

УДК 331.101

**Пшинка Ганна Василівна**

*кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту і адміністрування  
Харківська державна академія культури*

**Пшинка Анна Васильевна**

*кандидат философских наук, доцент,  
доцент кафедры менеджмента и администрирования  
Харьковская государственная академия культуры*

**Pshynka Hanna**

*PhD of Philosophy, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Management and Administration  
Kharkiv State Academy of Culture*

**ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ  
ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО  
МЕНЕДЖМЕНТА  
INNOVATIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF MODERN  
MANAGEMENT**

***Анотація.** В статті описуються основні області і проблеми управлінського підходу. Ці проблеми пов'язані із змінами економічної та ділової структури на регіональному, державному та міжнародному рівнях. Всі зміни можна розділити на три групи інновацій. Перша пов'язана з методологією управління, друга – з внутрішніми структурами і остання обумовлена змінами в науково-технічному і діловому розвитку. Описані поширені теоретичні і практичні інноваційні підходи в сучасному менеджменті.*

***Ключові слова:** менеджмент, інновації, синергетичний менеджмент, гендерний менеджмент, мережевий менеджмент, креативний менеджмент, командний менеджмент, комунікативний менеджмент.*

**Аннотация.** В статье описываются основные области и проблемы управленческого подхода. Эти проблемы связаны с изменениями экономической и деловой структуры на региональном, государственном и международном уровнях. Все изменения можно разделить на три группы инноваций. Первая связана с методологией управления, вторая - с внутренними структурами и последняя обусловлена изменениями в научно-техническом и деловом развитии. Описаны распространённые теоретические и практические инновационные подходы в современном менеджменте.

**Ключевые слова:** менеджмент, инновации, синергетический менеджмент, гендерный менеджмент, сетевой менеджмент, креативный менеджмент, командный менеджмент, коммуникативный менеджмент.

**Summary.** The article describes basic areas and issues management approach. These problems are associated with changes in economic and business structures on regional, national and international levels. All changes can be divided into three groups of innovations. The first is connected with the control methodology, the second – with the internal structures and the latter due to changes in scientific, technological and business development. Describes the common theoretical and practical innovative approaches in modern management.

**Key words:** management, innovations, synergistic management, gender management, network management, creative management, team management, communication management.

**Постановка проблеми.** Проблеми та перспективи розвитку сучасної економіки в масштабах світу, країни, регіону і бізнесу суттєво впливають, а в деяких випадках просто вимагають змін у теорії та практиці управління. До сучасних тенденцій динаміки економіки, що тягне за собою істотні зміни та інноваційні підходи у менеджменті, можна віднести:

- погіршення макроекономічної ситуації, обумовлене уповільненням зростання сировинного експорту;

- асинхронність процесів глобалізації, що відбуваються в різних сферах економіки. Процеси значно прискоряться у сферах обігу і споживання, а в сфері виробництва глобалізація протікає повільно в силу недостатньої конкурентоспроможності та низької капіталізації українських компаній;
- погіршення соціального середовища, пов'язане з високим рівнем бідності і деградації соціальної інфраструктури. Продовжує погіршуватися ряд соціальних індикаторів: середня тривалість життя, збільшення смертності у працездатному віці, зростання захворюваності деякими видами соціальних хвороб і т. д.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню теоретичних і прикладних проблем розвитку сучасного менеджменту присвячено чимало наукових робіт як вітчизняних, так і зарубіжних. Розробкою теоретичних засад менеджменту займалися такі дослідники, як Н. Бугайова [7], В. Василенко [1], Ж. Вірна [2], Т. Говорун [3], М. Дороніна [4], П. Друкер [5], С. Ілляшенко [6], Н. Євдокимова [9], В. Кравець [3], В. Маценко [7], А. Наливайко [9], В. Пересунько [4], Т. Решетняк [9], О. Фенина [2] та ін. Віддаючи належне їх науковим напрацюванням з цієї проблематики, слід зауважити, що дослідження інноваційних напрямків розвитку сучасного менеджменту мають загальнонауковий сенс і носять більш описовий характер. Однією з причин такої спрямованості досліджень є відсутність дієвого, науково обґрунтованого підходу і методу, який би враховував комплексну природу менеджменту.

**Формулювання цілей статті.** Ціллю даної статті є визначення основних інноваційних напрямів розвитку сучасного менеджменту, а також надання пропозицій з удосконалення даного процесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В даний час у багатьох вищих і середніх спеціальних навчальних закладах вивчається навчальна дисципліна «Менеджмент». Сучасні керівники відчувають велику потребу в отриманні нових управлінських знань, і насамперед у галузі менеджменту, теорії та практики управління організацією в умовах ринкової конкуренції.

Виникнення терміна «менеджмент» відноситься до сфери комерційних

організацій, бізнесу. Зміст управління розкривається в процесі управлінської праці, що відноситься до виробничої діяльності: технологічної, науково-технічної, облікової, фінансової та ін. Але багато хто видів подібної діяльності застосовні також у некомерційних організаціях. Не випадково, наприклад, керівники вищої ланки у вузах США зобов'язані успішно освоїти спеціальний курс менеджменту, перш ніж зайняти керівну посаду. І нині, на думку патріарха менеджменту П. Друкера, всі інститути, урядові установи, військові організації, церкви, лікарні і навіть бойскаути чудово знайомі з менеджментом [5, с. 62]. Остання обставина лише підтверджує багатогранність і значимість менеджменту. Менеджмент як наука про управління активно вбирає в себе, інтегрує соціально-економічні, соціально-психологічні та організаційно-технічні знання. Однак центральне місце в управлінні мають організаційно-економічні відносини.

Проаналізуємо відомі визначення загального менеджменту. Менеджмент являє міждисциплінарну область, поєднує науку, досвід, ноу-хау, збільшену мистецтвом [2, с. 37]. Повнота даного визначення залежить від уявлень про міждисциплінарну галузь економіки, права, соціології та ін. Перелік можна продовжити. Природно, для того щоб дати повне визначення, в ньому повинні бути видні складові дисципліни. Це означає, що дане визначення не можна визнати вичерпним.

Інша дефініція менеджменту заснована на використанні абстрактної схеми. У теорії управління зазначається, що управління – це цілеспрямований вплив суб'єкта на об'єкт управління при заданій системі обмежень і вибраних критеріях ефективності. Але подібне визначення доречно використовувати лише за умови, що терміни «управління» і «менеджмент» синонімічні. Слово «менеджмент» походить від латинського слова «manus» – «рука». А по-англійськи термін «management» дослівно означає «управління», «керівництво» [8, с. 258]. Однак у класичному поданні управління ширше менеджменту. Адже можна управляти літаком або технічним пристроєм. Тому використовувати визначення, придатне і для технічних і соціальних систем, – аж надто

абстрактна, абстрактна ідея.

У визначенні також можна узагальнити процеси, що розкривають зміст менеджменту. Багато джерел вказують, що менеджмент – це управління соціально-економічними процесами на рівні організації, тобто це управління господарською діяльністю та управління особистістю або персоналом. Але така формула не може бути повною. Адже тут не присутні, зокрема, соціально-психологічні процеси.

Раніше зазначалося, що управління включає соціально-економічні, соціально-психологічні та організаційно-технічні процеси. Якщо це врахувати, то отримаємо більш повне визначення. Але воно вносить мало ясності. З нього не зовсім зрозуміло, всі перераховані процеси одночасно характеризують менеджмент, що буде, якщо якісь з них виключити. Адже еволюція управління свідчить, що на різних етапах розвитку виробництва перевага надавалася різним процесам.

Визначення можна уточнити доповненням про еволюційний характер процесів. Але в цьому випадку може залишитися непоміченим, що в ряді галузей – машинобудування, великосерійному виробництві та інших – цілком застосовні і «архаїчні» організаційно-технічні відносини. Остання обставина навіть дає одне з напрямків науки про управління – технологічний менеджмент. І ще одне, не менш важлива обставина обмежує застосування зазначеної трактування. Школа кількісних методів управління розуміє менеджмент як інформаційний процес. Це фактично означає, що всі характеристики управління даються в числовому вигляді. Іншими словами, управління розуміється у вузькому сенсі, як організаційно-технічні відносини. Та опис соціально-економічних і соціально-психологічних відносин тут присутній опосередковано. Вони відображаються в організаційно-технічних відносинах шляхом встановлення кількісних характеристик, що описують ці процеси. Все це приводить до деякої плутанини, пов'язаної з неоднозначністю і такого визначення.

Все це дозволяє зробити висновок, що вкрай складно однозначно і повно

дати визначення менеджменту, яке влаштувало б усіх. А якщо врахувати, що подібні визначення даються в першу чергу для тих, хто приступає до вивчення менеджменту, то доводиться констатувати наступне: після першого прочитання визначення менеджменту у невідготовлених читачів відразу ж можуть виникнути питання, неясності, що ускладнюють подальше сприйняття матеріалу. Але це також потрібно зауважити, що різні визначення менеджменту ефективні, кожне з тих чи інших позицій. Слід лише розуміти, що в цьому сенсі можливий односторонній підхід, досягти універсальності складно.

Джерелом економічного розвитку, як відомо, є суперечності між виробництвом і навколишнім середовищем. При цьому відносини в менеджменті належать до виробничих і вивчаються в економіці, а лідерство як прояв поведінки людини в соціальній психології. У той же час остання обставина часто призводить до деякого перебільшення ролі соціально-психологічних факторів. Наприклад, М. Дороніна пише, що пріоритетним у навчанні та постійному поповненні знань менеджерів є не економіка, не право, не техніка, а поведінка людини в організації, суспільстві, закони розкриття людського потенціалу [4, с. 17]. Звичайно, сучасні тенденції розвитку вимагають нових підходів до економіки, до визначення життєвих цінностей людини і суспільства в цілому. І хоча головний критерій ефективності в ринковій економіці – задоволення потреб, не можна орієнтуватися лише на тенденції соціально-економічного розвитку. Але не можна впадати й в іншу, вказану вище крайність. П. Друкер, зокрема, вважав біхевіористичні (поведінкові) ідеї «психологічним деспотизмом» і вважав, що головне завдання менеджменту – робити людей продуктивними, що менеджер повинен дбати про досягнення економічних цілей організації, а не про створення «радість для робітників» [5, с. 17].

У той же час у найближчі роки очікується поява нових можливостей прискореного розвитку економіки, які дозволять вийти за межі інерційного варіанти:

- розширення інвестиційного потенціалу у зв'язку з збільшенням обсягу

- «довгих грошей» в економіці та зростанням імпорту іноземного капіталу;
- зростання капіталізації українських компаній і міжнародної технологічної кооперації;
  - розширення інвестиційного попиту галузей природних монополій;
  - розширення інвестиційного та споживчого попиту з боку населення, пов'язаного із збільшенням іпотечного і споживчого кредитування;
  - поліпшення інфраструктури економіки та ін.

Таким чином, у сучасному економічному середовищі немає нічого сталого і прогнозованого. Інновації і зміни проникають у всі галузі господарювання. У таких умовах менеджмент як найбільш мобільна і така, що відповідає потребам ринку галузь знань, безумовно, вимушена відповідати сьогоднішнім реаліям.

Сучасні зміни, що відбуваються в менеджменті як в науці і практиці, можна для розуміння розділити на три групи:

1. Інновації в методології менеджменту, полягають у появі нових напрямів та відгалужень в теорії управління. Впливу різних культур та національних особливостей, а також різноспрямованих позитивних дій процесів глобалізації та інтеграції у середовищі функціонування методології менеджменту сприяють появі нових, змінених напрямків розвитку теорії управління, до яких можна віднести наступні: синергетичний; гендерний; мережевий; креативний ; командний; комунікативний менеджмент.

Синергетичний менеджмент, де через хронічну неврівноваженість будь-яких соціально-економічних систем спонтанно реалізується феномен самоорганізації (синергізму) в системах управління [7, с. 97]. З урахуванням принципів і властивостей системності у нових структурних утвореннях з'являються «проривні», поліпшені властивості, що дозволяють організаціям самонавчатися і сприймати себе (організацію) як цілісне утворення, що складається з підсистем зі специфічними властивостями.

Гендерний менеджмент. З 80-х рр. ХХ ст. у працях зарубіжних і вітчизняних фахівців почалося поглиблене вивчення різних гендерних аспектів

економіки і управління. Викликано це тим, що в постіндустріальному суспільстві змінився характер відносин між статями. Під впливом постфеміністичної психології на зміну ієрархії патріархату поступово прийшло юридичне зрівняння прав і можливостей чоловіків і жінок як у виробничій, так і у приватній сфері.

Численні дослідження фахівців підтверджують, що по ряду параметрів (як психологічних, так і фізіологічних) жінки порівняно з чоловіками володіють явними перевагами для ефективної управлінської діяльності. Жінка-керівник володіє інтуїцією, умінням домовлятися, не відступає від прийнятого рішення, не сприймає інтриг, проявляє турботу про службовців і багато іншого, що не властиве чоловікам-керівникам [3, с. 17].

Мережевий менеджмент проявляється через побудову мережевої структури організації та ефективного управління цією структурою. Необхідність появи мережевих структур продиктована динамікою перетворень, що відбуваються у зовнішньому середовищі, мережева структура є однією з форм адаптації до швидко мінливих умов. Ознаки мережевої організаційної структури такі:

- в мережевій структурі використовуються ресурси багатьох зовнішніх організацій, на відміну від класичної організації, в якій всі ресурси сконцентровані всередині неї;
- основні функції компанії розподілені між окремими мережевими структурами;
- взаємодія компаній-членів мережевої структури відбувається на основі ринкового механізму [6, с. 39].

Таким чином, при створенні компанії-мережі підприємство розбивається на самостійні у господарському і правовому відношенні центри для більш гнучкого виконання програм. При цьому компанія отримує ряд переваг: адаптивність системи; концентрація діяльності головної компанії на пріоритетних галузях, унікальних та перспективних процесах; зниження витрат; відсутність дублювання посад і кваліфікацій; залучення зовнішніх ресурсів;



ресурсів мережевих компаній; пошук та залучення найкращих партнерів для спільної діяльності.

Типи мережевих організацій поділяються на внутрішню мережу, коли в рамках великої компанії створюється система вільного підприємництва на основі ринкових цін, де агенти виконують функції постачання, збуту, виробництва. Стабільна мережа, де частина робіт передається зовнішнім підрозділам, які не належать до основної компанії. Прикладом тому можуть служити офіційні дистриб'ютори автомобільних компаній. Динамічна мережа, в якій всі основні функції виконують незалежні організації (так звані агенти), а ядро компанії акумулює питання професійного менеджменту, розвитку нових ідей, формування іміджу і know-how. За великим рахунком, головна компанія відстежує виключно фінансові потоки, встановлює цільові орієнтири та контролює ступінь їх виконання. Приклади подібних структур реалізовані в галузі комп'ютерних технологій, видавничій справі.

Креативний менеджмент використовується, коли економічні та(або) технічні проблеми не піддаються формалізації, а застосування стандартних схем до вирішення завдань не приносить бажаних результатів. Креативний менеджмент спрямований на найбільш повну реалізацію творчого потенціалу працівників і, відповідно, застосовується при роботі з представниками творчих професій (дизайнери, перекладачі, актори), при необхідності «прориву» (генерація і розвиток новаторських ідей, впровадження інновацій). Творчий процес вимагає відповідного управління. У зв'язку з цим фахівці пропонують розглядати організацію як об'єкт підприємницької ініціативи. Основне завдання менеджера в цьому випадку – організація процесу виробництва як нового з'єднання ресурсів.

Творчість незамінна при пошуку нових ефективних прийомів роботи, при реалізації якісного прориву. Проблема полягає в тому, що в одному працівнику рідко вживаються виконавчий і творчий початок. Таким чином, керівник змушений шукати оптимальне співвідношення між «вільними художниками» і «робочими конячками», а також організувати їх спільну діяльність,

нівелювати недоліки кожної групи і стимулювати сильні сторони. Прийоми творчого вирішення проблем: ідеальна модель – виконання функцій при відсутності пристрою; перехід у надсистему – вирішення проблем спільно, комплексно; прийом інверсії – прийом зворотного руху, або зворотний принцип вирішення проблеми; проміжне поле – з'єднання непоєднуваного, консенсус полярних інтересів.

До використовуваних креативних методик можна віднести: спостереження, інтерв'ю, зміна перспективи, мобільна фокус-група, завантаження асоціацій, ланцюгові асоціації, візуальна підстановка, мозковий штурм, пінг-понг, свідоме марення, абсурдна альтернатива, екстремальні наслідки [1, с. 64].

Командний менеджмент – напрям теорії і практики управління організацією, що спирається на комплексне і конструктивне використання командних ефектів: взаємодопомога та взаємопосилення в досягненні спільної мети; самомотивація співробітників; налагоджений механізм зворотного зв'язку; готовність прийняти особисту відповідальність за невдалу роботу групи і розділити командний успіх; ініціативний обмін ресурсами; розвинена корпоративна культура та ін. Самоврядна команда здатна ініціативно ставити амбітні цілі і домагатися безпрецедентних результатів, привносячи в проект найвищу мотивацію і з максимальною ефективністю використовуючи особистий ресурс кожного члена команди. У процесі свого становлення команди послідовно проходять етапи біологічного життя: народження, зрілість і згасання.

У практиці командного менеджменту використовуються різні методи:

- перепроєктування команди з участю персоналу – залучення працівників у процес змін, стимулювання їх активності й ініціативи;
- навчання лідерів команд – розвиток професійних навичок по встановленню продуктивних командних взаємозв'язків;
- забезпечення зворотного зв'язку – налагодження системи ефективних комунікацій з метою отримання реакції і здійснення при необхідності

коригувань;

- введення нових членів команди - забезпечення припливу свіжих «мізків» для підтримки високого командного потенціалу.

Комунікативний та комунікаційний менеджмент. Основою такого виду менеджменту є комунікація, яка визначається як процес обміну інформацією між двома і більше людьми. Поняття «комунікативний» і «комунікаційний» часто виступають як синоніми, але при найближчому розгляді мають деякі суттєві відмінності. Поняття «комунікаційний» показує процес формування та налаштування комунікаційних мереж в організації. У цьому випадку керуючий вплив направлено на канали комунікації. Основною функцією комунікативного менеджменту є налагодження ефективної передачі інформації, а саме: аналіз кількості переданої інформації, пропускна здатність каналу комунікації, вразливість переданої інформації для шуму і т. д., але без урахування семантики повідомлення.

Поняття «комунікативний», навпаки, підкреслює комунікацію, здійснювану «з перенесенням сенсу», тобто такий процес комунікації, який містить у собі семантичну складову. Суть комунікативного менеджменту зводиться до управління смисловим наповненням повідомлення, часто без урахування руху повідомлення в організації, каналів, що його передають, часу «ходіння» повідомлення в організації і т. д. В силу того, що налагодження ефективної системи комунікації в організації охоплює і комунікативну та комунікаційну сторони передачі інформації, то їх часто об'єднують під однією назвою. Існують, можливо, й інші напрями розвитку теорії і практики сучасного менеджменту.

2. Інновації у внутрішніх структурних підвидах (видах) загального менеджменту, який у великих корпораціях та підприємствах різних галузей економіки диференціюється на: виробничий менеджмент, управління маркетингом, фінансовий менеджмент, кадровий менеджмент, зовнішньоекономічний (міжнародний) менеджмент, менеджмент інновацій та ін. Зрозуміло, що кожен такий вид менеджменту можна розглядати не тільки як

окрему дисципліну в освітньому процесі майбутніх менеджерів, але і як специфічну галузь науки управління, яка розвивається і вносить свої інноваційні зміни в механізми, системи, інструментарій, удосконалюючи методи дослідження в даних областях знань.

Так, у сучасному виробничому менеджменті відбуваються інновації в організації виробництва; ресурсозбереження; в технічних і конструктивних особливостях продукції, які, природно, змінюють технологію виробництва і управління нею. Тенденції і закономірності розвитку інноваційних процесів у промисловості модернізують методи і рішення з урахуванням основних факторів і умов, які визначають ефективну реалізацію процесу сучасного виробничого менеджменту.

Істотно в останнє десятиліття змінився фінансовий менеджмент. З'явилися нові фінансові інструменти і методи управління фінансовим портфелем, цікаві напрями процесу фінансового управління. До таких інновацій у фінансовому менеджменті можна віднести: аутсорсинг, фандрайзинг, оновлені форми кредиту, формування нових грошових фондів (наприклад, ендаумент), зміни в методах мотивації і стимулювання.

Сучасний маркетинг – це не тільки і не стільки певна ринкова технологія, скільки певна філософія бізнесу, яка активно формує ринок (потреби свого покупця). В сучасному маркетингу з'явилися: директ-маркетинг – будь-який захід, спрямований на одержання відгуку від споживача; фінансовий маркетинг – системний підхід інвесторів-продавців до управління реалізацією фінансових активів та інвесторів-покупців до управління накопиченням фінансових активів; некомерційний маркетинг, здійснюваний організаціями і окремими особами, які діють у суспільних інтересах і не прагнуть до отримання фінансових прибутків; мережевий маркетинг, соціальний маркетинг, стратегічний маркетинг, що полягає в аналізі потреб фізичних осіб і організацій; брендинг; бенчмаркінг і багато іншого.

У зв'язку з розвитком малого бізнесу і підприємництва в Україні істотно змінюються кадровий менеджмент та інші види менеджменту. Всі разом ці

види сучасного менеджменту вносять свої результативні зміни у стратегічний менеджмент.

3. Інновації в основах науки і практики загального (класичного) менеджменту. Особливо це стосується механізму менеджменту як комплексу взаємопов'язаних елементів впливу на об'єкт управління (принципів, методів, функцій управління і елементів нормативно-інформаційного та кадрового забезпечення).

У механізмі управління з'явилися нові принципи управління організацією: децентрація – збереження автономії при визнанні надіндивідуальної логіки; самогенерація; самоколлаж – посередництво; хрематика – мистецтво «робити гроші»; полисемичність – самоформирование безлічі інтерпретацій; панетрація – вимірювання рівнів фузності (fuzzy) бізнес-процесів: дифузії (поширення, розтікання, розсіювання), трансфузії (переливання), ефузії (розливання); безпрецедентність – відсутність попереднього розвитку; кризу; інволюція – спрощення структуризації в процесі менеджменту як відмова від наукового раціоналізму та ін. [9, с. 51].

Складність та багатоаспектність сучасного менеджменту найбільш видна у вживаних сьогодні методах управління організацією. Умови і фактори зміни середовища функціонування організацій, спотворені образи реальної і віртуальної дійсності змушують розвиватись способи досягнення цілей організації. У зв'язку зі спрощенням організаційних структур управління з'явилися нові вектори розвитку методів самоврядування та самоорганізації. Класичний аналіз і контроль як методи і функції управління поступово витісняються системою моніторингу і контролінгу, при одночасній мінімізації інструкцій, приписів і правил. У цілому можна помітити, що сучасні методи менеджменту розвиваються від адміністративних і дисциплінарних в бік креативних та таких, що самоорганізуються.

Дослідникам і практикам відомі три джерела ресурсного забезпечення процесу управління: засоби праці (матеріальні ресурси), предмети праці (фінансові ресурси) і праця (кадри). На початку минулого століття з'явився

новий вид ресурсу – інформаційний, який сьогодні змінився настільки, що вчені в галузі управління говорять вже про інформаційний менеджмент. Тим не менш, навіть залишаючись у ресурсній базі менеджменту, сучасна інформація та її носії забезпечують формування ринкового середовища, допомагають відстежувати мінливі макро- та мезоекономічні умови господарювання, які сприяють отриманню додаткового прибутку і залучення клієнтів, а також пошуку більш ефективних методів моніторингу і контролінгу результатів управління організацією.

### **Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок.**

Таким чином, сучасні та оновлені методи пізнання науки менеджменту, теоретичні погляди на природу, сутність та розвиток сучасного менеджменту, сучасні напрямки теоретико-методологічних розробок в області менеджменту, реформи в системі управління підвищують роль лідера, нового керівника і, відповідно, змінюють підготовку менеджерів у ВНЗ. Сучасні менеджери повинні бути здатні: генерувати інноваційні ідеї; мобілізувати персонал для адекватної відповіді на виклики; організувати процес управління сталим розвитком організації; сформувати середовище з умовами, в яких співробітники стануть частиною організації, а не агентами. Компетенції майбутніх менеджерів повинні сприяти скороченню розриву між організаційними та економічними аспектами науки і практики управління.

### **Література**

1. Василенко В.А. Креативне управління розвитком соціально-економічних систем: монограф. / В.А. Василенко. – К. : Освіта України. 2010. – 772 с.
2. Вірна Ж. Професійний самоменеджмент особистості : монограф. / Ж. Вірна, О. Фенина. – Луцьк : Вежа-Друк, 2016. – 212 с.
3. Гендерні дослідження : прикладні аспекти : монограф. / [В. П.Кравець, Т.В. Говорун, О.М. Кікінежді та ін.] ; за наук. ред. В.П. Кравця. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2013. – 448 с.
4. Дороніна, М. С. Самоменеджмент: сутність, умови виникнення і розвитку

/ М. С. Дороніна, В. І. Пересунько // Економіка і управління. – 2016. – № 4. – С. 7–12.

5. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века. / П. Друкер. – М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2012. – 256 с.
6. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми: ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.
7. Парадигмальні зміни основ загальної психології у синергетичному контексті : кол. монограф. / [Чепи М.-Л. А., Маценко В. Ф., Маценко Ж. М., Бугайова Н. М. та ін.]; за редакцією Чепи М.-Л. А. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 220 с.
8. Словник іншомовних слів за ред. О.С. Мельничука. – 2-е видання, випр. і доп. – К. : Головна редакція «Українська радянська енциклопедія» (УРЕ), 1985 – 966 с.
9. Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів : монограф. / А.П. Наливайко, Т.І. Решетняк, Н.М. Євдокимова та ін. – К. : КНЕУ, 2013. – 454 с.