

УДК 654.02; 338.242

**Стрий Л.А.***доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры менеджмента и маркетинга  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова***Захарченко Л.А.***кандидат экономических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятия  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова***Голубев А.К.***кандидат технических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятия  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова*

## НЕКОТОРЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ НОВОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Статья посвящена анализу имеющихся положений относительно формирования новой модели управления предприятиями. Рассмотрены информационно-технологическая парадигма М. Кастельса, парадигма глобального менеджмента М. Желены, новая парадигма менеджмента П. Друкера, принципы стабильности и процветания Р. Салмона. Выполнена систематизация исследованных положений. Сформулированы принципы построения новой модели управления предприятиями в современной экономике.

**Ключевые слова:** внутренняя конкурентоспособность, горизонтальная корпорация, глобальная парадигма менеджмента, информационная экономика, информационно-технологическая парадигма, информационное общество, новая модель управления, новая парадигма менеджмента, парадигма, принципы построения модели, управление предприятиями, эффективность.

### **Стрий Л.О., Захарченко Л.А., Голубев А.К. ДЕЯКІ ПОЛОЖЕННЯ ПОБУДОВИ НОВОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Стаття присвячена аналізу наявних положень відносно формування нової моделі управління підприємствами. Розглянуто інформаційно-технологічну парадигму М. Кастельса, парадигму глобального менеджменту М. Желени, нову парадигму менеджменту П. Друкера, принципи стабільності і процвітання Р. Салмона. Виконана систематизація досліджених положень. Сформульовано принципи побудови нової моделі управління підприємствами в сучасній економіці.

**Ключові слова:** внутрішня конкурентоспроможність, горизонтальна корпорация, глобальна парадигма менеджменту, інформаційна економіка, інформаційно-технологічна парадигма, ефективність, інформаційне суспільство, нова модель управління, нова парадигма менеджменту, парадигма, принципи побудови моделі, управління підприємствами, ефективність.

### **Striy L.A., Zaharchenko L.A., Golubev A.K. SOME STATUTES OF CONSTRUCTION OF NEW MODEL MANagements BY ENTERPRISES IN MODERN ECONOMY**

The article is devoted to analysis of the existing provisions regarding the formation of a new model of business management. Reviewed: information technology paradigm M. Castells, the paradigm of global management M. Zeleny, a new paradigm of management P. Drucker, the principles of stability and prosperity R. Salmon. Made systematization of existing regulations. The principles of constructing a new model of management of enterprises in the modern economy.

**Keywords:** the horizontal Corporation, a global paradigm of management, internal competitiveness, information economy, information technology paradigm, the information society, a new model of management, the new management paradigm, paradigm, principles of model construction, management, efficiency.

**Постановка проблемы.** Современные предприятия действуют в новых условиях, существенно отличающихся от тех, которые были характерны для товарного производства XX столетия. Экономика становится информационной и глобальной; конкуренция трансформируется в гиперконкуренцию, конкурентная борьба приобретает совершенно иные формы; количество доступной информации возрастает непрерывно, все участники рынка имеют практически неограниченный доступ к любым необходимым им сведениям; существенно возросла рыночная власть потребителей; основными видами товаров, наиболее востребованных рынками, становятся информационные продукты. Предприятиям в этих условиях практически невозможно участвовать в конкурентной борьбе, сохраняя, усиливая или даже совершенствуя традиционную модель управления, основанную на схеме массового производства, как в промышленном производстве, так и в сфере услуг. Для достижения конкурентного преимущества и выживания на рынках уже недостаточно лишь работать более напряженно или более разумно в рамках прежней модели

управления. Актуальной становится проблема формирования новой модели управления предприятиями, которая должна быть эффективной для реальных условий современной экономики. Разработка данной модели управления должна выполняться в рамках создания новой парадигмы глобального информационного общества.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблема разработки новой модели управления предприятиями в современной экономике и ее некоторые положения рассматриваются в работах М. Кастельса, Ф. Котлера, П. Друкера, Р. Салмона и других исследователей. М. Кастельс в своей фундаментальной трехтомной монографии «Information Age: Economy, Society and Culture» выполнил всесторонний анализ процессов воздействия на экономику, общество и культуру современных информационных технологий. В частности, им исследован процесс научно-технологической революции XX-го столетия, сформулировано понятие «информационно-технологическая парадигма», выделены ее основные черты, которые могут определить основные аспекты новой модели

управления предприятиями [1, с. 49-80]. Современная парадигма глобального менеджмента и её основные положения изложены М. Желены [2, с. 73-80]. П. Друкер в работе «Задачи менеджмента в XXI веке» исследует трансформацию организационных структур предприятий и способов управления персоналом в новых условиях XXI века. П. Друкером предложена «новая парадигма менеджмента» и ее положения [3, с. 23-40]. Р. Салмон в книге «Будущее менеджмента» рассматривает аспекты информационного управления в информационном обществе [4, с. 175-184], формулирует семь принципов стабильности и процветания предприятий в долгосрочной перспективе [4, с. 276-293].

**Постановка задачи.** Однако пока еще недостаточно изучены многие аспекты данной проблемы, что не позволяет создать совокупную модель новой системы управления предприятиями в современной экономике, соответствующую формирующейся парадигме глобальной информационного общества. Возникает задача исследования уже имеющихся положений новой модели управления предприятиями и их систематизации.

**Формулирование целей статьи.** В рамках решения выбранной задачи целью статьи является: анализ и систематизация уже опубликованных положений указанных выше исследователей, характеризующих новую модель управления предприятиями; систематизацию и обобщение данных положений; формулирование принципов, которые могут быть использованы при создании новой модели управления предприятиями в современной экономике.

**Изложение основного материала исследования.**

**Анализ информационно-технологической парадигмы, которая сформулирована Мануэлем Кастельсом.** Категорию «парадигма» в науку ввел Томас Сэмюел Кун, Kuhn T.S., (1922–1996), американский историк и философ науки, считавший, что научное знание развивается скачкообразно, посредством научных революций, любой критерий, по его мнению, имеет смысл только в рамках определённой парадигмы – исторически сложившейся системы воззрений [5]. В своей работе [6] он сформулировал следующее определение данного понятия: «Под парадигмой я имею в виду признанные всеми научные достижения, которые в течение определённого времени дают научному содружеству модель постановки проблем и их решений» [6, с. 11]. Т. Кун выделил некоторые аспекты парадигмы: парадигма – это наиболее общая картина рационального устройства природы, существующее мировоззрение; парадигма – это дисциплинарная матрица, характеризующая совокупность убеждений, ценностей, технических средств и т.д., которые объединяют специалистов в данное научное сообщество; парадигма – это общепризнанный образец, шаблон для решения задач-головоломок [6].

М. Кастельс, анализируя научно-технологическую революцию, которая началась во второй половине XX столетия, отмечает, что она состоялась благодаря взаимодействию между макроисследователями программами и большими рынками, созданными государством, с одной стороны, и децентрализованной инновацией, стимулируемой культурой технологического творчества и ролевыми моделями быстрого личного успеха, с другой стороны, что обеспечило расцвет новых информационных технологий. Благодаря этому взаимодействию была создана новая информационно-технологическая парадигма [1, с. 60-76].

М. Кастельс формулирует следующие основные положения информационно-технологической парадигмы [1, с. 77-80].

Первое положение новой парадигмы состоит в том, что информация является ее сырьем: это *технологии для воздействия на информацию*, а не просто информация, предназначенная для воздействия на технологию [1, с. 77].

Второе положение заключается во *всеохватности эффектов новых технологий*. Поскольку информация есть интегральная часть всякой человеческой деятельности, все процессы нашего индивидуального и коллективного существования непосредственно формируются новым технологическим способом [1, с. 77].

Третье положение состоит в сетевой логике любой системы или совокупности отношений, использующей эти новые информационные технологии. Похоже, что морфология сети хорошо приспособлена к растущей сложности взаимодействий и к непредсказуемым моделям развития, возникающим из творческой мощи таких взаимодействий [1, с. 77].

Четвертое положение состоит в том, что информационно-технологическая парадигма основана на гибкости [1, с. 77].

Пятое положение – это растущая конвергентность конкретных технологий в одной высокоинтегрированной системе, в которой старые изолированные технологии становятся практически неразличимыми [1, с. 78].

Выполненный выше анализ основных положений информационно-технологической парадигмы, разработанной М. Кастельсом, показал, что, по мнению авторов, эти положения могут быть использованы для построения новой модели управления предприятием в современной экономике.

**Основные составляющие парадигмы глобального менеджмента согласно исследованиям Милана Желены.** Основными характеристиками глобального менеджмента, по мнению М. Желены, могут быть следующие положения [2, с. 75]:

1. Плоские организационные структуры.
2. Переход к горизонтальной корпорации.
3. Гибкость и адаптивность.
4. Внутренняя конкурентоспособность.
5. Всесторонняя ориентация на клиента.
6. Интеграция клиентов.
7. Рынки, которые функционируют внутри компаний.
8. Интеграция поставщиков и координация их размещения.
9. Управление по принципу «открытой книги».
10. Приверженность индивидуумам.

**Плоские организационные структуры.** В условиях специализации выполнения работ рост производительности труда обеспечивается путем все большего и большего дробления работ, функций, знаний. В результате число уровней управления постоянно возрастает, а каждый работник чувствует все большее отчуждение от деятельности, в которой он участвует. Альтернативным направлением является развитие интеграционных процессов в управленческой деятельности. Если для специализации типичным является авторитарный стиль руководства, то для интеграции – координационный, демократический. Руководитель должен не приказывать своим подчиненным, а направлять их усилия, помогать раскрытию их способностей. При таком подходе организационные структуры предприятия из пирамидальных превращаются в плоские, с минимальным числом

уровней между высшим руководителем и исполнителями, с ориентацией на связь с потребителями [2, с. 76].

**Переход к горизонтальной корпорации.** В настоящее время организационная структура горизонтальной корпорации формируется не по отношению к поставленной задаче, а вокруг процесса. Вместо создания структур на основе набора функций и департаментов компания строится вокруг трех-пяти основных процессов со специфическими целями в каждом из них. Такая структура представляет собой плоскую иерархию. Сокращается вертикальное администрирование. Устраняются работы, которые не обеспечивают создание добавленной стоимости. Происходит минимизация деятельности внутри каждого процесса, используется меньшее число коллективов для наиболее полного осуществления соответствующих процессов [2, с. 76].

**Гибкость и адаптивность.** В глобальной информационной экономике организационная структура и система управления предприятиями прежде всего должны быть гибкими, способными быстро адаптироваться к изменениям внешней среды. При этом преобразованиям подвергаются не какие-либо второстепенные элементы предприятия, а её сущностное ядро – структуры, процессы, методы. Динамика организационных изменений зависит от темпов развития техники и технологии, условий развития бизнеса. Адаптивность как важнейшее свойство предприятия будет обеспечиваться целенаправленным обучением и тренировкой работников, включением самоанализа и самосовершенствования в процесс деятельности [2, с. 77].

**Внутренняя конкурентоспособность.** В новых условиях главное качество предприятия – его внутренняя конкурентоспособность, которая основывается на знаниях и опыте ее персонала. Предприятие мобилизует весь свой потенциал, обеспечивает рациональную организацию функционирования для удовлетворения требований клиентов, рынка. Не ориентированные на рынок функции не будут обеспечиваться ресурсами, а также финансироваться. В частности, одним из ключевых конкурентных качеств считается способность адаптироваться к потребностям клиентов и предоставлять им инновационные услуги – организационные, технологические или структурные. Важным фактором становится умение строить отношения между работниками, организация их обучения [2, с. 77].

**Всесторонняя ориентация на клиента.** Вместо «массовых рынков» теперь каждый отдельный клиент или группа клиентов становится отдельным рынком. Товары, произведенные по индивидуальным заказам, контролируемое клиентом завершение процесса производства и предоставления услуг, самообслуживание и принцип «сделай сам» – эти явления олицетворяют не только изменение стратегической доминанты, но и полную реструктуризацию целей и средств производства [2, с. 77].

**Интеграция клиентов.** Клиент становится частью производственного процесса, целью предприятия, движущей силой стратегии и окончательным арбитром качества товаров и услуг, широты номенклатуры и цен. Товар, который находится в руках покупателя, все еще является частью производственного процесса. Покупатели делают существенный взнос в конструкцию товара, планирование производства. Удовлетворение потребностей клиентов и польза, которую они получают, становятся главными критериями эффективности работы [2, с. 77].

**Преимущественное использование команд.** Среди умений, которые организация требует от своих работников, все более заметное место занимает умение работать в командах, которые в перспективе будут играть важную роль во всех видах деятельности. Самоуправляемые команды становятся ключевыми звеньями гибкой организации. Команды должны формироваться вокруг проблем. Если проблема решена, то данные команды будут расформированы и созданы другие. Индивидуумы могут входить сначала в одну, затем в другую команду, а команды, в свою очередь, меняются в зависимости от новых требований [2, с. 78].

**Рынки, которые функционируют внутри компаний.** Автономные команды в горизонтальной корпорации организуются и координируются с помощью внутренних механизмов рыночной экономики. Они основываются на таких принципах: цены внешних рынков, независимые договорные посредники, внутренняя конкуренция, непрерывное формирование, реформировка и ликвидация команд и сетей из нескольких команд для того, чтобы наиболее эффективно приспосабливаться к бизнес-среде и обстоятельствам. Границы корпорации становятся полупрозрачными как для физических, так и для информационных изменений [2, с. 78].

**Интеграция поставщиков.** Известная также как близкое размещение поставщиков, она простирается намного дальше непромышленного производства и принципа «точно и в срок» за счет того, что производство поставщиков физически переносится непосредственно в производственный процесс или на сборочный завод [2, с. 78].

**Управление по принципу «открытой книги».** Информация корпорации больше не является конфиденциальной, но ее значение как важного инструмента управления растет. Все работники должны знать не только что и когда делать, но также и почему делать. Информация должна быть доступна всем, только тогда работники будут непосредственно влиять на успехи или неудачи компании. Лишь информированные работники способны на творчество, ответственность и предпринимательскую инициативу, мотивируя свои действия механизмами свободного рынка. Работники перестают быть просто нанятыми специалистами, они начинают думать как владельцы и приобретают стратегическое мышление [2, с. 79].

**Приверженность индивидуумам.** Традиционный социальный контракт, являющийся главным условием работы индивидуума, в разных модификациях предполагает постоянный рост оплаты труда, определенный уровень ответственности и гарантии безопасности работников. Новый социальный контракт будет основан на приверженности индивидууму. С одной стороны, организация делает ставку на результаты, а не на процесс работы. С другой стороны, индивидуум руководствуется стремлением к интересной работе и профессиональному росту независимо от того, происходит ли это в одной организации или в ряде организаций [2, с. 79].

Данные положения, разработанные М. Желены, могут быть также использованы при составлении новой модели управления предприятиями в современной экономике.

**Основные положения новой парадигмы менеджмента Питера Друкера.** П. Друкер в работе «Задачи менеджмента в XXI веке» [3] утверждает – «Проблемы, с которыми мы столкнемся завтра, будут совершенно не похожи на сегодняшние... Мы живем в эпоху глубоких перемен» [3, с. 11-12]. В данной работе П.



Друкер рассматривает ключевые положения реальности менеджмента и обособывает их новое содержание.

**Новый подход к выбору типа организационной структуры предприятия.** С самого своего начала и до сих пор изучение принципов организации опиралось на одно важное положение. *Существует — или должен существовать — некий единственно правильный тип организационной структуры.* Представление о «единственно правильной организационной структуре» неоднократно менялось, но ее поиски продолжаются по сей день. Сегодня, наконец, стало ясно, что такого явления, как единственно правильная организационная структура не существует. Есть просто разные виды структур, каждый из которых имеет свои сильные и слабые стороны. Стало очевидным, что организационная структура — это инструмент, с помощью которого можно повысить производительность совместного труда работников. Организационная структура предназначена для решения определенных задач в определенных условиях и в определенное время [3, с. 28].

Таким образом, вместо поисков единственно правильного типа организации менеджмента следует поставить другую задачу: *научиться выявлять, выстраивать и проверять на практике организационные структуры, которые соответствуют поставленным задачам* [3, с. 33].

**Новый подход к выбору способа управления персоналом.** Нигде в менеджменте традиционные базовые представления не укоренились так прочно, как в сфере управления кадрами. Ни в какой другой области менеджмента базовые представления не находятся в столь вопиющем противоречии с реальностью и не являются до такой степени непродуктивными. *Существует — или, по крайней мере, должен существовать — только один правильный способ управления работниками.* Этот принцип лежит в основе практически всех книг и статей, посвященных управлению персоналом. В настоящее время следует сформулировать задачу по-другому и вообще отказаться от «управления кадрами». Исходной точкой как теории, так и практики может стать «управление, ориентированное на производительность». Производительность работника должна, по всей видимости, стать главной целью управления персоналом. Для этого потребуются совершенно иные подходы к сотрудникам организации и к их работе [3, с. 34-39].

Таким образом, актуальным является положение: *людьми не надо «управлять».* Задача — *направлять людей.* Цель — *сделать максимально производительными специфические навыки и знания каждого отдельного работника* [3, с. 40].

**Новое представление относительно технологии производства и конечного использования продукции.** В XIX веке и в первой половине XX века не возникало сомнений в том, что технологии, существующие за пределами какой-либо отрасли промышленности, не оказывают на нее никакого влияния, разве что самое минимальное. Сегодня приходится исходить из представления о том, что основное влияние на компанию и всю отрасль оказывают как раз технологии, которые находятся за пределами данной отрасли. Современные технологии постоянно пересекаются. Все чаще кардинальным образом отрасли экономики и их технологии внедряют технологические новшества, о которых специалисты данной отрасли имеют самое общее представление. Следовательно, менеджмент сегодня должен исходить из представления о том, что не существует какой-то одной технологии, которая принадлежала

бы только какой-то одной отрасли, и что, напротив, все технологии могут — по крайней мере, теоретически — иметь важнейшее значение для любой отрасли и оказывать влияние на любую отрасль. Менеджмент также должен опираться на представление о том, что не существует ни одного заданного и неизменного типа конечного использования ни для одного товара либо услуги, и что ни один вид конечного использования не может быть связан ни с одним конкретным товаром либо услугой [3, с. 41-51].

Таким образом, актуально положение, что в современных условиях стратегия и политика менеджмента не может строиться на заданных технологиях и формах конечного использования продукции. *Фундаментом деятельности менеджмента должны стать воспринимаемая потребителем ценность и решение потребителя относительно распределения его располагаемого дохода* [3, с. 50-51].

**Новые функции менеджмента.** Все существующие положения о функциях менеджмента приводят к одному выводу: *поле деятельности менеджмента — внутренняя среда организации.* Традиционное представление о том, что полем деятельности менеджмента является внутренняя среда компании, означает также, что затраты на менеджмент воспринимаются исключительно как одна из статей расходов, если вообще не как самая главная. Однако результаты деятельности любой организации существуют только за ее пределами, во внешней среде. Поэтому менеджмент необходимо ориентировать на *результат и эффективность деятельности организации (во внешней среде)* [3, с. 61-65].

Таким образом, актуально положение, что в сфере внимания и ответственности менеджмента входит все, что каким-либо образом оказывает влияние на производительность организации и результативность ее деятельности — *внутри организации или за ее пределами, в подконтрольных организации сферах или в сферах, ею не контролируемых* [3, с. 65].

Указанные выше (выделенные курсивом) положения новой парадигмы менеджмента П. Друкера, по мнению авторов, могут быть составляющими новой модели управления современными предприятиями.

**Принципы стабильности и процветания, которые сформулированы Р. Салмоном.** Роберт Салмон в книге «Будущее менеджмента» сформулировал семь принципов стабильности и процветания для современного предприятия [4, с. 279-293].

**Первый принцип: непрерывный инновационный процесс, постоянная поддержка инноваций.** В современных условиях единственным способом обеспечить непрерывность инновационной деятельности является развитие такой корпоративной культуры, которая неустанно поддерживала бы и увеличивала творческий потенциал сотрудников предприятия. Для этого обеспечения непрерывности инновационного процесса, по мнению Р. Салмона, необходимо создать ряд определенных условий [4, с. 279-281].

**Второй принцип: оценка результатов текущей деятельности с позиций материальных факторов, которые могут создать условия для непрерывного стабильного развития.** В настоящее время текущая деятельность компании оценивается прежде всего в терминах количественных показателей, за основу берутся данные баланса, финансовые результаты, состояние текущего счета, соотношение цены к доходу, стоимость таких активов, как здания, машины, оборудование. Однако то, насколько компания склонна участвовать в инновационном процессе, какое значение она отводит исследованиям, разра-

боткам и маркетингу, оказывает на динамику будущего развития компании самое существенное влияние. Чтобы сохранить и приумножить собственный потенциал, компания должна оценить и скрупулезно исследовать все материальные факторы, которые обещают создать условия для стабильного, непрерывного, качественного развития [4, с. 281-284].

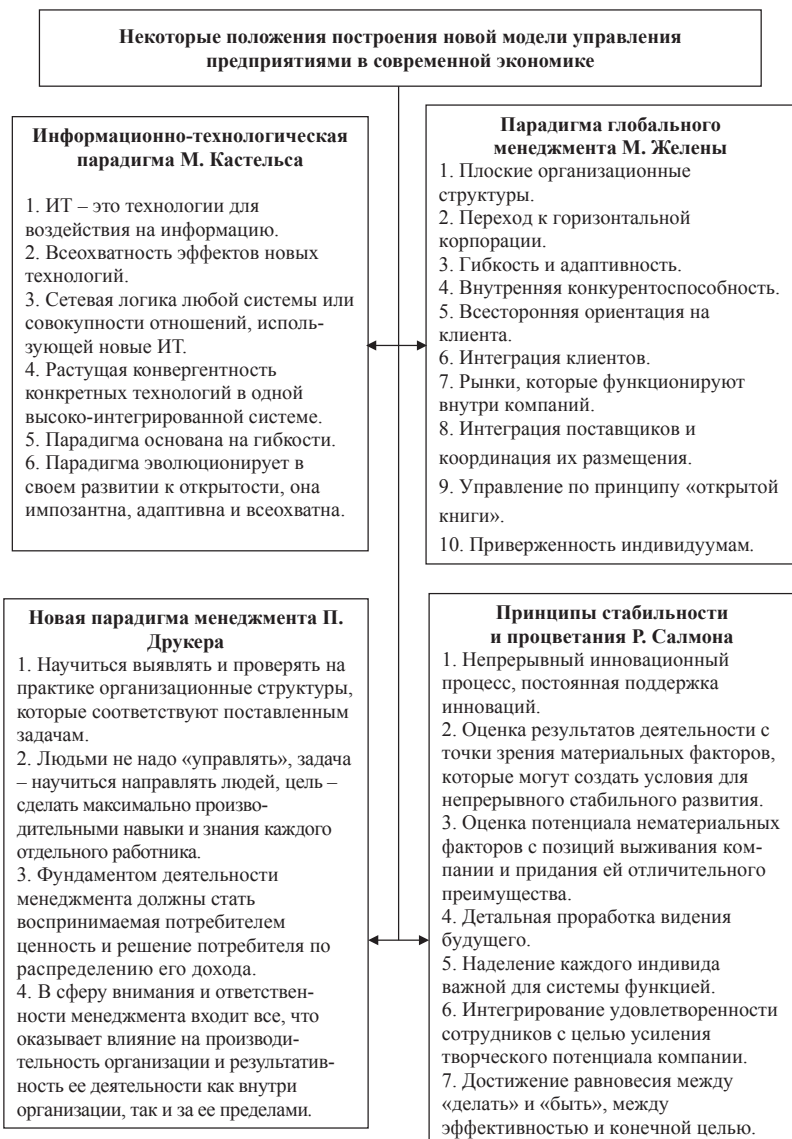
**Третий принцип: оценка потенциала нематериальных факторов с позиций выживания компании и придания ей отличительного преимущества.** В условиях, когда методы производства должны непрерывно совершенствоваться, а конкуренция, из-за невозможности удерживать технологическое превосходство длительное время, становится все более ожесточенной, количественные показатели оценки деятельности компании оказываются совершенно неадекватными (и бесполезными). Выживание компании и придание ей отличительного преимущества сегодня можно обеспечить только за счет нематериальных аспектов. Эти аспекты непросто оценить, но именно они определяют как текущее положение компании, так и ее будущее [4, с. 285].

**Четвертый принцип: детальная проработка видения будущего.** Прошлое хорошо известно. Его нужно изучать, сейчас этому направлению уделяется особое внимание. Что касается ближайшего будущего, его можно попытаться представить, опираясь на линейные модели. Однако что произойдет через десять-пятнадцать лет? Поскольку никто не в состоянии предсказывать отдаленное будущее, не допуская грубых просчетов, напрашивается вывод, что наиболее верным решением будет попытка самим влиять на будущие результаты. Лишь компании, которые уже сейчас всерьез думают о том, чем они хотят быть через десять-пятнадцать лет, имеют определенные шансы на то, чтобы принимать стратегически верные решения [4, с. 285-288].

**Пятый принцип: наделение каждого индивида важной для системы функцией.** В социуме, где технические решения и инновационные проекты быстро развиваются и устаревают, единственным источником конкурентного преимущества становится человек и его интеллектуальный потенциал. Однако внимание компаний к человеческому фактору, как правилу, обусловлено стремлением повысить функциональную эффективность организации. В настоящее время люди начинают проявлять повышенный интерес к собственному окружению – как в пределах компании, так и вне нее. Они пытаются найти новый смысл собственного существования, стремятся полнее удовлетворить свое желание лучше узнать мир. Если компания считается с этими стремлениями, то она ни в коем случае не должна ограничивать свои цели только достижением максимальной эффективности, но и разрабатывать, помимо этого, такой взгляд на собственное будущее, который может зарядить сотрудников энергией и гарантировать их самореализацию [4, с. 281-290].

**Шестой принцип: интегрирование удовлетворенности отдельных сотрудников с целью усиления творческого потенциала компании.** Компания может выжить только при условии, что ее деятельность будет удовлетворять определенные требования. При этом основным источником эффективной деятельности является человеческий фактор. Задача, связанная с достижением удовлетворенности отдельного человека, и задача создания атмосферы, где в полной мере может раскрыться творческий потенциал сотрудников, должна входить в зону жизненных интересов компании. До сих пор алгоритмы управления предприятием сводились к рассмотрению вклада сотрудников в получаемые компанией результаты. Однако этого уже недостаточно. Сегодня насущной проблемой становится достижение равновесия между потребностью компании в эффективности и желаниями ее сотрудников. Соединение на этой основе интересов сотрудника как личности и интересов компании является твердой гарантией творческой реализации, а, следовательно, и успеха компании в целом [4, с. 290-292].

**Седьмой принцип: достижение равновесия между «делать» и «быть», между эффективностью**



**Рис. 1. Систематизация некоторых положений, которые характеризуют новую модель управления предприятиями в современной экономике**

*и конечной целью.* Компания, сосредоточенная целиком на задаче повышения эффективности и не принимающая в расчет конечную цель своего существования, подвергает опасности перспективу своего существования, загоняя себя в рамки оперативного менеджмента, тогда как истинная цель состоит в достижении равновесия между «делать» и «быть», а точнее, «быть лучше» [4, с. 292-293].

Рассмотренные выше принципы обеспечения устойчивого процветания предприятий в длительной перспективе базируются на активной позиции менеджмента, которая в современных условиях может стать ключевым фактором успешного развития предприятий. Поэтому принципы стабильности и процветания Р. Салмона, по мнению авторов статьи, также могут быть использованы при формировании новой модели управления предприятиями в современной экономике.

**Обобщение и систематизация некоторых положений новой модели управления предприятиями в современной экономике.** Обобщение и систематизация некоторых положений новой модели управления предприятиями в современной экономике, которые исследованы выше, произведено в виде схемы, представленной на рисунке 1.

На схеме рисунка 1 показаны четыре блока, соответственно характеризующие положения: информационно-технологической парадигмы М. Кастельса, парадигмы глобального менеджмента М. Желены, новой парадигмы менеджмента П. Друкера и принципы стабильности и процветания Р. Салмона, которые были рассмотрены выше.

Многие положения этих четырех блоков перекликаются, что дает возможность сформулировать некоторые принципы создания новой модели управления предприятиями в современной экономике.

**Формулирование некоторых принципов создания новой модели управления предприятиями в современной экономике.** Авторы не претендуют на формулирование всех возможных принципов создания новой модели, это задача новых специальных исследований. В данной статье сформулированы только некоторые принципы, которые получены путем обобщения информации, изложенной выше в статье. Авторами сформулированы 7 принципов, которые могут быть использованы при построении новой модели управления предприятиями в современной экономике:

1. Новая модель управления предприятиями должна базироваться на использовании новых и новейших информационных технологий, активизировать конвергенцию нескольких технологий в единую систему.

2. Методы и приемы управления предприятием должны быть гибкими и адаптивными к изменению условий внешней и внутренней среды предприятия, ибо конъюнктура современного рынка быстро меняется вследствие ответной реакции конкурентов на предложения рынка со стороны предприятия новых товаров и услуг и слабой предсказуемости поведения потребителей.

3. Организационная структура предприятия должна соответствовать поставленным задачам, внешним и внутренним условиям. Наиболее эффективны плоские сетевые структуры, в которых количество уровней управления может быть минимальным. Современная сетевая структура наиболее приспособлена к условиям формирующейся информационной экономики, в которой основная часть экономической деятельности осуществляется в виртуальном сетевом кибернетическом пространстве.

4. Управление предприятиями должно быть нацелено не на поиск любых способов увеличения прибыли предприятия, а на максимальное (более эффективное, чем у конкурентов) удовлетворение требований (желаний) целевых потребителей и на этой основе получение прибыли. Потребитель должен быть включен в цепочку создания ценности на всех этапах создания товара и услуги.

5. Важной задачей управления предприятиями является нацеленность на инновации, обеспечение непрерывного инновационного процесса, разработку и предложение рынку инновационных и новых товаров и услуг.

6. В процессе управления предприятиями должны быть обеспечены оптимальные условия деятельности интеллектуальных сотрудников (индивидов) предприятия, наделение каждого индивида важной для предприятия функцией, что может обеспечить максимальный их вклад в эффективность работы предприятия в целом. В предприятии должны быть созданы такие условия для каждого сотрудника, при которых их вклад в повышение продуктивности будет максимальным.

7. Управление предприятием должно быть также нацелено на проработку видения будущего. У предприятия может быть такое будущее, которое оно создаст сегодня.

Реализация данных принципов может способствовать созданию новой эффективной модели управления предприятиями в современной экономике услугами.

**Вывод.** В статье проведены результаты исследования некоторых уже опубликованных положений, относящихся к построению новой модели управления предприятиями в современной экономике. Проанализированы и систематизированы положения информационно-технологической парадигмы М. Кастельса, парадигмы глобального менеджмента М. Желены, новой парадигмы менеджмента П. Друкера, принципы стабильности и процветания Р. Салмона. Выполнена систематизация рассматриваемых положений, что позволило авторам сформулировать некоторые принципы создания новой модели управления предприятиями в современной экономике.

Основными направлениями дальнейших исследований данной проблемы могут быть: изучение новых подходов к формированию модели управления предприятиями, формулирование новых положений, уточнение эволюции уже действующих положений в зависимости от изменений на современных рынках, создания новых информационных технологий и их конвергенции.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Желены М. Парадигма глобального менеджмента / М. Желены // Информационные технологии в бизнесе. – СПб.: Питер, 2002. – 1120 с. – С. 71-80.
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2001. – 272 с.
4. Салмон Р. Будущее менеджмента / Р. Салмон; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 298 с.
5. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%CA%F3%ED\\_%D2%EE%EC%E0%F1\\_%D1%FD%EC%FE%FD%EB](http://ru.wikipedia.org/wiki/%CA%F3%ED_%D2%EE%EC%E0%F1_%D1%FD%EC%FE%FD%EB).
6. Кун Т. Структура научных революций / Т. Кун. – М.: АСТ, 2009. – 310 с.