

Челнокова Наталья Юрьевна

**МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ
СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ КЛИМАТОМ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ХОЛДИНГОВОГО ТИПА**

Специальность 22.00.08 – социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Диссертация выполнена на кафедре менеджмента факультета экономики и управления ФГБОУ ВПО «Ивановская государственная текстильная академия»

Научный руководитель: **Егорова Лариса Станиславовна**
доктор социологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Щуров Владимир Александрович**
доктор философских наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»,
профессор кафедры социальной философии

Радаев Тимур Викторович
кандидат социологических наук, доцент, НИУ
ВШЭ - Нижний Новгород, доцент кафедры
общего и стратегического менеджмента

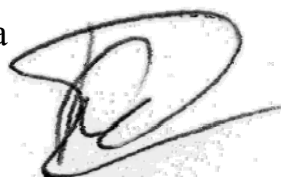
Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Казанский национальный
исследовательский технологический
университет»

Защита состоится 21 февраля 2013 в 15 часов на заседании диссертационного совета Д 212.166.14 созданного на базе ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по адресу: 603000, г. Нижний Новгород, Университетский пер., д. 7, ауд. 300

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале фундаментальной библиотеки ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по адресу: 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23, корп. 1.

Автореферат разослан «__» января 2013 года

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат социологических наук,
доцент



Е.Е. Кутявина

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. В настоящее время важнейшей тенденцией развития мировой экономики является глобализация мирового хозяйства, в связи с чем наиболее конкурентоспособными становятся предприятия, обладающие признаками интеграционных хозяйствующих субъектов. Наиболее распространенной современной формой предпринимательского объединения во всем мире являются холдинговые структуры, которые позволяют обеспечить необходимый уровень централизации управления и контроля в сложных многоуровневых структурах и осуществить контроль над дочерними предприятиями по всем видам их деятельности.

Изменение социально-экономической обстановки, вызванное последствиями мирового финансового кризиса, потребовало существенной перестройки всех систем управления, особенно тех из них, которые непосредственно влияют на поведенческие установки и ценностные ориентации человека. В связи с этим особо значимой становится роль социально-психологического климата на предприятии, что, в свою очередь, актуализирует проблему повышения эффективности управления социально-психологическим климатом в коллективе. В большей степени это относится к холдинговым компаниям, поскольку здесь формируется особый социально-психологический климат, изучению которого в научных исследованиях уделяется недостаточно внимания.

На наш взгляд, усиливающиеся тенденции централизации и укрупнения производства влекут за собой изменения в управленческих отношениях и, как следствие, требуют как научного осмысления процессов, связанных с реформированием устоявшихся форм социальных взаимодействий, так и практических инструментов управленческого воздействия.

Управление социально-психологическим климатом в холдинговой компании становится в современных реалиях одним из ключевых условий успешного функционирования как отдельно взятого бизнес-направления, так и предприятия холдингового типа в целом, что предполагает возможность построения модели управления социально-психологическим климатом. Этот аспект делает тему диссертационного исследования актуальной проблемой социологии управления, имеющей важное теоретическое и практическое значение.

Степень научной разработанности проблемы

Анализ отечественной и зарубежной литературы (социологической, психологической и экономической), посвященной проблемам формирования благоприятного социально-психологического климата (СПК) на предприятиях, показал, что завершенная модель управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа еще не разработана. Все современные исследования, которые посвящены изучению данного вопроса, можно разделить на несколько частей.

Первая часть относится к проблемам управления, в том числе и социального. Ею занимались отечественные ученые: Ю.П. Аверин, В.Г. Афанасьев, И.Е. Ворожейкин, Э.М. Коротков, Н.Н. Ползунова и В.Н. Краев, А.И. Пригожин, А.Н. Пригожин, А.И. Прохоров, Удальцова М.В., Франчук В.И.,¹ и зарубежные: И. Ансофф, М. Вебер, Р. Джонсон, Ф. Каст и Д. Розенцвейг, Д. МакГрегор, А. Маслоу, Ф. Тейлор, Ф. Файоль². Была создана теория управления организацией, коллективом, но вопросы управления

¹См.: Аверин Ю.П. Люди управляют людьми: модель социологического анализа. - М., 1996; Афанасьев В.Г. Научное управление обществом. Общество: системность, познание и управление. - М.: Политиздат, 1981; Ворожейкин И.Е. Управление социальным развитием организации / И.Е. Ворожейкин. - М.: ИНФРА – М, 2001; Коротков Э.М. Исследование систем управления. - М., 2000; Ползунова Н.Н., Краев, В.Н. Исследование систем управления. - М.: Академический проект, 2006; Пригожин А.Н. Современная социология организаций. - М., 1995; Пригожин А.И. Социология организации. - М., 1980; Прохоров А.П. Русская модель управления. - М., 2006; Удальцова М.В. Социология управления: Учебник. - М., 2002; Франчук В.И. Основы общей теории социального управления // <http://socio-org.narod.ru/ОТСУ.htm>;

² См.: Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999; Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990 С.. 602-643; Джонсон Р. Каст Ф., Розенцвейг Д. Системы и руководство. - М., 1971; McGregor D. The human side of enterprise. – New York: McGraw Hill, 1960, Маслоу А. Мотивация и личность. СПб.: Евразия, 1999, Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента. - М., 1991; Файоль А. Учение об управлении//Научная организация труда и управление.- Москва, 1965

социально-психологическим климатом коллектива в социологической литературе рассмотрены не в полной мере, скорее, фрагментарно.

Вторая часть посвящена изучению социально-психологического климата, его содержанию, структуре, принципам формирования и факторам, влияющим на него, чем в большей степени занимаются психологи. Теоретические основы исследований в области определений понятия «социально-психологический климат», его сущности и структуры базируются на работах отечественных ученых-исследователей В.В. Бойко, А.Г. Ковалева и В.Н. Панферова, Л.Н. Когана и Т.А. Улыбиной, Е.С. Кузьмина, И.П. Волкова и А.Л. Свенцицкого, Н.С. Мансурова, Б.Г. Парыгина, К.К. Платонова и В.Г. Казакова, Л. Г. Почебут и В.А. Чикер, В.М. Шепель¹.

Зарубежные ученые (К. Левин, Р. Таджури, Р. Йоханнессон, С. Аргирус, Р. Пейн, Р. Гийон, Дж.Ф. Гэвин, Р.Б. Шо)² для обозначения феноменов, объединенных в понятие «социально-психологический климат», использовали другие термины: «социальная атмосфера», «климат организации», «организационный климат».

В научных изысканиях отечественных и зарубежных ученых главным образом исследовалось влияние социально-психологического климата на процессы, происходящие в социальном образовании, проблемы

¹ Бойко В.В., Ковалев А.Г., Панферов В.Н. Социально-психологический климат коллектива и личность. – М., 1983, Коган Л.Н., Улыбина Т.А. Благоприятный социальный климат как фактор развития демократических начал в управлении производством. // Социологические проблемы управления народным хозяйством. – Свердловск: Изд-во УФАН, вып.2, 1973. – С.63, Кузьмин Е.С., Волков, И.П., Свенцицкий А.Л. Социальная психология и социальное планирование. – Л.: изд-во ЛГУ, 1973, Парыгин Б.Д. Социально-психологический климат коллектива: пути и методы изучения. / Под ред. В.А. Ядова, 1980 – Л., Изд-во «Наука», Платонов К.К., Казаков В.Г. Развитие системы понятий теории психологического климата коллектива в советской психологии. // Социально-психологический климат коллектива / Под ред. Е.В. Шороховой, О.И. Зотовой, - М., 1979, Почебут Л.Г., Чикер В.А. Организационная социальная психология. – СПб., 2000, Шепель В.М. Социальное управление производственным коллективом. – М.: Мысль, 1976.

² Levin K. Group decision and social change // Readings in Social Psychology, ed. T. Newcomb, E. Hartley. – New York Holt: Rev., 1974, Taguri R. Executive climate. // Taguri R., Litwin G.H. Organizational climate: exploration of a concept. Cambridge, 1968. – P.96, Johannesson R. Some problems in the measurement of organizational climate. – Organizational Behavior and Human Performance, 1973/ - V. 10, P. 121, Argyris C. Personality and Organization. – New York, 1957. - P. 34, Payne R., Pugh D. Organizational structure and climate. // handbook of industrial and organizational psychology / Ed.M.D. Dennette. Chicago, 1976, Guion R.M. A note on organizational climate. - Organizational Behavior and Human Performance, 1973/ - V. 9, P. 101, Gavin J.F., Home J.G. Psychological climate. – Behavioral Science, 1984. – V. 20, P.57, Шо Р.Б. Ключ к доверию в организации. Результативность. Порядочность. Проявление заботы. – М., 2000.

формирования социально-психологического климата в малых группах. В современных условиях развития экономики не менее важно понять характер функционирования самого социально-психологического климата и особенностей управления им в больших коллективах, тем более на предприятиях со сложной системой функционирования.

К третьей части исследований социально-психологического климата на предприятиях со сложной организационной структурой относятся работы по изучению функционирования холдингов. Интерес к этой теме в России возник сравнительно недавно, т.к. холдинговые структуры вновь появились у нас лишь после перестройки. Среди отечественных и зарубежных авторов, изучавших проблемы образования холдингов и особенностей их функционирования, необходимо назвать С.В. Андреева, А.Р. Горбунова, М.Г. Диканского и В.А. Шильдкрута, Ю.В. Иванова, М. Ильина и А. Тихонова, В.Е. Мотылева, В.Н. Петухова, И.А. Храброву, И.С. Шиткину, В. Цуглевич, Б. Айкса и Р. Ритермана, И. Ансоффа, Ю. Винслава, С. Ридинга, А.А.Томпсон и А.Дж. Стрикленд¹. В основном эти авторы рассматривают проблемы создания холдингов, не уделяя особого внимания социальным аспектам управления. Их работы содержат общие принципы функционирования предприятия холдингового типа.

¹ См.: Андреев С.В. Несостоятельность (банкротство) предприятий. Проблемы и пути реформирования экономического кадрового потенциала: Учеб. пособ. – М.: РУЦ, 1996. С 151, Горбунов А.Р. Дочерние компании, филиалы, холдинги. – М., Изд-во «Глобус», 2002. С.94, Диканский М.Г., Шильдкрут В.А. Международные монополии. Возникновение и развитие важнейших международных картелей. – М., 1966, Иванов Ю.В. Слияние, поглощение и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса. – М.: Альпина Паблишер, 2001. 244 с., Ильин М., Тихонов А. Финансово-промышленная интеграция и корпоративные структуры: мировой опыт и реалии России. – М.: Альпина Паблишер, 2002, Мотылев В.Е. Финансовый капитал и его организационные формы. М., 1959, Петухов В.Н. Комментарии к закону о финансово-промышленных группах//Право и экономика, 2002, №5-7, Храброва И.А. Корпоративное управление: вопросы интеграции. – М., Издательский дом «Альпина», 2000, Шиткина И.С. Холдинги. Правовой и управленческий аспекты. – М., ООО «Городец-издат», 2003, Цуглевич В. Корпоративный менеджмент в условиях нестабильного рынка общ. ред. Н.П. Тихомирова. – М.: Издательство «Экзамен», 2003, Айкс Б., Ритерман Р. От предприятия к фирме: заметки по теории предприятия переходного периода//Вопросы экономики, 1994, №8, Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб., 1999. 125 с., Винслав Ю. Становление отечественного корпоративного управления: теория, практика, подходы к решению ключевых проблем//Российский экономический журнал, 2001, №2, Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. – М.: «Юнити», 1998. 251 с., Reading C. Strategic business planning L., etc., 2003.

Изучение научной социально-управленческой литературы показало, что в ней недостаточно полно освещены вопросы управления социально-психологическим климатом, особенно на предприятиях холдингового типа.

Основная гипотеза диссертационного исследования: построение и использование модели управления социально-психологическим климатом, учитывающей преимущества и возможности холдинговой компании, повышает эффективность управления СПК как на отдельно взятых бизнес-направлениях, так и на холдинге в целом. Своевременная диагностика состояния социально-психологического климата будет способствовать развитию командного стиля работы, широкому делегированию полномочий и совершенствованию корпоративной культуры.

Объектом исследования является социально-психологический климат на предприятиях холдингового типа.

Предметом диссертационного исследования выступает управление социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа.

Цель диссертационного исследования – разработка модели управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа.

Для реализации данной цели необходимо решение следующих задач.

1. Уточнить понятие «социально-психологический климат».
2. Осуществить реструктуризацию социально-психологического климата.
3. Выявить характерные особенности социально-психологического климата на предприятиях холдингового типа.
4. Построить модель управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа.

Теоретико-методологическая основа исследования

Теоретико-методологической основой диссертационного исследования является интеграция структурно-функционального (Т. Парсонс) и конструкционистского (П. Бергер, Т. Лукман) подходов.

Теоретическую базу исследования составляют такие категории, как «социально-психологическая атмосфера», «морально-психологический климат», «психологическая атмосфера», «организационный климат», «предприятие холдингового типа», «холдинг», «управление социально-психологическим климатом».

Эмпирическая база диссертационного исследования

1. Результаты эмпирического исследования, проведенного автором в 2007-2010 гг. В ходе исследования проводились интервью с руководителями высшего и среднего звена (выборка 56 чел.) для выявления факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятий холдингового типа «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ» и ЗАО «РОСКО».
2. Результаты эмпирического исследования, проведенного автором в 2009-2010 гг. в различных бизнес-направлениях холдинговой компании ЗАО «РОСКО». В выборочном исследовании приняли участие 894 сотрудника бизнес-направлений.
3. Результаты эмпирического исследования, проведенного автором в 2007-2008 гг. в холдинговой компании «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ». В выборочном исследовании приняли участие 801 работник различных бизнес-направлений этой компании.
4. Результаты контент-анализа управленческой документации (приказы, протоколы совещаний, положения).

Научная новизна диссертационного исследования

1. Введена в научный оборот измененная трактовка понятия социально-психологического климата, включающая имиджевые характеристики организации, которые расширяют спектр возможностей воздействия на формирование благоприятного социально-психологического климата.
2. Осуществлена реструктуризация социально-психологического климата, представленная в виде набора таких элементов, как «отношение к руководству», «отношение к коллективу», «отношение к мотивации»,

«отношение к работе», «отношение к условиям работы», «отношение к организации».

3. Раскрыта характерная особенность социально-психологического климата на предприятиях холдингового типа как совокупности взаимосвязанных и взаимозависимых социально-психологических климатов коллективов бизнес-направлений холдинга.
4. Предложена модель управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа, регламентирующая и направляющая управленческие воздействия на различные иерархические уровни.

Положения, выносимые на защиту

1. При корректировке понятия «социально-психологический климат» необходимо учитывать не только взаимоотношения людей в коллективе, набор ценностных ориентаций, характер взаимных ожиданий в нем, благополучную атмосферу, обеспечивающую всем членам коллектива условия для раскрытия своих способностей и возможностей, но и отношение к организации, в которой они работают. Рассмотрение в качестве составляющих социально-психологического климата имиджевых характеристик организации расширяет спектр возможностей воздействия на формирование благоприятного социально-психологического климата, что является конечной целью управления им.
2. Необходимость изменения структурных элементов социально-психологического климата, ранее выделенных в научных исследованиях, вызвана особенностью, заключающейся в сложной организационной структуре современных предприятий. Взяв за основу структуру социально-психологического климата, предложенную Е.С. Кузьминым, мы оставляем такие элементы, как «отношение к руководству», «отношение к коллективу» и при этом вводим новые: «отношение к мотивации», «отношение к работе», «отношение к условиям работы», «отношение к организации».
3. Отличительная особенность социально-психологического климата на предприятии холдингового типа состоит в том, что он является целостной

совокупностью взаимосвязанных и взаимозависимых социально-психологических климатов коллективов бизнес-направлений данного холдинга и формируется под воздействием следующих факторов:

- ярко выраженного влияния корпоративного центра, несущего ответственность за развитие бизнес-направлений, входящих в холдинг;
- значимой роли имиджевых характеристик предприятия холдингового типа;
- влияния периферийных подразделений холдинга на формирование общих тенденций в корпоративном центре.

4. Предлагаемая нами модель многоуровневого управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа предусматривает последовательность действий при принятии управленческих решений в зависимости от того, какой климат выявлен на предприятии: благоприятный или неблагоприятный. Использование разработанной модели позволит повысить эффективность управления СПК за счет:

- распространения положительных практик отдельных бизнес-направлений на все предприятие холдингового типа;
- компенсации негативного влияния внешних факторов на уровне руководства холдинга;
- компенсации негативного влияния внутренних факторов на уровне руководства бизнес-направлений.

Теоретическая значимость проведенного исследования определяется тем, что в работе решена научная проблема: повышение эффективности управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа. При этом вносится научный вклад в развитие теории социологии и психологии управления.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в возможности использования научных результатов работы в управленческой практике для повышения эффективности управления социально-

психологическим климатом различных бизнес-направлений предприятий холдингового типа. Материалы исследования могут применяться при чтении вузовских курсов «Социология и психология управления», «Кадровый менеджмент», «Управление организационной культурой», «Современные проблемы управления персоналом», а также использоваться практикующими социологами. Результаты исследования могут послужить основанием для принятия управленческих решений и применяться при обучении специалистов в области кадрового менеджмента, организационными консультантами по управлению и руководителями различных уровней.

Апробация и внедрение результатов исследования. Разработанная автором модель многоуровневого управления социально-психологическим климатом внедрена на предприятиях холдингового типа «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ» и ЗАО «РОСКО», что подтверждается актами о внедрении. Результаты диссертационного исследования, идеи и выводы изложены автором на 11 научных конференциях различного уровня: V Международная научно-практическая конференция «Инновационные процессы в менеджменте» (сентябрь 2008 г., Пенза); Международная научно-техническая конференция «Современные наукоемкие технологии и перспективные материалы текстильной и легкой промышленности» (27-30 мая 2008 г., Иваново); IX Международная научно-практическая конференция «Реформирование системы управления на современном предприятии» (февраль 2009 г., Пенза.); Общероссийская научно-практическая конференция «Социально-экономические проблемы развития общества» (2009 г., Красноярск); VIII Всероссийская научно-практическая конференция «Теоретические и прикладные проблемы психологии личности» (ноябрь 2010 г., Пенза); Международная научно-техническая конференция «Модернизированный потенциал регионов (14-15 октября, 2010 г., Иваново); Межвузовская научная конференция ученых по результатам исследований в области психологии, педагогики и социологии (25 декабря, 2010 г. Красноярск); Международная научно-практическая

конференция «Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты» (11-18 сентября 2011 г., Курск); Международная научно-практическая конференция «Молодежь как ресурс регионального развития» (27-28 октября 2011 г. Киров); VIII международная научно-практическая конференция «Государственное регулирование экономики: инновационный путь развития» (19-21 апреля 2011 г., Нижний Новгород); Международная научно-практическая конференция «Модернизируемой экономике – инновационное управление» (17-18 апреля 2012 г., Иваново).

Содержание диссертационного исследования нашло отражение в научных публикациях автора, общим объемом 4 п.л., в том числе в 3 научных журналах, входящих в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, определенных Высшей аттестационной комиссией РФ.

Структура диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении раскрывается актуальность темы диссертационного исследования, формулируются цель и задачи, объект и предмет исследования, излагаются положения, выносимые на защиту, определяются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе диссертации «Теоретико-методологическое исследование социально-психологического климата» рассматриваются вопросы, связанные с эволюцией понятия «социально-психологический климат» и влиянием СПК на развитие коллектива: определяется значимость социально-психологического климата, обусловленная его способностью выступать в качестве фактора эффективности функционирования социальных явлений и процессов; анализируются существующие определения социально-психологического климата, его структура и тенденции ее развития; вносятся и обосновываются изменения в определении

«социально-психологический климат»); рассматриваются характеристики качества социально-психологического климата и дается описание «благоприятного» и «неблагоприятного» СПК.

В первом параграфе «Эволюция понятия «социально-психологический климат»» на основе анализа подходов, предложенных отечественными и зарубежными авторами (В.Г. Казаков, Л.Н. Коган, Е.С. Кузьмин, Н.С. Мансуров, Б.Д. Парыгин, К.К. Платонов, Т.А. Улыбина, В.М. Шепель, Т. Барлетт, К. Гадбуа, Р. Йоханнессон, Р. Ликерт, Г. Литвин, Д. Пейс, Г. Стерн, Р. Стрингер, Р. Таджури, Б. Шнейдер, Р. Шо), был осуществлен анализ понятия «социально-психологический климат» и ряда терминов, понимаемых иногда как синонимы данного понятия – «психологическая атмосфера», «морально-психологический климат», «нравственно-психологический климат», «психологическое поле», «психологический климат». Несмотря на значительную общность данных понятий, отождествлять их, на наш взгляд, нельзя. Каждое из них учитывает свои нюансы и характеризует различные стороны одного явления. Рассмотрены и другие термины, такие как «организационная культура», «организационный климат», «климат организации», «социальная атмосфера», используемые зарубежными учеными и применяемые ими для обозначения феноменов, объединенных в понятие «социально-психологический климат». При этом общей отличительной чертой определений, данных зарубежными учеными, является рассмотрение в понятии социально-психологического климата представлений о взаимодействии индивида с организационной средой, а у отечественных ученых акцент делается, в первую очередь, на межличностные отношения и на ту атмосферу, которую они создают. Сделаны выводы о том, что в настоящее время не существует единственно признанного определения исследуемого понятия. На наш взгляд, это связано с тем, что социально-психологический климат – это достаточно сложный и многосторонний феномен.

В названном параграфе обосновывается необходимость корректировки определения «социально-психологический климат» в современной организации и формулируется авторское определение данного понятия: это - динамичное состояние коллектива, обусловленное набором ценностных ориентаций и характером взаимных ожиданий работников, а также имиджевыми характеристиками компании.

Во втором параграфе «Реструктуризация социально-психологического климата» проводится анализ работ исследователей, занимающихся изучением структуры социально-психологического климата коллективов (Г.М. Андреева, В.В. Бойко, А.Г. Ковалев и В.Н. Панферов, Е.С. Кузьмин, Б.Д. Парыгин). Обобщение результатов анализа позволило сделать вывод, что социально-психологический климат современного предприятия имеет особенности, которые диктуют, на наш взгляд, изменение его структурных элементов. Взяв за основу предложенную Е.С. Кузьминым структуру СПК, мы предлагаем сохранить такие элементы, как «отношение к руководству» и «отношение к взаимоотношениям внутри коллектива». По нашему мнению, элементы структуры «отношение к поставленной задаче» и «отношение к содержанию деятельности» нецелесообразно выделять в качестве отдельно взятых потому, что они входят в такой элемент, как «отношение к работе». Мы считаем, что структуру социально-психологического климата современного предприятия необходимо дополнить следующими элементами: «отношение к условиям работы»; «отношение к мотивации»; «отношение к организации» (имидж).

Такой элемент, как «отношение к мотивации», на наш взгляд, следует включить в структуру социально-психологического климата, поскольку данный элемент предопределяет качественный и количественный результат труда работников. Известно, что элемент «отношение к условиям работы» оказывает влияние на другие структурные элементы социально-психологического климата, такие как «отношение к руководству» и

«отношение к мотивации». Более того, отношение к условиям работы, как правило, определяет эффективность трудовой деятельности.

Такой элемент как «отношение к организации» рассматривается нами с точки зрения оценки имиджа организации. Включая данный элемент в структуру социально-психологического климата, мы, тем самым, расширяем границы его составляющих, рассматривая не только отношения внутри организации, но и отношение к самой организации.

Структура социально-психологического климата по шести составляющим представлена на рис.1.

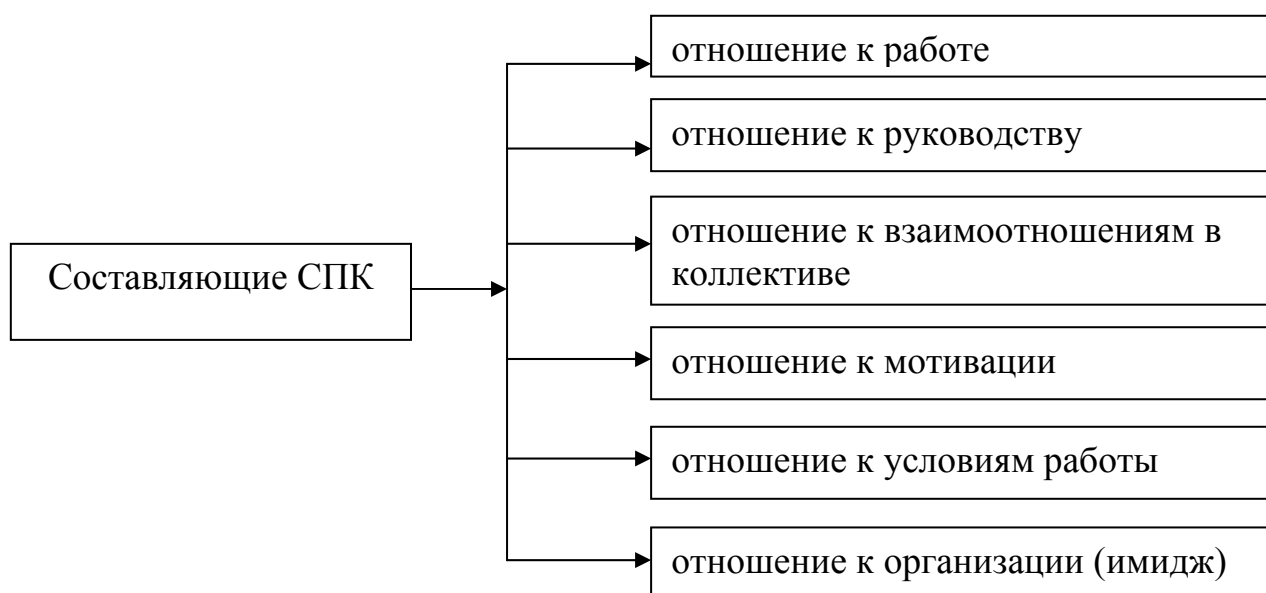


Рис. 1. Структура социально-психологического климата

Третий параграф «Выявление ключевых факторов, влияющих на социально-психологический климат». При обращении к проблемам социально-психологического климата коллектива одной из важнейших задач является рассмотрение факторов, которые на него влияют. Принято делить все факторы на внешние (макросреды) и внутренние (микросреды). Под макросредой понимают большое социальное пространство, широкое

окружение, в пределах которого находится и осуществляет свою деятельность организация. Под микросредой – «поле» повседневной деятельности людей, те конкретные материальные и духовные условия, в которых они работают.

Все перечисленные факторы оказывают существенное влияние на формирование СПК, качественная характеристика которого может быть представлена следующими определяющими показателями: «здоровый – нездоровый»; «положительный – отрицательный»; «оптимальный – неоптимальный»; «благоприятный – неблагоприятный»; «хороший – плохой». Каждая из обозначенных характеристик обращает внимание на какую-либо определенную особенность взаимоотношений. Например, понятие «здоровый» климат коллектива используется в том случае, когда необходимо подчеркнуть благоприятность отношений для психического состояния каждого члена коллектива, а «нормальный» - показывает отсутствие каких-либо отклонений во взаимоотношениях и т.д. В нашем исследовании мы используем характеристику «благоприятный – неблагоприятный», т.к., на наш взгляд, она комплексно отражает состояние взаимоотношений работников, их отношение к руководящим структурам и предприятию в целом. Благоприятный социально-психологический климат означает, что в коллективе существуют взаимоотношения, способствующие развитию трудового коллектива в целом, а также личностного потенциала каждого отдельного работника.

Во второй главе «Особенности управления социально-психологическим климатом предприятия холдингового типа» рассматриваются особенности предприятий холдингового типа, выделяются отличительные особенности СПК холдинга, проводится анализ факторов, влияющих на управление социально-психологическим климатом холдинговой компании.

В первом параграфе «Особенности функционирования предприятий холдингового типа» дается краткая история возникновения холдингов в

России и за рубежом, отмечается ряд отличительных особенностей появления холдинговых компаний в России. Изучению формирования и функционирования предприятий холдингового типа (ПХТ) посвящены работы Г. Гутмана, Г. Дугалла, М. Ильина, В.Е. Мотылева, А. Тихонова, И.А. Храбровой, В. Цуглевича, И.С. Шиткиной. В результате проведенного анализа данных работ нами были выявлены отличительные особенности холдинга, характеризующие его организацию бизнеса:

- влияние корпоративного центра на все сферы деятельности холдинга;
- наличие дочерних предприятий;
- сохранение юридической самостоятельности объединенных предприятий;
- полная или частичная интеграция сфер хозяйственной деятельности.

Развитие экономики, изменение внутренней и внешней политики государства могут влиять на все перечисленные особенности, увеличивая их перечень или изменяя его.

Необходимо отметить, что при формировании холдинговых компаний решаются многие задачи, наиболее значимыми из которых, на наш взгляд, являются: перемещение капитала из менее перспективных сфер в более перспективные; выравнивание сезонных и коммерческих колебаний и рисков и осуществление концентрированных совместных капиталовложений, при наличии крупных ликвидных средств; делегирование отдельным дочерним фирмам некоторых из своих управленческих функций; предоставление возможности успешного функционирования вновь вливающих в холдинг компаний при условии высоких имиджевых характеристик данного холдинга; реализация государственных программ (получение грантов, субсидий, возможность льготного кредитования и т.д.); повышение социальной направленности и защищенности сотрудников в связи с возможностью перемещения капитала из одного бизнес-направления в другое.

Особенности функционирования предприятий холдингового типа делают востребованными такие типологические модели управления ими, как линейная, функциональная, линейно-функциональная, матричная и дивизиональная, каждая из которых имеет свои достоинства и недостатки.

В результате проведенного анализа по выявлению особенностей социально-психологического климата ПХТ было выявлено, что СПК предприятия холдингового типа представляет собой целостную совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых социально-психологических климатов коллективов различных бизнес-направлений холдинга.

Во втором параграфе «Экспертная оценка факторов, формирующих социально-психологический климат предприятия холдингового типа» проведен выбор и ранжирование факторов, формирующих СПК предприятия холдингового типа.

Взяв за основу классификацию внешних факторов Л.Г. Почебута и В.А. Чикера¹, мы провели исследования на предприятиях холдингового типа ЗАО «РОСКО» и «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ», в результате которого были выбраны факторы внешних воздействий, оказывающих наибольшее влияние на СПК данных компаний. Выбор факторов проводился по результатам экспертного опроса. В качестве экспертов были выбраны 56 руководителей бизнес-направлений, входящих в холдинги. Согласованность мнений экспертов оценивалась коэффициентом конкордации, который равен 0,67. Эксперты определили набор наиболее значимых внешних и внутренних факторов.

К внешним факторам относятся:

- общественно-политическая ситуация в стране – ясность и четкость политических и экономических программ, доверие правительству и пр.;
- общественно-политическая ситуация в регионе, которая характеризует уровень жизни населения, социально-демографические факторы

¹ Почебут Л.Г., Чикер В.А. Организационная социальная психология. – СПб., 2000 С. 283.

(численность населения, структура населения по полу, возрастная структура населения, уровень рождаемости и смертности в регионе, уровень безработицы в регионе, социальные факторы);

- этнические факторы – наличие или отсутствие межэтнических конфликтов;
- профессиональная подготовка специалистов в регионе – содержание программ подготовки специалистов и их эффективность;
- научно-технические факторы – активная инновационная политика;
- международные факторы – международный обмен, выход на мировые рынки;
- конкуренты – организации, коллективы, соперничающие в достижении сходных целей, лучших результатов в определенной сфере.

К внутренним факторам были отнесены:

- удовлетворенность работой – привлекательность (интерес, разнообразие, творчество) работы для сотрудников;
- отношения с руководством – отношения сотрудников к непосредственному руководителю и руководителю бизнес-направления;
- взаимоотношения в коллективе;
- оплата и стимулирование труда – материальные и нематериальные способы стимулирования;
- социальные гарантии – гарантии по действующему законодательству;
- карьерные перспективы – перспективы, связанные с возможностью карьерного роста, повышением профессиональной квалификации, расширением полномочий;
- условия работы – социально-гигиенические условия;
- имидж организации – представление сотрудников о своей организации.

Анализ факторов, влияющих на работу предприятий холдингового типа, будет способствовать выработке необходимых решений, обеспечивающих благоприятный социально-психологический климат в

коллективах бизнес-направлений, и, как следствие, повышению эффективности работы всего холдинга.

В третьей главе «Организационно-методическое обеспечение управления социально-психологическим климатом» приводятся результаты диагностики социально-психологического климата в коллективах различных бизнес-направлений предприятий холдингового типа «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ» и ЗАО «РОСКО», а также авторская модель многоуровневого управления социально-психологическим климатом.

В первом параграфе «Методика анализа социально-психологического климата предприятия холдингового типа» приводится описание используемых анкет: углубленный анализ СПК, определение индекса СПК, опросный лист для анализа социально-психологического климата. Описаны полученные результаты.

Инструментарий углубленного анализа СПК разработан при непосредственном участии автора. По результатам интервью с руководителями холдингов и бизнес-направлений разработана анкета, содержащая 36 вопросов, которые распределены на блоки, отражающие различные аспекты социально-психологического климата. Вопросы направлены: на выявление скрытых тенденций изменения социально-психологического климата и возможных конфликтных ситуаций; на оценку мероприятий по повышению эффективности функционирования коллективов; на изучение мнений сотрудников о различных сторонах жизнедеятельности компании и ее бизнес-направлений. В анкету включены вопросы 2-х типов: вопросы, позволяющие оценить уровень благополучия СПК; вопросы, позволяющие выявить и объяснить причины неблагополучия СПК. С помощью этих вопросов дополнительно была собрана информация, изучающая мнение респондентов по ряду вопросов, интересующих руководителей бизнес-направлений и холдинга в целом. Большинство

вопросов предполагают кроме вариантов ответов, предложенных составителями, вариант ответа респондента, что способствует более свободному выражению мнения сотрудников. В конце анкеты респондентам предлагается задать «наболевшие» вопросы руководителям.

В рамках предлагаемой методики углубленного анализа определяется индекс СПК, характеризующий его динамическое изменение. Преимущество предлагаемой методики заключается в возможности выявления основных тенденций развития СПК («устойчиво благоприятный», «устойчиво неблагоприятный» и т.д.).

С целью определения симптомов и причин неблагоприятного социально-психологического климата, а также описания результатов, которых можно достичь в работе сотрудникам исследуемых бизнес-направлений, предлагается к заполнению специальный опросный лист. В результате обработки этих опросных листов появляется возможность выявить ресурсы организации, которые можно использовать для улучшения СПК.

С применением разработанной методики в работе было проведено социологическое исследование с целью анализа социально-психологического климата компаний холдингового типа «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ» и ЗАО «РОСКО», а также выявления причин, влияющих на степень благоприятности – неблагоприятности социально-психологического климата данных компаний. В исследовании были задействованы работники 11 подразделений холдингов, различных профессий и должностей. Численность выборки составила для компании «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ» 801 человек и для ЗАО «РОСКО» 894 человека, что гарантировало величину предельной ошибки, не превышающей 5% (при доверительной вероятности 0,954).

Результаты исследования позволили определить:

- наиболее значимые внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на СПК различных бизнес-направлений;

- иерархический уровень управленческих воздействий на социально-психологический климат;
- значение головной компании в процессе управления социально-психологическим климатом бизнес-направлений.

Обобщая результаты исследования, можно сделать определенные выводы.

1. Респонденты рассматривают предприятие, где они работают, как автономную бизнес-единицу, не имеющую тесных организационных связей с другими бизнес-направлениями холдинга. Абсолютное большинство респондентов «своим» считают не предприятие холдингового типа в целом, а то предприятие, где они трудятся. Причем чем старше работники, тем более эта точка зрения распространена. Прослеживается связь между подобной идентификацией и уровнем образования участвующих в опросе – чем образованнее работники, тем меньше в их ответах подобных утверждений. Во многом это обусловлено общей образованностью людей и, как следствие, их представлениями о том, что же это такое – предприятие холдингового типа.

2. Вариации ответов респондентов различных бизнес-направлений по отношению ко всем структурным элементам социально-психологического климата невелики, что свидетельствует об однородности управляющих воздействий на все бизнес-направления предприятий холдингового типа «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ» и ЗАО «РОСКО». Наиболее проблемными выделены отношения респондентов к условиям работы, мотивации. Наименее проблемными – отношения к организации, к коллективу, к руководству, к работе.

3. Наиболее высоко социально-психологический климат оценили сотрудники управляющих компании («офисов»), что, на наш взгляд, связано с непосредственным влиянием респондентов этого бизнес-направления на формирование социально-психологического климата, разработку и внедрение норм и правил поведения в компании, а также на оценку степени

соответствия действий работника и его поведения при осуществлении кадрового менеджмента.

4. Практически на всех предприятиях вопросы мотивации, в частности материального стимулирования, являются определяющими для формирования благоприятного социально-психологического климата.

Сопоставляя данные проведенных исследований, мы выделили особенности структурных элементов социально-психологического климата на предприятии холдингового типа:

- скорость реагирования на управленческие воздействия;
- подверженность влиянию внутренних и внешних факторов;
- иерархический уровень эффективного воздействия;
- устойчивость к изменениям.

По этим особенностям все элементы мы разделили на 2 группы: ситуативные и базовые.

К ситуативным структурным элементам социально-психологического климата мы отнесли «отношение к условиям работы», «отношение к мотивации», «отношение к коллективу». Их отличительными особенностями являются:

- быстрое реагирование на управленческие воздействия независимо от уровня иерархии;
- изменения в большей степени под воздействием внутренних факторов;
- высокая скорость достижения устойчивого состояния, но при этом и высокая скорость его изменений.

Базовые структурные элементы: «отношение к организации», «отношение к работе», «отношение к руководству». Их отличительные особенности:

- скорость реагирования на управленческие воздействия зависит от его иерархического уровня;
- изменения происходят под воздействием, в первую очередь, внешних факторов;

- достижение устойчивого состояния происходит за длительный период времени, но и нарушение этого состояния происходит за более длительный период.

Следует отметить, что вне зависимости от содержания деятельности бизнес-направлений конечное состояние социально-психологического климата определяется тремя базовыми и тремя ситуативными элементами. И те, и другие отражают отношение работников к основным сферам жизнедеятельности предприятия.

Социально-психологический климат как отдельно взятого бизнес-направления, так и предприятия холдингового типа в целом формируется под воздействием всех структурных элементов – базовых и ситуативных. Однако можно утверждать, что основой формирования социально-психологического климата являются базовые элементы. При этом ситуативные элементы помогают «выводить» социально-психологический климат коллектива на желаемый уровень. Таким образом, становится возможным определить направления, в которых могут быть реализованы преимущества и возможности холдинговой компании. Очевидно, что к ним относится воздействие центральной управляющей компании на базовые элементы структуры социально-психологического климата.

Результатом проведенных нами теоретических и эмпирических исследований стала модель многоуровневого управления социально-психологическим климатом предприятия холдингового типа.

Во втором параграфе «Структура модели управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа» приводится схема и описание предложенной модели многоуровневого управления.

Особенностью разработанной нами модели является разделение управленческих воздействий по разным иерархическим уровням предприятия холдингового типа. Мы предлагаем модель управления СПК для двух вариантов управленческих воздействий: для благоприятного и для

неблагоприятного социально-психологического климата предприятия холдингового типа.

Начальный этап реализации модели – исследование и анализ СПК – проводится с использованием методик, подробно рассмотренных в первом параграфе третьей главы. В зависимости от результата анализа социально-психологического климата выбирается тот или иной способ управленческого воздействия. Модель управления социально-психологическим климатом представлена на рис.2, где приняты следующие условные обозначения: ПХТ – предприятие холдингового типа; БН1, БН2, БН3 – бизнес-направления; С₁, С₂, С₃ – ситуативные факторы; Б₁, Б₂, Б₃ – базовые факторы.

Модель представляет реализацию VI этапов. На первом этапе (I этап) группой исследователей (внутренними или независимыми специалистами) проводится диагностика и анализ СПК ПХТ. На втором этапе (II этап) формируется банк ситуаций (банк положительных практик и банк проблем). Для этого выявляются факторы, оказывающие наиболее существенное положительное или отрицательное влияние на СПК. Третий этап (III этап) заключается в закреплении положительных практик или компенсации выявленных негативных факторов, зависящих в большей степени от внутренней среды бизнес-направлений. К ним мы относим такие факторы как, санитарно-гигиенические, коммуникации, психологический комфорт (дискомфорт). Закрепление положительных практик и компенсация негативных факторов должны осуществляться руководителями бизнес-направлений. На четвертом этапе (IV этап) закрепление положительных практик или компенсация выявленных негативных факторов, зависящих в большей степени от внешней среды должны осуществляться руководителями ПХТ. Факторы, на которые в большей степени оказывает влияние внешняя среда, это – «отношение к работе», «отношения с руководством», «отношение к компании». На пятом этапе (V этап) распространяется опыт положительных практик по бизнес-направлениям предприятия холдингового типа руководителями всего холдинга. Верификация (VI этап) предлагаемых

управленческих решений проводится посредством сравнительного анализа социально-психологического климата до и после реализации этих решений.

По заданию руководства холдинга осуществляется исследование социально-психологического климата коллективов различных бизнес-направлений. В случае, когда результаты получаются положительными и социально-психологический климат определяется как «благоприятный», выполняется анализ причин и условий, которые послужили этому основанием. Данные знания (положительные практики) систематизируются на уровне предприятия и на уровне холдинга и впоследствии могут применяться как на самом предприятии, так и в других бизнес-направлениях холдинга. После применения положительных практик следует очередной период исследования, релевантный диапазон, в котором эти практики подтвердятся или будут скорректированы.

В случае, когда результатом исследования становится «неблагоприятный» социально-психологический климат, группа исследователей формирует банк проблем (недостаточная компетентность руководителя в вопросах управления персоналом, нечетко разработанная система мотивации труда, плохая информированность сотрудников о целях и задачах бизнес-направления, плохая организация труда, рассогласованность в действиях руководства), лежащих в основе неблагоприятного климата. Перечисленные проблемы классифицируются по источникам возникновения. В данном случае этими источниками являются структурные элементы социально-психологического климата: базовые и ситуативные.

Проведенная диагностика социально-психологического климата и применение модели многоуровневого управления позволили руководству предприятий холдингового типа «Ассоциация независимых текстильных предприятий ТДЛ» и ЗАО «РОСКО» выработать решения выявленных проблем.

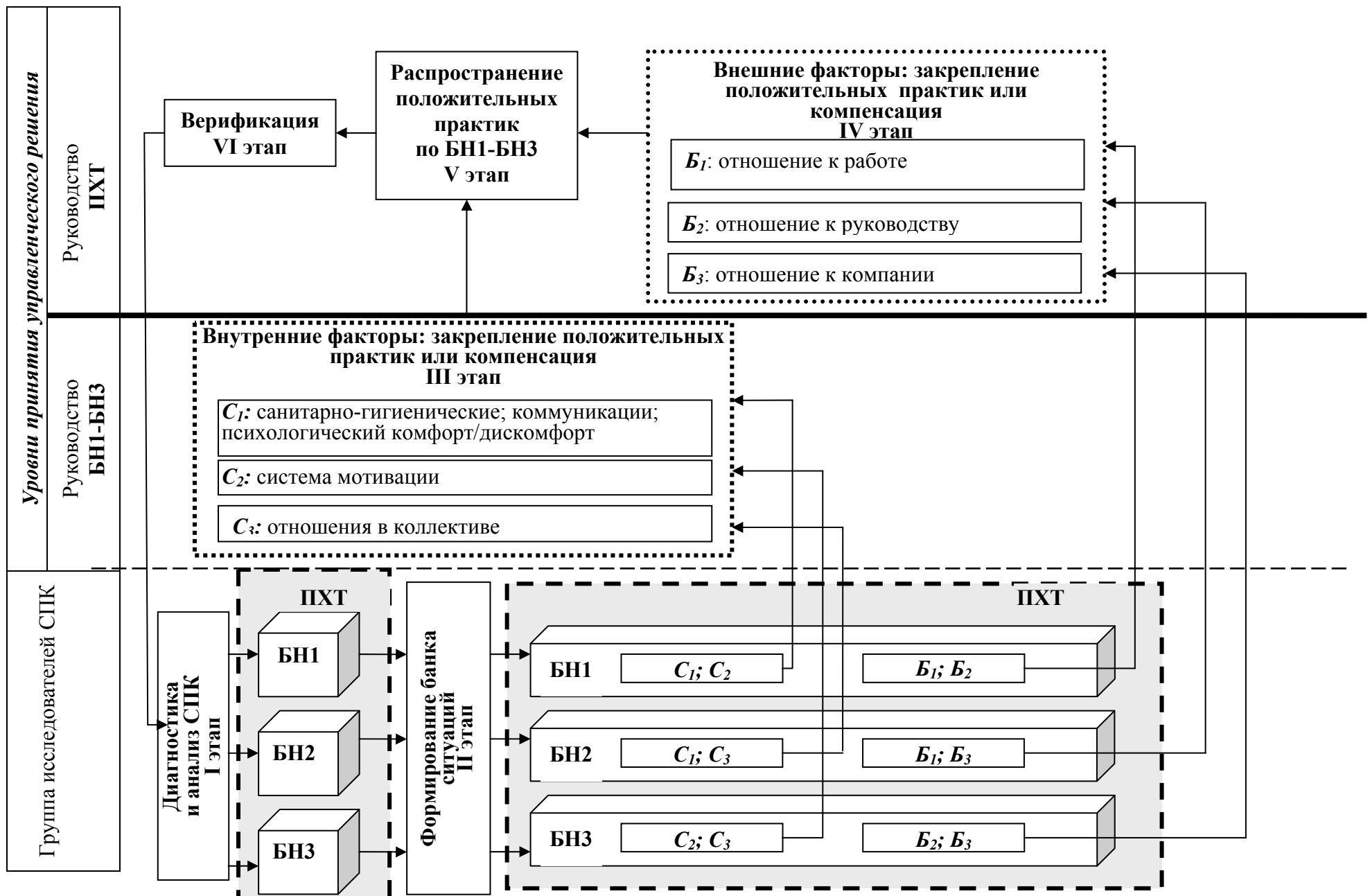


Рис. 2. Модель многоуровневого управления СПК

Следует отметить, что в зависимости от состояния социально-психологического климата это может быть комплексное решение, которое включает в себя и решение проблем финансово-хозяйственной деятельности, и проблем непосредственно социально-психологического климата или адресное решение, нацеленное на изменение ситуации в одном из конкретных элементов социально-психологического климата.

Все меры, принятые в целях совершенствования социально-психологического климата, были подвергнуты верификации как с помощью дополнительных экспериментальных исследований, так и с помощью проведения пилотных проектов.

В заключении диссертационного исследования подведены итоги работы, изложены основные выводы, сформулированы практические рекомендации. Автором рассмотрено многообразие всех составляющих компонентов социально-психологического климата. В результате этого была введена измененная трактовка современного понятия «социально-психологический климат» в организации.

На основе анализа была выявлена особенность СПК предприятий холдингового типа, заключающаяся в том, что социально-психологический климат является целостной совокупностью взаимосвязанных и взаимозависимых социально-психологических климатов коллективов бизнес-направлений данного холдинга и формируется под воздействием следующих факторов:

- ярко выраженного влияния корпоративного центра, несущего ответственность за развитие бизнес-направлений, входящих в холдинг;
- значимой роли имиджевых характеристик предприятия холдингового типа;
- влияния периферийных подразделений холдинга на формирование общих тенденций в корпоративном центре.

В соответствии с особенностями функционирования предприятий холдингового типа была проведена реструктуризация элементов СПК, которая позволила ее уточнить и добавить такие элементы, как «отношение к работе», «отношение к условиям работы», «отношение к мотивации», «отношение к организации».

Проведенное исследование позволило создать модель многоуровневого управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа, которая дает возможность выявить основные проблемы жизнедеятельности коллективов различных бизнес-направлений и выработать пути к их решению. Применение предлагаемой модели на предприятиях выводит управление социально-психологическим климатом на качественно новый уровень и позволяет повысить эффективность управления СПК как отдельно взятых бизнес-направлений, так и всего холдинга в целом. Мониторинг социально-психологического климата и анализ его результатов будут способствовать развитию командного стиля работы, широкому делегированию полномочий и совершенствованию корпоративной культуры. С помощью разработанной нами модели формируется банк проблем и выявляются положительные практики в принятии управленческих решений, которые экстраполируются на другие бизнес-направления.

***Публикации в рецензируемых научных журналах и изданиях,
рекомендованных ВАК РФ***

1. Челнокова, Н.Ю., Егорова, Л.С. Управление социально-психологическим климатом на предприятиях / Н.Ю. Челнокова, Л. С. Егорова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского.- 2008. Вып.№2 (10). - С. 21-24. ISSN 1811-5942 (0,5/ 0,4 п.л.)
2. Челнокова, Н.Ю., Егорова, Л.С. Организационно-управленческие условия, способствующие снижению социальной напряженности на предприятии холдингового типа / Н.Ю. Челнокова, Л.С. Егорова // Вестник

Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. - 2011.- Вып.№3 (23).- С. 57-61 ISSN 1811-5942 (0,4/ 0,3 п.л.)

3. Челнокова, Н.Ю. Модель управления социально-психологическим климатом на предприятиях холдингового типа / Н.Ю. Челнокова // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2012.- Вып.№1 (том 18). - С. 343-348. ISSN 1998-0817.(0,4 п.л.)

Публикации в других научных изданиях

4. Челнокова, Н.Ю., Егорова, Л.С. Влияние социально-психологического климата на эффективность управления организацией / Н.Ю. Челнокова, Л.С. Егорова // Инновационные процессы в менеджменте: сборник статей V Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2008. - С. 26-30. ISBN 978-5-8356-0768-6 (0,3 п.л.)

5. Челнокова, Н.Ю., Егорова, Л.С. Особенности психологии кадрового менеджмента / Н.Ю. Челнокова, Л.С. Егорова // Проблемы социально-экономической устойчивости региона: сб. ст. IV Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, февраль 2008. - С. 85-87. ISBN 978-5-8356-0709-9 (0,2 п.л.)

6. Челнокова, Н.Ю., Егорова, Л.С. Социально-психологический климат в коллективе как фактор, влияющий на эффективность деятельности организации / Н.Ю. Челнокова, Л.С. Егорова // Современные наукоемкие технологии и перспективные материалы текстильной и легкой промышленности (Прогресс - 2008): сборник материалов Междунар. науч.-техн. конф. - Часть 2. – Иваново: ИГТА, 2008. - С.103-104. ISBN 978-5-88954-285-8 (0,1 п.л.)

7. Челнокова, Н.Ю. Особенности тренинговых форм обучения / Н.Ю. Челнокова // Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России: научное издание. – Вып. VI. Часть 3. – Иваново: ИГТА, 2009. - С. 88-93 ISBN-5-7807-0295-4 (0,38 п.л.)

8. Челнокова, Н.Ю., Егорова, Л.С. Наличие штатного психолога в организации как способ повышения эффективности управленческих решений / Н.Ю. Челнокова, Л.С. Егорова // Реформирование системы управления на

- современном предприятии: сборник материалов Междунар. науч.-практ. конф. / МНИЦ ПГСХА, 2009 г. С. 277-279. ISBN 978-5-94338-350-2 (0,2 п.л.)
9. Челнокова, Н.Ю. Удовлетворенность персонала работой как один из факторов социально-психологического климата предприятия холдингового типа / Н.Ю. Челнокова // Современные исследования социальных проблем: Сборник статей Общероссийской научн.-практ. конф. Вып. 3 «Социально-экономические проблемы развития общества» / Под общ. ред. сов. РАЕ Я.А. Максимова – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2009 - С. 217-219. ISBN 978-5-9901700-6-3 (0,2 п.л.)
10. Челнокова, Н.Ю. Конфликты и управление ими на предприятиях холдингового типа / Н.Ю. Челнокова // Теоретические и прикладные проблемы психологии личности: сборник статей VIII Всероссийской научн.-практ. конф. – Пенза: Приволжский Дом знаний, 2010.- С. 91-93 ISBN 978-5-8356-1076-1 (0,2 п.л.)
11. Челнокова, Н.Ю. Руководитель и социально-психологический климат коллектива / Н.Ю. Челнокова // Межвузовская научн. конференция-семинар молодых ученых по результатам исследований в области психологии, педагогики и социологии (25 декабря 2009 г., г. Красноярск): Сборник трудов: В 3 ч. Ч. 3 / Под общ. ред. Я.А.Максимова; Научно-инновац. центр. – Красноярск, 2010. - С. 89-92. ISBN 978-5-904771-04-1 (0,25 п.л.)
12. Челнокова, Н.Ю., Егорова Л.С. Выявление факторов, влияющих на государственно-частное партнерство на примере функционирования предприятия холдингового типа / Н.Ю. Челнокова, Л.С. Егорова // Постиндустриальная экономика: тенденции и перспективы России. (Коллективная монография) / В.А Сидоров. Краснодар: Научно-исследовательский институт экономики южного федерального округа, 2011. - С. 249-255. ISBN 978-5- 91221-108-9 (0,35 п.л.)
13. Челнокова, Н.Ю. Социальное самочувствие и ценностные ориентации современной молодежи / Н.Ю. Челнокова // Молодежь как ресурс регионального развития: материалы Международной научно-практической

конференции (г. Киров, 27-28 октября 2011 г.). – Киров: Изд-во ВятГТУ, 2011. - С. 458-461. ISBN 978-5-456-00024-8 (0,25 п.л.)

14. Челнокова, Н.Ю., Егорова Л.С. Социально-психологический климат коллектива как фактор развития отношений внутри предприятия холдингового типа / Н.Ю. Челнокова, Л.С. Егорова // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: Материалы Междунар. научн.-практ. конф. (11-18 сентября 2011 г.), редкол.: Горохов А.А. (отв. ред.); Юго-Зап. гос. ун-т., Курск, 2011, С. 259-261 ISBN 978-5-9902675-7-2 (0,2 п.л.)

15. Челнокова, Н.Ю. Особенности развития бизнес-направлений предприятия холдингового типа в моногородах/ Н.Ю. Челнокова // Государственное регулирование экономики. Инновационный путь развития. Материалы Восьмой Междунар. научн-практ. конф.: В 2 т. Том II. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2011.- С. 167-169 ISBN 978-5-91326-198-4 (0,2 п.л.)

16. Челнокова, Н.Ю. Влияние организационного конфликта на социально-психологический климат коллектива / Н.Ю. Челнокова // Модернизируемой экономике – инновационное управление: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практич. конф. 17-18 апреля 2012 г. : в 2 ч. / под ред. д-ра экон. наук В.И. Куликова. – Часть I. – Иван. гос. ун-т, 2012. С. 211-214 ISBN 978-5-7807-0973-2 (0,25 п.л.)

Челнокова Наталья Юрьевна

Модель управления социально-психологическим климатом
на предприятиях холдингового типа

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук

Подписано в печать 14.01.2013

Формат 1/16 60x84

Усл.-печ. 1,86 Уч.-изд.л. 2,0

Тираж 100 экз. Заказ № 3851

Копировально-множительное бюро

Ивановской государственной текстильной академии

153000 г.Иваново, Шереметевский пр., 21