

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2021-43-10

УДК 331.108:159.923.2

Шашкова Н.І.

*доктор економічних наук,
професор кафедри економіки, менеджменту і адміністрування
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8414-1569>
E-mail: shashnin79@gmail.com*

ПЕРСОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК МЕНЕДЖЕРА В КОНТЕКСТІ ІДЕЙНОЇ КРИЗИ УПРАВЛІНСЬКИХ КОНЦЕПЦІЙ

У статті здійснюється пошук ефективних факторів впливу на персональний розвиток менеджерів в умовах ідейної кризи сталих управлінських концепцій. У дослідженні виявлено, що життєвий цикл ефекту від тренінгів, які проводять різні бізнес-школи, в середньому мають тривалість до 4 місяців. Виявлено, що чинниками тривалого впливу на персональний і професійний розвиток менеджера можуть бути високий ступінь відповідальності, притаманний особистості (спадкоємний та як виховний результат), почуття внутрішнього задоволення від рішення більш складних задач; добросовісність; згуртованість; доброзичливе робоче середовище; співучасть, вірність і традиції; залученість; наставництво як внутрішня потреба; задоволення від отримання досвіду вирішення складних ситуацій потреба в турботі і відповідальності за власну сім'ю, колектив. Встановлено, що ці фактори неможливо виховати або змусити притримуватися відповідних принципів. Втім їх можна помітити, розвивати, підтримувати, умотивувати, а головне – поставити їх наріжним камінням в орієнтирах персонального і професійного розвитку особистості.

Ключові слова: персональний розвиток, професійний розвиток, управлінські концепції, ціннісні орієнтири.

Шашкова Н.И. ПЕРСОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ МЕНЕДЖЕРА В КОНТЕКСТЕ ИДЕЙНОГО КРИЗИСА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ

В статье осуществляется поиск эффективных факторов влияния на персональное развитие менеджеров в условиях идейного кризиса устоявшихся управленческих концепций. В исследовании выявлено, что жизненный цикл эффекта от тренингов, которые проводят различные бизнес-школы, в среднем имеют продолжительность до 4 месяцев. Выявлено, что факторами длительного воздействия на персональный и профессиональный рост менеджера могут быть: высокая степень ответственности, присущий личности (наследственный и как воспитательный результат), чувство внутреннего удовлетворения от решения более сложных задач; добросовестность; сплоченность; доброжелательная рабочая среда; соучастие, верность и традиции; вовлеченность; наставничество как внутренняя потребность; удовлетворение от получения опыта решения сложных задач; потребность в заботе и ответственности за свою семью, коллектив. Установлено, что эти факторы невозможно воспитать или заставить придерживаться соответствующих принципов. Но их можно заметить, развивать, поддерживать, мотивировать, а главное – поставить их во главу угла в ориентирах персонального и профессионального развития личности.

Ключевые слова: персональное развитие, профессиональное развитие, управленческие концепции, ценностные ориентиры.

Shashkova Nina. PERSONAL DEVELOPMENT OF THE MANAGER IN THE CONTEXT OF THE IDEOLOGICAL CRISIS OF MANAGEMENT CONCEPTS

The article searches for effective factors influencing the personal development of managers in the ideological crisis of sustainable management concepts. Today we have to state that in the conditions of extremely rapid civilizational changes most of the management concepts quickly devalue and degenerate. Fewer and fewer concepts follow from long-term patterns, more and more ideas are born situationally, quickly and irrevocably fade in the vortex of transformation of the interests of society. The study found that the life cycle of the effects of training conducted by different business schools, on average, lasts to 4 months. The study summarizes the position of the leaders of the studied organizations on the most important factors of personal and professional development. Factors of longer action were the signs of internal transformations of the individual in the context of moral and spiritual qualities. Situational methods of initiating personal and professional growth have a short-term effect and, in most cases, cause internal resistance from employees. Rapidly changing conditions of functioning of business structures, transformation of social values in the conditions of the strengthened pragmatization of existence lead to incessant search of effective tools, vectors of personal development of managers of all levels of management. In the conditions of the prevailing consumerism and the dictates of the monetary and financial consciousness, it is very difficult to set the right vectors of personal development from the very beginning of professional activity in the business environment. Interesting names of personal development trainings (such as "life coaching") are very common and numerous, but still have lower efficiency against the background of information diversity. It is logical that there are phenomena of information intoxication, resistance to obsessive positions "need to develop", "need to implement". It was found that the factors of long-term influence on the personal and professional development of the manager are: a high degree of responsibility inherent in the individual (hereditary + as an educational result), a sense of inner satisfaction from solving more complex problems; good faith; cohesion; friendly working environment; complicity, loyalty and traditions; involvement; mentoring as an internal need (in the division of professional experience, in obtaining additional recognition and respect), the satisfaction of gaining experience in solving difficult situations; the need for care and responsibility for one's own family, team. All these factors cannot be brought up or forced to adhere to appropriate principles. They can only be noticed, developed, supported, motivated, and most importantly – put them as cornerstones in the guidelines of personal and professional development of the individual.

Keywords: personal development, professional development, management concepts, values.

Постановка проблеми. Часи, в які ми зараз живемо, вельми справедливо називають «фінансовою цивілізацією». На зміну природній і культурній, третя «фінансова цивілізація» [1] характеризується хворобливою поширеністю культу грошей. Нові виміри реальності формують відповідний світогляд людського суспільства, який базується на домінуючих почуттях користі, скупості, себлюбства, заздрості. Саме в цих вимірах утворюються ідеальні образи персонального розвитку сучасного бізнесмену, менеджера, фахівця в будь-якій бізнес-структурі. Втім, проблема полягає в тому, що ті цінності, які проголошуються провідними і якими інтенсивно користуються на шляху до ілюзорного успіху, виявляються деструктивними для особистісного розвитку. Велика кількість швидких рецептів досягнення успіху не тільки не наближує до цього успіху, але й часто призводить до втоми, вигорання, зневір'я і розчарування у гонці за незрозумілими цілями. На цьому тлі було б доцільно дослідити, які саме фактори персонального розвитку менеджерів дійсно формують лідерський потенціал компанії.

Стрімкі культурно-цивілізаційні зміни можна сприймати як закономірний процес трансформації соціально-економічного устрою у світі. З одного боку, аналізувати ці процеси можна з позиції захоплених очікувань позитивних зрушень в царині інноваційних проривів, в розширенні і вдосконаленні зони комфорту суспільства, збільшенні можливостей персонального розвитку та багато іншого. З іншого боку, можна знайти безліч наукових підтверджень того, що динамічний розвиток наукових технологій та, власне, можливостей персонального розвитку все більше корелює з явищами моральної, духовної та фізичної деградації людини. Що ж до економічної науки, то вона завжди чуттєво реагувала на зміни у соціально-економічному устрої, у ціннісному фундаменті розвитку суспільства.

Проте сьогодні доводиться констатувати, що в умовах надстрімких цивілізаційних змін більша частина управлінських концепцій швидко девальвується і вироджується. Все менше концепцій витікає з тривалих закономірностей, все більше ідей народжується ситуативно, швидко і безповоротно згасає у вирі трансформації інтересів суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема персонального розвитку менеджера присвячують свої праці вітчизняні та зарубіжні дослідники: в контексті емоційного інтелекту в системі компетенцій менеджера (Д. Карузо, П. Селовей, Х. [2], Передало [3], А. Гацько, О. Смігунова [4], Т. Бредбері, Дж. Грейс [5], Гоулман [6]), особистісного розвитку та підвищення самоефективності менеджера (С.Годдін [7], Дж. Сеймур [8], О. Шевчук [9], Г. Чайка [10], Беляєва Н.В. [11]), розвитку системного мислення (Д. Гараєдагі [12], Дж. О'Конор, І. Макдермотт [13], Г. Почепцов [14]). Проте

залишається мало досліджуваною проблема пошуку факторів, що впливають на персональний розвиток менеджерів в умовах швидко змінюваних ціннісних орієнтирів (наприклад, девальвації моральних цінностей).

Метою дослідження є пошук дієвих факторів впливу на персональний розвиток менеджерів в умовах ідейної кризи сталих управлінських концепцій.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Немає такої концепції з часів Ф.Тейлора, яка повністю б задовольнила практиків у сфері бізнесу. Складається враження, що життєвий цикл поглядів на управлінську науку скорочується з кожним роком, потерпаючи від все більш нищівної критики. Сам Ф. Тейлор на схилі років самокритично зауважував, що «життя страшне тоді, коли не можеш поглянути в очі жодному робітникові, щоб не побачити в ньому ненависті, і коли відчуваєш, що кожний з них, фактично, – твій ворог» [15]. Критика щодо неможливості існування «точної науки» управління не минала і праці класиків А. Файоля, Л. Г'юліка, Л. Урвіка. Дорікали на відсутність обґрунтування дійсної мотивації робітника до праці, ігнорування соціальних аспектів управління. Біхевіористична концепція отримала нарікання щодо трактування поведінки як сукупності реакцій на певні подразники, що низводить людину до рівня маніпулятора, робота; щодо спирання на досвід вивчення тварин, а не людини; неетичності в частині використання жорстких методів, включаючи больовий вплив і врешті, ігнорування категорії моралі.

У 1967 році Е. Шостром, представник напрямку гуманістичної психології, довів у своїй роботі [16] антиморальну позицію «людини-маніпулятора», «дефіцитарні» почуття якої формуються у постійному підживленні свого «Я». Людина, яка змушена постійно змінювати свої маски швидко вигорає як особистість. «Людина-актуалізатор» протиставляється маніпулятору щирістю та безпосередністю, відсутністю жаги до наживи, нездатністю вводити в оману тощо (але все це протистоїть ідеям бізнес-успішності).

Здавалося б, що той біхевіоризм зник як регресивна, жорстка та обмежена система, що не враховує свободну волю людини, а оперує поняттями механістичної реакції на стимули. Але ні, менеджмент ХХІ століття лежить у площині вивчення того ж самого головного мозку, але тепер в контексті нейробіології з виключно інженерним підходом. Швидко з'явилися спеціалісти – дослідники впливу підсвідомості на успішність бізнесу, скеровувачі ірраціональної мотивації, консультанти з нейроменеджменту і нейромаркетингу.

Центром уваги тут стають дослідження, пов'язані із нейромедіаторами (серотонін, дофамін та ін.), які відповідають за певні аспекти мотивації людини. Наразі навіть очікуються розробки практичних рекомендацій щодо можливості підвищення рівня нейромедіато-

рів у крові працівників компаній. Ймовірно, працівник із низьким рівнем «гормонів щастя» має слабкі креативні можливості щодо інноваційного розвитку компанії. У центр «виращування» креативності поставляється «емоційний інтелект», який стає одним з інструментів управління бізнесом і побудови ефективних комунікацій. Розвиток емоційного інтелекту – це, нібито, прорив до самомотивації робітника, коли внутрішня мотивація майже повністю превалює над зовнішньою. Але як це зробити? Відповідь – у книзі М. Недякіна [17]. З метою виховування доброзичливості у співробітників, а також бажання зробити для клієнта щось, що виходить за межі стандартів, рекомендується «змусити їх бути щасливими», постійно нагадувати їм про їх геніальність. Так, сучасні компанії утворюють спеціальні відділи (відділ з управління щастям), посади (менеджер з дружби), покликані формувати у співробітників щире відчуття любові до клієнта. Наводиться безліч прикладів безкорисливої допомоги клієнтам, часто такої, що виходить за межі професійних компетенцій менеджерів, продавців, обслуговуючого персоналу. Коли щирість і бажання допомогти стає стандартом обслуговування, тоді неодмінно розчулений покупець «закохується» у магазин (така задумка). Далі по формулі: не забувайте заробляти гроші на щирості, доброзичливості, альтруїзмі ваших співробітників. Навіть, коли вони із дійсною любов'ю будуть продавати гармату, що стріляє попкорном або кодовий замок для винної пляшки. Головне – емоції, ендорфіни, дофамін, серотонін, які тимчасово виділяються у того, хто здійснює купівлю товарного непотрібу та й у того, хто із почуттям любові продає і очікує на щире пожиттєве відданість клієнта.

Неважливо, що людина набуває поганих звичок і залежності своїх гормонів щастя від шопоголії (іраціональної поведінки споживача). Подібний гормональний сплеск провокують алкоголь, паління та наркотичні речовини. Звідси, така псевдорадість від придбання речей обертається звичайним екстатичним переживанням – фактично, психічною залежністю. Але позитивно налаштований продавець, готовий здійснити всі забаганки клієнта, стоїть осторонь будь-якої відповідальності.

Більшість сучасних концепцій управління бізнесом орієнтується не на ціннісно-моральну складову, а, скоріше, на її відсутність. Бізнес формально орієнтується на потреби суспільства, а реально він утворює і підтримує світоглядний хаос і нав'язує культ непомірного споживання. Під личиною інноваційного генезису, технологічного прориву хижацькі інтереси бізнесу схиблюють життєві орієнтири найвразливішого прошарку суспільства – дітей та молоді [18; 19].

Зміна цивілізаційного концепту – це цілком керований процес, в якому цілеспрямовано знищується традиційна ціннісна опора суспільства, яка могла б перешкоджати утворенню слухня-

ного конс'юмерату (від consume – англ. споживати). Такий конс'юмерат формується під тиском широко нав'язуваних псевдоцінностей західного суспільства. Сама загрозлива з них – надмірна прагматизація, яка проникла в усі галузі людської діяльності, вразивши усі площини людської свідомості. В результаті типовим представником конс'юмерату є егоцентричний прагматик з патологічно роздутим почуттям власної гідності і єдиною життєвою установкою реалізації «Я – концепції». У 2013 році феномен «ЯЯЯ» – концепції у форматі виникнення цифрового покоління («mememe-generation») був описаний в журналі Time Дж.Стейлом [20]. Тут інфогенерація жорстко характеризується нарцисичним розладом особистості, апатичністю поведінки щодо пошуку роботи і прийняття відповідальності. Автор зазначає, що «Я-концепція» породила покоління «ЯЯЯ», чії технології егоїзму стали набагато могутнішими. Люди перетворюють самих себе на «бренди з величезними хвостами з «френдів» і «фолловерів», позитив та самовпевненість працюють тут на ура». Покоління неймовірно зациклені на своїй особистості людей прагне стрімкого кар'єрного зростання і, звідси, управлінська концепція вишукує усе нові засоби задоволення інтересів покоління Z. Дана тематика породжує безліч коучів, мастер-класів, семінарів, тренінгів, основна мета яких полягає у пошуках для них компромісів: вони не можуть витримувати ієрархічності відносин, вони не визнають жорсткий контроль, графіків, розкладів, нормованого робочого дня, але охоче сприймають вікову і гендерну рівність. Їх не цікавить довгострокове планування, часто вони працюють не заради посад і грошей, а заради інтересу (читай емоційних сплесків, або так званих гормонів щастя). Залежність від таких гормонів щастя асоціюється із тваринними інстинктами, або тваринним існуванням.

Власне на цю концепцію спираються нові технологічні уклади. У сфері маркетингу еволюційною формою «Я – концепції» виступають нішовий маркетинг та мікрмаркетинг, все більш поглиблювана сегментація споживачів, високоіндивідуалізована товарна політика. Але особливо тут потребує уваги така «наука майбутнього» як нейромаркетинг – комерційне застосування нейробіології та технології нейровізуалізації з метою розуміння реакції споживача на маркетингові подразники шляхом прямого виміру процесів у головному мозку. За допомогою нейромаркетингу тут маніпулюють вибором споживача, створюючи відповідні когнітивні викривлення у свідомості. Такі методи свідчать лише про те, що економічна наука у тандемі із нейробіологією давно скотилася до лихварства і збагачення на людських рефлексках.

Нова економічна концепція закликає не займатися пошуком сенсу речей (а тим більше, сенсом буття), а тільки-но споживати ці речі. В даному випадку, покоління Z («info-gen»

покоління), яке характеризують як жорстке та інфантильне, перетворюється на примітивних споживачів, постійно невдоволених великою кількістю альтернатив. Адже невибрані альтернативи формують вічну жагу, задовільнити яку неспроможний будь-який статок. Чим більше статків, тим більше невдоволеності. Тому, мабуть з цієї причини, Фонд нової економіки [21] у липні 2006 року запропонував Міжнародний показник щастя (Happy Planet Index), який покликаний відображувати дійсний добробут країн світу, який базується на тому, що кінцева мета більшості людей не бути багатими, а бути задоволеними (фактично щасливими). Феноменами тут стали щаслива Коста-Ріка, яка впродовж 11 років займала одні з перших позицій у світі (а в 2009 р., 2012 р., 2014 р. – взагалі перші місця у світі, у 2020 р. – 15 місце) і нещасливий Китай, який вже котрий рік поспіль не сягає будь-якої відмітки краще 79-го місця (2020 р. – 94 місце). Тут варто відзначити, що згідно Глобального рівня конкурентоспроможності (GCR [22]) Коста-Ріка займає 62 місце у світі (2019 р.) (зокрема, за показниками «Валові національні заощадження» – 98 місце у світі, «Загальна податкова ставка» – 120 місце, «Частка жінок у робочі силі відносно чоловіків» – 109 місце, «Якість доріг» – 125 місце). Тоді як «нещасливий» за цим ранжуванням Китай займає провідну позицію в Індексі глобальної конкурентоспроможності – 27 місце з 141 країн у світі у 2019 році, здебільшого за рахунок розмірів ринку, інновацій, вишуканості бізнесу.

Грошово-фінансова свідомість сучасного менеджера більш зрозуміла компонента корпоративного бізнесу. Менеджер-прагматик скоріше використовує не інструментарій класичного менеджменту, а скоростиглі методи нейролінгвістичного програмування (НЛП), які викладають на високодохідних, напіввокультних тренінгах з НЛП, нейромаркетингу та гіпнозу.

Нерідко «прагматизм» західних дослідників очевидно межує з езотеричними віруваннями, плутаниною раціонального з ірраціональним, наприклад, зазначається, що теорія і практика НЛП допомагає «розвинути дар переконання» [23, с. 43]. Можна зустріти вислови, що традиційні методи не володіють тією швидкістю і гнучкістю, які потрібні менеджеру для персонального розвитку в сучасному діловому світі [23, с. 20]. Головне для керівника – «понадшвидко» навчання [23, с. 20; 24]. До яких ступеней насиченості може дійти таке навчання, зважаючи на те, що великі обсяги споживаної інформації призводять до стійкого нервового збудження. Недаремно, динаміка науково-технічного прогресу тісно корелює з рівнем невротизації населення (за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я за останні 65 років кількість хворих невротами зростає у 24 рази, що обумовлено надлишком інформації і бурними темами життя). Здається і нині актуальною фраза Й. Хейзінга який вважав, що два

такі завойювання культури як освіта і гласність, замість того, щоб підіймати культурний рівень несуть симптоми виродження. Д. Борстин, дослідник та співробітник бібліотеки Конгресу США ще у 1983 році передбачав, що «Туман інформації витіснить з наших голів знання». Швидко відбувся і процес знецінення вартості інформації у зв'язку із її доступністю. Виходячи з того, що протягом 24 годин людина забуває 80% отриманої інформації, найцінніший ресурс перетворився на непотрібну гору сміття.

Вітчизняні наукові дослідження в галузі менеджменту мають один з найкоротших життєвих циклів з причини високого темпу змін в системі базових категорій. Світовий обсяг даних збільшується більш ніж у два рази кожні два роки, очікується, що до 2020 року кількість цифрових біт в інформаційному всесвіті порівнюється з кількістю зірок у фізичному всесвіті [25]. Хоча більша частина інформації виявиться некорисною. Якщо ми завітаємо до найкрупнішого інтернет-майданчику Amazon.com із відповідним пошуковим затребуванням, ми отримаємо у наявності книги: з менеджменту – 900 000 результатів, зокрема, з тайм-менеджменту – 80 000, проектного менеджменту – 50 000, маркетингу – 200 000, книг по коучингу – 60 000, лідерству – 200 000.

Найбільш вражаючим є те, що цінність академічних знань у сфері реальної практики управління бізнесом є значно нижче, ніж віртуозне володіння гіпнотичними методами або мистецтвом створювати нові нейробіологічні заклики типу «ми йдемо до вас». Під виглядом високої ефективності ці ерзац-методи дослідження людської психології лише відкидають нас до тваринного відношення до людини, знання і розум якої вихолостила сама інформація.

Освітній процес, заражений ідеями прагматизму і гедоністичного світосприйняття, не приймає участі у формуванні здорового суспільства, а навпаки сприяє його деморалізації. Найголовніша функція менеджера (а втім і у бізнес-сфері) – виховна; він спрямовує, розвиває, керує. І не можна припустити, щоб керівницький авторитет менеджера популяризував і просував ці ганебні ідеї «комерційного прагматизму» (так маркетинг можна назвати платформою для експлуатації людських пристрастей: обжерливості, заздрості, жадібності, грошоловстві, блуду). Такі фрази з книжок з маркетингу, що «полеми битви для конкуруючих фірм є людський мозок» [26], а споживач походить на трубу, в яку товари з одного боку закачуються, а з іншого зі свистом вилітають на смітник, містять згубну для молодого покоління менеджерів формулу відповідної поведінки.

За таких умов, є великі сумніви, що суспільство зацікавлено у менеджменті як науці, із певною систематикою принципів, закономірностей, методів. Менеджмент як напрямок досліджень, стає все більш атомізованим,

кожний його напрямок має свої споживчі властивості. Їх назви галасні: «системно-інтегративний коучинг», «селф-коучинг», «нейро-менеджмент», «тайм-менеджмент», «селфменеджмент», «тайм-драйв», «PR – менеджмент», «НЛП-коучинг», але вони більш схожі на базарні вигуки: «саме тут істина!».

Ефективність подібних коуч-заходів стала об'єктом для спостереження в дослідженні вагомих факторів впливу на персональний розвиток менеджера в довгостроковій перспективі. На даному етапі дослідження опитано 27 керівників різних рівнів і підрозділів 9 провідних компаній (експертів) у сфері автосервісу, турис-

тичного бізнесу, ремонту та продажу офісного електронного обладнання м. Херсону.

Експертам було запропоновано оцінити за порядковою шкалою (1÷5) ступінь своєї згоди із варіантами бажаного ефекту та критерія ефективності тренінгів певного напрямку персонального та професійного розвитку, зонами ризику втрати бажаного ефекту і тривалістю позитивного ефекту. Відповідних варіантів («бажаний ефект, критерій ефективності» для кожного з 8 напрямків, «зон ризику» і «тривалості позитивного ефекту» було по 3). У таблиці 1 систематизовані відповіді, за якими експерти надали найбільш узгоджені відповіді.

Таблиця 1

Оцінювання бажаного ефекту, зон ризику і тривалості позитивного ефекту тренінгів з персонального і професійного розвитку

Напрями персонального і професійного розвитку	Бажаний ефект та критерій ефективності	%	Зони ризику	%	Тривалість позитивного ефекту	%
Розвиток та навчання підлеглих	Довготривале прагнення до розвитку професійних компетенцій, самонавчання, саморозвитку	70,3	Короткочасність емоційного захоплення, втрата зацікавленості, стомлення від насичення інформацією	85,1	до 3 місяців	66,6
Особиста ефективність керівника	Знаходження власного стилю керівництва, переосмислення цілей, корегування особистих цінностей	74,0	Порушення обраної лінії поведінки внаслідок змінюваних умов зовнішнього і внутрішнього середовища	62,9	до 1 року	85,1
Нематеріальна мотивація персоналу	Мотивування людей до праці таким чином як бажає керівництво на тлі їх ілюзії, що вони цього самі прагнуть	85,1	Кратність періоду дії ілюзії; набір інструментів мотивування не співпадає із швидко змінюваними потребами і власними цінностями	70,3	до 2 місяців	62,9
Управління командою	Створення передумов для ефективної роботи команди, активізація командоутворюючої активності	88,8	Конфлікти інтересів, плинність кадрів (мінливість складу команди), висока динаміка змін зовнішніх і внутрішніх параметрів існування компанії	77,7	до 3 місяців	55,5
Розвиток навиків продажу	Зростання впевненості в собі співробітників, які займаються продажами. Зростання внутрішньої мотивації і доходів співробітників. Збільшення прибутку компанії	77,7	Фактор перенасичення інформацією; тиск і маніпуляція; не має інтересу до нових методів продажу, короткий життєвий цикл зацікавленості	66,6	до 4 місяців	77,7
Управління стресом	Засвоєння та відпрацювання основних прийомів протистояння стресовому впливу. Підвищення професійних навичок в царині методів боротьби із стресом	81,4	Управління стресом не є алгоритмом певних дій, а є системною роботою корегування характеру, звичок, думок в форматі 24/7.	88,8	до 1 місяця	74,0
Тайм-менеджмент	Постановка цілей, встановлення пріоритетів, планування і розподіл часу, складання списків, делегування задач, аналіз витрат часу	96,2	Диференційоване ставлення до абстрактної категорії часу. Час – категорія, що пов'язана із настроєм, емоціями, мотивацією, утомлюваністю	74,0	До 6 місяців	59,2
Системне мислення	Розуміння основ системного мислення та моделювання систем різної складності, системне лідерство	74,0	Людина – система динамічна, із змінюваним енергетичним потенціалом, цілями, енергією пізнання, циклами спаду, стагнації і підйому.	92,5	До 3 місяців	77,7

Джерело: авторські дослідження

Таблиця 2

Фактори довгострокового впливу на персональний і професійний розвиток менеджера

Проблемна область	Малоефективні методи	Можливі фактори тривалої дії
- розвиток професійних компетенцій; - прагнення до самонавчання і саморозвитку (в т.ч. командоутворююча активність); - ефективне управління часом; - переосмислення цілей, коригування власних цінностей (в т.ч. в контексті командоутворення і наставництва); - удосконалення професійних навичок у сфері продажу послуг.	- примушення; - переконання; - культивування конкуренції між співробітниками (рейтингування, штрафи); - вимоги відповідності особистих цілей і цінностей до цілей і цінностей компанії.	- високий ступінь відповідальності, притаманний особистості (спадкоємний + як виховний результат); - почуття внутрішнього задоволення від рішення більш складних задач; - добросовісність; - згуртованість, доброзичливе робоче середовище, співучасть, вірність і традиції, залученість; - потреба в турботі і відповідальності за власну сім'ю і колектив; - наставництво як внутрішня потреба (у поділі професійним досвідом, в отриманні додаткового визнання та поваги); - задоволення від отримання досвіду вирішення складних ситуацій.

Джерело: авторські дослідження

Виявилося, що життєвий цикл ефекту від тренінгів, які проводять різні бізнес-школи, в середньому мають тривалість до 4 місяців. Найменш оптимістичними виглядають очікування тривалості ефекту тренінгів з управління стресом внаслідок утрудненого самоконтролю в умовах постійно змінюваних факторів впливу: нових бізнес-прецедентів, нових задач, стислих строків виконання завдань підвищеної складності, проблем внутрішнього конфлікту.

Виявляється, що сутність коучингу не завжди полягає в стимулюванні досягнення необхідних цілей, а стає феноменом ігрової взаємодії, в сутності якої присутній елемент фізичного, емоційного і розумового розвантаження. Адаже нові комбінації явищ, подій і, водночас, власної участі у них (т.з. позитивний стрес за Г. Сельє [27]) приводять до посилення розумової активності (втім, як виявилось в ході дослідження, - вельми нетривалої дії). Постає питання, які ж саме фактори мають більш глибокий і тривалий вплив на персональний і професійний розвиток менеджера. У дослідженні узагальнено позицію керівників досліджуваних організацій щодо найвагоміших факторів персонального і професійного розвитку (табл. 2). Факторами більш тривалої дії виявилися ознаки внутрішніх перетворень особистості в контексті моральних і духовних якостей. Ситуативні методи ініціації персонального і професійного зростання мають короткочасний ефект і, частіше за все, викликають внутрішній спротив працівників.

Висновки. Стрімко змінювані умови функціонування бізнес-структур, трансформація соціальних цінностей в умовах посиленої прагматизації буття призводять до невпинного пошуку ефективного інструментарію, векторів персонального розвитку менеджерів всіх рівнів управління. В умовах пануючого конс'юмеризму і диктату грошо-фінансової свідомості дуже важко від самого початку професійної діяльності у бізнес-середовищі поставити вірні вектори персонального розвитку. Цікаві

назви тренінгів з персонального розвитку (на кшталт «лайф-коучингу») вельми поширені і чисельні, а втім мають все нижчу ефективність на тлі інформаційного розмаїття. Логічно, що виникають феномени інформаційної інтоксикації, спротиву нав'язливим позиціям «треба розвиватися...», «треба впроваджувати...». Виявлено, що факторами довгострокового впливу на персональний і професійний розвиток менеджера є: високий ступінь відповідальності, притаманний особистості (спадкоємний + як виховний результат), почуття внутрішнього задоволення від рішення більш складних задач; добросовісність; згуртованість; доброзичливе робоче середовище; співучасть, вірність і традиції; залученість; наставництво як внутрішня потреба (у поділі професійним досвідом, в отриманні додаткового визнання та поваги), задоволення від отримання досвіду вирішення складних ситуацій; потреба в турботі і відповідальності за власну сім'ю, колектив. Всі ці фактори неможливо виховати або змусити притримуватися відповідних принципів. Їх можна тільки помітити, розвивати, підтримувати, умовити, а головне – поставити їх наріжним камінням в орієнтирах персонального і професійного розвитку особистості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ільїн В.В. Україна в парадигмі фінансово-економічних викликів цивілізації. *Цивілізаційний вибір України і соціальний прогрес*. 2017. С. 108–134.
2. Карузо Д., Селовей П. Емоційний інтелект керівника. Київ : Саміт-книга, 2017. 296 с.
3. Передало Х.С. Роль емоційного інтелекту у системі основних компетенцій менеджера. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. Вип. 2, №2. С. 63–68.
4. Гацько А.Ф., Смігунова О.В. Емоційний інтелект як стратегічний важіль лідерства. *Вісник Харківського національного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 177. С. 61–67. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdutsg_2016_177_10
5. Bradberry T., Greaves J. *Emotional Intelligence 2.0*. San Diego, United States: TalentSmart. 2016. 280 p.
6. Гоулман Д. Емоційний інтелект. Харків : Віват, 2018. 512 с.

7. Godin S. *Whatcha Gonna Do With That Duck?: And Other Provocations*, 2006–2012. Penguin; 1st edition. 2013. 570 p.
8. Seymour J. *The Complete Book of Self-Sufficiency*. Dorling Kindersley. 2019. 408 p.
9. Шевчук О.М. Самовиховання і саморегуляція особистості. Умань : Візаві, 2018. 147 с.
10. Чайка Г.Л. Самоменеджмент менеджера : Навч. посіб. Київ : Знання, 2014. 422 с.
11. Беляева Н.В. Формування професійно-етичних якостей майбутніх менеджерів. Полтава, 2015. 267 с.
12. Гараедаги Д. Системное мышление. Как управлять хаосом и сложными процессами. Платформа для моделирования архитектуры бизнеса. Минск : Гревцов Букс, 2010. 480 с.
13. О'Конор Дж., Макдермотт І. Системне мислення. Пошук неординарних творчих рішень. Київ : Наш формат, 2018. 240 с.
14. Почепцов Г.Г. Контроль над разумом. Київ : Києво-Могилянська Академія, 2012. 349 с.
15. *The Principles of scientific management* by Frederick Winslow Taylor, m.e., sc.d. 1911. URL: https://www.norton.com/college/history/america-essential-learning/docs/FWTaylor-Scientific_Mgmt-1911.pdf
16. Шостром Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации = Man, the Manipulator: The Inner Journey from Manipulation to Actualization. Москва : Апрель-Пресс, Психотерапия, 2008. 192 с.
17. Недакин М. Искренний сервис. Москва : Манн, Иванов і Фербер, 2018. 192 с.
18. Волосевич І., Герасимчук С. та ін. Молодь України-2015: результати соціологічного дослідження ГФК Юкрейн. Київ : Міністерство молоді та спорту України, 2015. 88 с.
19. Ушаповська К. Моральна деградація сучасної молоді. *Наукові записки. Серія «Культурологія»*. Вип. 12. С. 138.
20. Joel Stein. Me Me Me generation. URL: <http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>
21. New Economics Foundation (NEF). URL: <https://neweconomics.org/about/our-missions>.
22. World economic forum. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2020>
23. Олдер Г., Хезер Б. NLP. Полное практическое руководство. Киев : Гелиос. София, 2001. 384 с.
24. Молден Д. Менеджмент и могущество НЛП. Как определить конкурентов с помощью нейролингвистического программирования. Москва : ООО «И.Д. Вильямс», 2009. 357 с.
25. Большой информационный взрыв. URL: http://expert.ru/russian_reporter/2017/02/bolshoj--informatsionnyj-vzryiv/
26. Райс Е., Траут Дж. Маркетинговые войны. Санкт-Петербург : Питер, 2000. С. 15.
27. Selye H.. *Stress without distress*. Philadelphia, PA: J.B. Lippincott Co. 1974. 140 p.
4. Gaczko A.F., Smigunova O.V. (2016) Emocijnyj intelekt yak strategichnyj vazhil liderstva. *Visnyk Xarkivskogo natsionalnogo texnichnogo universytetu silskogo gospodarstva imeni Petra Vasylenka*, vol. 177, pp. 61–67. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtsug_2016_177_10.
5. Bradberry T., Greaves J. (2016) *Emotional Intelligence 2.0*. San Diego, United States: Talent Smart, 280 p.
6. Goulman D. (2018) Emocijnyj intelekt. Xarkiv. Vivat. 512 p.
7. Godin S. (2013) *Whatcha Gonna Do With That Duck?: And Other Provocations*, 2006–2012. Penguin; 1st edition. 570 p.
8. Seymour J. (2019) *The Complete Book of Self-Sufficiency*. Dorling Kindersley. 408 p.
9. Shevchuk O.M. (2018) *Samovykhovannya i samoregulyaciya osobystosti*. Uman: Vizavi. 147 p.
10. Chajka G.L. (2014) *Samomenedzhment menedzhera: Navch. posib*. Kyiv: Znannya. 422 p.
11. Byelyayeva N.V. (2015) *Formuvannya profesijno-etychnykh yakostej majbutnix menedzheriv*. Poltava. 267 p.
12. Garaedagy D. (2010) *Systemnoe myshlenye. Kak upravlyat хаosom y slozhnymy processamy*. Platforma dlya modelyrovannya arxytektury byznesa. Mynsk: Grevczov Buks. 480 p.
13. O'Konor Dzh., Makdermott I. (2018) *Systemne myslennya. Poshuk neordynarnyx tvorchyx rishen*. Kyiv: Nash format. 240 p.
14. Pochepczov G.G. (2012) *Kontrol nad rozumom*. Kyiv: Kyevo-Mogylyanska Akademiya. 349 p.
15. *The Principles of scientific management* by Frederick Winslow Taylor, m.e., sc.d. 1911. Available at: https://www.norton.com/college/history/america-essential-learning/docs/FWTaylor-Scientific_Mgmt-1911.pdf.
16. Shostrom E. (2008) *Chelovek-manypulyator. Vnutrennee puteshestvie ot manypulyacyi k aktualyzacyi = Man, the Manipulator: The Inner Journey from Manipulation to Actualization*. Moscow: Aprel-Press, Psixoterapyya, 192 p.
17. Nedyakyn M. (2018) *Yskrennyj servys*. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber. 192 p.
18. *Molod Ukrainy-2015: rezultaty sociologichnogo doslidzheniya GFK Yekrejn / I.Volosevych, S.Gerasymchuk ta in*. Kyiv: Ministerstvo molodi ta sportu Ukrainy. 2015. 88 p.
19. Ushhapovska K. *Moralna degradaciya suchasnoyi molodi. Naukovi zapysky. Seriya «Kulturologiya»*, vol. 12, p. 138.
20. Joel Stein. *Me Me Me generation*. Available at: <http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation>.
21. *New Economics Foundation (NEF)*. Available at: <https://neweconomics.org/about/our-missions>.
22. *World economic forum*. Available at: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2020>.
23. Older G., Zezer B. (2001) *NLP. Polnoe praktycheskoe rukovodstvo*. Kyiv: Gelyos. Sofyya. 384 p.
24. Molden D. (2009) *Menedzhment y mogushhestvo NLP. Kak opredelyt konkurentov s pomoshhyu nejrolyngvystycheskogo programyrovannya*. Moscow: ООО «Y.D. Vylyams». 357 p.
25. *Bolshoj ynformacyonnyj vzryv*. Available at: http://expert.ru/russian_reporter/2017/02/bolshoj--informatsionnyj-vzryiv.
26. Rajs E., Traut Dzh. (2000) *Marketyngovyve vojny / El Rajs, Dzhek Traut*. Spb: Pyter, p. 15.
27. Selye H. (1974) *Stress without distress*. Philadelphia, PA: J.B. Lippincott Co. 140 p.

REFERENCES:

1. Ilyin V.V. (2017) *Ukrayina v paradygmi finansovo-ekonomichnykh vyklykiv cyvilizatsiyi. Cyvilizacijnyj vybir Ukrainy i socialnyj progres*, pp. 108–134.
2. Karuzo D., Selovej P. (2017) *Emocijnyj intelekt kerivnyka*. Kyiv: Samit-knyga, 296 p.
3. Peredalo X.S. (2020) *Rol emocijnogo intelektu u systemi osnovnykh kompetencij menedzhera. Menedzhment ta pid-*

Стаття надійшла до редакції 26.08.2021.
The article was received 26 August 2021.