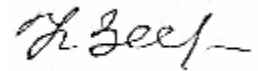


На правах рукописи



Зеленова Наталья Юрьевна

**ЦЕННОСТНЫЕ РЕГУЛЯТОРЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В УСЛОВИЯХ ОРГАНИЗАЦИОННО-КУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ**

Специальность 22.00.08 – социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени кандидата
социологических наук

Нижний Новгород – 2007

Диссертация выполнена на кафедре психологии управления факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

Научный руководитель: доктор психологических наук, профессор
Захарова Людмила Николаевна

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор
Дырин Сергей Петрович
доктор педагогических наук, профессор
Соколов Владимир Михайлович

Ведущая организация: Нижегородский государственный
технический университет

Защита состоится «19» октября 2007 года в 13.00 на заседании диссертационного совета Д 212.166.14 при Нижегородском государственном университете имени Н.И. Лобачевского по адресу:

603000, г.Нижний Новгород, Университетский пер., д.7, ауд. 203.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале фундаментальной библиотеки Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, пр. Гагарина, д.23, к. 1.

Автореферат разослан «19» сентября 2007 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета, доцент



Е.Е. Кутявина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Смена траектории развития России в сторону рыночной экономики потребовала от деловых организаций радикальной трансформации организационной структуры, системы трудовых отношений, разработки новой парадигмы управления, обеспечивающих перевод дореформенных моделей управления в рыночный формат. Тем не менее, невысокий темп и противоречивый характер происходящих изменений, низкая результативность значительной части современных российских предприятий свидетельствуют о существовании достаточно серьезных барьеров развития, обусловленных, в большей степени, социально-психологической неготовностью менеджмента к «вхождению в рынок», нежели технико-экономическими условиями. Сложившаяся в дореформенный период организационная культура и система ценностей, лежащая в ее основе, не всегда отвечают требованиям современной ситуации, а новая, рыночная культура и соответствующая ей система ценностных регуляторов еще не сформировалась. Исследования последнего десятилетия в области социологии управления и кросскультурного менеджмента показывают, что менеджеры во всех культурах придерживаются в основном одних и тех же ценностей. Однако иерархия этих ценностей различна, она, в значительной мере, определяется социокультурным контекстом и влияет как на эффективность деятельности предприятий, так и на социально-экономическое развитие общества в целом. В этой связи представляется важным и актуальным исследование ценностных механизмов, регулирующих управленческую деятельность, изучение степени влияния и взаимодействия социокультурного, прагматически целевого, осознаваемого и неосознаваемого аспектов в целостном регуляционном механизме, на процесс формирования организационной культуры современных российских предприятий.

Степень научной разработанности проблемы. Различные подходы к управлению представлены в научной литературе трудами классиков теории социального управления, социологии организаций М.Вебера, Ф.Тэйлора и др.¹, работами современных ученых П.Друкера, Ф.Лютенса, О.С.Виханского, А.И.Наумова, С.П.Дырина и др.².

Наиболее значительный вклад в исследование различных аспектов организационной культуры внесен научными трудами ведущих специалистов в области социологии организаций и управления К.Камерона и Р.Куинна, У.Оучи, Т.Питерса и Р.Уотермана, С.Роббинса, М.Элвессона, Ж.Т.Тощенко, Л.Н.Захаровой, В.Д.Козлова, А.И.Пригожина и др.³ Изучению специфики

¹ Вебер М. Избранные произведения/М.Вебер. – М.: Прогресс, 1990; Тейлор Ф.У. Принципы научного менеджмента/Ф.У.Тейлор. – М, 1991.

² Друкер Питер Ф. Практика менеджмента/Питер Ф. Друкер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000; Лютенс Ф. Организационное поведение: Пер. с англ. 7-го изд./Ф.Лютенс – М.: Инфра-М, 1999; Виханский О.С. Менеджмент/О.С.Виханский, А.И.Наумов. – М.: Гардарики, 2001; Дырин С.П. Типологические характеристики российской практики управления персоналом в контексте многоаспектного подхода: автореф. дисс... доктора социол. наук: 22.00.08/С.П.Дырин – Санкт-Петербург, 2006.

³ Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры/К.Камерон, Р.Куинн/Пер. с англ. под ред. И.В.Андреевой – СПб.: Питер, 2001; Оучи У. Методы организации производства: теории Z.

организационной культуры современных российских предприятий посвящены немногочисленные исследования А.Н.Занковского, Л.Н.Захаровой, А.И.Наумова, С.В.Щербины¹. Несмотря на различия в подходах к определению категории организационной культуры, практически всеми исследователями признается, что ключевым элементом организационной культуры являются ценности, разделяемые и декларируемые менеджментом.

Научная литература содержит богатый материал теоретико-методологических и эмпирических исследований ценностей. В частности, учение об общественно-историческом характере ценностей развивается в работах классиков социологической традиции П.А.Сорокина и А.Тойнби². Роль ценностей в механизме социальной регуляции поведения и деятельности отражена в работах М.Вебера, Э.Дюркгейма, Т.Парсонса, А.Г.Здравомыслова, В.А.Ядова и др.³ На факт ценностной регуляции социального поведения вне зависимости от степени осознанности ценностей указывается в работах К.Клакхона, Д.А.Леонтьева, Ш.Шварца и В.Билски⁴. Проблема несовпадения

Японский и американский подходы/ У.Оучи; сокр. перевод с англ.; научная ред. Б.З.Мильнера и И.С.Олейника. – М.: Экономика, 1984; Питерс Т. В поисках совершенства: Уроки самых успешных компаний Америки/Т.Питерс, Р.Уотерман; пер. с англ. В.В.Кулебы, О.Л.Пелявского. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005; См.: Мацумото Д. Психология и культура/Д.Мацумото. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2002; Элвессон М. Организационная культура/М.Элвессон//Пер. с англ. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр. 2005; Тощенко Ж.Т. Социология труда: опыт нового прочтения/Ж.Т.Тощенко. – М., 2005; Захарова Л.Н. Психологический и философско-антропологический анализ этнокультурных феноменов в современном российском менеджменте/Л.Н.Захарова, О.Л.Краева//Вестник Нижегородского университета им.Н.И.Лобачевского: Серия Социальные науки. Выпуск 1(4).Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 2005. – С.38–49; Козлов В.Д. Управление организационной культурой/В.Д.Козлов. – М.: Изд-во АОН при ЦК КПСС, 1990; Козлов В.Д. Корпоративная культура и социокультурный подход/В.Д. Козлов//Бизнес-образование. – 1999. – №1(6); Пригожин А.И. Методы развития организаций/А.И.Пригожин – М.: МЦФЭР, 2003.

¹ Занковский А.Н. Анализ базовых «координат» организационных культур: когнитивные репрезентации организационных понятий в сознании российских и японских менеджеров/А.Н.Занковский//Психологический журнал. – 1996. – Т. 17, № 3. – С. 26-36; Захарова Л.Н. Психологические стереотипы в управлении как барьеры социально-экономического развития России: пути воспроизведения и преодоления/Л.Н.Захарова//Общественная мысль/Под ред. В.Никонова, А.Владиславлева. – М.: Форум. 2007. – С.118-132; Наумов А.И. Влияние национальной культуры на управление бизнесом/А.И.Наумов//Менеджмент: Век XX – век XXI: Сборник статей/Под ред. О.С.Виханского, А.И.Наумова; сост. И.А.Петровская. – М.: Экономистъ, 2004; Щербина С.В. Организационная культура как фактор перехода к рыночной экономике: автореф. дисс...канд. эконом. наук: 22.00.08/С.В.Щербина. – М., 1999.

² Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, нрава и общественных отношений/П.А.Сорокин. – СПб, издательство «Астрель», 2006; Тойнби А.Дж. Постигание истории: Сб.: Пер. с англ./А.Дж.Тойнби. – М.: Прогресс, 1991.

³ Вебер М. Избранные произведения/М.Вебер. – М.: Прогресс, 1990; Дюркгейм Э. Представления индивидуальные и представления коллективные/Э.Дюркгейм//Социология. Её предмет, метод, предназначение. – М., 1995; Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем/Т.Парсонс//О социальных системах/Т.Парсонс.; под общ. Ред. В.Ф.Чесноковой и С.А.Белановского. – М.: Академический Проект, 2002; Здравомыслов А.Г. Человек и его работа в СССР и после/А.Г.Здравомыслов, В.А.Ядов. – М.: Аспект Пресс, 2003.

⁴ Kluckhohn C. Values and value-orientations in the theory of action: an exploration in definition and classification/С.Kluckhohn//Toward a general theory of action (eds. T.Parsons, E.Shils). – Cambridge, 1951. – P. 388-433; Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции/Д.А.Леонтьев//Вопросы философии. – 1996. – № 4. – С. 34-45; Schwartz S.H. Toward a Universal Psychological Structure of Human Values /S.H.Schwartz, W.Bilsky//Journal of Personality and Social Psychology. – 1987. – Vol. 53, P. 550-562.

ценностных ориентаций субъекта и его фактического поведения исследовалась Д.А.Леонтьевым, И.М.Поповой, М.И.Бобневой и другими авторами¹.

Исследованию факторов социодинамики культуры и ее ценностных оснований посвящены работы целого ряда исследователей: А.С.Ахиезера, М.Вебера, Н.Н.Зарубиной, К.Касьяновой, Н.И.Лапина, Ю.В.Левады и др.². Связь между характером доминирующей системы ценностей и социально-экономическим развитием общества показана в работах Р.Инглхарта, В.Лопухина, Л.Харрисона, Г.Хофштеда и др.³.

Среди крупномасштабных кросс-культурных исследований ценностей, по результатам которых были получены модели измерения культурной вариативности в деловой сфере, следует отметить работы таких исследователей, как Г.Триандис, Г.Хофштед, Э.Холл, С.Шварц⁴. Исследования, направленные на определение положения России в системе координат культурной вариативности, проведены Н.В.Латовым и Ю.В.Латовой, А.И.Наумовым, В.А.Ядовым и др.⁵

Вместе с тем необходимо отметить следующее:

- малоизученными остаются перспективы развития организационной культуры современных российских предприятий. В научной литературе имеются лишь отдельные немногочисленные статьи, посвященные этой проблеме;
- малоисследованной является проблема влияния российских социокультурных традиций на ценностную основу управленческой деятельности в период радикальных изменений в России;

¹ Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции/Д.А.Леонтьев// Вопросы философии. – 1996. – № 4. – С. 34-45; Попова И.М. Ценностные представления и «парадоксы» самосознания/И.М.Попова//Социологические исследования. – 1984. – № 4. – С.29–36; Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляция поведения/М.И.Бобнева. – М.: Наука, 1979.

² Ахиезер А.С. Россия: критика исторического опыта: Социокультурная динамика России. Т.1: От прошлого к будущему/А.С.Ахиезер. – Новосибирск: «Сибирский хронограф», 1997; Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма/М.Вебер//Избранные произведения/М.Вебер. – М.: Прогресс, 1990; Зарубина Н.Н. О социокультурной самобытности России как предпосылке её модернизации/Н.Н.Зарубина//Модернизация и национальная культура. – М., 1995; Касьянова К. О русском национальном характере/К.Касьянова. – М.: Изд-во Академический проект, Деловая книга, 2003; Лапин Н.И. Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России/Н.И.Лапин//Социологические исследования. – 2003. – № 6. – С.78-87; От мнений к пониманию/Ю.Левада – ВЦИОМ Московская школа политических исследований, 2000.

³ Инглхарт Р. Культура и демократия/Р.Инглхарт//Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу/Под ред. Л.Харрисона, С.Хантингтона. – М.: Московская школа политических исследований, 2002; Лопухин В. Почему мы бедны?/В.Лопухин//Эксперт. – 2000. – № 1-2. – С. 37-41; Харрисон Л. Кто процветает?/Л.Харрисон//Пер. с англ. – Препринт, 2002; Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values/G.Hofstede. – Sage, 1980.

⁴ Триандис Г. Индивидуализм и коллективизм: прошлое, настоящее и будущее/Триандис Г.//Психология и культура/Под ред. Д.Мацумото. – СПб.: Питер, 2003. – С.71-97; Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values/G.Hofstede. – Sage, 1980; См.: Мясоедов С.П. Основы кросскультурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур/ С.П.Мясоедов. – М.: Дело, 2003; Schwartz S.H. Toward a Universal Psychological Structure of Human Values /S.H.Schwartz, W.Bilsky//Journal of Personality and Social Psychology. – 1987. – Vol. 53. – P. 550-562.

⁵ Латов Н.В. Российская экономическая ментальность на мировом фоне/Н.В.Латов, Ю.В.Латова//Общественные науки и современность. – 2001. – № 4. – С. 31-43; Наумов А.И. Влияние национальной культуры на управление бизнесом/А.И.Наумов//Менеджмент: Век XX – век XXI: Сборник статей/ Под ред. О.С.Виханского, А.И. Наумова; сост. И.А.Петровская. – М.: Экономистъ, 2004. – С. 259-303; Становление трудовых отношений в постсоветской России/Под ред. Джоан ДеБарделебен, С.Климова, В.Ядова – М.: Академический Проект, 2004. – С.193-220.

- несмотря на большое количество исследований, посвященных проблеме ценностей в современном российском обществе, практически все они направлены на изучение ценностных ориентаций, которые, как известно, являются наиболее осознаваемыми компонентами ценностной сферы человека и не всегда соответствуют реально значимым и регулирующим деятельность ценностям. Неосознаваемые ценностные регуляторы, сила влияния на деятельность которых превышает силу влияния осознаваемых регуляторов, остаются вне поля исследовательского внимания;
- большинство исследователей сходится в том, что ценности, привносимые менеджментом, являются ключевым элементом организационной культуры. Тем не менее, практически отсутствуют исследования, направленные на изучение ценностных регуляторов управленческой деятельности в их соотнесенности с выбранным курсом социально-экономического развития российского общества;
- практически неизученной остается проблема влияния системы ценностных регуляторов управленческой деятельности на предпочтения менеджеров в отношении возможных направлений развития организационной культуры;
- анализируя современное состояние инструментария, используемого для эмпирического изучения ценностей, автору не удалось найти инструмент, который полностью соответствовал бы логике теоретического осмысления природы, сущности, функций ценностей и позволял бы исследовать содержания не только осознаваемого, но и актуально неосознаваемого уровней ценностного регуляторного механизма деятельности человека.

Актуальность и недостаточная разработанность проблемы определила **цель диссертационной работы**: определить ценностные регуляторы управленческой деятельности, детерминирующие цели, процесс и результат изменений организационной культуры российских предприятий в современных социокультурных условиях.

Реализация цели исследования потребовала решения следующих **задач**:

1. Осуществить анализ существующих социологических и социально-психологических подходов к определению роли и места ценностных факторов в регуляции управленческой деятельности и процессов организационно-культурных изменений.
2. На основе ретроспективного анализа процесса становления ценностных приоритетов российского общества определить степень влияния русской национальной культуры на иерархию ценностных регуляторов деятельности современных российских менеджеров.
3. Выявить предпочтения менеджеров в отношении направления развития организационной культуры современных российских предприятий.
4. Разработать методический инструментарий, позволяющий выявить ценностную составляющую в механизмах регуляции управленческой деятельности.
5. Исследовать степень согласованности целей модернизации организационной культуры и ценностей, регулирующих этот процесс.

б. На основе анализа действия ценностных механизмов определить условия, способствующие успешному достижению цели рыночной модернизации организационной культуры.

Объектом исследования является управленческая деятельность в условиях организационно-культурных изменений.

В качестве **предмета исследования** выступают ценностные регуляторы управленческой деятельности в современных социокультурных условиях.

Теоретико-методологические основания представлены следующими концепциями и идеями:

- социокультурного анализа организации: в рамках рационально-прагматического понимания (Т.Парсонс, К.Камерон и Р.Куинн, Э.Шейн и др.)¹; феноменологического подхода (С.Роббинс, С.В.Щербина и др.);
- теоретическими положениями и исследованиями, посвященными проблеме ценностей: природы, сущностных характеристик и функций ценностей (М.Вебер, Т.Парсонс, Д.А.Леонтьев); роли неосознаваемых ценностей в целостном ценностном регуляционном механизме социального действия (Д.А.Леонтьев, И.М.Попова и др.); классификационные подходы (М.Рокич, Н.И.Лапин, С.Ф.Анисимов, С.С.Бубнова и др.)²;
- концепциями и разработками Г.Хофштеда, Ш.Шварца и др., выделяющими размерность индивидуализм–коллективизм в качестве одного из ключевых измерений культурной вариативности, определяющего специфику функционирования современных предприятий;
- подходом к определению ценностей, наиболее отвечающих долгосрочным стратегическим задачам развития бизнеса в условиях рыночных реформ (Л.Н.Захарова);
- подходами к пониманию связи ценностей, распространенных в обществе, и его социально-экономическим развитием (М.Вебер, В.Лопухин и др.).

Методы исследования. Теоретический анализ научной литературы; анкетный опрос; слабоструктурированное интервью; включенное наблюдение; метод организационной диагностики; психодиагностический метод; методы качественного и количественного анализа; методы математической статистики.

Эмпирическая база исследования. Эмпирическая часть исследования проведена автором в период с марта 2006 г. по январь 2007 г. В исследовании приняли участие менеджеры всех уровней организационной иерархии 40 предприятий Нижегородского, типичного для России, региона. По организационно-правовому статусу все обследованные предприятия могут быть отнесены к негосударственному сектору экономики, из них: 13 предприятий – акционерные общества; 22 предприятия – общества с ограниченной ответственностью; 5 – индивидуальные предприятия. Общее количество

¹ Шейн Э. Организационная культура и лидерство/Э.Шейн. – СПб.: Питер, 2001.

² Rokeach M. The Nature of Human values/ M.Rokeach. – The Free Press, 1973; Анисимов С.Ф. Единство теоретико-познавательного, социологического и ценностного способов рассмотрения явлений морали/С.Ф.Анисимов// Моральные ценности и личность/Под. ред. А.И.Титаренко, Б.О.Николаевича. – М., Изд-во МГУ, 1994; Бубнова С.С. Ценностные ориентации личности как многомерная нелинейная система/С.С.Бубнова//Психологический журнал. – 1999. – № 5. – С. 38-44.

респондентов составило 158 человек, из них 75% мужчин и 25% женщин. Для анализа использовались результаты других социологических исследований, опубликованных в научной периодике и монографиях последнего десятилетия: данные социологических исследований ИКСИ РАН и РНИСиНП, анализ монографических и периодических публикаций Н.И.Лапина, результаты исследований Г.Хофштеда, Л.Н.Захаровой, А.Олейника, Л.Е.Душатского и др.¹

Гипотеза исследования. Ценностная составляющая регуляторов управленческой деятельности проявляется на двух уровнях: на уровне содержаний осознаваемых субъектом деятельности и на уровне актуально неосознаваемых содержаний. Актуально неосознаваемые ценностные регуляторы по силе влияния на деятельность превышают осознаваемые. Содержание ценностной составляющей неосознаваемых регуляторов более консервативно, поэтому их действие оказывает сдерживающее влияние на деятельность реформирующего характера и процесс становления организационной культуры рыночного типа.

Научная новизна исследования:

- применен ценностный подход к анализу регуляционных механизмов управленческой деятельности и выделены основные ценности, детерминирующие организационно-культурные изменения разного типа;
- выявлены этно-культурные и социально-исторические детерминанты устойчивости иерархии ценностных регуляторов управленческой деятельности;
- определены целевые и ценностные предпочтения менеджеров российских предприятий в отношении развития организационной культуры в современных условиях;
- разработан методический инструментарий, позволяющий выявить осознаваемые и актуально неосознаваемые ценности, участвующие в регуляции управленческой деятельности;
- впервые показано рассогласование цели рыночной модернизации организационной культуры, осознаваемых ценностей, поддерживающих эту цель, и неосознаваемых ценностей, обеспечивающих реальное действие регуляционного механизма, сдерживающего процесс изменений;
- выявлены организационные и социально-психологические условия, способствующие успешному достижению цели рыночной модернизации организационной культуры предприятий.

Положения, выносимые на защиту.

1. Теоретический анализ проблемы регуляции управленческой деятельности позволил выделить ценностную составляющую в качестве центральной, системообразующей. Впервые выделены основные ценности, лежащие в основе организационно-культурных изменений разного типа: этические

¹ Олейник А.Издержки и перспективы реформ в России: институциональный подход/А.Олейник//МЭиМО. – 1997. – №12; 1998. – № 1; Душатский Л.Е. Ценностно-мотивационные доминанты российских предпринимателей/Л.Е.Душатский// Социологические исследования. – 1999. – № 7. – С. 91-95.

ценности, ценность поддержания хороших отношений и ценность достижения результата.

2. Влияние российских социокультурных традиций на ценностную основу управленческой деятельности современных российских менеджеров проявляется в высокой значимости ценности отношений, преобладающей над ценностью результата деятельности. Преимущественная ориентация на сохранение хороших отношений в рабочей группе выступает барьером на пути повышения и индивидуальной, и групповой эффективности труда в условиях, когда группа таких целей не преследует.
3. Выявлены целевые и ценностные предпочтения менеджеров российских предприятий в отношении направления развития организационной культуры в современных условиях. Это направление представляет собой переход к рыночной модели, имеющей в своей основе ценность достижения высокой результативности. Вместе с тем отмечается явно выраженная тенденция к сокращению рыночной доли в организационной культуре большинства предприятий и увеличение клановой составляющей. Наиболее значимое ослабление рыночной культуры происходит за счет таких характеристик, как стиль лидерства и управления персоналом при сохранении рыночной направленности стратегически целевого компонента организационной культуры.
4. Разработан методический инструментарий: анкета выявления ценностных предпочтений менеджеров; с целью изучения структуры ценностных регуляторов управленческой деятельности адаптирована методика «Конфликтные ситуации»¹, разработаны конкретные диагностические ситуации. Применение этого инструментария позволило выделить два уровня представленности ценностей в регуляционном механизме: уровень осознаваемых и уровень актуально неосознаваемых субъектом деятельности ценностей.
5. Существуют серьезные рассогласования осознаваемых менеджерами ценностей, связанных с целью модернизации организационной культуры в соответствии с рыночной моделью, и актуально неосознаваемых ценностных регуляторов управленческой деятельности. Большинство менеджеров на осознаваемом уровне поддерживают рыночную модель развития организационной культуры, вместе с тем, только у незначительной части из них в качестве ведущего регулятора деятельности выступают результативные ценности. Этические ценности в крайне редких случаях выполняют регулирующую функцию, что ведет к целому комплексу негативных социальных и экономических последствий. Выявлен феномен преобладающего влияния неосознаваемых ценностей на процесс и результат управленческой деятельности в сравнении с осознаваемыми ценностями. Именно этот феномен является фактором сдерживания организационно-культурных изменений рыночного плана.

¹ Захарова Л.Н. Стереотипы в принятии решений молодыми менеджерами – производителями/Л.Н.Захарова, В.В.Колосова//Проблемы практики и теории управления. – 2002. – №2. – С.107-112.

б. К основным условиям, способствующим эффективности реализации регулирующей функции цели модернизации организационной культуры, относятся следующие:

- обеспечение осознания менеджерами расогласования целей и ценностной составляющей в регуляции деятельности;
- проектирование и оценка результатов деятельности при ее регуляции различными ценностными механизмами;
- обеспечение осознания связи личной успешности и перспективной производственной эффективности с реализацией деятельности на основе приоритета этических и результативных ценностей, а также установления опосредованности сохранения и развития хороших отношений в рабочих группах ценностями более высокого порядка;
- разработка и развитие моделей такой организационной культуры, которая является инструментом формирования и закрепления ценностных регуляционных механизмов, адекватных целям цивилизованной рыночной парадигмы управления.

Теоретическая значимость исследования. Выявлены ценностные детерминанты управленческой деятельности, оказывающие значимое влияние на перспективу развития организационной культуры. Показана связь между особенностями русской национальной культуры и спецификой системы ценностных регуляторов деятельности российских менеджеров. Определены условия приобретения ценностным представлением функции регуляции поведения. Установлены факторы, сдерживающие процесс формирования организационной культуры рыночного типа. Предложен авторский методический инструментарий: методика исследования структуры несознаваемых ценностных регуляторов управленческой деятельности; анкета выявления ценностных предпочтений менеджеров.

Практическая значимость исследования. Полученные данные могут быть использованы менеджерами и собственниками предприятий в целях оптимизации управленческой деятельности, осмысления и целенаправленной коррекции системы ценностных регуляторов как управленческого, так и исполнительского звеньев; службами управления персоналом для разработки и внедрения программ корпоративного обучения персонала, в целях повышения эффективности подбора персонала. Материалы диссертации могут быть использованы при подготовке учебных курсов по социологии управления, организационной психологии, культурологии.

Апробация основных положений исследования. По материалам диссертационного исследования опубликовано девять авторских работ, в том числе две статьи в рецензируемых изданиях, общий объем публикаций составляет 2,8 п.л.:

- Международной научно-практической конференции «Организация в фокусе социологических исследований» (Н.Новгород, ННГУ им.Н.И.Лобачевского, 14-15 апреля 2005 г.);
- Пятой Международной научно-практической конференции «Государственное регулирование экономики. Региональный аспект»

(Н.Новгород, 20-22 апреля 2005 г.);

- Международной научно-практической конференции «Девиация и делинквентность: социальный контроль» (Н.Новгород, ННГУ им.Н.И.Лобачевского, 21-22 апреля 2006 г.);
- Межвузовской научной конференции «Россия – будущее сегодня: приоритеты и тенденции развития» (Москва, 19-20 апреля 2006 г.);
- Всероссийской междисциплинарной научной конференции, с международным участием «Десятые Вавиловские чтения» посвященные 75-летию МарГТУ «Потенциалы России в глобальном мире: проблема адаптации и развития» (Йошкар-Ола, 16-19 ноября 2006 г.).

Структура работы. Диссертация состоит из введения; двух глав, объединяющих 6 параграфов; заключения; списка литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обосновывается актуальность темы, описывается степень научной разработанности проблемы, формулируются цель, задачи, гипотеза, объект и предмет исследования, характеризуется его теоретико-методологическая база, излагаются положения, выносимые на защиту, раскрывается научная новизна и практическая значимость результатов исследования.

В первой главе диссертационного исследования «Ценностные механизмы регуляции управленческой деятельности в условиях трансформации организационной культуры» проведен обзор различных подходов к пониманию категории организационной культуры; осуществлен анализ теоретико-методологических представлений о ценностях; рассмотрены этнокультурные и социально-исторические детерминанты устойчивости иерархии ценностных регуляторов управленческой деятельности.

В первом параграфе «Организационная культура как объект управленческой деятельности» дан аналитический обзор наиболее известных концепций организационной культуры. В современной управленческой теории организационная культура рассматривается как системообразующий фактор, лежащий в основе организации управления всеми факторами производства (трудовыми ресурсами, капиталом, информацией), определяющий специфику, в том числе и этнокультурную, управленческой практики, системы производственных отношений. Во всем многообразии научных представлений об организационной культуре могут быть выделены два основных подхода к осмыслению этого феномена – рационально-прагматический и феноменологический. В рамках рационально-прагматического подхода организационная культура рассматривается в качестве одного из организационных ресурсов, который может быть использован менеджментом в целях улучшения производственных показателей и достижения долгосрочной эффективности предприятия. В случае необходимости, неэффективная организационная культура может быть изменена лидерами сознательным, целерациональным способом. В соответствии с положениями феноменологического направления, организационная культура трактуется как сущность организации, а не ее атрибут, и представляет собой социокультурное

образование, систему ценностей и представлений, задающих рамки индивидуального поведения работников и деятельности организации в целом. Тем самым, организационная культура обеспечивает конвенционально-согласованное восприятие реальности и соответствующее ему групповое поведение людей. Возможность целенаправленного управленческого воздействия на формирование и изменение организационной культуры сторонниками феноменологического направления практически исключается, более того, считается, что она сама детерминирует парадигму управления. В силу своей социокультурной природы, структура организационных отношений и управленческие формы не могут быть быстро изменены и адаптированы к новому государственному и макроэкономическому состоянию по причине консерватизма и инертности организационной культуры.

В настоящее время оба подхода подвергаются критическому анализу, в частности, в работах М.Элвессона, который не разделяет как чрезмерно оптимистических, так и скептических воззрений на возможности управления организационной культурой. Ж.Т.Тощенко предлагает не противопоставлять рационально-прагматический и феноменологический подходы, а объединить их. Как позиция М.Элвессона, так и точка зрения Ж.Т.Тощенко представляются нам совершенно справедливыми. Организационная культура имеет естественно-искусственную природу, поскольку является частью культуры общества, в котором функционирует предприятие. Вряд ли справедливым было бы как утверждение о том, что организационная культура является исключительно продуктом замысла лидеров, поскольку она испытывает на себе постоянное воздействие многочисленных внешних факторов, так и о том, что процесс формирования организационной культуры в принципе не поддается управленческому воздействию.

Во втором параграфе «Категориальный анализ ценностей и ценностных ориентаций» проведен теоретический анализ различных подходов к определению категории ценности, их природы, сущности, функций, классификаций. Обзор источников показал, что, наряду с категорией ценности в социологической и социально-психологической литературе, активно используется ряд других взаимосвязанных, но не тождественных понятий – «социальные ценности», «личностные ценности», «ценностные ориентации». Перечисленные дефиниции могут быть определены как различные **формы существования ценностей, отличающиеся механизмами формирования и переходящие одна в другую.** Проведенный теоретический анализ убеждает в том, что личностные ценности как индивидуальные корреляты социальных ценностей не всегда в полной мере осознаются субъектом. Тем не менее, будучи укорененными в структуре личности, они обладают «действенной силой», выступают в качестве регуляторов деятельности субъекта вне зависимости от степени их осознанности. Ценностные ориентации как осознанные представления субъекта о собственных ценностях, по мнению большинства авторов (Б.Г.Ананьев,

О.Г.Дробницкий, Д.А.Леонтьев, Е.А.Подольская и др.)¹ в наибольшей степени связанные с управлением поведения как осознанным действием, не всегда соответствуют реально значимым ценностям и наиболее удалены от реального поведения. На основе теоретического анализа концептуальных и методологических подходов к изучению ценностей диссертант определяет понятие «ценностные регуляторы» как не всегда осознаваемые интериоризированные и укорененные в структуре личности социокультурные и, в частности, профессиональные ценности, выступающие в форме активирующей, задающей общие ориентиры и определяющей границы социально допустимого действия инстанции. Показателем того, что ценность выполняет свою регулирующую функцию, является деятельность, направленная на ее практическую реализацию. В противном случае, по нашему мнению, необходимо говорить о «знаемых» ценностях, остающихся на уровне представлений субъекта о собственных ценностях и несводимых к реально действующим ценностным регуляторам.

Подразделение ценностей на «знаемые» (не имеющие реального личностного смысла и побудительной силы) и «действующие» (Г.Олпорт, К.Роджерс, Д.А.Леонтьев и др.)² позволяет объяснить возможное рассогласование между декларируемыми ценностями и реальным поведением индивида. В случае расхождения, полного или частичного, между этими системами, публично декларируемые ценности, определяющие вербальное поведение индивида, могут не соответствовать его фактическому поведению, маскируя совсем иные личностные устремления. Несовпадения декларируемых ценностей и фактического поведения субъекта – одна из важнейших проблем, привлекающих к себе внимание исследователей (М.И.Бобнева, В.Брожек, Д.А.Леонтьев, И.М.Попова и др.)³. В частности, социолог и философ И.М.Попова факт разрыва ценностных представлений с реальным поведением объясняет наличием двух систем отсчета: нормативно-общезначимой, выраженной в логико-вербальной форме, и индивидуально-прагматической, базирующейся на бессознательном уровне. Первая система удалена от реального поведения.

Социальные ценности в каждом обществе организованы в систему, которая детерминируется типом общества, системой его экономических, политических, идеологических и культурных принципов. Господствующие в том или ином социуме ценности влияют на представления людей о жизненном

¹ Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания/Б.Г.Ананьев. – СПб.: Питер,2002; Дробницкий О.Г. Мир оживших предметов/О.Г.Дробницкий. – М., 1967; Подольская Е.А. Ценностные ориентации и проблема активности личности/ Е.А.Подольская. – Харьков, 1991.

² Олпорт Г. Личность в психологии./Г.Олпорт. – М.,1998; Роджерс К. Клиентоцентрированная терапия/К.Роджерс. – М.,1997.

³ Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляция поведения/М.И.Бобнева. – М.: Наука, 1979; Брожек В. Марксистская теория оценки/В.Брожек//Пер. со словацкого. – М.: Прогресс, 1982; Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции/ Д.А.Леонтьев//Вопросы философии. – 1996. – № 4. – С. 34-45; Попова И.М. Ценностные представления и «парадоксы» самосознания/ И.М.Попова//Социологические исследования. – 1984. – № 4. – С.29-36.

успехе, приоритетных целях, наиболее эффективных стратегиях поведения, стилях взаимодействия. Изменения в социально-экономической, политической сферах постепенно приводят к трансформации системы социальных ценностей, которая происходит через их ротацию, то есть изменение их иерархического соподчинения в общественном, групповом и индивидуальном сознании. Скорость изменения социальных ценностей различна. Периферийные ценности изменяются быстрее, глубинные ценности отличаются большей консервативностью. Следствием инертности социальных ценностей является воспроизводство привычных стилей жизни, трудовых, управленческих традиций.

Научная литература, посвященная проблеме ценностей, содержит достаточно большое количество их классификационных моделей, в основе которых лежат различные основания для систематизации. Наиболее отвечающими цели и задачам исследования диссертант находит классификации, предполагающие подразделение ценностей на терминальные и инструментальные (К.Клакхон, М.Рокич, Н.И.Лапин, В.А.Ядов и др.), а также выделение групп общечеловеческих, коллективистических и индивидуалистических ценностей. Анализ моделей измерения национального в организационной культуре (Г.Триандис, Г.Хофштед, Э.Холл, Ш.Шварц и др.) позволил определить ценности, наиболее характерные для парадигм управления в индивидуалистических и коллективистических обществах, подход Л.Н.Захаровой – ценности, наиболее отвечающие долгосрочным стратегическим задачам развития бизнеса в условиях рыночных реформ.

Третий параграф «Этнокультурные основания формирования ценностных регуляторов» посвящен анализу социокультурных факторов, оказавших значительное влияние на специфику иерархии ценностей, составляющих ценностный механизм регуляции управленческой деятельности современных менеджеров. Диссертантом проанализированы исторические корни русской трудовой и управленческой культуры, рассмотрены факторы, оказавшие значительное влияние на ее формирование. Проведен сравнительный анализ систем ценностей и трудовых традиций западной, восточной и российской культур, выделены сходства и ключевые различия между ними. Основной акцент сделан на выяснении причин устойчивости коллективистских ценностей и неразвитости ценностей индивидуализма. Анализ научной литературы, посвященной этой проблематике, показал, что построение современной рыночной экономики может основываться на различных социокультурных ценностях. Все существующее сегодня в мире разнообразие линий общественного развития в целом может быть сведено к двум доминирующим типам культур: «Запада», под которым подразумеваются современные, индустриальные или постиндустриальные капиталистические общества, основывающиеся на ценностях индивидуализма, и «Востока», построенного преимущественно на коллективистских принципах и традиционных ценностях.

Во второй главе «Ценностные детерминанты управленческой деятельности в организационных культурах разного типа», включающей

четыре параграфа, представлены результаты авторского исследования основных особенностей организационной культуры современных предприятий; ценностей, признаваемых менеджерами в качестве ориентиров деятельности и ценностей – способов целедостижения в организационных культурах разного типа, а также актуально неосознаваемых ценностных регуляторов деятельности менеджеров. Проведен сравнительный анализ осознаваемых ценностных представлений современных менеджеров и ценностных регуляторов управленческой деятельности, относящихся к сфере неосознаваемого.

В первом параграфе «Результаты исследования системы ценностных ориентаций менеджеров, работающих в разных типах организационной культуры» изложены результаты диагностики организационной культуры (ОК) предприятий Нижегородского региона и направлений ее развития, а также результаты исследования ценностных предпочтений менеджеров (терминальных и инструментальных ценностей), признаваемых ими в качестве наиболее важных, востребованных, способствующих достижению успеха профессиональной деятельности.

Сравнительный анализ оценок текущего и ожидаемого менеджерами состояния ОК конкретных предприятий позволяет утверждать, что организационная культура большинства из них находится в процессе трансформации. Результаты диссертационного исследования отражают стремление 78% менеджеров тем или иным образом преобразовать существующую культуру, тем самым декларируя приверженность иным ценностям, нежели те, что лежат в основе ОК предприятий, на которых они работают. Направленность предполагаемых преобразований в основном связана либо с рыночной, либо с клановой парадигмами развития. Доля приверженцев рыночного курса развития составляет 43% и превосходит сторонников клановой культуры (31,7%), признающих наиболее благоприятными для развития организаций в современных условиях традиционные ценности отношений. Тем не менее, установлено, что, заявляя о своей приверженности ценностям рыночной культуры, больше половины сторонников рынка высказывают пожелания усиления характеристик клановой культуры, при этом 22,8 % – за счет ослабления рыночных. В целом, доля тех, кто хотел бы сократить в культуре своих предприятий присутствие рыночного компонента за счет увеличения кланового, значительно превышает сторонников увеличения рыночной составляющей (53,1% против 15,7%). Сравнительный анализ выраженности соразмерных составляющих актуально существующей и предпочтительной, с точки зрения менеджеров, организационной культуры показал, что наиболее значимое ослабление рыночной культуры и усиление клановой происходит за счет таких характеристик ОК предприятия, как стиль лидерства и управление персоналом, при сохранении рыночной направленности стратегически целевой компоненты ОК.

Несмотря на то, что большинство менеджеров позиционируют себя сторонниками рыночных преобразований ОК, уровень востребованности ими индивидуалистических ценностей – деловых качеств и стратегий поведения,

наиболее комплементарных рыночной культуре, и в рыночной, и во всех других исследованных типах ОК (клановой, бюрократической, аморфной), невысок и не преодолевает 19% барьера. Степень присутствия в сознании менеджеров традиционных, коллективистических ценностей значительно выше по всей выборке и составляет 30,4%. Наибольшую поддержку получают такие стратегии поведения, как: «Стремление устанавливать и поддерживать хорошие отношения со всеми людьми» (19,7 – 30,4%) и «Персонафикация всех деловых взаимоотношений» (21,7 – 28,2%). Таким образом, сложившаяся сегодня организационно культурная среда большинства российских предприятий не способствует формированию и проявлению типично рыночных ценностей. Результаты наблюдения и интервью убеждают в том, что проблемы формирования рыночной организационной культуры и удержания заданного вектора развития в основном связаны со спецификой формирующейся сегодня организационной культуры рыночного типа, которая на многих российских предприятиях принимает такие формы организационных отношений, практику ведения дел, которые являются для персонала, как минимум, непривлекательными.

Во втором параграфе «Результаты исследования неосознаваемых аспектов ценностной сферы менеджеров» осуществлен анализ иерархического распределения ряда ценностей, составляющих актуально неосознаваемый уровень ценностного регуляторного механизма деятельности менеджеров, а именно: ценности достижения результата, являющейся ключевым регулятором экономической культуры рыночного типа; ценности сохранения хороших отношений – ведущего регулятора деятельности, в том числе и управленческой, характерного для досоветского и советского периода культурно-исторического развития России; этических ценностей, обеспечивающих соблюдение работником морально-нравственных норм. Установлено, что наиболее многочисленную группу (64,5%) составляют респонденты, для которых ценность сохранения хороших отношений с группой является ведущим регулятором деятельности и превалирует над ценностью достижения результата деятельности. Результативные ценности занимают абсолютное первенство в ценностной иерархии 24,7% опрошенных, при менее значимой ценности сохранения хороших отношений в рабочей группе. Отличительной характеристикой еще одной группы респондентов (5,8%) является равновысокая степень значимости в структуре ценностных регуляторов и результативных ценностей, и ценности межличностных отношений. В ходе анализа выделились также группа респондентов (5%), для которых ни одна из вышеперечисленных ценностей не является регулятором. Показано также, что только 29,7% опрошенных менеджеров руководствуются в своем поведении этическими принципами; 30,3% респондентов морально-этические нормы игнорируются и они демонстрируют готовность пренебрегать ими; около 40% массива опрошенных при выборе стратегии поведения руководствуются, прежде всего, утилитарными соображениями и основываются на экономической целесообразности тех или иных действий, в зависимости от которой ставится соблюдение или игнорирование моральных

норм. Этически выдержанное поведение не представляется этой группе менеджеров экономически выигрышным.

В третьем параграфе «Компаративный анализ содержаний осознаваемых и декларируемых менеджерами ценностей и актуально неосознаваемых ценностей, лежащих в основе регуляции управленческой деятельности» проведено сопоставление этих двух уровней регуляторов. В результате было установлено существенное расхождение между ними, дающее основание полагать, что ценности рыночной культуры воспринимаются менеджерами лишь на формальном, но не на глубинном уровне. Так, из 43% руководителей, позиционирующих себя как сторонников рыночных преобразований ОК, только 5% имеют систему ценностных регуляторов, соответствующую выбранному курсу развития, отвечающую требованиям цивилизованных рыночных отношений и интересам общества в целом. Обращает на себя внимание также тот факт, что 9,6% из 24,7% ориентированных на результат менеджеров делают выбор не в пользу рыночной модели организационной деятельности, а определяют в качестве наиболее приемлемого развитие по типу клановой, бюрократической или аморфной культуры. Сторонники клановой парадигмы развития составляют 31,7% от общего количества опрошенных, однако 64,5% менеджеров строит свое поведение именно на основе ценностей клановой культуры. Отсюда вполне уместно заключить, что иерархия ценностей, лежащая в основе регуляционного механизма управленческой деятельности большей части современных российских менеджеров, не обеспечивает перевод дореформенных моделей управления в рыночный формат.

В Заключении приведены итоги диссертационного исследования. Теоретический анализ современных концепций организационной культуры позволил конкретизировать применительно к цели исследования понятие данного феномена как социально-организационных условий формирования и проявления тех или иных ценностных регуляторов поведения персонала. На основе теоретического анализа концептуальных и методологических подходов к изучению ценностей сформулировано определение категории «ценностные регуляторы деятельности». Определено, что иерархия ценностных регуляторов российских менеджеров в значительной мере оказывается зависимой от российской социокультурной традиции. Влияние русской национальной культуры проявляется в высокой значимости ценности сохранения хороших отношений, занимающей лидирующие позиции в иерархии ценностных регуляторов управленческой деятельности и в современных условиях. На основании эмпирических исследований установлено, что основным направлением организационно-культурных преобразований является ориентация на рыночную модель управления, как наиболее соответствующую, с точки зрения менеджеров, вызовам внешней рыночной экономической среды. Вместе с тем, зафиксировано статистически значимое сокращение рыночной доли в организационной культуре большинства предприятий при явно выраженном увеличении клановой составляющей. Показано, что организационная культура большинства российских предприятий продолжает

продуцировать и поддерживать ценности, характерные для организационной культуры дореформенного периода, и не способствует формированию и проявлению ценностных регуляторов, отвечающих рыночной парадигме управления, что в целом затрудняет ее реализацию. Разработанный автором методический инструментарий позволил выявить актуально неосознаваемые ценностные регуляторы деятельности современных менеджеров и сопоставить их с ценностями, признаваемыми менеджерами в качестве основы для построения и развития организационной культуры. В результате было установлено существенное противоречие в иерархиях ценностей этих двух уровней ценностной регуляции деятельности менеджеров, выступающее сдерживающим фактором формирования организационной культуры рыночного типа.

Основные публикации по теме диссертации:

1. Зеленова Н.Ю. Ценностные детерминанты российской трудовой и управленческой культуры//Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского: Серия Социальные науки. – Вып. 1(6). – Н.Новгород: Изд-во ННГУ – 2007. – С. 232-240. – ISSN 1811-5942 (0,5 п.л.).
2. Зеленова Н.Ю., Хмелев Е.А. Исследование роли родителей в формировании ценностных ориентаций подростков//Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского: Серия Социальные науки. Выпуск 1(4). Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 2005. – С. 99 -105. – ISSN 1811-5942 (0,4 п.л.).
3. Зеленова Н.Ю. К вопросу о коллективизме в российской деловой культуре//Социальные преобразования и социальные проблемы. Сборник научных трудов (Выпуск 2). – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2005. – С. 10-21. – ISBN 5-93116-079-5 (0,6 п.л.).
4. Зеленова Н.Ю. Этнокультурные детерминанты организационной культуры//«Организация в фокусе социологических исследований»: В 2-х т. Том 1/Под общей редакцией проф. З.Х.Саралиевой.– Н.Новгород: Изд-во – НИСОЦ, 2005. – С.398-401. – ISBN 5-93116075-2 (0,1 п.л.).
5. Зеленова Н.Ю. Влияние семьи на формирование ценностных ориентаций//Государственное регулирование экономики. Региональный аспект. Материалы Пятой Международной научно-практической конференции: в 2 т. Том II – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И.Лобачевского, 2005. – С.349-350. – ISBN 5-85746-882-5 (0,1 п.л.)
6. Зеленова Н.Ю. Дон Слэйтер, Фрэн Тонкис. Рыночное общество: рынок и современные социологические теории. (Реферативный перевод фрагмента главы «Коммерция и культура» из монографии)//Перспективы: Сборник научных статей/Составитель и научный редактор З.Х. Саралиева. – Н. Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2006. – С.86-94. – ISBN 5-93116-076-0 (0,4 п.л.)
7. Зеленова Н.Ю. Этические ценности в современном российском бизнесе: проблема моральной регуляции поведения субъектов управленческой деятельности//Девиация и делинквентность: социальный контроль: Сб. материалов международной конференции. В 2-х т. Том 2 /Под общей

редакцией проф. З.Х.Саралиевой. – Н.Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2006. – С. 155-157. – ISBN 5-93116-080-9 (0,1 п.л.)

8. Зеленова Н.Ю. Особенности иерархии ценностей современных менеджеров в условиях рыночных реформ в России//РОССИЯ – БУДУЩЕЕ СЕГОДНЯ: приоритеты и тенденции развития. Материалы межвузовской научной конференции. – М.: МПГУ, 2006. – С.93-96. (0,2 п.л.)
9. Зеленова Н.Ю. Положение этических ценностей в иерархии ценностных регуляторов поведения субъектов управленческой деятельности//Потенциалы России в глобальном мире: проблема адаптации и развития. Десятые Вавиловские чтения: материалы постоянно действующей Всероссийской междисциплинарной научной конференции, с международным участием/Под общей редакцией проф. В.П.Шалаева: в 2 ч. – Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, 2006. – Часть I. – С.75-77. – ISBN 5-8158-0537-8 (0,2 п.л.)