

Инновации как катастрофы

Ключевые слова: antifragility, entrepreneurship, experimental products, innovation machine, innovations, negative thinking, positive thinking, strategic management, strategic planning, via negativa, via positiva, VUCA, антихрупкость, инновации, машина инноваций, негативное мышление, позитивное мышление, предпринимательство, стратегическое планирование, стратегическое управление, экспериментальные продукты

Автор: Федор Рагин

Дата публикации: 29.10.2020

Лицензия: © Федор Рагин. Копирование, распространение или иное использование разрешается после согласия правообладателя.

У всякой инновационной затеи (знакомый пассионарий называет их «проектами «А давайте!») есть предельно допустимая для её стейкхолдеров катастрофичность. Например, миллион рублей безответных инвестиций, после которых нервы не выдерживают, и дело сворачивается. Или сто миллионов. Или тысяча безрезультатных человеко-часов рабочей группы и репутационные потери (те же деньги – ФОТ плюс упущенные возможности). Цена катастроф по всем вместе взятым экспериментам компании, сумма её провалов, предпринимательский Перл Харбор – это, очевидно, бюджет и, по нашему убеждению, единственно верный источник крі инновационных проектов. Управлять нужно только этим портфелем катастроф: концентрация на негативной стороне стратегического поиска освобождает компанию от бремени позитивных целей в менеджменте инноваций – демотивирующих и по определению бессмысленных во всё возрастающей неопределенности внешней среды.

Но такую «венчурную» философию трудно принять менеджерам и собственникам, которые привыкли мыслить и управлять позитивно, то есть, в терминах целевых приобретений (клиентов, маржи и т.п.), а не априори признанных потерь. Они распространяют позитивное мышление и его инструментарий на всю стратегию компании, не отделяя в ней ту часть, которая является экстраполяцией прошлого (где позитивные крі верны), от предпринимательского зондирования будущего (где позитивные крі вредоносны). Результат такого смешения – плановые инновации, что и оксюморон, и стратегическая угроза для существования бизнеса.

Ни у кого больше нет линейно развивающегося внешнего окружения и избыточной маржи, чтобы оплачивать уютные привычки, приобретенные в нулевые и десятые, когда кризисы были просто коррекциями.

Постоянный линк: <https://veraviastategy.com/innovations-as-catastrophies>

2020 Vera Via Strategy Consultants