Ірина Шавкун
д.філос.н., професор,
декан факультету менеджменту ЗНУ

СТАНОВЛЕННЯ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В роботі досліджується сучасний етап становлення менеджменту, особливості постіндустріальної організації. Показується значення інформації, яка стає стратегічним ресурсом менеджменту, що забезпечує конкурентну перевагу організацій. Аналізується її значення як предмета масового споживання населення.

Ключові слова: *менеджмент, соціальний менеджмент, інформація, масове споживаня.*

Глобалізація, бурхливе зростання інформаційних технологій і телекомунікацій, взаємодія культур і цивілізацій в останні десятиліття викликали кардинальні перетворення соціального устрою, економіки, політики, культури як на рівні окремих держав, так і техногенної цивілізації в цілому.

З урахуванням вищезазначеного вбачається актуальним проаналізувати сучасний етап становлення менеджменту, а саме: визначити власну сутність та зміст управління соціальними процесами за умов, коли інформація стає найважливішим ресурсом соціального прогресу. Саме це і виступає метою даної статті.

Найбільш вдалу характеристику ця нова цивілізація набула у доробках соціолога Деніела Белла, що визначив її як постіндустріалізм. Передусім, йдеться про його основну роботу – «Прихід постіндустріального суспільства» [7]. На думку Белла, нове, постіндустріальне суспільство базується на теоретичному знанні, що є його визначальним принципом, джерелом інновації і формування політики. З'являється новий домінуючий клас – клас професіоналів у всіх сферах – економічній, політичній і соціальний. Саме цей новий інтелектуальний клас здійснює ухвалення рішень під впливом нових інтелектуальних технологій. Ідея Д. Белла набула подальшого розвитку в наукових розвідках З. Бжезинського [8], Е. Тоффлера [5]. В їхніх фундаментальних працях, що вийшли протягом 70-80-х років, були сформульовані основні атрибутивні характеристики цього суспільства, яке Е. Тоффлер назвав «третьою хвилею».

Основними рисами, що відрізняють постіндустріальну організацію від її індустріальних форм, пропонується вважати зміни щодо якості працівника, нові характеристики діяльності, і, власне організаційні принципи, що визначають внутрішню структуру компанії і субординують її елементи. Розглянемо їх більш детально.

Як перший найважливіший чинник переходу від традиційної до постіндустріальної корпорації виступають нові риси сучасного працівника. Породжена загальною тенденцією до переходу від традиційних матеріальних цінностей до людських потреб, що виходять на перше місце і що розглядаються у всьому їхньому різноманітті, дана трансформація набуває особливого значення в умовах, коли значну частину персоналу (до 40%) складають інтелектуальні працівники, що виявляють значну соціальну мобільність. Не обмежені здібністю до виконання якого-небудь одного конкретного виду діяльності, вони не є ані фермерами, ані робочими, ані бізнесменами, а лише працівниками своїх організацій.

При цьому багато хто з них (і ця частка має тенденцію до зростання) визначає свої найбільш принципові інтереси не у термінах максимізації привласнюваних благ, а в категоріях внутрішнього інтелектуального зростання і розвитку. Через зазначені обставини інтелектуальними працівниками слід управляти в такий спосіб, неначебто вони є членами добровільних організацій, а це складно здійснити при традиційних принципах менеджменту. Компанія виявляється ареною зіткнення носіїв матеріалістичних і постматеріалістичних цінностей, яке і формує новий тип корпоративної організації.

Друга група чинників трансформації сучасної корпорації – зміни в самому процесі роботи (work), що є основною формою життєдіяльності компанії. З одного боку, все більш і більш явним стає перенесення акценту з окремих виробничих операцій на процес створення продукту в цілому. При цьому робота, в основі якої лежить трудовий процес (process-centered work), утілює в собі скоординовані зусилля працівників, головним завданням яких у все зростаючому ступеню є не стільки модифікація матеріального результату праці, скільки вдосконалення процесів, що приводять до його створення, – від таких, що безпосередньо

стосуються виробництва, до таких що мають до нього вельми віддалене відношення.

З іншого боку, хоча такий тип діяльності, здавалося б, повинен забезпечувати зміцнення внутрішніх зв'язків усередині всього виробничого колективу, прямим наслідком подібної зміни стає різке посилення індивідуальності працівників. Причому наголошується, що гнучкість працівника, його здібність до різноманітної активності є прямим віддзеркаленням ступеня його потенційною і реальною креативності. Таким чином, діяльність у сучасній компанії стає все більш скоординованою з погляду єдиної загальної мети, але все більш автономною і індивідуалізованою з погляду форми залучення до неї конкретного працівника.

Саме ці обставини визначають третю групу характерних рис постіндустріальної інформаційної корпорації, що стосуються принципів менеджменту. Щодо цього питання, то більшість фахівців звертають увагу на поширення принципу модульної організації, заснованої на «з'єднанні невеликих компонентів у тимчасові схеми. Подолання елементів колишньої господарської структури і заміна їх новою формою настільки значущі, що О. Тоффлер вважає доцільним визначати суперіндустріальне суспільство як засноване на ідеї поєднання умовно-постійної основи і менш жорстких модульних елементів [5].

Виникає якісно новий тип організації діяльності, за яким останніми роками закріпилося позначення «команда» (teamwork). Він має дві принципові переваги, що виділяють його з колишніх форм організації виробництва. З одного боку, найповніше використовується прагнення творчих працівників до нововведень і ініціатив, процес ухвалення відповідальних рішень переноситься на максимально можливий низовий рівень, причому прагнення до участі (в управлінні) виникає не з політичної ідеології, а з визнання того факту, що система в її сьогоднішньому вигляді не здатна ефективно реагувати на швидкоплинні зміни.

Постіндустріальна доба стала часом формування нових ідей щодо управління комунікативним, інформаційним за своєю природою, суспільством, у якому інформація набула статусу виробничої сили. Завдяки назви основного ресурсу – «інформація», – сьогодні широко використовується термін «інформаційне

суспільство». Ця ідея виникла майже одночасно з теорією постіндустріалізму. Концепція нового суспільства – інформаційного, була запропонована ще у середині 40-х років. XX століття японським дослідником Й. Масудою [12]. Відмітимо, що винахід самого терміну «інформаційне суспільство» належить професору Токійського технологічного інституту Ю. Хаяші. Але в той час ця ідея не знайшла особливої підтримки. Через декілька десятиліть людство стало свідком інформаційної революції, природним підсумком якої стало формування інформаційного суспільства і інформаційної культури. Вперше, у досить чіткому вигляді ідея інформаційного суспільства була сформульована наприкінці 60-х – початку 70-х рр. минулого століття.

Поряд із визначенням сучасного суспільства як інформаційне (Ф. Махлуп, Т. Умесао, М. Порат, Й. Масуда, Т. Стоуньєр, Р. Катц) [3, 76], такі якісні зміни дозволили також визначити сучасне суспільство як постділовe, технотронне [4, 16], постмодерністське [10, 70, 76].

Подальший розвиток і впровадження комп'ютерних технологій у 90-ті роки XX століття призвели до того, що інформаційні технології проникли в економіку, стали її рушійною силою, змінили співвідношення традиційних галузей виробництва, а інформація перетворилася у товар, який має власний ринок і визначає ціну на товари на інших ринках. Інформаційне суспільство є справді цифровим і глобальним, воно характеризується навчанням впродовж життя, мережевим інтелектом, кремнієвою технологією. Це – суспільство, в якому всі можливості сучасної цивілізації використовуються на благо конкретної особистості, в якому вона максимально розкривається і цілком реалізує себе. Воно націлене на впровадження, обмін і генерацію нових ідей та знань – головного національного капіталу, основи стабільного розвитку держави. В інформаційному суспільстві високий рівень технологічного розвитку органічно поєднується з принципами людяності, гуманізму, відкритості і відповідальності всіх його членів.

На відміну від індустріального суспільства, коли наука була лише засобом підвищення економічної ефективності промислового виробництва, в епоху постсучасності теоретичні знання й інформація стали ключовими факторами суспільного розвитку, вирішальним компонентом продуктивних сил, такими, що безпо-

середньо створюють матеріальний продукт і, більш того, що детермінують інституціональну структуру техногенної цивілізації у цілому.

Іншими словами, інформація стає найважливішим ресурсом соціального прогресу, а найбільш впливові за попередні часи ресурси – природні, людські, технічні, енергетичні, силові – поступово втрачають свою актуальність. Внаслідок прискорення інтеграційних процесів на всесвітньому ринку товарів і послуг, фінансових інститутів, урбанізації суспільства менеджерська діяльність залучає до своєї сфери величезні контингенти людей, які дістаються світових інформаційних ресурсів і активно використовують їх у своїх інтересах.

Процес становлення інформаційного суспільства відбувається у різних країнах із різною інтенсивністю і особливостями. У найзагальнішому вигляді можна виділити дві моделі такого становлення – «західну» і «східну». У «західній» моделі основна роль відводиться лібералізації ринку інформаційних супермагістралей і їхньому універсальному обслуговуванню. В «східній» – приділяється більша увага співпраці держави і ринку, спостерігається прагнення встановити зв'язок між традиційними культурними цінностями і неминучими, внаслідок формування глобального інформаційного суспільства, соціальними змінами. Водночас у рамках кожної з цих моделей існують свої відмінності, які багато у чому обумовлені рівнем економічного і соціально-політичного розвитку того або іншого соціуму. Стає очевидним, що ще далеко не всі країни готові подолати новий ступінь суспільної еволюції або навіть наблизитися до нього. Проте, якщо оцінювати світовий розвиток у цілому, процес формування глобального інформаційного суспільства здається незворотним.

За умов інформаційного суспільства, менеджмент набуває цілу низку характерних ознак.

По-перше, інформація розцінюється і використовується як стратегічний ресурс менеджменту у всіх соціальних сферах. Відбувається інтенсивне формування інформаційного сектора економіки, який розвивається сьогодні темпами швидшими, ніж решта галузей. З'являються і розвиваються нові моделі бізнесу. Передусім, це виникнення віртуальної економіки. Різні форми

електронної комерції і торгівлі (Internet trading, business – business тощо) і є проявами такої економіки.

По-друге, на ефективність менеджменту починає впливати зміна форм конкуренції. На відміну від попередніх часів, коли конкуренція передбачала, переважно, змагання за ціною і якістю, за нових умов – це конкуренція за швидкістю зміни бізнес-моделей і продуктів. Така конкуренція дуже часто руйнує старі промислові структури: швидкість змін бізнес-моделі виявляється важливішою, ніж розробка нової продукції. В зв'язку з цим, інформаційні технології стають основною рушійною силою і визначають розвиток бізнесу. Завдяки цьому навіть невеликі компанії можуть стати великими гравцями на міжнародному ринку. Це – величезний стимул для маленьких компаній і компаній середнього розміру до впровадження технологій і здійснення інновацій. Проблема полягає у тому, що залежність таких компаній від правильно вибраної технології вельми велика. Найважливіші умови виживання для них – наявність необхідної інфрастуктури, заснованої на інформаційних технологіях і Internet, і уміння менеджерів скористатися цією інфраструктурою.

По-третє, в умовах глобалізації менеджмент має справу з глобальними організаціями, підрозділи яких розкидані по всьому світу. Використання інформаційних технологій для комунікацій як всередені організації, так й із зовнішнім середовищем стає передумовою забезпечення ефективного менеджменту цієї організації.

По-четверте, менеджмент набуває нових конфігурацій за умов інтернаціоналізації, що спричиняє розподіл праці на рівні менеджерських функцій за межами організації. Компанія делегує функції управління до інших компаній і тим самим прагне розвитку в ланцюжку інших організацій.

По п’яте, ускладнення завдань менеджменту в інформаційному суспільстві зумовлено зростаючою невизначеністю бізнес-середовища. Оскільки межі між галузями розмиті, відбувається конвергенція і гібридизація різних технологій і знань. Зараз компаніям доводиться не стільки спеціалізуватися на одній вузькій області, скільки розвиватися у області декількох технологій, що підсилює складність, комплексність технологій і виробництва.

По-шосте, завданням менеджменту за нових умов стає також інтеграція всіх бізнес функцій в одну модель. Ця модель може бути представлена в електронному вигляді і покликана забезпечити просування виробленої продукції якісно і дуже швидко; при цьому необхідно добре відчувати зміни на ринку і в технологіях. Така діяльність неможлива без побудови складних інформаційних систем, в яких усі бізнес-функції інтегровані в єдине ціле.

В цілому, зміна ролі інформації призвела до того, що вона стала стратегічним ресурсом менеджменту, що забезпечує конкурентну перевагу організації. Інформаційні системи відіграють усе більшу роль і для досягнення стратегічної мети організації. Ефективний менеджмент висуває нові вимоги до використання інформаційних систем і змінює їхні функції. Інформаційні системи стають не просто інструментом менеджменту, що забезпечує обробку інформації для відділів і кінцевих користувачів усередині фірми. Тепер вони повинні породжувати вироби і послуги, засновані на інформації задля забезпечення конкурентних переваг на ринку. Тому і менеджери, і виконавці повинні розуміти основні концепції і способи застосування інформаційних технологій і бути здатними ухвалювати важливі рішення відносно їхнього використання. Відповідальність менеджера у області цих технологій – володіння технікою особистої роботи в інформаційному середовищі і уміння ухвалювати правильні стратегічні рішення щодо розвитку інформаційних систем організацій. Потрібно уміти управляти інформацією і покращувати свою справу за допомогою правильного її використання для підвищення ефективності роботи і для підвищення якості управління. Більшість процвітаючих організацій це робить за допомогою автоматизованих інформаційних технологій.

Ефективність менеджменту багато в чому залежить від того, наскільки враховується взаємовплив інформаційних систем і організації. Так, під впливом інформаційних систем змінюється структура організації, відбувається перерозподіл влади в організації; там формується інша політика і культура, відбуваються зміни у формалізації, зайнятості, характері праці; виникає потреба в навчанні тощо. Наприклад, унаслідок високої змінюваності, компанія стикається з тим, що топ-менеджери одержують інформацію, коли вона вже застаріває. Внаслідок цього ухвалення стратегічних рішень делегується менеджерам середньої ланки.

Відтак, змінюються вимоги до їхньої підготовки, ці менеджери по-іншому взаємодіють з інформаційною системою. Завданням менеджерів вищої ланки стає не ухвалення «важливих» рішень, а розбудова культури організації, гарантоване забезпечення формування таких знань, які повинні існувати усередині компанії, і які були б доступні для тих, що працюють у ній.

Дія організації на інформаційну систему виявляється у визначенні місця інформаційної системи в організаційній структурі, під час вирішення проблеми, хто і як управлятиме інформаційною системою, як інформаційна система впливатиме на менеджерські рішення тощо. Так, стратегія розвитку організації щодо її взаємодії з інформаційними технологіями полягає, зокрема, у визначенні ролі явного і прихованого знання для організації. Одні компанії всіляко намагаються зібрати всі можливі знання і зробити їх явними, заносячи всю інформацію у бази даних. З одного боку, це підвищує залежність компанії від систем інформаційних технологій, з іншого – знижує значущість окремого співробітника. У організаціях іншого типа розуміють, що тільки частка тих знань, які накопичують їхні співробітники у ході роботи, можна отримати від них і помістити у базу даних. Але велика частина знань так і залишиться неявною – у людині, у консультанта. Звичайно, і у такій організації базу даних, поповнюють інформацією. Проте, тут розуміють, що у базу даних потрапляє 20–30% від того, що потрібне знати і зберігати. І у цих організаціях ставлення до персоналу інше. Якщо співробітник пропрацював у компанії за декількома проектами протягом декількох років, то компанія розуміє, що їй буде важко його замінити. Таким чином, компанії по-різному поводяться відносно неявного і явного знань. І це дозволяє стверджувати, що те або інше використання інформаційних технологій призводить до різного менеджменту організації, наприклад, управлінню персоналом тощо. За умов інформаційного суспільства, актуалізація менеджменту знань зумовлена зростаючою роллю інтелектуального капіталу для організаційного розвитку.

Незважаючи на нюанси щодо підходів до оцінки нового суспільства, переважна більшість постіндустріалістів вважають його центральною ознакою переорієнтацію виробництва зі створення матеріальних благ на надання послуг і вироблення інформації. Інформаційне суспільство породило саму можливість

розширеного використання знання як засобу трансформації соціального і культурного світу.

За підрахунками науковців, з початку нашої ери для подвоєння знань було потрібно 1750 років. Друге подвоєння мале місце у 1900 році, а третє – до 1950 року. За ці 50 років відбулося зростання об'єму інформації у 8-10 разів. Причому ця тенденція все більш посилюється, оскільки об'єм знань у світі до кінця XX століття подвоївся, а об'єм інформації збільшився більш, ніж у 30 разів. Лише в 2005 році світове співтовариство виробило понад 20000 пентабайтів інформації наукового, економічного, політичного та іншого характеру [9]. Обсяг приблизно такої інформації був напрацьований людством за всю його історію до Другої світової війни.

В майбутньому цифровий всесвіт, імовірно, подвоюватиметься в обсязі кожні 18 місяців. У 2008 році темпи зростання об'ємів цифрової інформації на 3% перевищили попередні прогнози IDC (International Data Corporation), згідно з результатами нового дослідження тієї ж аналітичної компанії під назвою «Хоча економіка скорочується, цифровий всесвіт розширюється» (As the Economy Contracts, the Digital Universe Expands), проведеного за замовленням EMC – американської компанії, світового лідера на ринку продуктів, послуг і рішень для зберігання і управління інформацією [11]. У 2012-му буде створено в 5 разів більше цифрової інформації, ніж у 2008 році – 487 млрд Гб цифрових даних. На думку експертів, за наступні чотири роки значно збільшиться кількість технологій і способів взаємодії, що призводять до створення нової інформації [4].

Це явище одержало назву «інформаційний вибух» – різкий кількісний і якісний стрибок у сфері інформації і комунікації, обумовлений науково-технічним прогресом. Інформаційний вибух, у свою чергу, призвів до «інформаційної революції», що виявляється у комп'ютеризації суспільства, перетворенні інформації у вирішальний чинник його життя, інтелектуалізації всієї людської діяльності, заміщення праці фізичної розумовою, непродуктивної – продуктивною, наростанні децентралізації виробництва і становленні суспільства знання [1].

Інформація все більше стає предметом масового споживання населення, внаслідок чого, як загальна тенденція, відбувається рух до глобального інформаційного суспільства.

Формування єдиного світового інформаційного простору і поглиблення процесів інформаційної і економічної інтеграції країн і народів відбуваються шляхом становлення і, надалі, домінування в економіці найбільш передових країн нових технологічних утворень, що базуються на масовому використанні сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій. Дане явище нерозривно пов'язане з появою глобальних комп'ютерних мереж, які суттєво збільшили потужність і інформаційні можливості комп'ютерів. Найважливішим каталізатором його розвитку стало світове визнання міжнародної комп'ютерної мережі Інтернет. Саме вона змогла об'єднати мільйони людей і сотні країн, скоротити географічні відстані і ліквідувати перешкоди для спілкування у різних областях науки, культури і освіти [6].

Головним капіталом нового суспільства стає інтелектуал, здатний ефективно використовувати можливості інформаційних технологій. Інвестиції в нього, в його освіту стають пріоритетом у провідних країнах світу.

Зростання обсягів і доступності інформації актуалізовало питання про її оптимальне використання. Потрібні, очевидно, нові, небачені раніше вимоги до системи освіти, роботи засобів масової інформації, з тим, щоб забезпечити їхню відповідність вищим проявам культури і розуму людини. Саме в цьому слід бачити виклик людству з боку розвитку сучасного світоустрою. Першорядного значення набувають проблеми не тільки збереження, але і розвитку традицій національних культур і духовності загалом. Інформаційна революція трансформує принципи організації суспільства. На зміну вертикальним ієрархіям приходять горизонтальні зв'язки, що встановлюються людьми за їхнім власним вибором і бажанням. Формується суспільство глобальних мереж. Знаходячись у постійному русі, вони швидко змінюють свою конфігурацію. На відміну від науково-технічних революцій минулого, об'єктом менеджменту стає не стільки матеріальне виробництво, скільки сама людська свідомість. Змінюються самі механізми формування індивідуальної, групової, суспільної свідомості. В епоху інтернаціоналізації, глобальне співтовариство складалося з вузьких, елітарних соціальних і професійних груп. Це були крупні політики і інтелектуали, міжнародні чиновники і дипломати, проповідники

тощо, орієнтованих на зовнішній світ. У наш час у вир глобалізаційних процесів втягуються масові верстви населення.

В умовах наростаючого впливу інформатизації на професійну сферу важливо, щоб фахівець з управлінської діяльності досяг певного ступеня досконалості у всіх можливих видах роботи з інформацією: її отриманні, накопиченні, кодуванні і переробці будь-якого виду, у створенні на цій основі якісно нової інформації, її передачі, практичного використання, ухвалення менеджерських рішень. Інформатизація суспільства призводить до якісного вдосконалення, радикального посилення за допомогою сучасних інформаційно-технологічних засобів когнітивних соціальних структур і процесів. Вона нерозривно пов'язана з процесами соціальної інтелектуалізації, що істотно підвищують творчий потенціал особистості і її інформаційного середовища. Саме тому можна говорити про те, що сучасне суспільство є і інформаційним, тобто, таким, що базується на переробці, зберіганні і трансляції великих об'ємів інформації, значущих для забезпечення різних його сегментів, і таким, що є побудованим на знаннях, бо саме вони забезпечують вдосконалення цілісності соціального і культурного життя глобального співтовариства на сучасному етапі.

Володіння інформаційною культурою забезпечує фахівцю високий освітній рівень, створює міцний фундамент для структуризації знань, надає засоби і методи для розвитку здібності до орієнтації у швидко мінливому світі, дозволяє успішно освоїти будь-яку галузь діяльності, «прищеплює» здібність до широкого погляду на проблеми управлінської діяльності.

В умовах інформатизації та інтернаціоналізації сучасного суспільства менеджмент набуває глобального масштабу. Виникнення глобального менеджменту обумовлено низкою принципово важливих явищ і процесів планетарного масштабу, зокрема появою глобальних інфраструктур (інформаційних, освітніх, транспортних тощо), якими відмічені кінець минулого і початок поточного століття, що призвело до зміни парадигми економічного розвитку. Суб'єктом такого глобального менеджменту стають міжнародні організації, транснаціональні компанії, а об'єктом/суб'єктом – нова, або інформаційна, економіка, – економіка, що базується на знаннях і інформаційних технологіях. Інформаційні системи стають не просто інструментом менедж-

менту, а самі породжують вироби і послуги, засновані на інформації. На відміну від індустріального суспільства, коли наука була лише засобом підвищення економічної ефективності промислового виробництва, в епоху постсучасності теоретичні знання й інформація стали ключовими факторами суспільного розвитку, вирішальним компонентом продуктивних сил, такими, що безпосередньо створюють матеріальний продукт і, більш того, що детермінують інституціональну структуру техногенної цивілізації у цілому. Інформація стає найважливішим ресурсом соціального прогресу, а найбільш впливові за попередні часи ресурси – природні, людські, технічні, енергетичні, силові – поступово втрачають свою актуальність. Відтак, визначальною ознакою етапу становлення менеджменту є його інформаційний характер.

Література

1. Иванов В.Г., Лезгина М.Л. «Информационное общество» как продукт научно-технического прогресса. // http//www.orenburg.ru/culture/credo/02_2005/3.html.
2. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2000. – 442 с.
3. Махлуп Ф., Умесао Т., Порат М., Масуда Й., Стоуньер Т., Катц Р. – див.: Baudrillard J. America. – NY., 1988. – P. 76 – 126.
4. Объемы цифровой информации опережают прогнозы // http://www.pcnews.ru/news/2008-idc-as-economy-contracts-digital-universe-expands-emc-18-2012-487-237-amazon-kindle-twitter-266889.html
5. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 1999. – 784с.
6. Чернов А. А. Роль и место информации и коммуникаций в процессе формирования информационного общества // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: труды VII Всерос. объединенной конф. Санкт-Петербург, 10–12 ноября 2004 года. – СПб.: Изд-во филологического ф-та СПбГУ, 2004. – С. 213 – 215.
7. Bell D. The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting. – N.Y.: Basic Books. Inc., 1973. – 437 p.

8. Brzezinski Zb. Between Two Ages. America's Role in the Technetronic Era. – N.Y., 1970. – 376 p.
9. Citizens and Governance in a Knowledge Based Society // http//www.cordis.lu
10. Etzioni A. The New Golden Rule. Community and Morality in a Democratic Society. – N.Y., 1996. – 387 p.
11. Information Society Index 2008–2013 Forecast // http://www.idc.com/
12. Masuda Y. The Inforamtion Society as Postindustrial Society. – Wash.: World Future Soc., 1983. – 171 p.

Шавкун И. Становление современной парадигмы социального менеджмента

В работе исследуется современный этап становления менеджмента, особенности постиндустриальной организации. Показывается значение информации, которая становится стратегическим ресурсом менеджмента, который обеспечивает конкурентное преимущество организаций. Анализируется ее значение как предмета массового потребления населения.

Ключевые слова: *менеджмент, социальный менеджмент, информация, массовое потребление.*

Shavkun I. Modern paradigma of social management formation

The contemporary stage of management formation and peculiarities of postindustrial organization are investigated in this work. The importance of information which is becoming a strategical resource of management, providing competitive advantage of organizations is shown in the work. The significance of information as an object of mass consumption is analyzed.

Keywords: *management, social management, information, mass consumption.*