

УДК: 658.012.23; DOI: 10.31388/2519-884X-2020-41-160-166

Безгін К.С., д.е.н., професор,
Донецький національний університет ім. В. Стуса
bezgink@gmail.com

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНИМ ПЕРСОНАЛОМ В НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Анотація. Специфіка управління інноваційною діяльністю на підприємстві, а також інтенсивні соціально-економічні перетворення, що формують умови нової економіки вимагають подальшого розвитку принципів управління інноваційно-активним персоналом. Міждисциплінарна природа процесу управління інноваційно-активним персоналом, визначила необхідність конвергенції принципів управління, синергетики, організації інноваційного процесу і суб'єктності. На основі симбіотичного поєднання принципів, які представляють різні наукові напрямки, в статті отримана система ключових орієнтирів формування підприємства, що навчається на засадах нової економіки та менеджменту знань.

Ключові слова: управління персоналом, нова економіка, інновація, цінність, менеджмент знань, співтворчість.

JEL code classification: A12, B49

Bezgin K.S., Doctor of Economics, Prof.
Vasyl' Stus Donetsk National University
bezgink@gmail.com

PRINCIPLES OF MANAGING INNOVATIVE ACTIVE PERSONNEL IN THE NEW ECONOMY

Abstract. The growing global economic crisis is a direct confirmation of the limited epistemic positions of existing management approaches focused on the management of innovative development, both at the macro and micro levels. The dominance of the linear and normative paradigm in the management of the creation of innovative values, initiates the emergence of a number of socio-economic contradictions that need to be resolved. This necessitates the reorientation of the research vector to nonlinear and behavioral paradigms, which should form an epistemic basis of current socio-humanitarian technologies designed to address the constantly emerging contradictions of innovation. Therefore, the purpose of the article is the analysis, systematization and substantiation of methodological principles of management of innovation-active personnel in the new economy in order to intensify the development of high socio-humanitarian (cognitive) technologies.

The interdisciplinary nature of the process of managing innovation-active personnel has determined the need for convergence of management principles, synergetics, organization of the innovation process and subjectivity. Based on a symbiotic combination of principles representing different scientific fields, the article provides a system of guidelines that corresponds to the principles of the new economy and knowledge management. Thus, having built the basic architecture of the basic guidelines for the management of innovation-active personnel, it became possible to form in further research a code of guidelines governing the features, characteristics and guidelines of the modern enterprise studying in the new economy.

Keywords: HR management, new economy, innovation, value, knowledge management, co-creation.

Постановка проблеми. Останнім часом чітко позначилася синергетична тенденція в розвитку практично всіх сфер людської діяльності. Так, наприклад, в менеджменті переважає принцип корпоративізму, міжнародний менеджмент трансформується в глобальний менеджмент, корпоративна культура організацій розвивається в соціогуманітарному тренді, базуючись на загальних аксіо-

логічних засадах. Інноваційний процес, будучи переважно лінійним і зосередженим в рамках науково-виробничих структур підприємств, виходить за межі організаційних меж, інтегруючи стейкхолдерів в рамках основних етапів створення інноваційної цінності. Постіндустріальна парадигма призводить до необхідності інтеграції сфер виробництва і споживання, які в індустріальній парадигмі

не мали колабораційних сфер, а були розділені межею маркетингової діяльності, що вимагає вироблення методологічних принципів управління інноваційно-активним персоналом, які відповідають сучасним умовам нової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічний базис управління інноваційно-активним персоналом закладено у працях таких дослідників: К. Арджиріс, Й. Бенклер, Г. Бхолла, Х. Гайсельхарт, П. Друкер, М. Кастельс, К. Лакхані, В. Лепський, Ч. Лідбітер, К. Прахалад, В. Рамасвами, Е. Роджерс, П. Сенге, Д. Старк, Дж. Хау, Е. Хиппель, Г. Чесбро, Ф. Янсен. Однак в працях зазначених авторів, в переважній більшості випадків увага акцентується на різноманітних аспектах інноваційного менеджменту, фрагментарно відображуючи його процесуальність та взаємозв'язок з людським фактором. Інтеграція сенсоутворюючого досвіду потребує глибокого осмислення, широкого конструктивного обговорення, холістичної репрезентації та спроби гармонійного вбудовування цілісної системи поглядів нової економіки в схеми інноваційної діяльності.

Постановка завдання. Мета даної статті – аналіз, систематизація та обґрунтування методологічних принципів управління інноваційно-активним персоналом в новій економіці задля інтенсифікації розвитку високих соціо-гуманітарних (когнітивних) технологій, що відносяться до VI технологічного укладу, тим самим створюючи технологічний пояс антиципації у формуванні поведінкових передумов конгруентного створення інновацій і в цілому сприяючи гармонізації відносин між сферами виробництва та споживання для створення продуктів і технологій з інтегрованими в них людино-розмірними параметрами.

Виклад основного матеріалу. Принцип (лат. *principium* – першопочаток, основа) – це вихідне положення теорії, яке не потребує доказів. На відміну від закономірностей принципи об'єктивні лише за джерелом, а за своєю суттю – суб'єктивні. Принципи управління інноваційно-активним персоналом – це основні правила, що детермінують управлінську діяльність в сфері створення, розповсюдження та використання знання на

підприємстві, що перманентно навчається. Принципи управління можна поділити на загальні, приватні і організаційно-технологічні. Всі вони взаємопов'язані між собою, і тільки цілісне їх застосування забезпечує ефективність управління. Стосовно методології управління інноваційно-активним персоналом пропонується наступна архітектоніка принципів, а саме: методологічні принципи управління; методологічні принципи синергетики; методологічні принципи суб'єктності; методологічні принципи організації інноваційно-активних середовищ [1].

Методологічні принципи управління

Принципи управління діють у всіх сферах і підсистемах підприємства, проте діють вони специфічно в різних сферах керованої системи, до них відносяться принципи: *об'єктивності, саморегулювання, зворотного зв'язку, додатковості, інформаційної достатності, еволюціонізму, ймовірності, демократизму, провідної ланки, стимулювання*. Розглянемо деякі з них більш детально, з урахуванням специфічних особливостей сучасного менеджменту.

Принцип об'єктивності передбачає цілеспрямований вплив на систему в цілому або на окремі її ланки на основі пізнання і використання об'єктивних закономірностей в інтересах забезпечення оптимального функціонування всієї системи. Трактують дії об'єктивних закономірностей в науковій літературі представлено двома полярними підходами: 1) детермінованість; 2) стохастичність. Синергетика трактує необхідне і випадкове з проміжних позицій, включеність випадку в ланцюг закономірних подій часом породжує спектр різних варіантів, які задають можливі напрямки розвитку системи. Випадок виявляється не тільки формою прояву необхідності, явищем, причина якого нібито настільки мала і загублена серед інших, але і самостійною характерною властивістю, умовою, конструктивним елементом.

Постіндустріальна парадигма соціально-економічного розвитку радикальним чином змінює розуміння необхідного (закономірного, детермінованого) і випадкового в управлінні підприємством, в цілому, і процесах створення цінності, зокрема. Виникає нове розуміння випадковості як самостійного фактору, що впливає на управлінські процеси.

Принцип саморегулювання (гомеостазу). Управління інноваційно-активним персоналом повинно здійснюватися з використанням принципу саморегулювання, який дозволяє адаптувати процеси діяльності та їх результати до потреб зовнішнього середовища. На відміну від звичайних регулюючих пристроїв в детермінованих системах, здатних забезпечувати їх стійкість тільки в заданому діапазоні змін, гомеостаз може змінювати стратегію пристосування, вирішуючи завдання регулювання, що не були заздалегідь сформульовані, тобто відкриває можливості для саморозвитку системи.

У новій картині світу відбувається перехід від розгляду світу як недосконалої системи, яку можна та потрібно будувати, перебудувати, покращувати, прискорювати і т.д., до уявлення про світ, як про організм, який саморегулюється та саморозвивається. Тому впровадження механізмів самоорганізації і саморозвитку в управлінні персоналом стає надзвичайно важливим. У зв'язку з цим необхідно уникнути спрощеного уявлення про управління в чисто адміністративному сенсі і розглядати це поняття у всій його складності, з урахуванням механізмів самоорганізації.

Принцип додатковості. В управлінні інноваційно-активним персоналом поєднуються протилежні тенденції, з одного боку, це закономірні, необхідні, стійкі, лінійні, рівноважні, організовані, передбачувані, з іншого, випадкові, нестійкі, нелінійні, нерівноважні, стохастичні, стихійні, самовільні, саморегульовані, ірраціональні, імовірнісні, непередбачувані, які взаємодоповнюють один одного, і в цьому полягає суть принципу додатковості. Даний принцип передбачає амбівалентний погляд на світ, тобто виходить з співіснування в світі взаємодоповнюючих сил, які один без одного існувати не можуть. В управлінні персоналом принцип додатковості передбачає поєднання нормативного регулювання системи і процесу спонтанного (поведінкового) саморегулювання, їх взаємне доповнення.

Принцип зворотного зв'язку. Управління інноваційно-активним персоналом, відбувається на основі стійких і надійних зворотних зв'язків, при яких керуюча підсистема регулярно отримує конкретні відомості про результати діяльності керованої підсистеми.

Інформація дозволяє суб'єкту управління мати уявлення про стан керованої системи в кожен даний момент часу про ступінь досягнення мети і виконання завдань.

Методологічні принципи синергетики

Принцип структурного спряження. Створення консонантних цінностей для споживачів реалізується за допомогою управління складністю ринкових процесів, яке можливо через структурне спряження з ними. Структурне спряження передбачає наявність зворотних зв'язків між керованим і керуючим суб'єктами, які визначають їх взаємоузгоджену діяльність. З точки зору теорії складності, інноваційна діяльність має природні обмеження у вигляді власних шляхів еволюції складних систем, спектрів їх структур-атракторів, які визначаються внутрішніми властивостями складних систем і зовнішнього оточення. Структурне спряження підприємства і ринку, а також відповідність випущеної продукції його внутрішнім тенденціям забезпечується через процес співтворчості (виробник і споживач), який дозволяє виявити спектр необхідних властивостей, для створення консонансних інноваційних цінностей.

Принцип нелінійності управлінського впливу. Невизначеність іманентно властива управлінню процесом створення цінності, що означає перманентну незавершеність інноваційної діяльності, незаданість і нелінійність її кінцевого результату. Звідси випливає, що будь-який управлінський вплив детермінований умовами навколишнього середовища та є імовірнісним щодо кінцевого результату. Тому, слід трансформувати лінійний зв'язок: «управлінський вплив → результат», що домінує в класичному менеджменті та визнати його нелінійність. Культура управлінського впливу в процесі створення інноваційної цінності повинна рефлексивно відображати неоднозначність та відносну непередбачуваність навколишнього середовища, його складність та нелінійність, допускати можливість підвищення ентропії в середовищі співтворчості, підтримувати гетерархію в системі інтерактивних зв'язків полісуб'єкта.

Принцип коеволюції суб'єктів співтворчості. У процесі спільного створення цінності в рамках рефлексивно-активних середовищ,

відбувається динамічна зміна складу учасників, що передбачає реалізацію певної процедури адаптації включених в проект суб'єктів. Безпосереднє приєднання суб'єкта є методологічно некоректною процедурою. Даного суб'єкта, в термінології В. Лепського, необхідно «зібрати», оскільки він повинен бути еволюційно пов'язаний з колабораційним середовищем.

На думку В. Аршинова, для перебування суб'єкта в динамічній конгруентній відповідності з інноваційним середовищем, необхідним є дотримання мінімум двох умов: «1) що сама ця ситуація повинна розглядатися знову-таки в процесі її становлення, «само-розвитку», тобто рекурсивно, фрактально, самоподібно; 2) межа між «зовнішнім» та «внутрішнім» в ситуації становлення повинна не стиратися, а кожен раз відновлюватися як важлива передумова креативності, інноваційності, самої можливості інтерсуб'єктивності комунікації» [2, с. 27]. Крім того, основне завдання інноваційного процесу полягає не в тому, щоб стирати колишні відмінності, скільки в тому, щоб їх створювати в якості необхідної передумови майбутніх змін.

Методологічні принципи організації інноваційно-активних середовищ

Принцип гетерогенності співтворчості. Занурення образу інноваційної цінності у відкрите полісуб'єктне середовище стимулює виникнення множини інтерпретацій щодо її структури та властивостей. Лінійна парадигма інноваційного розвитку передбачає наявність одного джерела інноваційних цінностей, укладеного у процесній тріаді «наука – техніка – виробництво». Як альтернатива, нелінійна парадигма ініціює процес формування множинних джерел інноваційних цінностей. Тому сучасному підприємству слід здійснювати перехід від механізму гомогенного інноваційного процесу (лінійна парадигма), як обмеженої форми створення інноваційних цінностей, до гетерогенного (нелінійна парадигма), який відповідає сучасним вимогам (суб'єктна парадигма, концепція спільного створення цінності, управління різноманіттям і т.д.) та сприяючого розширенню рефлексивного поля за межі підприємства.

Принцип гармонізації інновацій та цінності у створюваному об'єкті. Існує природний внутрішній конфлікт між творчістю, орієнтованою на інновації та комерціалізацією, орієнтованою на цінність у створюваному об'єкті. Зміщення акценту на творчість може привести до інновації, яка помітно випереджає за своїми властивостями і характеристиками рівень природного розвитку споживача, а іноді і помітно відхилити продукт від існуючих стереотипів сприйняття, що призведе до створення «логічного розриву» у сприйнятті, і, як наслідок, зробить його незатребуваним на ринку. Для масового сприйняття нововведення (ранньою і пізньою більшістю) необхідно у певних пропорціях збільшувати у ньому обсяг інноваційних властивостей, зі збереженням і удосконаленням традиційних (каркасних) характеристик, що детермінують продукт, як такий. На думку Т. Давіла: «неструктуровані творчі процеси можуть витіснити ефективні традиційні цінності» [3, с. 18]. Проте, інновації не існують поза творчістю і суб'єкт управління повинен розуміти які процеси витісняють креативність у процесі створення цінності.

Принцип взаємодії. Організація широкої взаємодії у рамках інноваційного процесу орієнтує на отримання різного роду проміжних і кінцевих результатів, що дозволяє наблизити образ створюваної інноваційної цінності до найбільш консонансної (релевантної, конгруентної) комбінації властивостей і характеристик. Дане твердження підтверджують слова К. Нордстрема щодо циркулярної взаємодії: «у людини є великі можливості до самоорганізації тільки тоді, коли ми отримуємо всебічну оцінку своєї діяльності» [4, с. 120]. О. Богданов, описуючи процес збереження системи, охарактеризував його, як «результат рухливої рівноваги системи з її середовищем, який утворюється двома потоками активностей - асиміляцією, поглинанням і засвоєнням активностей ззовні і дезасиміляцією, раззасвоєнням активностей, їх втратою, переходом в зовнішнє середовище» [5, с. 13]. Філософія взаємодії вступає в явне протиріччя з радикальним індивідуалізмом, що поширюється у вітчизняній моделі менеджменту і пронизує основні управлінські практики. Індивідуалізм, що редукує зовнішнє середовище за допомогою аналізу і де-

термінуючих впливів, не здатний у сучасних умовах менеджменту складності претендувати на роль ефективного управлінського базису. Це актуалізує необхідність переосмислення базових положень теорії управління з подальшим переходом на інтегруючі підстави. Методологія енактивації суб'єкта інноваційного розвитку в потік наростаючої ринкової складності призводить до стирання дихотомій між попитом і пропозицією, виробництвом і споживанням, підприємством і ринком.

Принцип самореферентності. Для управління інноваційно-активним персоналом характерна проблема формування позиції зовнішнього спостерігача по відношенню до власних процесів діяльності. Це актуалізує необхідність інтеграції механізму формування самореферентності в середовищі співтворчості, який орієнтований на власні процеси діяльності та є необхідною умовою власного відтворення. Самореферентність розуміється як здатність до рефлексії на індивідуальному і колективному рівнях, яка здійснюється полісуб'єктом, з метою конституювання певного стану метакультури. Фіксація досвіду через полісуб'єктну самореферентність створює контур самоопису. Функція самореферентності спільної інноваційної діяльності реалізується безпосередньо полісуб'єктом, яка є умовою його відтворення. За твердженням П. Хааса, полісуб'єкт починає орієнтуватися не тільки на спільність знання, а й на спільні цінності.

Принцип варіативності ведучої ланки. При ініціації суб'єктом управління процесів колаборації необхідно визначити базовий принцип координації взаємодії суб'єктів у середовищі співтворчості. Принцип варіативності ведучої ланки детермінує процедуру рефлексивного узгодження у взаємодії суб'єктів. Для встановлення взаєморозуміння і «включеності» в діяльність один одного суб'єкти адекватно репрезентують актуалізовані у них в контексті даної взаємодії суб'єктні позиції і відповідні їм суб'єктні реальності. Процес спільного створення цінності передбачає наявність наступних поляричних підходів до варіативності ведучої ланки у формуванні концептуального ядра інноваційної цінності і узгодження, прийнятих суб'єктами реальностей, між якими існує ряд похідних форм:

суб'єкт управління вносить певне фіксоване концептуальне ядро (базовий атрибут), на основі якого полісуб'єкт нарощує варіабельну периферію властивостей і характеристик (розширені і потенційні атрибути) створеної цінності. Даний підхід характеризує вдосконалюючі інновації;

у процесі діяльності полісуб'єкт формулює принципово нове концептуальне ядро інноваційної цінності, яке приймається суб'єктом управління, і через напрацювання варіабельної периферії виникає ряд концептів цінності, які потребують маркетингової апробації. Ступінь інноваційності створеної цінності детермінована контрастом і «ін-акшністю» в порівнянні з існуючими зразками. Даний підхід характеризує радикальні інновації, які не завжди виникають з існуючих цінностей – вони можуть з'являтися з когнітивної синергії інноваційно-активних середовищ.

Принцип варіативності ведучої ланки детермінує взаємозумовленість переходів індивідуальної творчої і управлінської діяльності в групову, який спрямований на розширення поля рефлексії за рахунок актуалізації відповідних суб'єктних і полісуб'єктних позицій в середовищі спільного створення цінності. Гетерархічність є визначальним критерієм вибору ведучої ланки, тобто перехід функцій модератора обумовлений рівнем здібностей і компетентності суб'єкта в рамках проекту, що розробляється. Крім того, суб'єкт управління отримує можливість створювати структурно-організовані форми доопрацювання і апробації окремих інноваційних концептів, з метою їх подальшої комерціалізації.

Методологічні принципи суб'єктності

Принцип надситуативної активності. Активність суб'єкта передбачає затвердження положення про причинну детермінацію, яка дозволяє зв'язати активність із зовнішніми впливами, обґрунтувати зв'язок зовнішніх і внутрішніх причин. С. Рубінштейном запропоновано положення, згідно з яким «при поясненні будь-яких психічних явищ особистість виступає як цілісно пов'язана сукупність внутрішніх умов, через які переломлюються всі зовнішні впливи» [6, с. 351]. В рамках гуманістичної психології А. Маслоу пов'язував активність з потребою самоактуалізації, яка трактувалася як внут-

рішня рушійна сила розвитку особистості, а не її ініціативи, спрямовані зовні.

У контексті управління інноваційно-активним персоналом необхідно виділити уявлення про надситуативну (неадаптивну) активність, якій приписується здатність долати внутрішні і зовнішні межі, тобто трансцендувати: «... Активність надситуативна – здатність суб'єкта підніматися над рівнем вимог ситуації, ставити цілі, надлишкові з точки зору вихідної задачі. За допомогою надситуативної активності суб'єкт долає зовнішні і внутрішні обмеження (бар'єри) діяльності...» [7, с. 27]. В. Петровський характеризує надситуативну активність таким чином: «суб'єкт, діючи в напрямку реалізації вихідних відносин його діяльності, виходить за рамки цих відносин і, в кінцевому рахунку, перетворює їх» [8, с. 84]. В актах прояву суб'єктом надситуативної активності з виразністю виступають аспекти розвитку діяльності, створення інноваційної цінності, креативного руйнування.

Принцип полісуб'єктності. Постнекласичний тип наукової раціональності підводить до необхідності інтеграції сфер виробництва та споживання, з використанням ряду інфокомунікаційних і управлінських технологій, серед яких базовою є залучення споживачів до процесу дослідження і розробки нової продукції. Як наслідок цього процесу, клієнти зі споживачів товарних цінностей перетворюються в творців інноваційних цінностей, а менеджери – в медіаторів даного процесу. Стирання жорстких границь науково-виробничого процесу на підприємстві дозволяє розширити поле рефлексії розробок і дослідження, за рахунок залучення колективного інтелекту суб'єктів зовнішнього середовища. Таким чином, створення цінності на підприємстві, засноване на парадигмі диференціації виробництва і споживання є стагнуючою в сучасних умовах нової економіки. Відповідність новим умовам не може бути досягнута за рахунок ізольованих знань суб'єкта господарювання, у відриві від суб'єктів зовнішнього середовища, які перманентно пізнають і діють у власних суб'єктивних реальностях. Без синтезу суб'єктів науки, інженерії, управління, споживання, поставок, дистрибуції та ін., в рамках єдиного полісуб'єктного континууму

спільної діяльності, неможлива адекватна інтерпретація створюваної цінності. Полісуб'єктна інтеграція суб'єктивних уявлень про цінності утворюють загальну постнекласичну картину світу. Процес полісуб'єктного створення цінності – це форма суб'єкт-суб'єктних відносин, яка передбачає інтеграцію суб'єктів (науки, інженерії, управління, споживання та ін.) в межах процесу створення цінності, які виявляються здатними до колективної надситуативної активності, енактивності, взаємодії, творчості, здатності виступати як цілісний суб'єкт в інноваційному процесі. Принцип полісуб'єктності можна детермінувати: феноменологічно, як спільний процес створення цінності; динамічно, як загальну орієнтацію векторів активності суб'єктів; енвайроментально, створенням умов для організації співтворчості; рефлексивно, вмінням враховувати і приймати активність інших суб'єктів.

Процес полісуб'єктної взаємодії якісно змінює зміст інноваційної діяльності. Реальною стає філософія колаборації, що є методологічною основою процесів співтворчості. Рушійною силою полісуб'єктної взаємодії є афіліація, визнання, саморозвиток, самовдосконалення і самореалізація. При цьому кожен суб'єкт самостійно визначає ступінь своєї інтеграції в інноваційний процес. Для організації процесу полісуб'єктної взаємодії, суб'єкту управління необхідно володіти певними технологічними компетенціями, серед яких: загальна комунікативна компетентність, емпатія, рефлексія, здатність до проектування ситуацій суб'єкт-суб'єктних відносин на проблемно-діалоговому рівні.

Принцип збірки суб'єкта конвергенції. У контексті уявлень постнекласичної науки в реальність, що пізнається, включена активність суб'єкта пізнання, його цілі, цінності, діяльність і стан. Така включеність суб'єкта з його внутрішнім досвідом визначає первинну структуру цієї реальності – канал реальності суб'єкта. Як стверджує В. Лепський: «для отримання знання суб'єкт пізнання використовує доступний йому набір конструктів науки і культури і проектує їх на реальність в своєму каналі реальності. Через резонуючі цим конструктам проекції він вдруге, вже в інформаційному плані, структурує реальність для організації своєї діяльності і

визначає себе в цій реальності – вирішує завдання самоідентифікації. Одержувані ним знання утворюють інформаційну сферу над первинно структурованою реальністю – його каналом реальності, і призначені для вирішення структурованих в ній завдань» [9, с. 56–70]. Іншими словами, суб'єкт рефлексує архітектоніку цінності, інтерпретуючи і переводячи її у власну реальність, як форму представлення буття. З появою полісуб'єктних середовищ, здатних під різними кутами подивитися на генерований образ, виникають альтернативні реальності, що вимагають конвергенції творчої поліфонії концептів в рамках кінцевого цілісного образу інноваційної цінності. Принцип збірки суб'єкта конвергенції вказує на необхідність виділення ведучої ланки в рамках полісуб'єкта співтворчості, що передбачає проєктування інтегрального образу створюваної цінності на суб'єктний рівень. Таким чином, засноване на когнітивно-компетентнісних засадах ситуаційне лідерство, призводить до появи в рамках полісуб'єктного середовища

суб'єкта конвергенції кінцевого образу створюваної цінності, який здатний синтезувати в кінцевому образі всі найбільш істотні властивості і характеристики. Як правило, основним претендентом на роль суб'єкта конвергенції є модератор, який здатний абсорбувати ключові ідеї і знання щодо створюваного образу і адекватно здійснити їх репрезентацію. У кожному конкретному випадку полісуб'єкт самостійно визначає найбільш відповідного цій ролі суб'єкта.

Висновки. Сформувавши базову архітектоніку основоположних настанов управління інноваційно-активним персоналом, що сформована за рахунок міждисциплінарної конвергенції положень таких теорій і наукових напрямів як: управління, синергетика, суб'єктність і організація інноваційно-активних середовищ, з'являється можливість сформувати кодекс керівних положень, які регламентують особливості, характеристики та орієнтири сучасного підприємства, що навчається в умовах нової економіки.

Список літератури:

1. Безгин К.С. Управление процессом создания ценности на предприятии: полисубъектность и коллаборация: монография / К.С. Безгин. – Харьков: «НТМТ», 2015. – 288 с.
2. Лепский В. Е. Организация саморазвивающихся инновационных сред / Под ред. В. Е. Лепского – М. : «Когито-Центр», 2012. – 192 с.
3. Давила Т. Работающая инновация / Т. Давила, М. Эпштейн, Р. Шелтон. – Пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320 с.
4. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк : капитал пляшет под дудку таланта / К. Нордстрем, Й. Риддерстрале. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2008. – 280 с.
5. Богданов А. А. Тектология : Всеобщая организационная наука. В 2-х кн. : Кн. 2 / А. А. Богданов. – Отв. ред. Л.И. Абалкин. – М. : Экономика, 1989. – 352 с.
6. Рубинштейн С. Л. Проблемы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – М. : Педагогика, 1973. – 424 с.
7. Психологический словарь / Под ред. П. Гуревича. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2007. – 800 с.
8. Петровский В. А. Личность в психологии : парадигма субъектности : монография / В. А. Петровский. – Ростов на Дону : Феникс, 1996. – 505 с.
9. Лепский В. Е. На пути к постнеклассическим концепциям управления / Под ред. В. И. Аршинова, В. Е. Лепского. – М. : Институт философии РАН, 2005. – 266 с.

References:

1. Bezgin K.S. (2015) *Upravlenie processom sozdaniya cennosti na predpriyatii: polisub"ektnost' i kollaboraciya: monografiya. Har'kov: «NTMT», 288 p.*
2. Lepskij V.E. (2012) *Organizaciya samorazvivayushchihsvya innovacionnyh sred. M.: «Kogito-Centr», 192 p.*
3. Davila T. (and oth.) (2007) *Rabotayushchaya innovaciya [Per. s angl.]. Dnepropetrovsk : Balans Biznes Buks, 320 p.*
4. Nordstrom K., Ridderstrale J. (2008) *Biznes v stile fank : kapital plyashet pod dudku talanta. SPb.: Stokgol'mskaya shkola ekonomiki, 280 p.*
5. Bogdanov A.A. (1989) *Tektologiya : Vseobshchaya organizacionnaya nauka. V 2-h kn.: Kn. 2. M. : Ekonomika, 352 p.*
6. Rubinshtejn S.L. (1973) *Problemy obshchej psihologii. M.: Pedagogika, 424 p.*
7. *Psihologicheskij slovar' (2007) [Pod red. P. Gurevicha]. M.: OLMA Media Grupp, 800 p.*
8. Petrovskij V.A. (1996) *Lichnost' v psihologii : paradigma sub"ektnosti: monografiya. Rostov na Donu: Feniks, 505 p.*
9. Lepskij V.E. (2005) *Na puti k postneklassicheskim koncepciyam upravleniya. M. : Institut filosofii RAN, 266 p.*