



Новые экономические процессы, начавшиеся в 90-е годы прошлого века, вызвали необходимость пересмотра системы воззрений на парадигмы управления. Сложности перехода к новым концепциям заключались в том, что прежние методы управления были уже малопригодными, а появившиеся новые – малоизвестными.

Появилась острая необходимость исследования зарубежного опыта управления. В 90-е годы начался период становления менеджмента на предприятиях и в организациях России. Первые попытки применения заграничного опыта порождали в большинстве случаев неудовлетворение. Это объяснялось спецификой российской экономики и машинальным применением зарубежных наработок. Понемногу наступало понимание, что реализуемые в стране экономические преобразования смогут дать позитивные итоги при следовании двум условиям:

- реформы должны быть основаны на идеях, доминирующих в мировой экономической сфере;
- в ходе претворения в жизнь реформ необходимо принимать во внимание особенности национальной экономики, менталитет и поведенческие характеристики народонаселения. Все это диктовало необходимость осмысления и практического применения главных тезисов новой парадигмы управления.

Определение Парадигма (от лат. *paradeigma* — пример, образец) – это ключевая идея, лежащая в основе построения научной концепции.

В понятие парадигма управления входят: сама теория управления со своими понятиями; концептуальная схема постановки проблем и их решения, господствующая в науке управления [1].

Давняя, классическая парадигма управления была создана основоположниками научной и административной школ, а также школой человеческих отношений (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон, А. Файоль, Э. Мейо, А. Маслоу и другие авторы) [2]. Главной составляющей этих школ было рациональное построение производства и труда на предприятии для приобретения максимальной прибавочной стоимости. В смысловом понятии метод управления содержался в том, что на первое место ставилось сохранение предприятия. Поэтому прежнюю парадигму управления можно сформулировать тезисом: «вначале сохранение – потом развитие» [1].

Современная управленческая парадигма или неоклассический менеджмент, как его называют теоретики менеджмента, сформировалась под воздействием объективных изменений, происходящих в мировом общественном развитии, и связана с переходом экономически развитых стран в постиндустриальный период развития общества.

Новая система мыслей об управлении сложилась в зарубежной науке управления в конце 70-х – начале 80-х годов XX века. Важнейшие пункты новой парадигмы управления были разработаны известными специалистами в области управления (Т. Питерс, Р. Уотерман, И. Ансофф, П. Друкер и другие).

Перечислим основные подходы, сформировавшиеся в современной парадигме управления: процессный подход (с конца 50 – х годов 20 века), где управление – это не дискретные действия и решения, а скорее непрерывный многоаспектный процесс; системный подход (70-е годы 20 века), в котором организация рассматривается как система, т.е. некоторая целостность, состоящая из взаимозависимых частей, каждая из которых вносит свой вклад в характеристики целого: теория 7 "S" (теория Мак-Кинси) – согласно этой теории, рассматриваются факторы, которые являются важными для развития организации: стратегия, навыки, общепризнанные ценности, структура, система, штат, стиль; ситуационный подход (начало 80-х годов): в рамках данного подхода предпринята попытка увязать конкретные практические приемы и научные концепции с определенными ситуациями для того, чтобы достичь цели организации наиболее эффективным способом; эмпирическая школа управления: «В поисках эффективного управления» (80-90-е годы) [2].

Современная мировая концепция управления уже иначе подходит к системе взглядов на предприятие. Оно рассматривается как открытая система, рассматриваемая в единстве факторов внешней и внутренней среды. Современная концепция управления включает в себя переоценку взглядов и на ресурсы компании. Все очевиднее становится то, что в быстро меняющейся конкурентной среде важно своевременно принимать качественные решения. Человек становится ключевым ресурсом компании, главным объектом интересов менеджмента.

Для постиндустриального периода характерно: научно-технический прогресс; концентрация научного и производственного потенциала; ускоренное развитие отраслей экономики, удовлетворяющих потребности людей; интенсивное внедрение прогрессивных технологий; невиданный рост предпринимательских

структур.

Постиндустриальная эпоха, как «эпоха без закономерностей» приписывает неоклассическому менеджменту такие свойства и характерные черты, как: сетевые структуры организации; возникновение виртуальных коллективов; проактивное управление; социокультурный подход к управлению персоналом [4].

Сетевые структуры организации Новые сетевые структуры предприятия ориентированы на персонал, на то, чтобы как можно более продуктивно использовать такой капитал людей, как знания, опыт, связи. Этот капитал может быть востребован другими при определенных производственно-технологических условиях. При этом важнейшую роль играет наличие новейших информационных технологий и средств коммуникации.

В этом случае люди могут стать виртуальным ресурсом, знания и опыт которых можно использовать и без физического контакта с ними. К примеру, японская фирма «Casio» не имеет собственной производственной базы. Вследствие этого она действует по-другому – размещает заказы на субконтрактной основе, самостоятельно занимаясь только маркетингом и НИОКР. Таким образом, эта фирма представляет собой сеть по размещению заказов и сбыту [3].

Для построения и успешного функционирования сетевых структур необходимо: иметь развитую рыночную инфраструктуру; обладать контрактным правом; наличие развитых телекоммуникаций; наличие традиционных инфраструктурных элементов (дороги, аэропорты, гостиницы, рекреационный центр, а также низкий уровень преступности).

Возникновение виртуальных коллективов Современная управленческая парадигма отводит иерархические структуры, жестко закрепляющие людей на определенных производственных участках, в сторону, предоставляя, тем самым, людям возможность раскрыть свой творческий потенциал в рамках сетевой структуры. Возникают виртуальные коллективы, которые группируют людей по мере необходимости в создании определенной стоимости[3].

Физического объединения этих людей не происходит, объединятся только отличительные особенности, которые и производят требуемую стоимость. Экономический эффект достигается за счет быстрого реагирования на возникновение потребности и ее удовлетворение. С точки зрения виртуального коллектива ценность представляет каждый работник, с его ярко выраженной индивидуальностью и креативом, способным воплощаться в ценную идею с

увеличенной стоимостью.

Таким образом, интеллектуальная работа, специальные знания и коммуникации становятся не только основными факторами создания добавленной стоимости, но и факторами конкурентоспособности и экономического развития организаций. Руководящая роль менеджера меняется. Теперь это координатор, занимающийся организацией и обеспечением процесса создания стоимости. Менеджер подготавливает команду, мотивирует людей, дает профессиональные советы, решает возникающие проблемы, препятствующие дальнейшей деятельности. Возникновение таких коллективов подтверждает мнение теоретиков и практиков менеджмента о том, что время бюрократии уходит.

Проактивное управление Старая парадигма управления, начавшая свое существование в индустриальном периоде развития общества, отличает реактивное управление, в то время как современная парадигма управления делает упор на проактивное управление, т. е. перестает быть просто реакцией на изменения во внешней среде. Суть проактивного управления – субъект управления должен быть сориентирован на внешнее окружение, должен улавливать возникающие в нем тенденции и на их анализе проектировать управляющее воздействие. Цель проактивного управления – возможность действовать на опережение по внесению изменений в исходные условия функционирования объекта [2].

Социокультурный подход к управлению персоналом Социокультурный подход синтезирует достижения всех научных школ и подходов к управлению. Новая парадигма управления делает акцент на культуру организаций. Система ценностей становится фактором, мотивирующим на успех. Многие успешные компании выстраивают свою деятельность, согласовывая все действия с пропагандируемыми принципами и ценностями.

В новой парадигме решающую роль играют такие факторы поведения человека, как мотивы, интересы, ценности, стимулы, опасения, установки. Культура организации сейчас все больше начинает рассматриваться как важный фактор прибыли и конкурентоспособности и коммерческой, и некоммерческой организаций, рассматривается как фактор успеха, эффективности деятельности. Культура организации привлекает к себе все больше внимания менеджеров всего мира [4].

В отличие от национальной культуры, которая носит весьма инерционный характер, культура организации может значительно измениться в течение непродолжительного времени (несколько-ко месяцев, лет). Несмотря на то, что методы формирования позитивной культуры организации, как правило, носят неформализованный характер, существуют многочисленные примеры мощного и целенаправленного изменения культуры организации многих компаний. Современный период развития практики и теории менеджмента все чаще называют «культурной революцией» в менеджменте.

Таким образом, современная управленческая парадигма использует не только традиционные элементы (власть, авторитет, персональная зависимость, экономическое принуждение, мотивация), но и такие относительно новые элементы, как творческое участие персонала, образование команд, приверженность, инновационность, управление знаниями.

### **Список использованной литературы**

1. Батулин, В.К. Общая теория управления: Учебное пособие / В. К. Батулин. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 487 с.
2. Баронин, С.А. Теория и методология управления конкурентоспособностью бизнес-систем: Монография / С.А. Баронин, В. А. Андреев, М.В. Ботнарюк. - М.: Инфра-М, 2018. - 240 с.
3. Кован, С.Е. Теория антикризисного управления социально-экономическими системами (ресурсный подход): Монография / С.Е. Кован. - М.: Инфра-М, 2017. - 191 с.
4. Нижегородцев, Р.М. Человеческий капитал: теория и практика управления.: Монография / Р.М. Нижегородцев, Р.М. Нижегородцев, С. Резник. - М.: Инфра-М, 2017. - 352 с.
5. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации: утверждена Указом Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203. URL: <http://rg.ru/2017/05/16/informacia-strategia-dok.html>. (дата обращения 08.12.19 г.)