

ЕКОНОМІЧНА ОСВІТА В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

УДК 65.658

ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ ПАРАДИГМ МЕНЕДЖМЕНТУ

Бардась А.В., д.е.н.
Бойченко М.В., к.е.н.
Дудник А.В.

ДВНЗ «Національний гірничий університет»

У статті розглянуто питання формування сучасних парадигм менеджменту. Проведено аналіз впливу на парадигми менеджменту соціально-економічних та технологічних факторів. Визначено перелік сучасних парадигм менеджменту.

Ключові слова: парадигма, менеджмент, управління.

The article considers some issues of modern management paradigms' development. The influence of social, economic and technological factors on management paradigms has been analyzed. The list of management paradigms is described.

Key words: paradigm, management, administration.

Актуальність проблеми. Розвиток управління як наукової дисципліни не являв собою серію послідовних кроків вперед. Скоріше, цей розвиток являв собою сукупність підходів, які часто збігалися, а нагромадження наукових даних відбувалося за принципом спіралі, коли на основі існуючих уявлень про діяльність організованих груп людей генерувалися нові знання. Певною мірою на специфічність розвитку менеджменту справляло вплив те, що він водночас є не лише наукою, але й мистецтвом, особливо на прикладному рівні. Отже, успіхи в теорії управління завжди залежали від успіхів в інших, зв'язаних з управлінням галузях знань, таких як математика, інженерні науки, психологія та соціологія. По мірі того, як розвивалися ці галузі, дослідники в області менеджменту, теоретики та практики, дізнавалися усе більше про фактори, що впливають на успіх організації та на працю людини у ній. Ці знання

© Бардась А.В., Бойченко М.В., Дудник А.В., 2013

допомагали фахівцям зрозуміти, чому деякі ранішні теорії часто не витримували перевірки практикою, а уявлення про успішність організації змінювалися докорінно. Практичний досвід управлінської діяльності та емпіричні дослідження дозволяють врахувати зміни соціокультурного та економічного та сформувані нові підходи до управління, відомі як парадигми менеджменту.

Парадигма менеджменту є відносно новим терміном, під яким розуміють основну концептуальну модель постановки проблем та пошуку методів їх розв'язання у науці управління. Особливість парадигм є їх змінний характер, який проявляється при зміні науково-технологічних укладів та довгих економічних циклів. За допомогою парадигм наука управління визначає пріоритети розвитку управлінських систем, методи досліджень та критерії оцінки для фільтрації нових ідей та підходів. Накопичення протиріч, невідповідність концепції реальному стану речей, втрата актуальності критеріїв оцінки або методів дослідження призводять до наукової революції, під час якої відбувається зміна парадигм.

Аналіз останніх наукових досліджень. Вперше поняття «парадигма менеджменту» було запропоновано до вжитку у працях Пітера Друкера, який намагався узагальнити під цим поняттям найбільш загальні уявлення керівників про підходи до управління організаціями. У своїх працях, зокрема у роботі «Задачі менеджмента в ХХІ веке», Друкер робив акцент на руйнуванні стереотипних уявлень про існування «єдиних та правильних в усіх випадках» способів керування. У роботі російських авторів Слонова Н., Корсакова Ю., Фокиної Т. [11], парадигми менеджменту розглядаються під дещо відмінним кутом зору – з позицій впливу організаційної культури на діяльність об'єкту адміністративного управління. У роботі українського вченого Володимира Яцури [8] значна увага приділяється взаємодії соціальних та економічних аспектів у функціонування організацій як ентропійних систем. Втім наразі не існує єдиної та узгодженої точки зору на парадигми менеджменту як набір визначених керівних уявлень. Саме розробці єдиного підходу до визначення парадигм менеджменту присвячена дана стаття.

Метою роботи є визначення парадигм менеджменту з урахуванням їхнього формування в умовах мінливості зовнішнього та внутрішнього середовища організації.

Викладення основного матеріалу дослідження. Сучасні парадигми менеджменту частково сформувалися на початку ХХ століття, хоча деякі з них походять з часів Відродження, проте більша кількість виникла як реакція на масштабні політичні та економічні кризи 1960-1970 років. Формування соціально-орієнтованих ринкових економік було відповіддю суспільства на Велику Депресію 1930-х років та післявоєнну стагнацію: зростання соціальних гарантій супроводжувалося дискусіями між лібералами, представленими Фрідріхом Августом фон Гаєком, та прихильниками державного протекціонізму, очолюваними Джоном Мейнардом Кейнсом. Ці дискусії підіймали, тому що у економістів існували відмінні погляди щодо «кращого» способу розв'язання соціально-економічних проблем: боротися з безробіттям й забезпечувати економічне зростання при високому рівні інфляції або збільшувати кількість вільної робочої сили (безробітних) на ринку та забезпечувати економічне зростання за рахунок зменшення суспільних витрат. За своєю суттю це була дискусія про те, які інтереси мають домінувати: індивідуальні чи колективні (суспільні), а також про те, чи може стабільний розвиток суспільства базуватися на домінуванні приватних інтересів його членів та чи здатний загальний вектор їх господарської діяльності підтримувати ринкову рівновагу.

Обидві сторони – й «кейнсіанці», й ліберали – брали до уваги результати досліджень Джона Форбса Неша, американського математика та економіста, який застосував свій метод («теорію ігор») для аналізу альтернативних стратегій противників у ході ймовірного ядерного конфлікту. Соціальна інтерпретація результатів його дослідження визначила розвиток соціально-економічного управління, сформувавши нову парадигму, на десятки років вперед. Згідно з нею, найкращою стратегічною альтернативою у протиборстві конкуруючих сторін є відмова від будь-яких моральних та етичних обмежень. До того ж, виходило так, що поведінка аморальної особи, заснована на егоїстичному задоволенні власних інтересів за будь-яку ціну, була більш передбачуваною та прогнозованою. І навпаки, врахування етичних та моральних норм робило модель такою, що не вирішується. Це видавалося ще одним аргументом на користь створення індивідуалізованого суспільства.

На жаль, у дослідженнях Фрідріха Августа фон Гаєка та Джона

Форбса Неша [10,68] реальна ситуація розглядалася у вкрай спрощеному вигляді. Перший виходив з припущення про існування «абсолютно вільного ринку» (щось подібного до «ідеального газу» у фізиці, який часто використовується для пояснення сутності наукових концепцій, але не існує насправді). Таке припущення не враховувало як глобального характеру економічних відносин, з існуванням різних механізмів господарювання у різних країнах світу, так і впливу політики на економіку, а також відмінної «ваги» учасників ринку: власник маленької крамниці не витримає конкуренції з гіпермаркетом, тому що останній може пропонувати ширший асортимент товарів та встановлювати нижчі ціни, використовуючи «ефект масштабу».

Неш у своїй роботі розглядав випадок «одноразової гри» – це була гра на самознищення, тому «гравці» не брали до уваги вплив своєї поведінки на протилежну сторону та на третіх осіб. Домінування інтересів великих корпорацій, посилення їх впливу на уряди та перетворення партій на «закриті клуби» за бізнес-інтересами спричинили домінування парадигми «економічної ефективності» у менеджменті, яку Друкер описував такими словами: «Менеджмент існує заради результатів, яких організація досягає у зовнішньому середовищі. Менеджмент має визначати, яких результатів необхідно досягти; менеджмент має мобілізувати ресурси організації для досягнення цих результатів». Сьогодні ми спостерігаємо кризу традиційних парадигм, що пов'язана зі зміною нашого сучасного суспільства.

Досвід останніх тридцяти років продемонстрував, що не можна оцінювати успіх керівництва компанії лише за параметрами економічного росту (досягнення максимуму прибутку, доходу тощо). Стратегія розвитку організації в нових умовах має базуватись на засадах постіндустріального суспільства. Як зазначає проф. Гальчинський: «У постіндустріальному суспільстві сьогодні економіка є безпосередньою складовою соціальної сфери, яка (*соціальна сфера*) не тільки поглинає її результативну основу, а й визначає більшу частину енергетичного потенціалу, її ресурсну базу, межі зростання та розвитку [6]. Соціальний капітал робить значимою категорію «якості життя», яка охоплює соціальне, екологічне, правове та економічне середовище діяльності людини. Важливим завданням менеджменту стає формування нової системи екологічних цінностей, оскільки

екологічне зростання за рахунок руйнування середовища існування не може розглядатися як створення суспільних благ: боротьба з наслідками такого «економічного розвитку» вимагатиме витрат, які значно перевищуватимуть отримані та очікувані зиски від ведення такого роду господарчої діяльності. Менеджмент, як і підприємництво, має відповідати на виклики, які йому готує суспільство: менеджмент повинен визначати проблеми та починати їх вирішувати ще до того, як такі проблеми наберуть ознак незворотних і небажаних для організації змін. Той соціальний капітал, який є неодмінною ознакою існування постіндустріального суспільства, формується за допомогою соціальних зв'язків і довіри між членами цього суспільства на основі людського капіталу. Останній відображає культурні надбання, володіння якими сприяє самоорганізації людей та налагодженню каналів комунікації між ними. При цьому зростає роль неформальних правил і спонтанних соціальних зв'язків, основу яких формують історичні корені, моральні принципи, етичні переконання, світоглядні конструкції та етнічні цінності. Норми і правила поведінки у суспільстві, формалізовані у вигляді законів та інших законодавчих актів, стають дієздатними лише тоді, коли вони формуються на основі неформальних правил і зв'язків [8]. За таких умов менеджмент має здійснювати формування та відбір суспільних норм поведінки – деструктивні взаємини руйнують організацію зсередини швидше й сильніше, ніж будь які несприятливі зовнішні обставини. Так, протягом усієї історії людства, від Давнього світу й до Нового часу, корумпованість владних структур, хабарництво, егоїзм як основи соціальної взаємодії були притаманні організаціям, що руйнувалися й зникали. Відбір не за професійними, а за майновими ознаками призводив до зникнення в організації «соціальних ліфтів», за допомогою яких забезпечувався б перехід найталановитіших членів суспільства з одного соціального класу до іншого, внаслідок чого відбувалося посилення групового мислення та втрата управлінською системою життєздатності, і як результат – дезорганізація та деградація всієї структури. Існування «паралельних культур» та створення «м'яких» правил поведінки для «еліти» й жорстких – для «плебсу» було прямим шляхом до втрати довіри між членами групи та загострення внутрішніх протиріч, у результаті яких організацію роздирали зсередини конкуруючі між собою клани.

Неможливість зведення всієї складної сукупності людських взаємовідносин до примітивних категорій «біле й чорне» та «прибуток чи збиток» розуміли й піонери капіталізму, зокрема Генрі Форд відзначав, що «домінування фінансових інтересів нищить принцип служіння, оскільки увесь інтерес спрямований на отримання сьогоденного прибутку. Проте якщо ти служиш своїй справі заради самого служіння, заради задоволення, яке надається усвідомленням правильності своєї справи, то гроші самі по собі з'являються у надлишку. Жадібність до грошей є вірною запорукою не отримати їх... Жадібність є різновидом короткозорості»[9].

При всьому різноманітті підходів, що претендують на роль «нової парадигми» менеджменту, не можна оминати увагою ті з них, що визначали (і визначають) принципи організації суспільної діяльності і сьогодні, виступаючи «класичними» концепціями управління сучасності. Перелік таких парадигм та їх критичний аналіз наведемо нижче:

1. Традиційно менеджмент розглядається саме як «управління бізнесом». Певною мірою це парадокс: Ф. Тейлор цікавився питаннями організації виробництва, а перше застосування принципів наукового управління відбулося у некомерційній організації. Тим не менш, найбільш поширена парадигма зводиться до того, що менеджмент – це мистецтво керування підприємницькою діяльністю у такий спосіб, аби остання приносила більший прибуток, ніж у конкурентів (критерій ефективності) та досягала визначених результатів за менших витрат ресурсів (критерій результативності та критерій ефективності). Ці критерії насправді є ключовими. Але до чого тут бізнес? Мова йде про організацію процесу виконання робіт та пов'язані з цим витрати. Ототожнення менеджменту з бізнесом виникло у період після Другої Світової війни й було спричинено успішністю розвитку економіки США у цей період – намагання зрозуміти «секрет американського дива» й призвело до синтезу двох відмінних за сутністю понять. Прагнення робити все як найкраще і отримувати найбільше мало бути реалізоване завдяки правильному менеджменту: саме такою була «американська мрія» - більше, краще, багатше. Мільйонером може стати кожен, треба тільки винайти секретний ключ до успіху; часто саме менеджмент

вважали таким ключем. Американська мрія швидко поширюється зруйнованою війною Європою, пострадянським простором та «третім світом» - це «мрія про країну, де життя кожної людини буде кращим, багатшим та повнішим, де у кожного буде можливість отримати заслужену винагороду» [10] Проте парадигма менеджменту як управління бізнесом зводить усю сукупність знань та підходів стосовно управління організованою діяльністю людей до ідеалів суспільства споживання - сьогодні стає очевидною короткозорість таких підходів та недоліки надмірної «економізації» суспільних відносин. Зведення знань про управління соціотехнічними системами до знань про управління комерційними організаціями недоречно: управління роботою людей на риболовному траулері та групою фінансових аудиторів при проведенні позапланової перевірки мають більше спільних рис ніж відмінностей, до того ж, спільні риси носять принциповий зміст, а відмінності – пов'язані зі специфікою даного виду діяльності. Таким чином, сьогодні *менеджмент стає знаннями щодо управління організаціями, а комерційними та некомерційними – це вже не є суттєвим.*

2. Протягом майже всього свого періоду розвитку менеджмент був спрямований на пошук єдиного вірного способу управління персоналом. У тому, що по-перше, такий спосіб існує, а по-друге, що він має бути універсальним, були впевнені усі дослідники менеджменту. Один з теоретиків сучасного управління, Дуглас МакГрегор (1906-1964) у своїй книжці «The Human Side of Enterprise» стверджував, що керівництву доводиться обирати один з двох (оскільки їх всього лише два!) способів управління персоналом – «теорію Х» або «теорію Y». Перша описувала керівника-автократа, друга – демократичного керівника. Проте МакГрегор вважав вірною саме другу, незважаючи на той факт, що результати соціологічних досліджень доводили – більшість успішних американських керівників тяжіють до типу управління «Х». Ще одним поширеним уявленням було переконання, ніби всі ті, хто працює на певну організацію, є її працівниками. Пояснення цієї точки зору лежало ніби на самій поверхні – нашим працівником є той, хто працює повний робочий день та залежить від нашої організації, оскільки вона

надає йому засоби для існування та можливість кар'єрного зростання. Розширене трактування цієї парадигми зводилося до тези «всі наші працівники – це наші підлегли». Уся ця сукупність ідей, пошук унікального способу керівництва, ототожнення робітників з організацією, а підлеглих – з низькокваліфікованим персоналом, виникла на початку епохи індустріалізації, коли освічені люди були рідкістю й займали найвищі посади в організації, а перша хвиля трудової міграції до великих міст складалася з людей, чия професійна кваліфікація була вкрай низькою. Ще на початку минулого століття освіченою вважалася людина, яка вміла читати, писати й рахувати. Сьогоднішній школяр проводить у школі дванадцять-тринадцять років, причому вміє читати, писати та рахувати вже після перших років навчання. А для того, щоб вважатися освіченим стає потрібний вже університетський диплом. Тобто відбувається тотальна зміна взаємин всередині організації: зникають відмінності у рівні освіти та глибині знань між керівниками й робітниками, з'являються тимчасові, сезонні та дистанційні робочі місця, широко використовується аутсорсинг. Керівники стають більш залежними від працівників, працівники – менш залежними від керівників: обидві сторони усвідомлюють ці зміни. За таких умов працівники стають партнерами, а з партнерами треба вміти домовлятися. Це робить сучасний менеджмент дуже схожим на маркетингову діяльність – керівник має визначити потреби інших людей та продати їм свою ідею. Саме про це писав А. де Сент Екзюпері: «Якщо хочете збудувати корабель, не треба бити в гучні барабани, скликаючи до себе людей, показувати їм креслення, давати цвяхи, сокири та колоди – просто запаліть їх мрією про море...». Іншими словами, *для кожної групи працівників існують свої методи управління.*

3. Менеджмент спрямований на підтримку технологій та кінцеве застосування товарів. Протягом XIX століття та половини XX століття майже не виникало сумнівів щодо того, що технології інших галузей не впливають на ринкові позиції фірми у даній галузі, а кожний товар має свого, чітко визначеного споживача. Виробники автомобілів орієнтувалися на чоловічі смаки, розроб-

ники побутової техніки – на жіночі, а телефонні компанії надавали послуги телефонних розмов, тобто передавали на відстань електричні сигнали, які згодом трансформувалися у звуки у телефонному апараті. Проте коли у телефонній компанії Bell відбулося винайдення транзистору, найсильніше це вплинуло на розвиток радіоелектроніки, а не телекомунікацій. Продавши патент на відкриття за 25 тисяч доларів телефоністи самі поставили себе на межу виживання: вже за кілька десятиріч відбулася мініатюризація радіоприймачів та електрообчислювальних машин (відомих нам як комп'ютери), а згодом – й поєднання цих двох пристроїв у вигляді смартфонів – пристроїв стільникового зв'язку, які швидко потіснили телефонні компанії у їхньому сегменті діяльності. Та й сам телефонний дріт сьогодні служить для передачі не тільки (й не стільки) звукових сигналів, скільки для великих масивів даних для комп'ютерів, окремих зображень і навіть відео. Таким чином, третьою парадигмою сучасного менеджменту є наступна: *одна й та сама потреба може бути задоволена кількома різними засобами*. Бо унікальною є сама потреба, а не засоби її задоволення.

4. Менеджмент завжди діє в умовах чітко визначеної правової системи та скерований на дотримання формальних процедур та правил. Так, наприклад, господарська діяльність комерційних організацій підпорядкована особливостям організаційно-правових форм ведення підприємницької діяльності, прописаних державою. Пошук й створення нових можливостей для розвитку у тих сферах, де обмеження держави є мінімальними – саме це і є завданням менеджменту. Наприклад, за словами Уоррена Баффета, американського мільярдера, середня ставка оподаткування його доходів є нижчою, ніж ставка оподаткування доходів його секретаря. І питання не в тому, що секретар Баффета заробляє більше від свого шефа: просто основну частину доходів мільярдера отримує від інвестиційної діяльності, а його секретар – у вигляді заробітної плати, ставки оподаткування якої перевищують ставки оподаткування дивідендів та відсотків з цінних паперів. Подібні парадокси відбувалися у 1946 році в Японії: окупаційне командування запровадило законодавчі обмеження стосовно діяльності ієрархічно

побудованих холдингових структур «дзайбацу», змусивши останні розпродати активи та демонополізувати цілі галузі промисловості. Але вже під час найближчої фінансової кризи відбулося формування «кейрецу» - неієрархічних конгломератів, діяльність яких базувалася на підтриманні горизонтальних партнерських зв'язків між компаніями різних галузей. За іронією долі основну, хоча й дещо відмінну роль, у таких промислових конгломератах продовжують відігравати ті самі банки, які грали ключову роль у довоєнній японській економіці – Mitsui, Sumitomo, Mitsubishi та інші. Централізована ж адміністративна радянська система почала змінюватися не стільки під тиском зовнішнім, скільки під внутрішнім – підприємства вимагали більше прав та свобод у здійсненні господарської діяльності. Лібералізація відносин у цій сфері врешті призвела до ліквідації монополії державної власності у економіці та надала поштовх розвитку альтернативних форм господарювання. Тому сучасна парадигма менеджменту полягає у тому, що *менеджмент визначає бажаний напрям змін правового середовища та формує його (середовище) відповідно до власних потреб.*

5. Ще якихось три десятиліття тому ні в кого не викликали сумніву політичні обмеження, які визначали діяльність менеджерів в середині країни. Сьогодні не можна говорити, що політичні обмеження зникли – вони змінилися. За часів СРСР політичні обмеження для організацій УРСР та колишнього соціалістичного табору визначалися у Кремлі; сьогодні ж географія «центрів впливу» стала набагато ширшою. Навіть уряди країн не є всевладними, вони змушені домовлятися з великими корпораціями, інакше ці корпорації можуть перенести свою діяльність до інших, більш привабливих країн. Деякі політологи та філософи розглядають сучасний світ як епоху «нового феодалізму», коли окремі корпорації стають більш потужними та впливовими, ніж існуючі уряди національних держав. У світі тривають процеси глобалізації, тобто процеси світової економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. У глобальному середовищі ринки окремих країн стають більш взаємопов'язаними, відповідно, більш за-

лежними один від одного та більш складними для прогнозування. Менеджеру доводиться брати до уваги велику кількість різного роду факторів політичного, соціально-культурного, економічного та технологічного середовища, які потенційно можуть вплинути на успішність ведення бізнесу компанії. Глобалізація ґрунтується на вільному обміні капіталами, ресурсами (у тому числі інформацією) та на вільному русі робочої сили, внаслідок чого окремі політичні системи, принаймні в даний момент, стають слабко підготовленими до сприйняття викликів сучасності. Сьогодні формування конкурентних переваг країн часто відбувається за межами їх географічних та політичних кордонів – так, стрімкий розвиток Китаю був би неможливий без існування ринків США, Японії, ЄС та пострадянських країн. До того ж, процес глобалізації супроводжується посиленням ролі транснаціональних корпорацій (ТНК) та зміною функцій мультинаціональних компаній – їх все складніше асоціювати з певною країною, поділивши на «своїх» та «чужих», а самі ТНК часто визначають політику окремих країн. В умовах глобальної економічної гри окрема країна перестає бути самостійною організаційною одиницею та стає елементом більш складної системи – регіональної (як Європейський Союз) чи глобальної (як Організація Об'єднаних Націй чи Світова організація Торгівлі). Намагання зберегти стару структуру перетворює країну на «інвестиційне опудало» - капітали залишають такі ринки (наприклад, жорсткий контроль над підприємницькою діяльністю в Росії призводить до «втечі капіталу» звідти до інших, більш сприятливих регіонів). Чи означає це початок «ери космополітизму», коли національні держави мають бути відкинуті як непотрібне лахміття? Однозначно, ні. І це «ні» пояснюється глибинним змістом процесу глобалізації, який проявляється у явищі «конвергенції та дивергенції культур». Іншими словами, уніфікація у багатьох сферах життя супроводжується загостренням протиріч та відмінностей між різними соціальними та етнокультурними групами чи країнами. І тому менеджери повинні враховувати вплив місцевих культур на ведення бізнесу як у власній країні, так і за кордоном, а також розуміти діалектичний характер глобалізації: в момент

об'єднання країн завжди закладаються підвалини до їх майбутньої дезінтеграції, а процеси глобалізації та появи національних держав відбуваються паралельно. Неврахування таких особливостей та національних відмінностей загрожує організації величезними втратами навіть тоді, коли вона діє на вкрай подібних ринках. То ж, п'ята парадигма менеджменту зводиться до того, що хоча політичний вплив окремої країни зменшується, а процеси економічної і культурної глобалізації тривають, *менеджмент має враховувати культурні відмінності й стереотипи поведінки в різних країнах, формуючи на основі цього свої конкурентні переваги*, пам'ятаючи водночас: національні держави подібні до пішака в шаховій партії, який з часом може стати ферзем.

6. У сучасному глобалізованому світі все частіше стає розмитою межа між публічним і приватним, між зовнішнім оточенням і внутрішнім середовищем. Розвиток громадянського суспільства, вільний доступ до інформації та підвищення загального рівня освіти призводять до того, що зникають «священні бар'єри», що століттями відділяли керівників від їх підлеглих. Одним з перших у сучасному менеджменті це зрозумів Джек Уелч, людина, яка протягом двадцяти років поспіль керувала компанією General Electric. Він перший змінив уявлення про менеджерів як про «закриту касту», що носить білі сорочки з краватками та працює в кондиціонованому повітрі центральних офісів. Починаючи масштабні трансформації однієї з найбільших компаній світу, Джек Уелч зробив ставку на руйнування міжфункціональних «скляних стін», налагоджуючи ефективну співпрацю між керівниками різних підрозділів, а також між керівниками та «синіми комірцями» (робітниками). У створеній ним школі управління проходили підготовку молоді керівники компанії, а генеральний директор General Electric навчався разом з ними. Це дозволило створити унікальну атмосферу, сформувати потужну управлінську команду, реалізувавши задум Уелча про те, що «злагоджена команда завжди працюватиме ліпше, ніж талановитий одинак» [7]. Починаючи зміни, трансформуючи організацію чи просто виконуючи роботу, керівник не повинен обмежуватися формальною участю. Саме приклад керівника надихає підлеглих, саме

впевненість очільника команди в успіху змушує її учасників повірити в неминучість перемоги. Успішні керівники формують майбутнє організації у своєму розумі і своєму серці, а далі передають це бачення оточенню. Тому остання парадигма сучасного менеджменту полягає у наступному: *управління починається з себе*.

7. Глобалізація суспільних процесів була би неможливою без технологічного прогресу і революції у галузі інформаційних технологій. У середині ХІХ століття австралійці отримували з метрополії пошту, ділову і службову кореспонденцію, за два місяці після її відправлення з Лондону: за умови, що корабель не потрапив у шторм і не був захоплений піратами. Сьогодні ж світ відкривається перед менеджером на екрані його персонального комп'ютера, а іноді – смартфона. У 1965 році один з засновників Intel, Гордон Мур, прийшов до висновку, що число транзисторів, які можна розмістити на одному кристалі, зростає приблизно вдвічі на рік; з 1971 по 2011 роки кількість транзисторів в інтегральних схемах подвоювалася кожних два роки – ці двадцять подвоєнь за сорок років дозволили збільшити потужність комп'ютерів більше ніж у мільйон разів, тому обчислення, яке потребувало у 1971 році цілого місяця роботи, сьогодні виконується за три секунди [2]. Розвиток інформаційних технологій дозволив уникнути «паперових офісів» і подолати відстані між країнами. Усе більша увага приділяється автоматизації виробничих процесів, створенню електронних систем роботи з клієнтами, зберіганню баз даних та пошуку клієнтів за допомогою «світового павутиння» – Інтернету. Сьогодні на більшості фондових бірж світу грають не брокери: цю роботу вже давно успішно виконують комп'ютери, які приймають рішення на основі складних математичних алгоритмів і великих масивів статистичних даних. Отже, сьома парадигма менеджменту: *інформатизація управлінської діяльності та автоматизація виробничих процесів і операцій у сучасних організаціях*.

Висновки та перспективи подальших наукових розробок в даному напрямі. Сформульовані парадигми менеджменту є емпіричним відображенням сутності тих трансформаційних процесів у організаційному середовищі, що мали місце протягом останніх двох десятиріч. Їхня

детермінованість має допомогти науковцям та практикуючим керівникам у обранні методів керуючого впливу на об'єкти управління, сприяти досягненню організаціями результативності та ефективності. У пропонуваному переліку парадигм враховано як вплив соціально-економічних процесів, так і технологічних змін, зокрема інформатизацію ділової діяльності та збільшення швидкості приймання управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гаєк Ф.А. Конституція свободи / Ф.А. Гаєк: Пер. з англ. М.Олійник та А.Королишина. — Львів : Літопис, 2002. — 556 с.
2. Лейбов Р. Революционный держите шаг/ Лейбов Р., Манин Д.// Вокруг Света. - № 12. – 2011. – С. 77-84.
3. Большой энциклопедический словарь. [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://www.vedu.ru/BigEncDic/>
4. Шиманська О. Джон Форбс Неш - новаторський аналіз рівноваги у теорії ігор та його застосування в економіці/ О. Шиманська // Вісник ТНЕУ – 2009. - №2.– С.117-121.
5. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения: Пер. с англ. М. Котельниковой / П. Друкер. – М.: Book Chamber International, 1992. – 352 с.
6. Гальчинський А. Економічна наука: проблеми методологічного оновлення / А. Гальчинський // Економіка України. – 2007. – № 3. - С. 11.
7. Бирн Джон Л. Мои годы в GE/ Джон Л. Бирн, Джек Уэлч: Пер с англ. Ю.Корнилович. - М.: Манн, Иванов и Фербер – 2007. - 528 с.
8. Яцура В. Нова парадигма менеджменту у реаліях невизначеності та мінливості / В. Яцура // Вісник ТНЕУ. – 2009. - № 1. - С. 36-44.
9. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 205 с.
10. Adams, J.S. Inequity in social exchange. Adv. Exp. Soc. Psychol. 1965. p. 335-343.
11. Слонов Н. Парадигмы менеджмента и объект административного управления / Н.Слонов, Ю. Корсаков, Т. Фокина // Городское управление. – 2005. – № 4. – с. 29-43.