

УДК 316.65.0



М.А. Васьков

M.A. Vaskov

**ЗНАЧЕНИЕ ЗАПАДНЫХ
И ВОСТОЧНЫХ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ
ИНВАРИАНТОВ ДЛЯ
ТРАНСФОРМАЦИИ
УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ
ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ**

**THE IMPORTANCE OF THE
WESTERN AND EASTERN
MANAGEMENT INVARIANTS
FOR THE TRANSFORMATION
OF THE MANAGEMENT
CULTURE OF THE RUSSIAN
BUSINESS ENVIRONMENT**

В статье рассматривается значение различных западных и восточных инвариантов управленческих практик для трансформации управленческой культуры российской деловой среды в целях совершенствования качества управленческой деятельности.

Ключевые слова: социальные институты, управленческая культура, управление, бизнес-среда, социальная система.

М.А. Васьков

Доктор социологических наук, старший преподаватель кафедры моделирования социальных процессов факультета социологии и политологии ЮФУ (г. Ростов-на-Дону).
e-mail: vaskovmaxim@mail.ru

© Васьков М.А., 2012

The article discusses the importance of the various Eastern and Western invariants of the management practices for the transformation of the management culture of the Russian business environment in order to improve the management quality.

Key words: social institutions, management culture, management, business environment, the social system.

M.A. Vaskov

Doctor of Sociology, senior lecturer in social processes modeling Department of Sociology and Political Science Faculty, Southern Federal University. (Rostov-on-Don).
e-mail: vaskovmaxim@mail.ru

© Vaskov M.A., 2012

В современных глобальных трансформациях, затрагивающих управленческую сферу российского бизнеса, важное значение приобретает сопротивление культурной среды внедрению различных управленческих инноваций, разработанных в западном и восточном инвариантах управленческих культур. Автор данной статьи несклонен абсолютизировать цивилизационные отличия России от западной и восточной деловой среды, которая в условиях глобализации склонна к определенной нивелировке деловых ценностей и деятельностных подходов. Однако сейчас усиливается необходимость внедрения передовых управленческих практик в связи с прогнозируемым обострением конкуренции во всех аспектах деятельности бизнес-структур. Культурная специфика обнаруживается при рассмотрении смыслов управленческой и трудовой деятельности, которые задаются национальной культурой. Они обнаруживаются в отношении человека к своей работе (соотношение творческого и исполнительского компонентов, самостоятельность, интеллектуальность, ритм и др.) и в специфике взаимодействия людей в сфере управленческих отношений. Именно здесь культура играет приоритетную роль в функционировании любых социальных организаций. При «автоматическом» переносе сложившихся в определенных условиях норм и ценностей те из них, которые эффективно работали первоначально, могут не работать в новых условиях и даже привести к отрицательному результату [1].

Научный поиск влияния цивилизационных отличий на эффективность функционирования бизнеса – явление в науке относительно новое, вызванное бурным послевоенным ростом экономики Японии, восстановлением побежденной Германии, а в настоящее время бурным ростом азиатских и латиноамериканских экономик Китая, Индии и др. Апологеты влияния цивилизационного (национального, культурного или религиозного) фактора считают, что их реализация создает эффект синергии. На практике это проявляется в виде эффекта от реализации культуры данного народа, применяющего в управлении передовые технологии менеджмента и через них реализующего свои национальные особенности. Сейчас изучение данного направления в социологии управления проводится в рамках исследований по кросс-культурному менеджменту [2].

К факторам культурного окружения организации можно отнести следующие: национальные и глобальные экономические условия; государственную политику, оказывающую влияние на экономическую деятельность бизнес-структур; законы национальные и международные договоренности, регулирующие различные аспекты ведения бизнеса; особенности сознания и культуры персонала.

Немаловажной в этом отношении является роль происходящих в современном российском обществе процессов социетального уровня, обуславливающих или оказывающих в различной форме влияние на об-

щий контекст, в котором происходят изменения в управленческой культуре конкретных коммерческих организаций. Такие социальные факторы и явления определяют базовые условия, в рамках которых функционируют его институты и социальные практики, связанные с управленческой деятельностью в крупных коммерческих организациях Юга России.

В современных условиях стабильные правила и процедуры, посредством которых осуществляется управление, необходимое для достижения стратегических целей организации, можно классифицировать следующим образом:

1) повышают эффективность путем исключения ненужных повторов процесса, приводящего к удовлетворительному решению;

2) указывают работникам направление действий, которое по опыту с высокой степенью вероятности должно быть успешным и способствовать достижению целей;

3) дают возможность руководителям точно предвидеть, что будут делать подчиненные в конкретной ситуации;

4) позволяют проводить точные сравнения с прошлыми результатами или других групп [3].

Социальные факторы, связанные с наличием цивилизационных и культурных особенностей, аналитически можно разделить на две основные группы – внешние и внутренние.

Внешние факторы выступают как система определенных социальных норм, связей и отношений, отражающих специфику данного общества, в структуру которого включена коммерческая организация как социальный субъект. Они формируют макроустановки самой социальной среды, в которой создается организация и формируется и трансформируется ее управленческая культура. Данные факторы оказывают воздействие на управленческую культуру сами по себе и одновременно формируют социальные институты, определяющие параметры управленческой культуры и профессионального поведения руководителя, управленческую культуру организации.

Управленческая деятельность рациональна по своей природе, однако, по мнению ряда авторитетных специалистов, уже само понятие рациональности в управленческой деятельности связано с социальными особенностями и спецификой общества, где данная организация функционирует. Вместе с тем особенность именно крупных коммерческих организаций состоит в том, что они не только сами подвергаются влиянию социальной обстановки, но и отчасти сами формируют социальные условия своих регионов.

Управленческая культура осуществляется через управленческую деятельность внутри организации, и, следовательно, на нее оказывают

воздействие внутренние факторы, связанные с социальными свойствами и спецификой самой организации.

Поведение человека в контексте управленческой культуры может определяться следующими основными группами личностных и внешних факторов:

- 1) социокультурным фоном и действием макро-культурных факторов;
- 2) эмоциональным фоном управленческой деятельности, характеризующим психологический комфорт организации в целом и конкретно для каждого ее сотрудника;
- 3) способностями к восприятию новых знаний, касающихся управленческой деятельности, и к их практическому использованию с учетом многообразия различных ситуативных аспектов;
- 4) имеющимися знаниями и профессиональными компетенциями;
- 5) местом конкретного руководителя в управленческой иерархии и, соответственно, набором функциональных обязанностей и должностных компетенций.

В исследовании долгосрочных трансформаций управленческой деятельности в условиях институциональной нестабильности и неформальности российского бизнеса наиболее важны крупные и не зависящие от воли человека социокультурные факторы. В данной статье под социокультурными факторами, оказывающими влияние на трансформацию управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, автор понимает следующее:

1. Социальное окружение – оказывает очень значимое, а иногда и определяющее влияние на формирование всего комплекса социальных стереотипов, которые формируют управленческое мышление руководителя, типы управленческого поведения, ценности, нормы, допустимые для организации поведенческие образцы, подходы и методы к реализации управленческой деятельности, межличностному взаимодействию, т.е. основные составляющие управленческой культуры как системы ценностей и способа организации и реализации управленческой деятельности.

2. Социальные стереотипы и определенный поведенческий и ценностный код, создаваемые социумом, – оказывают влияние на характер и функциональную составляющую управленческой культуры коммерческой организации в зависимости от их содержания и способа формирования. Они, во-первых, вырабатываются в результате управленческой деятельности как руководителя, так и организации в целом. Во-вторых, социальные стереотипы воспринимаются из внешней социальной среды, а адаптируются и воспроизводятся уже в рамках конкретной организации.

3. Общая управленческая культура – транслирует содержание существующих в современном российском обществе общих представлений о принципах и содержании управленческой культуры и управленческой

деятельности на уровне управленческого мышления индивида (руководителя организации) и управленческой культуры организации как социальной ячейки. Однако существует и определенная обратная связь в процессе непосредственной управленческой деятельности, когда формируются новые подходы и новые ценности, которые от организации могут транслироваться в общество. Это возможно именно на уровне крупных коммерческих организаций. Они создают определенные образцы управленческой деятельности, которые могут восприниматься в их социальном окружении и, в свою очередь, трансформировать социальную реальность, внедряя новый комплекс идей и образцов поведения.

4. Психоэмоциональные качества индивида как участника управленческих отношений и носителя управленческой культуры, с одной стороны, имеют субъективную природу, связанную с индивидуальными характеристиками, но, с другой стороны, подвергаются объективному влиянию доминирующих в организации, группе, обществе в целом определенных социальных настроений. Для управленческой культуры значимыми являются оба уровня: руководитель, который во многом определяет характер управленческой культуры своей организации, его воздействие осуществляется индивидуально на коллектив и его подсистемы, и уровень коллектива, т.е. руководители нижестоящих уровней и подчиненных, влияние которых, как правило, является коллективным и реализуется в качестве суммы в отдельности незначительных личных влияний. Однако руководитель не может не учитывать их как определенную среду, в которой он осуществляет управление.

5. Фактор, связанный с социальными качествами самой бизнес-среды, в которой функционирует каждая отдельная коммерческая организация. Она складывается из трех взаимосвязанных компонентов: социального, экономического и правового. Социальный компонент выражает доминирующее отношение общества, его специфику и определяет общие социально-психологические условия деятельности организации. Правовой компонент определяет «правила игры», или социальные институты [4], которые установлены в данном обществе для взаимодействия участников управленческой деятельности: руководителей организаций, руководителей структурных подразделений, рядовых сотрудников и государства. Экономический компонент в социальном контексте отвечает за создание экономических условий деятельности коммерческих организаций, которые, в свою очередь, определяют цели, задачи, а также стратегии их достижения, для чего формируются и, в случае необходимости, трансформируются управленческая культура, организационные и управленческие системы организации. Таким образом, совокупность социальных факторов данной категории отвечает за институциональное оформление управленческой культуры.

Управленческая культура любой организации формируется в условиях полиэтнической и поликультурной внешней социальной среды. Следовательно, значительное влияние на управленческую культуру коммерческой организации оказывают социокультурные и этнокультурные факторы. Эти факторы, с одной стороны, исходят от данного общества, а с другой – взаимодействуют с факторами, привнесенными процессом глобализации. Социокультурный фактор в самом широком значении данного понятия – это совокупность всех характеристик данного общества, в котором живут руководители и подчиненные, существует и действует сама коммерческая организация. Его значение как социального явления, оказывающего важное влияние на управленческую культуру, определяют, во-первых, современные миграционные процессы, во-вторых, территориальное расширение крупных коммерческих организаций Юга России, которые выходят за рамки своих базовых территорий. Создание структурных подразделений коммерческих организаций и трансляция управленческой культуры в регионы с другим этническим составом населения порождают проблемы, связанные с несоответствием принятым ценностям и нормам поведения, что, в свою очередь, приводит к отторжению или к взаимной трансформации управленческой культуры и культуры оказавшихся в орбите данной организации сотрудников. Трудовые миграционные процессы приводят к формированию полиэтнических коллективов, поэтому руководитель в процессе управленческой деятельности должен учитывать и специфику сотрудников, обусловленную этнической принадлежностью, ментальностью, традициями [5].

Итак, исходя из вышеобозначенного, можно сделать вывод и определить следующее фундаментальное различие между западными и восточными управленческими ценностными системами, посредством сравнения которых можно прояснить вопрос о существовании российского типа управленческой культуры. Современные реалии и стратегии управления ориентированы на достижение максимальной экономической прибыли и эффективности, где сохранение трудового коллектива и развитие творческого потенциала и личности сотрудников для достижения ими максимально возможного личного успеха, из суммы которых складывается такое социальное понятие, как «успех всей организации», – лишь один из инструментов для достижения основных целей стратегии. При этом постепенно размывается восточная модель управленческой культуры достижения гармонии в коллективе и создания условий для самореализации в его рамках личности сотрудника и его творческого потенциала. Проблема заключается в том, что необходимо соотнести теоретические изыскания, проводившиеся в данном направлении, с социальной реальностью, т.е. с тем, как оценивают значение данных факторов носители управленческой культуры, и какую роль они играют в реальности.

Примечания:

1. Культура имеет значение / пер. с англ.; под ред. С. Хантингтона. М.: Московская школа политических исследований, 1996. С. 118.
2. *Холден Н.Дж.* Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента / пер. с англ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005; Сравнительный менеджмент / под ред. С.Э. Пивоварова. СПб., 2006.
3. *Долятовский В.А., Долятовский В.В.* Основные концепции менеджмента. Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. С. 41.
4. *Норт Д.* Институты, функционирование экономики / пер. с англ. М.: Экономика, 1997. С.17.
5. *Старостин А.М., Понделков А.В.* и др. Социальное управление: вопросы теории и методологии. Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2009. С. 164.