

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПАРАДИГМИ МЕНЕДЖМЕНТУ СВІТОГЛЯДУ Й ОСОБИСТІСНО-ВЛАСНИЦЬКОГО ЗРОСТАННЯ

© Ситник Й.С., 2014

Викладено результати досліджень формування новітньої парадигми менеджменту. Розглянуто інтерпретацію термінів “парадигма менеджменту”, “криза управління”, “гнучкість менеджменту”, “інтелектуальна діяльність”, визначено чинники вітчизняної специфіки менеджменту та етапи еволюції основних концепцій в управлінні. Запропоновано підхід до формування парадигми менеджменту світогляду й особистісно-власницького зростання на засадах інтелектуалізації систем менеджменту підприємства. Здійснено класифікацію ключових принципів формування парадигм менеджменту.

Ключові слова: парадигма менеджменту, економіка знань, носії інтелекту, інтелектуальний капітал, інтелектуалізація систем менеджменту, трансформація.

Y.S. Sytnyk

Lviv Polytechnic National University

PRINCIPLES FORMATION OF PARADIGM OF MANAGEMENT AND WORLDVIEW AND PERSONAL-POSSESSIVE GROWING

© Sytnyk Y.S., 2013

This paper presents the results of studies forming the modern paradigm of management. The interpretation of terms paradigm management, crisis management, flexibility, management, intellectual activity, domestic factors determined the specific management and stages of evolution of the basic concepts in management. The approach to formation paradigm of management AND worldview and personal-possessive growing on the basis of intellectualization of the systems of management of enterprise. Classification of the key principles of forming paradigms of management.

Key words: management paradigm, knowledge economy, media intelligence, intellectual capital, intellectualization of the management systems, transformation.

Постановка проблеми. Впродовж останніх ста років динамічного розвитку менеджменту як галузі знань погляди науковців і практиків на управління неодноразово та кардинально трансформувалися. На зміну одним парадигмам і концепціям менеджменту приходили інші, досконаліші, які враховували вимоги світобудови, часу, людини-особистості, технологій. У часи бурхливого розвитку індустріального виробництва домінуючим підходом до управління підприємствами була стандартизація діяльності, регламентація процесів та дій персоналу. З останньої чверті XX століття і до сьогодні в світі активно формується постіндустріальний тип суспільства із новою моделлю економіки – економікою знань, яка безпосередньо впливає на формування сучасної системи теоретичного та практичного менеджменту [19]. Реформації, що відбуваються в менеджменті підприємств і які є наслідком стрімкої й не завжди корисної глобалізації, затяжних кризових явищ та рецесій у світовій економіці, вимагають неординарних управлінських рішень. Підприємствам потрібно швидко придумувати нові продукти, блискавично розробляти, налагоджувати їх виробництво і пропонувати ринку. За таких умов від персоналу підприємств, а особливо керуючої підсистеми, вже потрібна не стільки старанність, а творча

ініціатива, креативність, висока зацікавленість у кінцевому результаті. Саме тому в менеджменті зараз домінуючими напрямками є управління за цілями, різні концепції мотивації та лідерства. Водночас важливою проблемою в умовах сьогодення є осмислення явищ, подій, фактів і впорядкування уявлень про сутність концепцій менеджменту, врахування новітніх тенденцій і передумов інтелектуалізації системи менеджменту підприємств та визначення їх впливу на формування парадигми менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняних та закордонних наукових виданнях і спеціалізованих журналах з управління є низка наукових праць, присвячених кризі менеджменту і необхідності зміни управлінських парадигм [3; 7; 10]. Це може свідчити, що уявлення про дійсність в сфері менеджменту, які сформувалися у науковців та менеджерів-практиків, перестають відповідати цій дійсності, а це перешкоджає економічному, соціальному, культурному й особистісному розвитку. Криза управління – це першопричина кризи організації, свідчення того, що знання застаріли, і концепції, що добре служили раніше, на які спирається практична діяльність підприємств, потребують перегляду [3].

З іншого боку, вона є процесом створення та накопичення в суспільстві знань і вмінь їх застосовувати, що, як правило, сприяє економічному зростанню, спричиняє в ній структурні зміни, підвищуючи частку сфер нематеріального виробництва, інтелектуальної праці, інформаційних і високих технологій, продуктивність праці [6].

У наукових дискусіях про зміну парадигм менеджменту варто провести ґрунтовний та аргументований аналіз причин, атрибутів парадигматичної кризи управління, дослідити термінологічні проблеми, визначити основні поняття нової парадигми, врахувати появу нових форм підприємств, їх віртуалізацію.

Формулювання цілей статті. Системне дослідження впливу інтелектуалізації суспільства та систем менеджменту підприємств на формування парадигми сучасного менеджменту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управлінська парадигма – це науковий підхід, теорія, що спираються на систему понять, які виражають істотні сторони управлінської дійсності, зокрема функції управління, цілі діяльності, ефективність, комунікації, мотивація, централізація.

Парадигма (від грец. *παράδειγμα*, “приклад, модель, зразок”) є сукупністю фундаментальних наукових установок, уявлень і термінів, що приймає і поділяє наукове співтовариство і яка об’єднує більшість його членів. Парадигма – в методології науки – сукупність цінностей, методів, технічних навиків і засобів, прийнятих у науковому співтоваристві у межах сталої наукової традиції в певний період часу.

Публікації, які розвивають дискусію про зміну парадигми менеджменту, умовно можна поділити на дві групи. Перша з них висвітлює типові сторони нової парадигми менеджменту, а саме: концепція пульсуючого менеджменту, теорія самоорганізування, квантова природа менеджменту, соціокультурна теорія менеджменту, концепція маркетингового управління, менеджмент знань. Зазначені концепції із різних позицій визначають характерні риси, аспекти нової парадигми управління. Основні з них такі: ускладнення управлінських відносин, гуманізація управління, спрямованість на безперервність організаційних змін, інноваційність, всебічний розвиток творчих можливостей працівників, знання і інформація як головний ресурс підприємства. Окреслюючи головні завдання і особливості нової парадигми менеджменту, багато авторів посилаються на думку П. Друкера. Він вважає, що на початку XXI ст. головне – “робити знання продуктивними”. Але це завдання в історичному ракурсі було поставлене значно раніше, коли в XVII столітті Ф. Бекон сформулював: “*Scientia potentia est*”. Власне, парадигми менеджменту протягом XX століття прагнули втілити цю максиму в життя (діяльність Ф. Тейлора, М. Форда, Е. Мейо, Д. Макгрегора, А. Маслоу). На думку В. Винокурова, знання – це один з ресурсів системи управління, а тому метою нової парадигми слугувати не може, подібно до того, як цілі системи не можуть бути підмінені цілями одного з її елементів [3].

З іншого боку, у наукових працях українських дослідників звертається увага на врахування вітчизняної специфіки менеджменту та її трансформаційного впливу на парадигми управління [1; 2;

9; 15; 16]. Зрозуміло, що парадигма менеджменту формується у тісному взаємозв'язку із станом, особливостями української моделі підприємництва та умовами, в яких воно здійснюється. Адже управління за аналогією є відбитком світлина, яка відображає економічну і господарську систему. Особливості українського менеджменту не в тому, що він використовує якісь нові оригінальні способи управління, а в тому, що вже відомі прийоми, інструменти управління він модифікує, пристосовуючи до існуючих умов господарювання.

Спосіб проведеної приватизації, неврегульованість правового поля підприємницької діяльності, розмитість економічних правил і норм, недоліки банківської та фінансової систем, тісне зрощення державних чиновників з олігархією приводять до додаткових господарських ризиків, які значно збільшують трансакційні витрати, звужують сферу ефективних управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Головні зусилля менеджменту підприємств у цих умовах зміщуються із вдосконалення продуктових, технологічних та управлінських інновацій, до створення конкурентних переваг в негосподарській – “договірній” сфері (лобізм, пошук та підтримка провладних зв'язків) для отримання неринкових переваг, що виставляє специфічні вимоги до команд управлінців.

За таких умов ефективність підприємства забезпечується не вдосконаленням якісних критеріїв менеджменту та виробництва, а іншими чинниками, і тому є короткотерміною. В економіці існує поняття “збідніле зростання”, яке окреслює методи здійснення діяльності на основі швидкого заробляння грошей через переважне досягнення поточної ефективності. Така ефективність досягається шляхом всебічного зниження витрат виробництва, економією на заробітній платі працівників, мінімізацією витрат на поліпшення умов праці, застосуванням відомих технологій, а зростання – через імітацію товарів вітчизняних та іноземних конкурентів. Головна особливість такого підходу в тому, що підприємство з часом стає нездатним до генерації нових ідей, технологічних, кадрових, продуктових інновацій, системної праці щодо створення унікальних конкурентних переваг, підвищення довготермінової ефективності. Брак належних ділових якостей спричиняє для підприємства втрату економічних перспектив.

Зважаючи на те, що становлення сучасного українського менеджменту відбувалося в умовах переходу від планової економіки до ринкової у короткі терміни, національна модель менеджменту успадкувала багато негативних атрибутів попередньої системи, які суперечать вимогам сьогодення та через загрозу відходу у небуття, блокують цивілізаційний поступ до нової моделі. Серед одіозних особливостей національної системи управління, науковці називають такі [2; 16]:

1) віра в абсолютну керованість та низький рівень культури управління, тобто багато керівників впевнені, що тільки вони знають, як чинити правильно, і якщо чужа позиція не узгоджується з їх власною, вона априорі неправильна;

2) зосередженість на отриманні надприбутків свідчить про сконцентрованість підприємництва на заробітку грошей та про ненадання достатньої уваги самореалізації (власній і персоналу), духовності, творчості, організаційній культурі;

3) неналежна, подекуди взагалі відсутня орієнтація на споживача, як наслідок низька якість товарів та послуг, обрання стратегії виживання за будь-яку ціну;

4) відсутність ефективною системи мотивації та стимулювання праці персоналу, що проявляється у економії на оплаті праці, нехтуванні робітниками нижчої ланки через переконаність у можливості їх легкої заміни на інших, несвоєчасності виплати заробітної плати, застосуванні штрафів як засобу мотивації, виплати заробітної плати у “конвертах”, неналежних умовах праці на робочих місцях;

5) деформований індивідуалізм та невміння працювати у команді, який проявляється у певній догмі: якщо в організації трапляються невдачі – винний персонал, але якщо є успіх, то він став можливий завдяки особистим зусиллям керівника;

6) небажання що-небудь змінювати, схильність зберігати стабільність, прагнення охороняти свій status quo, свою позицію, посаду та напрацювання, пишатися минулими заслугами та досягненнями і продовжувати робити все, як раніше, зберігати непорушність процесів на підприємстві, які одного разу призвели до успіху;

7) переважання оперативного управління, а довгострокове планування є не надто популярним інструментарієм;

8) низький рівень захисту прав власності, значна бюрократизація та корумпованість як у системі менеджменту, так і серед регулюючих органів, дедалі щільніше зрощення офіційної влади із тіньовою;

9) спонтанна нормотворчість, патерналізм та зрівнялівка;

10) імітація праці, синдром довічного найму номенклатури та ризикофобія, коли більшість керівників не готові та не вміють ризикувати;

11) тіньове управління, під яким розуміємо “неформальні управлінські взаємодії”, тобто ті, зміст яких не зафіксовано у нормативній організаційній документації, коли на керівні посади часто призначають за принципом знайомства і особистої відданості, а зовсім не за наявністю сучасної управлінської підготовки, “телефонне право” тощо.

Водночас, визначаючи “фундаментальну сутність менеджменту”, деякі дослідники вважають, що “мета менеджменту полягає в постійному пошуку найбільш ефективних способів, форм і інструментів дії суб’єкта на об’єкт управління в організації” [14]. У цьому контексті підтримуємо думку тих дослідників, які вважають, що така, неправильно сформульована мета менеджменту як одного з основних понять управлінської парадигми не може бути вагомим доказом необхідності використання нової парадигми управління.

На наш погляд, ключову мету менеджменту закладено у його сутності та визначено як цілеспрямований вплив на колектив працівників або окремих виконавців з метою виконання поставлених завдань та досягнення визначених цілей. Власне цілеспрямований вплив у контексті досліджуваної проблематики, ми розглядаємо не як спосіб чи засіб примусу, а як адекватний сьогodнішньому цивілізаційному поступу механізм виконання поставлених завдань та досягнення визначених цілей підприємства, які будуть співзвучні, ідентифіковані із цілями виконавців-носіїв інтелекту, знань, творчих ідей, тобто генераторів конкурентних переваг підприємства.

Про майбутню ідентичність цілей підприємств та особистостей-інтелектуалів вказують світові тенденції розвитку науки, менеджменту, культури, техніки та виробництва, які свідчать про те, що людство у своєму розвитку підійшло до тієї межі, коли подальший прогрес буде зумовлюватися виключно розумово-інтелектуальною діяльністю суспільства. Тобто, саме результати розумової діяльності, або за сьогodнішньою термінологією – інтелектуальної діяльності – визначатимуть стратегію та тактику економічного розвитку будь-якого підприємства чи країни.

Інтелектуальні досягнення в культурно-духовній та економічно-соціальній сфері формують моральні принципи суспільства, утворюють його національний світогляд, ставлення до навколишнього середовища, його бачення, тобто ті засади, які ми називаємо людськими цінностями і які визначають духовний світ людини і суспільства. Отже, інтелект як система розумової діяльності, стиль і стратегія розв’язання проблем, ефективний індивідуальний підхід до ситуації, що зобов’язує до пізнавальної активності й когнітивного стилю в умовах сьогodення, на нашу думку, неминуче має віднайти глибину свого економічного та управлінського виміру, що не обмежується констатацією лише психологічної основи розуму.

Через це зазначені трансформаційні процеси вимагають комплексного підходу в суспільстві, економіці, освіті, культурі, свідомості та системного переосмислення багатьох теорій і усталених понять. Вони, безумовно, змінюватимуть і парадигму менеджменту підприємств у напрямі динамічного розвитку інтелектуального потенціалу працівників, формування інтелектуального капіталу підприємства. Основними вимогами до персоналу підприємств стануть не лише функціональна готовність, старанність і відповідальність, а безперервне здобуття знань, творча ініціатива, креативність, особисте зацікавлення та участь у творенні майбутнього результату підприємства. Фахівці різного спрямування як носії інтелекту, знань та компетенцій стануть незалежні від працедавців, і переважаючою формою їх співпраці із системами менеджменту підприємств буде рух із проекту у проект на засадах співтворчості у створенні нового продукту (виробництві) та співучасті у розподілі прибутків і власності на паритетних засадах.

Науковий дискурс про формування новітньої парадигми менеджменту набирає обертів, але перед тим як запропонувати авторське бачення цього процесу, розглянемо в історичному ракурсі, як трансформувалися ключові погляди із цієї проблематики. Позаяк для розуміння сутності інтелектуалізації систем менеджменту підприємства в нинішньому підприємстві її варто розглядати крізь призму еволюції базових концепцій менеджменту, які послідовно змінювали одна одну впродовж останніх десятиліть та у контексті загальної системи менеджменту підприємства.

Вирішальними моментами парадигми менеджменту ХХ ст. були стійкість, доцільність, результат і рівновага, які обґрунтовувались у двох діаметрально протилежних концепціях зв'язаних із розвитком уявлень про делегування повноважень як про мистецтво менеджменту та про контролінг як науковий менеджмент. Згідно із першою парадигмою зменшується навантаження на менеджерів верхньої ланки, підвищується ефективність управлінських рішень, якщо в організації переважає інтуїтивний стиль менеджменту. Друга парадигма охоплює ширше коло завдань управління, скорочує час розроблення і поглиблює спектр найскладніших проектів управлінських рішень, та притаманна для підприємств, де домінує аналітичний стиль менеджменту. Межа ефективності першої парадигми через швидкі рішення зумовлена менеджерськими здібностями індивіда або команди. Друга дозволяла лише у перспективі забезпечити максимально досягну для поточної ситуації ефективність управлінських рішень.

Водночас дослідження проблеми гнучкості менеджменту в контексті розглянутих парадигм дало змогу встановити, що гнучкість організації визначається не гнучкістю її “стану”, а гнучкістю “інтелекту”. І ця проблема лежить у площині комунікацій та алгоритмів ухвалення рішень, тобто гнучкість організації – це гнучкість її інформаційної моделі. Так, згідно з результатами опитування керівників компаній, що входять до списку Fortune 1000, виявлено: 97 % менеджерів заявили, що існують процеси, що мають для компанії визначальну роль і які могли б бути значно вдосконалені, якби лише про них знали більше службовців; 87 % учасників стверджують, що “дорогі” помилки виникають саме тому, що службовці вчасно не отримали необхідної інформації.

Розроблення та впровадження у системи менеджменту підприємств інструментарію ERP і MRP II систем посилило парадигму наукового менеджменту в сфері стратегічного та оперативного планування і управління матеріальними ресурсами. Проте стрімкий перехід від ресурсо-орієнтованих до людиноорієнтованих рушійних сил та конкурентних переваг в економіці – виклик парадигмі наукового менеджменту. Сутність цього виклику полягає в запитанні: чи можна впровадити парадигму наукового менеджменту в тонку мережу біхевіористичних та інтелектуальних процесів, сферу лідерства та мотивації. Тобто дати відповідь на принципове питання: ухвалення рішень у системі менеджменту підприємства – це наука чи мистецтво?

Наприкінці ХХ ст. і в наш час теорія менеджменту збагатилась значними теоретичними напрацюваннями у сфері експертних систем, технологій управління знаннями, структуризації й узагальнення знань про прийоми менеджменту, управління людьми, корпоративних систем управління знаннями, розвитку організаційної культури, управління інтелектуальним капіталом, різними концепціями мотивації та лідерства тощо. Була запропонована якісна модель підприємства у вигляді системи структурованих потоків подій, комунікацій та рішень [17].

Важливо уточнити, що кожна нова концепція не заперечує попередньої, а доповнює її, з огляду на стан внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, знаходячи “корінь” успіху на все більшій глибині (табл. 1).

На початку ХХІ століття менеджмент наблизився до розуміння необхідності формування нової парадигми, адже традиційний менеджмент як механізм впливу на свідомість людей у різних його моделях, формах, системах вичерпав себе та не сприяє розв'язанню загальнопланетарних проблем розвитку цивілізації [7]. Теорія менеджменту перестала враховувати потреби практиків, а в певному значенні стала гальмом у розвитку підприємництва. Як зазначає О. Віханський: “Вийшло так, що принципи управління, які висувалися в межах чинної парадигми, у низці способів ведення управлінської діяльності не тільки перестали давати бажані результати, але навіть навпаки – почали породжувати негативні наслідки. А успіх все частіше супроводжував тих, хто діяв відповідно до принципів “антименеджменту” [4].

Тому принципове питання про те, як модернізувати чинну парадигму менеджменту і яка повинна бути нова парадигма, залишається відкритим до сьогодні. Вагомий внесок щодо обґрунтування важливості формування нової парадигми менеджменту зробив П. Друкер [13], запропонувавши своє розуміння її через таке твердження: “Менеджмент існує заради результатів, яких організація досягає в зовнішньому середовищі. Менеджмент повинен визначати, яких результатів необхідно досягти; менеджмент повинен мобілізувати ресурси організації для досягнення цих результатів”. Якщо припустити, що до словосполученням “ресурси організації” П. Друкер зараховує і персонал організації, то межі нової парадигми, на нашу думку, і надалі залишаються такими самими, як у чинної.

Таблиця 1

Еволюція основних концепцій в управлінні (стратегії досягнення “успіху”)

Парадигма менеджменту	Характеристика
Фінансово-орієнтований менеджмент	Світовий стандарт впродовж двох століть розвитку капіталізму. Пропонує методики підвищення ефективності, спрямовані на результат: центри фінансової відповідальності; модель CVP; управління за відхиленнями; концепція управління вартістю підприємства; performance measurement (Balanced Scorecard) ін. Актуалізовані для українських підприємств в період переходу до ринкової економіки, замінивши суто “виробничі” завдання.
Маркетинг – менеджмент	Змінив попередню парадигму при переході від “ринку виробника” до “ринку покупця”. Управління на основі “маркетингу” як визначальної ідеології, а не управління маркетингом або ж відділом маркетингу.
Менеджмент якості (процесно-орієнтований менеджмент)	Як концепція менеджменту не є функціональним завданням “управління якістю”, а припускає формування бізнесу, на основі ідеології якості організації і вдосконалення процесів діяльності орієнтованою на задоволення правильно ідентифікованих (маркетинг) вимог клієнтів: кайдзен; TQM; Quality Management Systems (ISO та ін.); SPC (статистичне управління процесами); Lean production; шість сигм; BPM (управління бізнес-процесами).
Менеджмент знань	Взаємозв’язаний з концепцією “нематеріальної економіки”, “економіки знань”, які є основою оптимального організування процесів підприємства.
Соціогуманістичний менеджмент	Інтеграція концепцій: партисипативного управління, соціокультурної, інтелектуалізації систем менеджменту, управління інтелектуальним капіталом, етичного і емоційного менеджменту. Зазначені концепції є основою розвитку найціннішого ресурсу – людини-особистості, її інтелектуального, культурно-емоційного потенціалу.

Джерело: розроблено на основі [21]

Над проблематикою заснування нової парадигми менеджменту плідно працюють і українські науковці. Так, Г. Канафоцька [7] вважає, що виникла об’єктивна необхідність сформулювати парадигму менеджменту XXI століття – менеджменту творчості, сутність якого полягає у:

- ✚ протистоянні процесам саморуйнації людської особистості і руйнівним тенденціям зовнішнього середовища;
- ✚ створенні умов для гармонізації відкритих саморегульованих систем: людини, організації, суспільства і т. д.;
- ✚ створенні умов для реалізації творчого потенціалу кожної людини (незалежно від рівня її свідомості) заради виявлення вектора його відбиття у творчій вільній праці;
- ✚ формування і впровадження механізму управління творчістю на всіх рівнях для будь-якої відкритої системи.

Ю. Шаров пропонує парадигму керованого розвитку, що реалізується через інтеграцію процесів самоорганізації й цілеспрямованого управління, а його концептуально-прикладний базис складатимуть парадигми сучасного управління й такі концепції, як синергетика, інституціоналізм,

концепція збалансованого розвитку, управлінський постмодернізм, концепції керованих трансформацій управлінських процесів [20].

У науковій літературі представлено ґрунтовне дослідження з питання формування постнекласичної парадигми сучасного менеджменту в умовах глобалізації, яке через призму сучасного розвитку українського суспільства, розкриває когнітивні і праксіологічні аспекти, а успіхи у нашому суспільстві і вихід України із кризи пов'язує з впровадженням в життя загальноцивілізаційних засад управління за новими підходами постнекласичних стратегій менеджменту [5].

Представники школи менеджменту Львівської політехніки [10] запропонували парадигму процесно-структурованого менеджменту, що ґрунтується на концепції, відповідно до якої менеджмент розглядається як процес, що є послідовністю певних завершених етапів (реалізація конкретних функцій менеджменту; формування методів менеджменту; формалізація методів менеджменту; забезпечення управлінського впливу на засадах керівництва), кожен з яких має свою структуру, що в сукупності забезпечують здійснення управлінського впливу керуючої системи на керовану з метою досягнення цілей організації у відповідних умовах функціонування. Саме процесно-структурований менеджмент, як вважають автори, формує базу для ефективного управління організаціями з огляду на те, що має комплексне спрямування і поєднує у собі процесний, системний, динамічний та функціональний підходи, формуючи інтегральну цілісність.

В. Петренко висуває ідею новітньої парадигми практичного менеджменту, потенційною основою формування якої має стати формула: “інтелектуальному суспільству – інтелектуальне управління” [11]. Ця управлінська парадигма орієнтована на ефективне використання інтелекту людських ресурсів організацій, її підґрунтям є концепція інтелектокористування, яка окреслює:

✚ пріоритетне використання інтелектуальних ресурсів організаційних утворень для планування, організації, мотивації і контролю за належним збереженням, використанням та примноженням знань, забезпечення високої духовності їх носіїв з метою максимізації “реальних продуктивних” сил за рахунок ліквідації причин їх переходу у категорії “фіктивних” і “деструктивних” сил, що є нічим іншим, як управління процесами інтелектокористування;

✚ оволодіння і застосування менеджерами сучасних організаційних утворень інтелектуалізованих стилів управління, управлінських технологій, механізмів та інструментів, які є адекватними цілям і завданням управління процесом інтелектокористування, цілям і завданням діяльності системи, тобто – ефективно інтелектокористування.

Основними домінантами нової парадигми менеджменту, що сформульовані вітчизняними та закордонними вченими наприкінці ХХ й початку ХХІ століть, є припущення, що на зміну ієрархії, твердим правилам і графікам приходить робота в командах, безпосередні взаємодії, перманентні інновації, безупинне навчання й удосконалювання, пошук прийнятної форми змін у процесі безупинних змін, а також: необхідність розглядати організації як відкриті системи; орієнтування виробництва не на нарощування обсягів, а на підвищення якості товарів і послуг, повніше задоволення запитів споживачів; швидка і адекватна реакція організацій на зміни кон'юнктури ринку; зростання ролі організаційної культури й інновацій, мотивації та стилю керівництва; визнання центральної ролі людини; демократизація управління; розвиток партнерських взаємин; зростання ролі знань і управління ними; підвищення якості управління; культивування перемоги в бізнесі як свята особистої або командної перемоги; питання глобалізації.

Отже, сучасні проблеми та підвалини становлення загальної теорії менеджменту в парадигмальному контексті є багатопланові та різнофункційні. Вони є плодом інтересів реального підприємництва, власників і менеджерів, інтересів наукових шкіл та окремих харизматичних осіб, інтересів системи освіти як виду бізнесу, а також залежать від рівня розвиненості системи інформаційно-комунікативних технологій та споживачів продуктів системи освіти тощо. З іншого боку, варто зауважити єдину методологічну структуру в становленні загальної теорії менеджменту. Адже існує тісний взаємозв'язок та єдина природа розбіжностей, зокрема серед протидіючих методологій наукової евристики та системного аналізу, бізнес-парадигм делегування та контролінгу, інтуїтивного та аналітичного стилів управління чи ухвалення рішень.

Аналізуючи погляди науковців щодо проблематики формування нової парадигми менеджменту, пропонуємо звернути увагу на елементи їх новизни з позицій інтелектуально зрілої особистості та фахівця, на яких впливатиме система менеджменту.

По-перше, особливістю нових парадигм є радикальна зміна умов, в яких має функціонувати менеджмент.

По-друге, попри задекларований принцип про визначальну роль і місце людини в менеджменті, вона все ж у більшості авторів розглядається як один із ресурсів системи.

По-третє, як і у колишніх, так і в нових парадигмах не чітко окреслені мотиваційні передумови їх втілення у практику менеджменту.

По-четверте, всі новітні, як і попередні парадигми менеджменту скеровані на результат соціально-економічної системи, який є початковим та фінальним пунктом будь-якої теорії, критерієм її корисності та безальтернативності.

На перший погляд, все правильно, адже менеджмент є прагматичною наукою, де управління персоналом, виконання завдання, збільшення частки ринку, максимізація прибутку є наслідком управлінської діяльності. Проте ні, намагаючись поставити у своїх теоретичних концепціях індивіда із його інтелектом і знаннями на вершину піраміди у формуванні конкурентоспроможності підприємства в XXI столітті, науковці роблять лише один крок; ми абсолютно переконані, що потрібно зробити і другий революційний крок у менеджменті – ліквідувати залежність носія інтелекту від системи, сформувані ефективні, не примусові мотиваційні механізми-передумови, за дії яких творчий індивід буде вмотивований інтелектуально “розкритися” та забезпечувати очікувані від нього конкурентні переваги для підприємства.

У цьому філософському контексті ми не пропонуємо зухвало заперечувати все те, що було зроблено в менеджменті за попередніх півтора століття, а власне “Спираючись на минуле, належить створити нову науку управління, враховуючи, що людина стала найважливішим елементом організації, відкритої складної системи” [8].

З огляду на еволюцію розвитку менеджменту як науково обґрунтованої та якісно побудованої системи управління підприємством та запропоновану концепцію інтелектуалізації систем менеджменту підприємства *висуваємо ідею формування парадигми менеджменту світогляду й особистісно-власницького зростання.*

Зasadничими принципами цієї парадигми менеджменту є те, що менеджмент розглядається не як мистецтво управляти людьми, а як мистецтво створювати унікальні умови праці та генерувати індивідуальні чи командні мотиватори для реалізації творчих ідей особистостей, які демонструють високу інтелектуальну активність та володіють специфічними знаннями. Тому предметом сучасної науки менеджменту мають бути стосунки (взаємовідносини), що складаються між особистостями у процесі створення інтелектуального продукту, а також економічно-правові взаємини між носіями інтелектуального капіталу та підприємством, на якому вони б хотіли його зреалізувати в процесі управління. У такому розумінні кожна інтелектуально активна особистість розглядається як самоорганізований фактор менеджменту; підлягає усвідомленню взаємозв'язок інтелектуальної свободи та відповідальності в системі менеджменту; набуває значної ваги гнучке використання принципів і методів психології, філософії та культурології як методологічних засад менеджменту.

Обґрунтовуючи складові в окресленій парадигмі менеджменту, зазначимо, що концепт світогляду в ній передбачає, що людина добре усвідомлює, у яку підприємницьку діяльність вона вкладає свій інтелектуальний капітал; які управлінські рішення вона ухвалюватиме та завдання виконуватиме; який продукт за її співучасті буде створено, чи отримає від цього продукту користь її нація, територіальна громада (країна) та земля, на якій вона живе й житимуть майбутні покоління її нащадків. Чи бізнес, в якому працює особистість, не знищує навколишнє природне середовище, виготовляє якісну продукцію (надає послуги), не шкідливі для суспільства, платить податки та заробітну плату, утверджує державну мову, національну культуру і традиції чи нехтує ними (знищує їх) тощо.

Концепт особистісного та власницького зростання є передумовою, що індивід працює не лише на організацію, а й на себе, не як найманий працівник – ресурс системи, а як партнер, залучений до спільної справи, у якій його знання та інтелектуальна активність забезпечують

ефективність господарської діяльності підприємства. Особистісне зростання забезпечується завдяки можливості подальшого розширення інтелектуального потенціалу індивіда в межах і за межами підприємства, вільного вибору проекту чи функційних обов'язків з метою втілення власного інтелектуального надбання, зародження в системах менеджменту практики, коли розробленим інтелектуальним продуктам присвоюється особистісний інтелектуальний бренд, що підлягає патентуванню та рекламується організацією.

Власницьке зростання інтелектуальної особистості забезпечується через отримання права власності (частки права власності) на створені нею або за її участі інтелектуальні продукти в межах організації. Отримання дивідендів (роялті) за використання цієї власності на підприємстві.

Принципові відмінності пропонованої парадигми менеджменту порівняно із чинною подано у табл. 2.

Таблиця 2

Ключові принципи парадигм менеджменту

Класифікаційна ознака	Парадигма кінця XX століття	Нова парадигма I третини XXI століття
Підприємство	Організація або система	“Жива” організація – органічне об'єднання інтелектуальних людей
Ціль	Результати виробництва (обсяг, прибуток)	Створення конкурентних переваг Максимізація інтелектуального капіталу
Завдання	Матеріальні	Трансформація інтелектуально-знанневого капіталу та ментальних ідей у товари, роботи, послуги
Ієрархія	Вертикальна	Горизонтальна
Влада/контроль	Вищого менеджменту	Самоменеджмент / індивідуальний, командний
Технології управління засновані на	Розділенні та кооперації праці, влади та відповідальності, регламентації процесів	Інтеграції інтересів і цінностей працівників, самореалізації особистості, лідерстві, соціальному партнерстві
Керівник	Адміністратор, менеджер	Координатор, консультант
Пріоритетність підготовки менеджера	Процесна та аналітична компетентність	Людинознавча компетентність
Лідерство	Автократичне	Світоглядне, ідейне, диференційне
Персонал	Однорідний	Уніфікований за ментально-культурним принципом
Праця	Виробництво та управління	Творчість, змагальність
Людина	“Виробничий ресурс” підприємства або “фактор виробництва”	Інтелектуально-духовна особистість
Цілі кар'єри	Безпека	Особистісне і власницьке зростання
Виконання завдань	Колективне	Персоніфіковане / командне
Відповідальність	Особисті мотиви	Об'єктивна необхідність
Технології	Механічні	Інформаційні, програмна інженерія, нанотехнології
Культура	Стабільність, раціональність	Гармонійна цілісність
Рушійна сила	Конкуренція	Інтелект, знання, духовність
Фокус уваги підприємництва	Прибуток	Споживачі, носії ідей та інтелекту
Ринки	Локальні, внутрішні	Індивідуалізовані / асоціативні
Якість	За можливістю	Ідеальна

Джерело: власна розробка на підставі опрацювання [7; 12; 18]

Отож, постійний вплив на основні норми та засади менеджменту динамічного розвитку цивілізаційних процесів, нового світобачення людини, технологічно-інформаційного середовища трансформує парадигму менеджменту підприємств у напрямі розкриття інтелектуального потенціалу всіх працівників, а особливо керівників і фахівців, формування належного середовища для всебічного набуття та реалізації їх здібностей, компетенцій, і, як наслідок, інтелектуалізації систем менеджменту.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Сучасні проблеми та підвалини становлення загальної теорії менеджменту в парадигмальному контексті є багатопланові та різнофункційні. Вони враховують інтереси реального підприємництва, власників і менеджерів, наукових шкіл та системи освіти як виду бізнесу, а також залежать від рівня розвиненості системи інформаційно-комунікативних технологій тощо. З огляду на еволюцію розвитку менеджменту як науково обґрунтованої та якісно побудованої системи управління підприємством та запропоновану концепцію інтелектуалізації систем менеджменту підприємства, актуальною є ідея формування парадигми менеджменту світогляду й особистісно-власницького зростання. Згодом доцільно сформулювати принципи, розробити критерії та показники, які дадуть змогу обґрунтувати нову управлінську дійсність через призму менеджменту світогляду й особистісно-власницького зростання, зокрема функції управління, цілі діяльності, ефективність, комунікації, мотивацію, децентралізацію.

1. Будзан Б. Бізнес-школа в умовах загострення конкуренції на ринку освіти в галузі менеджменту / Б. Будзан // Вища школа: науково-практичне видання. – 2005. – № 2. – С. 42–49.
2. Будзан Б. Ретроспектива і перспектива менеджменту в Україні [Текст] / Б. Будзан // Економічний часопис. – 2002. – №3. – С. 41–46.
3. Винокуров В. А. Качество менеджмента – основа современной управленческой парадигмы / В. А. Винокуров // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6. С. 11–19.
4. Виханский О. Управляй сердцем. Рецензия // Журнал “Секрет фирмы”, 31 мая – 6 июня 2004.
5. Воронкова В. Г. Формування постнекласичної парадигми сучасного менеджменту в умовах глобалізації // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – Вип. 38. – С. 13 – 29.
6. Другов О. О. Інтелектуалізація як шлях до підвищення конкурентоспроможності реального сектора економіки України / О. О. Другов // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики (Зб. наук пр.), № 2 (7). – 2009 р. – С. 206–211. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://khibs.edu.ua/R5/1.pdf> – 2009.
7. Канафоцька Г. Нова парадигма менеджменту XXI століття. Електронний ресурс: <http://www.vox.com.ua/data/publ/2007>.
8. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии (The end of Management and the Rise of Organizational Democracy, К Cloke, Joan Goldsmith). – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.
9. Кузнецов Э. А., Ненно И. М. Менеджментобразование в Украине: системный подход / Э. А. Кузнецов, И. М. Ненно. – Одесса: Наука и техника, 2005. – 120 с.
10. Кузьмін О. Нова парадигма побудови систем менеджменту / О. Кузьмін, Н. Петришин, Н. Сиротинська // Науковий вісник “Демократичне врядування”. – 2010. – Вип. 6. – С. 75–82.
11. Петренко В. П. Концепція інтелектокористування як основа новітньої парадигми практичного менеджменту / В. П. Петренко // Сучасні тенденції розвитку наукової думки: Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції “Економічні науки”. – 2011. – С. 103–105. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gisap.eu/test/ru/kontsepts>.
12. Пулипенко А. А., Пулипенко С. М., Отенко В.І. Менеджмент, 2005.
13. Питер Ф. Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: Вильямс, 2004. – 272 с.
14. Приходько В., Иванова Т. О смене управленческих парадигм // Проблемы теории и практики управления. – 2004 – № 6.
15. Рогальська Н. Г., Новосьолова О. С. Особливості національної моделі менеджменту України. Електронний ресурс: <http://наука.kushnir.tk.ua>.
16. Родченко В. В. Деякі підходи щодо вдосконалення систем управління виробництвом в Україні // Проблеми системного підходу в економіці / Електронний ресурс – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Rodchenko_308.htm;
17. Рюегг-Штюрм, Й. Новая системная теория и внутрифирменные изменения [Текст] / Й. Рюегг-Штюрм // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – No 5.
18. Смирнов В. Н. Спортинг – менеджмент побед! Теория и практика современного менеджмента: от тейлоризма до спортинга. – СПб.: Эрида-Бизнес, 2011. – 240 с.
19. Сучасні концепції менеджменту: навч. посіб. / За ред. д-ра екон. наук, проф. Л.І. Федулової. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.
20. Шаров Ю. Стратегічне планування в муніципальному менеджменті: концептуальні аспекти [Текст]: монографія / Ю. Шаров. – К.: УДАУ, 2001.
21. Knowledge Management – функциональная задача или новая парадигма управления? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kmtec.ru/publications/library>.