморазвития личности и роста человеческого потенциала общества [Потанина, 2014, 169]. Ориентация управления в сфере образования на все более дает полное удовлетворение образовательных потребностей всех социальных субъектов жизнедеятельности в условиях становления информационного «общества образования», которая неминуемо вела к обретению образовательным менеджментом характера маркетингового управления. Парадигма социально расширенного маркетинга стала теоретико-методологической основой формирования философии образовательного маркетинга, управленческая практика в сфере образования также все больше переориентируется на применение маркетинговых механизмов в качестве основного средства влияния на функционирование и развитие системы образования [Мугу, Стукова, 2017, 232].

На основе сочетания менеджерских и маркетинговых подходов сформировалось такое явление, как маркетинг-менеджмент. Анализ применения маркетинг-менеджмента в сфере образования дает основания сделать вывод, что последний является хорошо разработанным для функционирования и развития образовательных организаций, особенно частных. В центре внимания исследований здесь находится маркетинговое управление отдельными образовательными учреждениями, преимущественно теми, которые относятся к сфере высшего образования. Основной методологической преградой на пути исследования и внедрения маркетинговых механизмов управления образовательными процессами на уровне социальной системы до недавнего времени было концептуальное несовершенство традиционной теории маркетингового управления [Гелогоев, 2017, 5]. Традиционный маркетинг-менеджмент игнорирует влияние огромного количества факторов, которые участвуют в обменных процессах и определяют индивидуальные образовательные потребности потребителей, а с другой стороны – общий социокультурный контекст образовательной деятельности. Поэтому на основе традиционной методологии маркетингового управления достаточно сложно определить управленческую концепцию образовательного маркетинга, что касается всей образовательной системы и дифференциации удовлетворение образовательных потребностей различных социальных субъектов [Гончарова, Апсава, 2017, 101].

Результаты и обсуждения

Поиски альтернативной методологии инновационного управления привели к теоретико-методологической адаптации концепции маркетинга отношений для управленческих нужд. Крупнейшие новации маркетинг отношений вносит в теорию и практику маркетингового управления внедрением понятия сетевых маркетинговых отношений, которые функционируют на основе полиархических управленческих связей. В связи с этим формируются основания для развития еще одной инновационной парадигмы – ресурсно-полиархической [Бровкин, 2015, 653].

Последняя является одной из наиболее перспективных управленческих парадигм, связанных с инновационными постмодерновыми концептуальными построениями. Она переживает процесс становления на основе формирования сетевых механизмов социальных взаимоотношений. Сетевые типы взаимодействия социальных субъектов отражают формирование постсовременных социальных практик в ходе становления информационного общества, основанные на принципах горизонтальной полиархической взаимодействия [Исаечев, 2017, 266]. На этой основе и формируется полиархически-сетевая модель (парадигма) управления, в основе которой находится доминирование горизонтальных управленческих связей, процессуально-управленческое взаимодействие всех структурных компонентов и приоритетность механизмов сетевой саморегуляции с отсутствием четкого разделения на субъект и объект управленческого воздействия.

Сетевые управленческие модели связаны с перспективным направлением инноваций в управлении образовательной отраслью – преодолению одномерного иерархического построения органов управления. В таком смысле управление понимается как сложная сетка человеческих (межличностных и межгрупповых) отношений в динамике [Акчурина, 2016, 22].

Следует сказать, что через ресурсно-полиархическую парадигму управления инновации получают дополнительный механизм интеграции в постсовременных образовательных и социальных практиках. Ведь обоснование необходимости развития в современном обществе полиархических принципов управления является одним из важных компонентов постиндустриальной теории. Поэтому полиархическую систему управления можно характеризовать как форму постсовременной социальной практики, которая, с одной стороны, способствует становлению постиндустриальных социальных отношений, а с другой – является их управленческой составляющей. В современной науке социального управления разработана достаточно основательная методология полиархического взаимодействия на уровне составляющей проблемного поля теории постмодернизма [Носов, 2009, 19]. Наибольшее признание получила теория «динамики поля» П. Штомпки. В ее рамках социальная ткань характеризуется как система взаимосвязанных потенциалов, которые постоянно изменяются в процессе обмена информацией. Таким образом, причиной социальных изменений является взаимодействие точек динамического поля, которые постоянно находятся в движении. Новая методология позволяет построить полиархическую модель социальных и управленческих процессов и определиться с характеристикой системообразующих детерминант для любой точки в любой момент. В рамках теории «динамики поля» удастся преодолеть упрощенное толкование социальной жизни и построить научно обоснованную картину мира на основе характеристики всего его многообразия в условиях неопределенности взаимодействия огромного числа факторов.

Для образования особенно большое значение имеет то, что в структуре динамического поля появляется возможность всесторонней характеристики управленческих процессов в контексте

их социокультурного окружения. Суть ресурсно-полиархической методологии заключается в том, что управленческие процессы в образовательной сфере рассматриваются как сеть взаимоотношений [Коновальчук, 2017, 115]. При этом обмены воздействиями в одной ситуации взаимообусловлены обменами в другой ситуации, а наборы сетевых взаимодействий постоянно пересекаются, создавая взаимно переплетенную систему объект-субъектных горизонтальных управленческих связей, предназначенную для передачи управленческих воздействий во все стороны образовательной сети. Любые отношения субъектов образовательной деятельности «вкраплены» в структуру образовательной сети и могут рассматриваться в контексте ее характеристик и ее изменений, что является основой соответствия управленческих процессов в образовании социокультурной среде их протекания [Якубова, 2017, 62]. Таким образом, сеть горизонтальных управленческих взаимосвязей конституируется как структура управления отношениями в образовательной сфере, которую можно сопоставить с координацией через иерархическое управление или через стохастические механизмы управления действием рынка. Главным достижением является то, что сеть горизонтальных управленческих связей помогает сочетать максимальную свободу и вариативность поведения субъектов образовательной деятельности с максимальной управленческой определенностью процессов обмена на уровне сети в целом [Мочалова, Бакеева, 2017, 271].

Кроме этого, ресурсно-полиархическая система управления обеспечивает и другие необходимые системные качества инновационного характера. Так, элементы образовательной сети могут вступать в различные виды взаимодействия, при которых возникают системные адаптации, что чрезвычайно важно для осуществления образовательных инноваций. В образовательной сети существуют не только потоки управленческих сообщений, но и потоки информации, финансовые, вещественные и социальные обмены. Таким образом, в полиархически построенной системе сетевых взаимодействий управленческие отношения превращаются в комплексные акты социального взаимодействия, которые влияют на позиции всех сторон, которые принимают в ней участие.

Заключение

Управление образовательной системой как сетевой конструкцией обуславливает несколько системных новаций в методологии, которые меняют и характер общесоциального управления образовательной деятельностью. Среди этих новаций особое значение имеют следующие:

– управление носит обобщенный характер, поскольку в первую очередь концентрируется на поддержке ресурсного потенциала энергии сетевого взаимодействия. Задачи управления на уровне всей образовательной системы – это не регулирование отдельных транзакций, а поддержка внутрисистемных взаимодействий и взаимодействий образовательной системы с окружающим социальным окружением в контексте реализации основной цели – обеспечение удовлетворения социальных и индивидуальных образовательных потребностей. Управление в рамках понятия образовательных сетей принципиально характеризуется как управленческо-инвестиционная деятельность, что также важно с точки зрения управленческого сопровождения процесса трансформации системы образования из затратной в инвестиционную сферу социальной жизнедеятельности;

– в системе сетевых отношений управления носит стратегический характер и в качестве доминанты имеет не поддержку устойчивого функционирования образовательной системы или ее элемента, а их развитие и реализацию процессов инноваций. Принципиально важным для

управления сферой образования является определение механизма зависимости образовательных субъектов от системы сетевого взаимодействия. Деятельность каждого субъекта образовательного рынка определяется его сетевой позицией и системой сетевых взаимоотношений, которую она порождает. Система сетевых взаимоотношений образовательных субъектов дает возможность согласовывать управление на уровне их взаимодействия и на уровне взаимоотношений образовательных субъектов с системой образования в социокультурном контексте в целом;

– сетевая структура образовательных отношений дает методологическую возможность бесконечно разнообразного конструирования объектов и систем взаимодействия в образовательной деятельности. Соответственно управление в пределах образовательных сетей дает возможность не только осуществить сегментирование образовательных потребностей до уровня отдельного индивида, но и рассматривать каждого индивида) как систему программирования целого комплекса образовательных потребностей в зависимости от реализации собственных социальных ролей в системе сетевого взаимодействия;

– как теоретико-методологические основы, так и практика социального управления приобретают и разностороннего измерения. Это раскрывает широкие перспективы для управления образованием некоммерческой сферой социальной деятельности, где решающее значение имеет социальный эффект. С другой стороны, разнообразия форм управления создает перспективы для трансформации общесоциальной системы управления образованием в соответствии с потребностями информационного общества;

– управление становится намного чувствительней и технически совершеннее, поскольку сетевая форма взаимодействия способствует формированию полиархических связей взаимоправления и большого разнообразия механизмов обратной связи субъектно-объектного характера. Для системы образования большое значение имеет то, что в пределах образовательных сетей каждый элемент имеет характер как субъекта, так и объекта образовательного маркетинга, что позволяет интегрировать в единую целостную систему управленческих взаимодействий как целенаправленные механизмы управления образовательной системой со стороны соответствующих социальных институтов, так и механизмы рыночной саморегуляции на уровне отдельных субъектов образовательной деятельности и системы образования в целом.

Таким образом, менеджмент, маркетинг и ресурсно-полиархическое управление в сфере образования интегрировались как единый процесс управления, направленный на удовлетворение потребностей индивида и общества в образовательных средствах саморазвития личности и роста человеческого потенциала общества. Если методология традиционного маркетинг-менеджмента позволяет решить проблемы управления образованием, прежде всего, на уровне отдельных организаций, то методология образовательных сетей и полиархических связей позволяет решить весь комплекс проблем управления образованием как на уровне субъектов образовательного маркетинга, так и на уровне общесоциального инновационного управления образовательной сферой.

Библиография

1. Адельсеитова Э.Б., Юсупова А.А. Операционный менеджмент и финансовые инновации // В сборнике: Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития сборник статей научных трудов международной научно-практической конференции. Уфа. – 2017. – 85-89 с.

2. Акчурина Р.А. Менеджмент качества образования в инновационном управлении профессионального колледжа // Студенческий форум. – 2017. – № 7-1 (7). – 21-23 с.
3. Бровкин А.В. Особенности финансового менеджмента некоммерческих организаций / А.В. Бровкин // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12-3 (65-3). – 652-655 с.
4. Воронов А.А., Зинчик Н.С. Менеджмент устойчивости и инноваций: моделирование и анализ // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2017. – № 1-2. – 66-70 с.
5. Гелогов И.А. Менеджмент инноваций в малом бизнесе: возможности и ограничения // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2017. – № 4 (17). – 5-7 с.
6. Германюк И.В., Еремкина Ю.В. Интеграция систем управления: менеджмент качества, контроллинг, инновационный менеджмент // Вектор экономики. – 2017. – № 6 (12). – 1 с.
7. Гончарова К.И., Апсава Г.С. Реализация функции управления риском в инновационном менеджменте // В сборнике: Закономерности и противоречия развития национальных экономических систем. Международная научно-практическая конференция. – 2017. – 99-102 с.
8. Исаев В.А. Инновационный менеджмент // В сборнике: Российская наука в современном мире сборник статей X международной научно-практической конференции. – 2017. – 266 с.
9. Коновальчук Н.С. Инновации в современном менеджменте // В сборнике: Наука XXI века: актуальные вопросы, проблемы и перспективы Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. Под общей редакцией А.И. Вострецова. – 2017. – 114-117 с.
10. Микеева Р.Р. Инновационный менеджмент как аппарат управления инновациями // В сборнике: В мире научных открытий материалы международной студенческой научной конференции. – 2017. – 169-172 с.
11. Мочалова А.О., Бакеева Й.Р. Мотивация персонала в инновационном менеджменте // В сборнике: Российская наука в современном мире сборник статей X международной научно-практической конференции. – 2017. – 271 с.
12. Мугу С.Х., Стукова Ю.Е. Инновационный менеджмент // Современные научные исследования и разработки. – 2017. – № 5 (13). – 231-234 с.
13. Носов А.Л. Подходы к исследованию каналов товародвижения в региональной логистике // Логистика сегодня. – 2009. – № 1. – 16-21 с.
14. Потанина Ю.М. Разработка концепции информационной системы, обеспечивающей управление стоимостью компании // В сборнике: Россия в европейском и мировом информационном пространстве. Материалы международной научно-практической конференции. – 2014. – 168-179 с.
15. Якубова М.Ш., Адамская Л.В. Инновации в менеджменте: социальные аспекты // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2017. – № 4 (17). – 61-63 с.

Transformation of innovative management paradigms

Petr P. Kovalev

PhD in Economics,
Executive Director,
Central Scientific Research Institute “Cyclone”,
107497, 77, Schelkovskoe av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: p.kovalev@cyclone-jsc.ru

Abstract

In modern science, the most common understanding of management processes is based on the system-information (cybernetic) approach, when management is considered as a kind of information processes that have a functional focus on ensuring impact on a certain object in order to change it in the interests of a certain subject of management. The existing General definitions of management of educational activity make adjustments only to the object-subject specifics of management.

The spread of systemic innovations in the field of education creates the preconditions for influencing the formation of the most dynamic direction of management – innovation. Its formation and rapid development are determined by the innovative nature of the information society.

Innovative management has not only the character of a functional management system, but is an independent field of science and activity aimed at the formation and ensuring the achievement of any organizational structure of innovative goals through the rational use of material, labor and financial resources. Innovative management for application in educational marketing is a purposeful system of management of innovative activity, its resources, the people participating in development and introduction of innovations for the purpose of achievement of the maximum efficiency of innovations as the major factor of development of the educational sphere or its separate component.

For citation

Kovalev P.P. (2018) Transformatsiya innovatsionnykh upravlencheskikh paradigim [Transformation of innovative management paradigms]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (4A), pp. 53-60.

Keywords

Innovation, administrative paradigm, transformation, social structure.

References

1. Adel'seitova E.B., Yusupova A.A. (2017) Operatsionnyi menedzhment i finansovye innovatsii // V sbornike: Sovremennyyi menedzhment i upravlenie: tendentsii i perspektivy razvitiya sbornik statei nauchnykh trudov mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Ufa. – pp 85-89.
2. Akchurin R.A. (2017) Menedzhment kachestva obrazovaniya v innovatsionnom upravlenii professional'nogo kolledzha. *Studencheskii forum*. – № 7-1 (7). – pp 21-23.
3. Brovkin A.V. (2015) Osobennosti finansovogo menedzhmenta nekommercheskikh organizatsii / A.V. Brovkin // *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. – № 12-3 (65-3). – pp 652-655.
4. Voronov A.A., Zinchik N.S. (2017) Menedzhment ustoychivosti i innovatsii: modelirovanie i analiz // *Vestnik fakul'teta upravleniya SPbGEU*. – № 1-2. – pp 66-70.
5. Gelogaev I.A. (2017) Menedzhment innovatsii v malom biznese: vozmozhnosti i ogranicheniya // *Rossiiskaya nauka i obrazovanie segodnya: problemy i perspektivy*. – № 4 (17). – pp 5-7
6. Germanyuk I.V., Eremkina Yu.V. (2017) Integratsiya sistem upravleniya: menedzhment kachestva, kontrolling, innovatsionnyi menedzhment // *Vektor ekonomiki*. – № 6 (12). – pp 1.
7. Goncharova K.I., Apsava G.S. (2017) Realizatsiya funktsii upravleniya riskom v innovatsionnom menedzhmente // V sbornike: Zakonomernosti i protivorechiya razvitiya natsional'nykh ekonomicheskikh sistem. Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya. – 99-102 s.
8. Isaichev V.A. (2017) Innovatsionnyi menedzhment // V sbornike: Rossiiskaya nauka v sovremennom mire sbornik statei X mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. – pp 266 s.
9. Konoval'chuk N.S. (2017) Innovatsii v sovremennom menedzhmente // V sbornike: Nauka XXI veka: aktual'nye voprosy, problemy i perspektivy Materialy Mezhdunarodnoi (zaochnoi) nauchno-prakticheskoi konferentsii. Pod obshechi redaktsiei A.I. Vostretsova. – pp 114-117.
10. Mikeeva R.R. (2017) Innovatsionnyi menedzhment kak apparat upravleniya innovatsiyami // V sbornike: V mire nauchnykh otkrytii materialy mezhdunarodnoi studencheskoi nauchnoi konferentsii. – pp 169-172
11. Mochalova A.O., Bakeeva I.R. (2017) Motivatsiya personala v innovatsionnom menedzhmente // V sbornike: Rossiiskaya nauka v sovremennom mire sbornik statei X mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. – pp 271.
12. Mugu S.Kh., Stukova Yu.E. (2017) Innovatsionnyi menedzhment // *Sovremennyye nauchnye issledovaniya i razrabotki*. – № 5 (13). – pp 231-234.
13. Nosov A.L. (2009) Podkhody k issledovaniyu kanalov tovarodvizheniya v regional'noi logistike // *Logistika segodnya*. – № 1. – pp 16-21
14. Potanina Yu.M. (2014) Razrabotka kontseptsii informatsionnoi sistemy, obespechivayushchei upravlenie stoimost'yu kompanii // V sbornike: Rossiya v evropeiskom i mirovom informatsionnom prostranstve. Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. – pp 168-179 s.
15. Yakubova M.Sh., Adamskaya L.V. (2017) Innovatsii v menedzhmente: sotsial'nye aspekty // *Rossiiskaya nauka i obrazovanie segodnya: problemy i perspektivy*. № 4 (17). – pp 61-63