Оглавление

Введение

1. Развитие менеджмента в ХХI веке

2. Модели управления

3. Опыт менеджмента за рубежом

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Любая область деятельности человека – медицина, культура, образование, техника и т.д. – имеет свою историю. Знать прошлое – значить понимать настоящее и уметь предвидеть будущее.

Знание истории управления играет большую роль в формировании профессионального сознания менеджера, развитии у него чувства ответственности, навыкам стратегического и широкомасштабного мышления.

В западной литературной традиции существует жанр, почти не известный у нас, - «история успеха» (success story). Это не холодное объективное изложение биографии человека, добившегося многого в жизни, а отображение тех качеств, благодаря которым он достиг победы.

Американская модель управления персоналом характеризуется такими чертами, как прагматизм, ориентация на инновационную деятельность, организационная дисциплинированность, стремление к самоутверждению и личной карьере, конструктивизм, узкая профессиональная специализация кадров, демократичность в деловой жизни.

Европейская модель управления персоналом – это следование национальным традициям и стремление к интеграции. Для нее характерны аналитический принцип, жесткость и строгость переговорных процессов, непререкаемость авторитета деловой репутации, социальный консерватизм, четкое следование нормам делового и светского этикета, строгое соблюдение деловой субординации, консерватизм и следование кодексу сословной чести.

Азиатская модель управления персоналом актуализирует иные принципы: переговорные отношения характеризуются технократизмом и длительностью, важнейшим этическим принципом ведения бизнеса является установление личных и неформальных контактов. Для азиатской этики деловых отношений характерен групповой коллективизм, преданность организации, пунктуальность, вежливость, терпение и сдержанность, стремление избежать конфликтов и готовность к компромиссу.

В ХХI веке глобализация мировой экономики и развития международного менеджмента «без границ» будут иметь определяющее значение. Сформулированы новые компетенции (знания, умения и способности) топ-менеджеров организаций. Особое место будут занимать программы поиска «одаренных менеджеров» (лидеров) и развития их человеческого и управленческого потенциалов.

Данная глава рассматривает истории успеха наиболее известных зарубежных руководителей.

1. Развитие менеджмента в ХХI веке

Глобализация и тенденция развития мировой экономики. В начале ХХI века определились главные тенденции развития мировой экономики, которые в будущем будут иметь определяющее значение в развитии менеджмента:

1. глобализация бизнеса в отраслях промышленности, транспорта, связи, топливно-энергетического комплекса на основе укрупнения компаний и доминирования на международных рынках. Такие компании, как GM, Ford, IBM, Mitsubishi, SONI имеют численность персонала от 100 до 400 тыс. чел. и объемы продаж более 100 млрд. долл.

2. рост конкуренции на национальных и международных рынках. Так, список крупнейших компаний мира Fortune-500 за 20 лет обновляется на одну треть. В США ежегодно объявляются банкротами свыше миллиона компаний.

3. усиление государственного регулирования экономики за счет определения пропорций развития экономики, инвестиций из бюджета, налоговых льгот и таможенной защиты национальных компаний. Известен опыт Японии, Германии, Франции, США и Великобритании в 50-80 гг. ХХ в.

4. диверсификация крупного бизнеса на основе горизонтальной и вертикальной интеграции, создания стратегических альянсов различных компаний. Например, известные альянсы Ford и Mazda – по созданию микроавтобуса, NEK и Paccard Bell – по производству компьютеров, «Звездный союз» из 5 крупнейших авиакомпаний.

5. развитие малого предпринимательства в отраслях промышленности, строительства, сельского хозяйства, торговли, бытового обслуживания, науки и научного обслуживания, туризма и сервиса. Средний класс во всех развитых странах составляет большинство населения и дает значительную долю доходной части бюджета.

6. демократизация общества и развитие рыночной экономики предъявляют новые требования к менеджерам. Способность к менеджменту, по данным наших исследований, имеют не более 3% населения страны, но именно эта часть передовых граждан играет лидирующую роль в развитии экономики. Не случайна трансформация концепций управления персоналом в ХХ в. от управления трудовыми ресурсами, где персонал – ресурс производства, к социальному менеджменту, где главное внимание уделяется человеческим отношениям.

Новые умения и способности менеджеров. Менеджеры ХХI в. будут обладать такими качествами:

1. глубокие профессиональные знания всех направлений менеджмента (общий, стратегический, инновационный, производственный, управление персоналом, антикризисный, креативный, информационный, финансовый и др.).

2. владение управление персоналом с ориентацией на человеческие отношения и преобладанием демократического стиля руководства над авторитарным; универсализация крупных менеджеров, способность эффективно выполнять все конкретные функции управления в различных сферах и отраслях бизнеса.

3. формирование лидеров организации из числа одаренных и всесторонне развитых людей в звеньях (школа – колледж – вуз - организация). Разработка национальных программ поиска и воспитания лидеров из числа одаренной молодежи.

4. владение стратегическим менеджментом на основе анализа сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, оценки конкурентных преимуществ организации; соблюдение законов государства, норм общественной морали и внутрифирменных правил взаимоотношений сотрудников (гражданское общество).

5. высокий уровень базового профессионального образования, соответствующего профилю бизнеса (магистр или кандидат наук), и целенаправленное повышение квалификации. В подготовке менеджеров высшей квалификации большое значение имеет программ МВА («Master of Business Administration»).

Подготовка менеджеров ХХI века является важным социальным заказом государства и частных организаций и требует нового подхода к поиску будущих лидеров среди молодого населения страны.

Менеджмент – это сложная область научной и практической деятельности, объединяющая десятки дисциплин и направлений исследования. Деятельность современного менеджера должна базироваться на глубоких знаниях научных основ менеджмента.

2. Модели управления

Система менеджмента, существующая в настоящее время в мировом бизнесе, не возникла в готовом виде. Она складывалась на протяжении длительного периода. Но тем не менее менеджмент каждого континента и развитой страны обладает своеобразием, обусловленным национальным колоритом, особенностями исторического развития, спецификой собственной культуры и др.

У каждого народа существует собственные культурные традиции, свой национальный характер. Даже народы-соседи, исповедующие одну религию, зачастую имеют существенные различия в языке и обычаях. Нетрудно представить, сколько трудностей может возникнуть при деловом общении представителей Западной Европы, Китая и Японии – стран, лишь сравнительно недавно открытых для европейцев и все еще остающихся для них таинственными и непостижимыми.

Специалисты по международным контактам придерживаются различных точек зрения на то, в какой мере представители различных народов и регионов мира должны учитывать национальные особенности при ведении совместных дел. Одни считают, что интенсивность делового общения приводит к размыванию национальных границ. Глобализация информационных систем, развитие международных политических, экономических и культурных связей способствует взаимопроникновению национальных стилей общения, формирует единые параметры деловых контактов.

Другие, наоборот, склонные придавать национальным особенностям очень большое значение, поскольку ценности, навыки поведения, традиции, усвоенные еще в детстве и юности, создают серьезные проблемы в процессе общения между носителями различных культур. Между тем, в бизнесе появляется все больше людей, не обладающих достаточным опытом международных экономических отношений и пытающихся вести дела в собственной, национальной манере.

Во всяком случае, ни один специалист по международным связям не возьмется утверждать, что национальные особенности не имеют значения в деловом общении и их можно игнорировать. Пока интересы сторон совпадают, национальные различия почти незаметны. Однако как только возникает конфликт, они начинают играть важную роль.

Следует отметить, что национальный стиль общения – это лишь типичные, наиболее вероятные особенности мышления и поведения. Эти черты вовсе не обязательно присущи всем без исключения представителям данной нации. Однако исключение все же есть, и полезно привести ряд сведений, которые послужат ориентиром при первых встречах с иностранцами. Представители деловых кругов должны не только хорошо знать правила международного делового этикета, но и неукоснительно соблюдать их в своей деятельности по управлению персоналом.

В управлении персоналом за рубежом можно выделить три взаимосвязанных подхода, вытекающих из экономических, организационных и политических теорий.

Первый подход связан с «выращиванием» человеческих ресурсов. Он основан на стремлении организации развивать свой собственный трудовой потенциал, а не набирать людей со стороны. Этот подход является вариацией философии «создать или купить»: одни компании считают более экономичным покупать рабочую силу, чем длительное время ее «выращивать», другие компании предпочитают купить готовый талант на стороне, чем вложить деньги в его подготовку и развитие.

Данная стратегия имеет свои положительные и отрицательные моменты. В условиях высоко конкурентных внешних рынков труда организации выгоднее во избежание потери работника устанавливать работнику высокую заработную плату за дополнительную квалификацию. В данном случаи организация оплачивает работнику новые навыки, позволяющие приобретать и накапливать опыт. Таким образом, для работника опыт – это подарок от организации за снижение текучести кадров, ибо издержки на обучение – это дополнительные расходы.

Второй подход основан на «покупке кадров», мотивирующих работодателя к поиску на рынке труда рабочей силы оптимального профессионального профиля. Нужно при этом учитывать, что привлечение рабочей силы с внешнего рынка связано с определенными ограничениями. Так, необходимы затраты на отбор кадров, к тому же существует препятствия в результате деятельности профсоюзных ассоциаций, конъюнктура рынка может снизить предложение квалифицированной рабочей силы, требующегося для данной организации. В этих условиях использование внешнего трудового рынка увеличивает издержки, связанные с наймом работников.

В результате этого организации становится выгоднее развивать человеческие ресурсы на основе создаваемых ею самой правил. Внимание уделяется удержанию квалифицированных и опытных работников при высоких требованиях к каждому рабочему месту. Текучесть кадров и их отсутствие на рабочих местах рассматриваются как дорогостоящие последствия использования внешнего рынка труда.

Третий подход опирается на концепцию «пожизненного найма» и преданности организации, что приводит к созданию поведенческой модели организации. В данном случае степень вовлечения сотрудников в ее деятельность такова, что они идентифицируются с организацией. Экономические отношения между работником и работодателем подкрепляются трудовыми договорами между сотрудниками и организацией, в которых определяется заработная плата, другие экономические параметры, устанавливающие ответственность и ограничивающие злоупотребление властью. Но при этом включаются психологические факторы, например, добросовестность работника, определенность задания и его зависимость от исполнения, личные ценности и ценности фирмы, индивидуальные и групповые отношения и т.д.

Такое сочетание экономических и психологических параметров имеет целью включить в обязанности работника ответственность за результаты исполнения в обстановке высокого к нему доверия. Если управленческая философия организации заключается в «добросовестном ежедневном труде за определенную дневную плату», ее «психологический контракт» с работниками будет характеризоваться наличием большого количества «синих воротничков». Если философия заключается в обеспечении значимого и вознаграждаемого труда, то фирма будет больше инвестировать в развитие работников и вкладывать средства в обучение. Со временем в организации будут квалифицированные «белые воротнички». Система управления персоналом «сверху вниз» централизует решения по отбору, оценке, поощрению и развитию; система управления «сверху вниз» распределяет решения по всем уровням.

Система человеческих ресурсов, ориентированная на групповое исполнение, будет учитывать в процессе отбора социальную совместимость. Она также будет использовать сориентированную на группу систему оценки и предоставлять поощрения, приемлемые для группы как единого целого.

Американские предприниматели тяготеют в основном к индивидуальному подходу, в то время как японские отдают предпочтение концепции общей команды, а европейские компании пытаются совместить оба на основе лучших национальных традиций.

Американская модель управления организацией ориентируется на инновационность и гибко приспосабливается к внешним обстоятельствам, изменение которых ведет к перестройке деятельности организации в целом.

В европейской модели управления важнейшие механизмы изменений связаны с интеграцией персонала на базе двухтысячелетней культуры развития наций и соблюдение общеевропейских ценностей и законов Европейского сообщества с сохранением национальных особенностей менеджмента.

В азиатской модели менеджмента персонала преобладает пожизненный наем, патернализм, коллективная мотивация, уважение к старшему и руководителю, постоянная ротация, высокая инновационность и качество труда.

3. Опыт менеджмента за рубежом

С конца ХIХ в. в капиталоемких отраслях промышленности стали создаваться гигантские объединения со сложной структурой. Однако они редко управлялись эффективно. Примеры эффективного управления тогда давали компании «Стандарт ойл», «Дженерал электрик» и «Дюпон де Немур», но их опыт практически не изучался в России. Пропагандировалось в основном наследие Тейлора и Форда, а не творцов корпоративного менеджмента, которые добились выдающихся, а главное – долговременных результатов. В эту плеяду входил и Альфред Причард Слоун (1875-1966).

Деловая карьера Слоуна, родившегося в штате Коннектикут в семье зажиточного торговца чаем, началась после окончания в 1895 г. Массачусетского института. Сначала он работал чертежником-конструктором на небольшом шарикоподшипниковом заводе г. Ньюарке (штат Нью-Джерси), затем инженером в компании по производству холодильного оборудования. Но фирма обанкротилась, и тогда Слоун убедил своего отца стать совладельцем завода, куда поступил после института. Вскоре завод стал из семейным предприятием, а бразды правления перешли к сыну. Руководя фирмой, Слоун прошел хорошую школу управления, также он основательно изучил производственную, финансовую и коммерческие стороны автомобилестроения, которым мечтал заняться.

Слоун прекрасно видел достоинства и недостатки «Дженерал моторс» и предлагал Дюранту – президенту корпорации сделать управление более централизованным и ответственным, учредить единую бухгалтерию, провести инвентаризацию, но корпорация и без того давала доход, и Дюрант игнорировал его предложения. Большой потерей явился уход опытного менеджера Уолтера Крайслера. В «Дженерал моторс» воцарился хаос и растерянность, что привело к резкому падению акций. В1920 г. Дюрант ушел в отставку, а президентом стал Пьер Дюпон.

В 1921-1922 гг. усилиями Слоуна и подобранной им команды менеджеров удалось навести порядок в пошатнувшихся финансах корпорации, закрыть убыточное производство тракторов, свернуть дорогостоящее строительство и списать многомиллионные потери.

В 1923 г. Дюпон передал Слоуну пост президента. Новому руководству требовалось не только добиться выживания корпорации, наладить получение прибылей и оправдать доверие акционеров, но и повести борьбу с компанией «Форд моторс».

Он сформировал высшее звено менеджмента и придал и придал ему властные полномочия. При совете директоров были созданы финансовый и исполнительный комитеты, а также комплексный отдел, занимающийся снабжением, сбытом, рекламой, научными разработками. Формировались горизонтальные и обратные связи.

Основными предпосылками хорошего менеджмента Слоун считал разграничение обязанностей и координацию действий. Он подчеркивал важность научного подхода к управлению, при котором осуществляется сбор всей возможной информации по тому или иному вопросу, а план его решения разрабатывается посредством мозгового штурма.

К неотъемлемым качествам менеджера Слоун относил умение создать рабочую группу, способную принимать взвешенные решения, потребность советоваться со специалистами, умение концентрироваться на существе дела. Как и Тейлер, он придавал решающее значение системе и организации, но никогда не утверждал, что при хорошей системе можно достичь результатов даже с посредственными сотрудниками.

Психологии внутрифирменных отношений Слоун придавал исключительно важное значение, видя в умении менеджеров сотрудничать с подчиненными и друг с другом решающее условие успеха.

В корпорации строились отношения на основе партнерства владельцев капитала, менеджеров и рабочих; имелась хорошо разработанная программа поощрений.

Добившись впечатляющих успехов, Альфред Слоун не стал таким же популярным, Генри Форд (главная историческая заслуга которого – внедрение поточного или конвейерного, метода сборки автомобилей, но которому пришлось усвоить принципы управления Слоуна, чтобы не остаться на обочине). Слоун целиком сосредоточился на служебных обязанностях. Он добровольно оставил пост президента корпорации в возрасте 62 лет из-за прогрессировавшей глухоты, так как считал, что руководителю не следует демонстрировать свои физические недостатки.

Его работа в «Дженерал моторс» на этом не закончилась. Слоун стал председателем совета директоров, получил почетную должность главного менеджера, а в 1945-1958 гг. возглавил попечительский совет Онкологического института, финансировавшегося корпорацией. Он вышел на пенсию в 1956 г. И в феврале 1966 г. скончался на 91-м году жизни.

Под руководством Слоуна компания «Дженерал моторс» с начала 1930г.стала лидером американского автомобилестроения, и созданный им тип крупной автомобилестроительной компании стал классическим для ХХ столетия, при том что в США автомобилестроение нередко служит образцом менеджмента для других фирм и отраслей. А сформулированные в нем качества менеджера можно назвать катехизисом делового человека нашего времени.

Япония является крупнейшим в мире производителем легковых автомобилей, доминирует в производстве почти всех категорий массовых полупроводниковых микросхем, признана самой конкурентоспособной страной в мире, занимает лидирующие позиции по уровню социальной политики и качества жизни. Эти и другие успехи во многом обусловлены высоким уровнем менеджмента, основателями которого были Мацусити, Хонда, Морита и др.

Будущие основатели компании «Сони» Масара Ибука и Акио Морита познакомились после войны 1941-1945 гг. Они были членами специальной проектной группы, работавшей над созданием приборов теплового наведения. Блестящей тандем Акио Мариты, отвечавшего за коммерческую сторону дела, и Масару Ибуки, технического гения фирмы, превратил маленькую и никому неизвестную компанию в одну из крупнейших транснациональных корпораций мира. Начало фирме «Сони», тогда еще называвшейся «Токио телекомюникейшенз инжиниринг корпорейшн», положила основанная в 1946 г. мастерская по переделке радиоприемников.

Акио Морита родился в Японии, в одном из самых благородных и старинных семейств, изготовителей сакэ.

Во время войны Акио Морита – офицер ВМС, работает в специальной проектной группе, где и знакомится с талантливым инженером Масару Ибука. В этой группе Морита прошел хорошую подготовку как управляющий, заботясь о подразделении.

После войны Морита и Ибука продолжают работать вместе, но уже в интересах мирного населения. Они начинали работу в условиях сильного дефицита, но решили создавать товары, которые ни одна фирма не делала до того. Началось все с коротковолновой приставки к радио.

А далее история известна: «Сони корпонейшн» первой запустила в массовое производство транзисторный радиоприемник и создала первый в мире домашний видеомагнитофон. Портативный кассетник с наушниками – непременный атрибут современной молодежи – тоже детище «Сони», и в первую очередь лично А. Мориты. Совместно с голландским концерном «Филипс» фирма разработала и внедрила принципиально новую лазерную технологию звукозаписи, диск заменил пластинку. Наконец, «Сони» создает технологии телевидения с высокой четкостью изображения.

В конце 1960-х «Сони» занимает одно из первых мест среди мировых производителей бытовой электроники. Некогда молодая и динамичная фирма завершила свое превращение в крупнейшую монополию.

Акио Морита умер в октябре 1999 г. Компания тогда занимала второе место на рынке бытовой электроники, а слова «Сделано в Японии», ассоциировавшиеся ранее с плохим качеством, сегодня воспринимается как синоним лучшей продукции.

Ли Якокка. Это имя знакомо, как утверждают опросы общественного мнения, 93% американцев.

Ли Якокка родился 15 октября 1924 году. Уже будучи подростком, он по воскресным дням работал во фруктово-овощной лавке, принадлежащей греку Димми Критису. Он вставал до рассвета, чтобы успеть добраться до оптового рынка и доставить в лавку товар. Критис платил ему 2 доллара в день, плюс такое количество фруктов и овощей, какое он мог дотащить до дому после 16-часового рабочего дня.

До окончания университета у него возникло желание работать в компании «Форд». Этому не способствовало предложение учиться в аспирантуре, он подал заявление в Принстонский университет, досрочно защитил диссертацию и только в августе 1946 года был принят в компанию «Форд» в качестве инженера-стажера. Но ему больше нравилось работать с людьми, а не с машинами, его интересовал маркетинг. И он оставляет работу в компании и получает маленькую должность служащего, ведающего продажей автомобилей. Искусством торговли он овладел постепенно, пока оно не стало его второй натурой. После нескольких лет работы в сфере сбыта Ли пришел к выводу, что правильно сделал, оставив инженерную работу. В сфере сбыта творилось главное действо, и ему нравилось быть в его центре.

К 1955 году Ли продвинулся до поста помощника управляющего сбытовой конторой Филадельфийского округа. Продажи моделей «Форд» в 1956 году шли вяло, Филадельфийский округ был на последнем месте. Тогда Ли пришла идея продавать автомобили в рассрочку на 3 года. Покупатель первоначально оплачивал 20 % стоимости, а затем ежемесячно в течение трех лет погашал свой долг в размере 56 долларов. План «56 за 56» взмыл, как ракета. За 3 месяца округ занял первое место по продаже автомобилей. План «56 за 56» стал составной частью маркетинговой стратегии фирмы для всей страны. В награду за идею ему дали повышение, и в возрасте 36 лет он стал генеральным управляющим крупнейшего сбытового округа второй по величине в мире автомобильной компании. Половина работников фирмы «Форд» не знала, кто он такой, а другая половина не могла правильно произнести его фамилию.

В 1970 г. Ли Якокко становится президентом компании «Форд». Он предложил программу сокращения себестоимости продукции, которая ставила целью снизить операционные затраты на 50 млн. долларов по каждой из областей: нарушение графика, сложность конструкции изделий, издержки, связанные с дизайном – все это смогло бы увеличить прибыль на 40%, даже не продавая ни на один автомобиль больше.

Работа сблизила Ли с Генри Фордом – человеком, имеющим кучу недостатков и больше всего опасающимся сильной личности рядом с собой. И когда Ли выступил перед группой из сотни крупнейших банкиров и биржевых экспертов вместо Генри, который был пьян, то эта речь стала «началом конца» Ли.

В 1975 г. Форд начал из месяца в месяц осуществлять задуманный им план уничтожения Якокки, и вскоре последний соглашается занять пост президента корпорации «Крайслер».

Очень скоро Ли сделал вывод, что оказался он на борту тонущего корабля. Ли ввел правило, смысл которого заключался в том, что автомобиль строился только по заказам дилера. И уже через пару лет компания избавилась от сбытового запаса и наладила производство только по заказам дилеров. Система приобрела целостность.

Следующим его шагом становится сколачивание команды. Ли привлек сюда из компании «Форд» всех известных ему способных менеджеров, маркетологов, конструкторов. Так возродилась компания «Крайслер».

В дальнейшем было много взлетов и падений, но сегодня главное дело Ли Якокки – корпорация «Крайслер» - входит в тройку крупнейших предприятий США.

«Председатель Билл» - так подчиненные зовут джентльмена, которому уже за сорок, но жестами и повадками он сильно напоминает своевольного подростка. А между тем он один из самых богатых людей на земле. Это Уильям Гейтс.

Звезда Гейтса не взошла на небосклоне американской экономики, а взлетела. Еще 10 лет назад он – всего лишь один из капитанов компьютерной индустрии США. 20 лет назад – известен как хороший специалист в области программирования. А началось все 30 лет назад, когда в его школе появилась первая ЭВМ.

Учился он не блестяще, но обладал потрясающими способностями: прочитав трехстраничный текст один раз, он пересказывал его наизусть. По математическому тесту он получил самый высокий балл – 800 (из 800 возможных).

В 13 лет он написал свою первую программу, а уже в 15 он и его друг Пол Аллен написали программу по рационализации уличного движения, за которую они получили 20 тыс. долларов.

После школы Гейтс поступил в Гарвард на экономический факультет, но страсть к компьютерам вынудила его временно покинуть университет.

Билл Гейтс и Пол Аллен стали вместе разрабатывать программы и, то добиваясь впечатляющих результатов, то прогорая дотла, в конце концов нашли свою нишу в бизнесе.

В 1975 г. они открывают свою фирму – «Майкрософт». С тех пор детище Гейтса развивается строго по вертикали.

Билл Гейтс не изобрел персональный компьютер, но в нужное время он бросил все свои способности, все свое упорство, все деньги на то, что бы компьютеры стали более миниатюрными, удобными, с мощным программным обеспечением.

Билл Гейтс еще не завершил своей карьеры, а о нем уже сказали: «Гейтс в сфере программирования значит столько же, сколько Эдисон в отношении к электрической лампочке: отчасти, как предприниматель, как торговец, но обязательно – как гений…».

Заключение

Данная работа рассматривает эволюцию развития менеджмента, истории успеха наиболее известных зарубежных руководителей, а также зарубежные модели управления. Система менеджмента, существующая в настоящее время в мировом бизнесе, не возникла в готовом виде. Она складывалась на протяжении длительного периода. Но, тем не менее, менеджмент каждого континента развитой страны обладает своеобразием, обусловленным национальным колоритом, особенностями исторического развития, спецификой собственной культуры и др.

Любая область деятельности человека имеет свою историю. Знать прошлое – значит понимать настоящее и предвидеть будущее.

Знание истории управления играет большую роль в формировании профессионального сознания менеджера, развития у него чувства ответственности, навыков стратегического и широкомасштабного мышления.

В западной литературной традиции существует жанр, почти неизвестный у нас, - «история успеха». История успеха – это не холодное объективное изложение биографии человека, добившегося много в жизни, а отображение тех качеств, благодаря которым он достиг победы.

В начале ХХI в. определились главные тенденции развития мировой экономики, которые в будущем будут иметь определяющее значение в развитии менеджмента:

- глобализация бизнеса в отраслях промышленности, транспорта и т.д.;

- рост конкуренции на национальных и международных рынках;

- усиление государственного регулирования экономики за счет определения пропорций развития экономики;

- диверсификация крупного бизнеса на основе горизонтальной и вертикальной интеграции, создания стратегических альянсов различных компаний;

- развитие малого предпринимательства в отраслях промышленности, торговли, строительства, сельского хозяйства, бытового обслуживания, науки и научного обслуживания, туризма и сервиса;

- демократизация общества и развитие рыночной экономики предъявляют новые требования к менеджерам.

Способность к менеджменту, по данным наших исследований, имеют не более 3% населения страны, но именно эта часть передовых граждан играет лидирующую роль в развитии экономики. Не случайна трансформация концепций управления персоналом в ХХ в. от управления трудовыми ресурсами, где персонал – ресурс производства, к социальному менеджменту, где главное внимание уделяется человеческим отношениям.

Итак, менеджмент – это сложная область научной и практической деятельности, объединяющая десятки дисциплин и направлений исследования. Деятельность современного менеджера должна базироваться на глубоких знаниях научных основ менеджмента.

Подготовка менеджеров ХХI в. является важным социальным заказом государства и частных организаций и требует нового подхода к поиску будущих лидеров среди молодого населения страны.

Литература

1. Абалкина, Л.И. Россия: поиск самоопределения: очерки / Л.И. Абалкина. – М.: Наука, 2005. – 464 с.

2. Аганбегян, А.Г. Социально-экономическое развитие России / А.Г. Аганбегян. – 3-е изд. – М.: Дело, 2005. – 272 с.

3. Басовский, Л.Е. Менеджмент: учеб. пособие / Л.Е. Басовский. – М.: Инфра-М, 2006. -216 с.

4. Вачугов, Д.Д. Основы менеджмента: учебник / Д.Д. Вачугов, Т.Е. Березкина, Н.А. Кислякова. – М.: Высшая школа, 2005. -376 с.

5. Введение в специальность «Менеджмент организации»: учеб. пособие для вузов / С.Д. Резник, И.А. Игошина, В.С. Резник; под. общ. ред. Э.М. Короткова и С.Д. Резника. – М.: Логос, 2004. – 320 с.

6. Вершигора, Е.Е. Менеджмент: учеб. пособие / Е.Е. Вершигора. – М.: Инфра - М., 2007. -283 с.

7. Веснин, В.Р. Менеджмент / В.Р. Веснин. – М.: Проспект: ТК Велби, 2007. – 512 с.

8. Висема, Х. Менеджмент в подразделениях фирмы: (пер. с англ.) / Х. Висема. – М.: Инфра-М, 1996. 237 с.

9. Гражданский кодекс РФ. Ч. 1,2,3. – М.: Юрист, 2006. – 477 с.

10. Максименко, Г.Б. Менеджмент: учеб. пособие / Г.Б. Максименко. – М.: Дашков и К, 2007. – 364 с.

11. Основы менеджмента: Учеб. пособие /Л.В. Плахова, Т.М. Анурина. – М.: КноРус, 2007. – 496 с.

12. Управление организацией: учебник / под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцева, Н.А. Саломатина. – Инфра-М,. 2008. – 736 с.

13. Экономическая энциклопедия / под ред. Л.И. Абалкина. – М.: Экономика, 1999. – 1055 с.