

0- 788301

*На правах рукописи*

*Васьков*

**Васьков Максим Александрович**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ  
КУЛЬТУРЫ КРУПНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ  
ОРГАНИЗАЦИЙ ЮГА РОССИИ**

22.00.08 – социология управления

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
доктора социологических наук

Ростов-на-Дону – 2011

**Работа выполнена в ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»**

- Научный консультант:** Заслуженный деятель науки РФ,  
доктор философских наук, профессор  
**Волков Юрий Григорьевич**
- Официальные оппоненты:** доктор социологических наук, профессор  
**Нечушкин Александр Юрьевич**  
доктор социологических наук, профессор  
**Щербакова Лидия Ильинична**  
доктор социологических наук, профессор  
**Халий Ирина Альбертовна**
- Ведущая организация:** **ГОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»**

Защита состоится «17» июня 2011 г. в 10<sup>00</sup> на заседании Диссертационного совета Д 212.208.01 по философским и социологическим наукам в Южном федеральном университете (344006, г. Ростов на Дону, ул. Пушкинская, 160, ИПК ЮФУ, ауд. 34).

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Южного федерального университета (344006, г. Ростов н/Д, ул. Пушкинская, 148).

Автореферат разослан 16 мая 2011 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



А.В. Верещагина

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000677838

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования.** В современной России научным сообществом, представителями власти и общественностью признается наличие кризиса существующей системы управления в коммерческом секторе. Особенно остро данная проблема затронула Юг России, который является одним из наименее успешных регионов, несмотря на достаточно большие инвестиции федерального центра, наличие природных и человеческих ресурсов. Для выявления причин данного положения и разработки методов его преодоления необходимо обратить внимание на культурную специфику данного региона. Чтобы получить полную информацию о проблемах, связанных с неэффективным управлением в коммерческом секторе, требуется провести глубокий социологический анализ специфики управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, поскольку именно они обеспечивают условия для стратегического развития регионов в современных условиях. В гносеологическом плане актуальность темы диссертационного исследования определяется необходимостью получить новое научное знание и дать теоретическое осмысление происходящих трансформационных процессов в управленческой культуре крупных коммерческих организаций Юга России, выявить и изучить специфику данной трансформации, особенно в контексте глобальных процессов, связанных с изменениями в российском обществе в целом. Также необходимо учесть и проанализировать социальные последствия экономического кризиса, определить характер их влияния на управленческую культуру крупных региональных коммерческих организаций Юга России, выявить существующие тенденции трансформации.

Изучение управленческой культуры важно и в прикладном плане. Оно может помочь преодолеть дисфункции и девиации в управлении крупными коммерческими организациями Юга России, стать основой для разработки инновационных методов управления ими через повышение качества их управленческой культуры.

**Степень научной разработанности темы.** Рассматривая степень изученности данной научной темы, необходимо отметить, что трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России в социологии управления еще не рассматривалась. Однако можно отметить ряд работ, в которых содержится общетеоретический анализ управленческой культуры в парадигме социологии управления. Прежде всего, нужно обратить

внимание на обобщающее исследование А.Н. Митина<sup>1</sup>. Он рассматривает управленческую культуру лишь в качестве совокупности морально-этических норм, выражающихся в конкретной управленческой деятельности. В этом же направлении изучают управленческую культуру Л.В. Ладатко, П. Милютин и М.К. Старовойтов<sup>2</sup>. Данные авторы связывают её с личностными характеристиками руководителей организаций, акцентируя внимание на психологических, а не на социальных факторах.

Далее необходимо отметить исследования С.В. Алиевой<sup>3</sup>, Г.И. Герасимова, Н.С. Речкина<sup>4</sup> Д.А. Почевалова<sup>5</sup>, которые рассматривают управленческую культуру не просто как часть организационной культуры, а относят к составляющему элементу профессиональной культуры корпуса руководителей и выстраивают её типологию исходя из теории стилей управления, которые часто выступают синонимами.

Отдельные аспекты, касающиеся роли управленческой культуры в управлении и её значения в качестве составляющего элемента организационной культуры, рассматривались в исследованиях: Л.Н. Албастовой, В.К. Белолипецкого, А.Р. Галлямова, К.М. Дзыбова, Д.К. Захарова, Г.П. Зинченко, В.Г. Игнатова, А.И. Ионова, А.Я. Кибанова, Т.Д. Коваленко, В.Г. Коновалова, Ю.Д. Красовского, О.И. Мартиросьянц, Н.В. Мартыненко, Т.В. Мартыненко, Б.З. Мильнера, Н.Н. Могутова, И.В. Мостовой, Л.Г. Павлова, А.Г. Поршнева, А.И. Пригожина, Ю.Г. Семенова, В.Н. Стадниченко, О.Е. Чапкиной, Ф.И. Шамхалова, В.Д. Шепеля<sup>6</sup>. Управленческая культура

<sup>1</sup> Митин А.Н. Культура управления. Екатеринбург: Изд-во Уральского гос унив., 2000.

<sup>2</sup> Ладатко Л.В. Этика и культура управления. Ростов-н/Д: Феникс, 2006; Милютин П. Управленческая культура личности и факторы её развития. // Власть, 2007. С. 46.; Старовойтов М.К. Современная российская корпорация (организация, опыт, проблемы). М.: Наука, 2001.

<sup>3</sup> Алиева С.В. Профессиональная культура государственных и муниципальных служащих: состояние и условия инновационной трансформации (на материалах Южного федерального округа). Ростов-н/Д: Наука-Пресс, 2007.

<sup>4</sup> Герасимов Г. И., Речкин Н.С. Трансформация управленческой культуры в муниципальной системе образования. Ростов-н/Д.: Издательство РГУ, 1998.

<sup>5</sup> Почевалов Д.А. Типология управленческих культур. // Знание. Понимание. Умение. 2008. № 3. С. 67-69;

<sup>6</sup> Албастова Л.Н., Мартыненко Т.В. Управление организацией: теории и технологии. М.: РАГС, 2004; Белолипецкий В.К., Павлова Л.Г. Этика и культура управления. М.: - Ростов-н/Д: 2004; Дзыбов В.Д. Организационно-управленческая культура руководителей в трансформирующемся обществе: дис. канд. социол. наук. Ростов-н/Д: 2003; Дзыбов

рассматривалась ими с точки зрения ее морально этического и нравственного содержания, исходя из социальных параметров и характеристик отдельно взятых организаций, но без привлечения социологической информации.

Среди отечественных социологов, непосредственно рассматривавших проблематику управленческой культуры в связи с организационной и корпоративной культурой, заметное место занимает научное направление, отдающее приоритет изучению структурно-функциональных аспектов. Это, прежде всего работы: И.Г. Акперова, А.Н. Асаула, М.А. Асаула, П.Ю. Ерофеева, М.П. Ерофеева, Н.Л. Захарова, Н.А. Канискина, А.В. Клепача, П.Н. Кузнецова, П.К. Крючковой, Ж.В. Масликова, А.П. Прохорова Д.Н. Речкина<sup>7</sup>, которые

*К.М., Мостовая И.В.* Инновационное управление: эволюция социальных идей. Ростов-н/Д: 1996; *Зинченко Г.П.* Социология управления. Ростов-н/Д: Феникс, 2004; *Коваленко Т.Д.* Деловое гостеприимство как компонент управленческой культуры (на примере промышленных предприятий): дис. канд. социол. наук. Пенза: 2007; *Красовский Ю.Д.* Социокультурные основы управления. М.: ЮНИТИ, 2007; *Мартиросьянц О.И.* Организационная культура как фактор повышения эффективности социального управления. дис. канд. социол. наук. Пятигорск, 2007; *Мартыненко Н.В.* Организационная культура как фактор управления человеческими ресурсами. Дисс. на соискание уч. степ. канд. социол. наук. Волгоград, 2009; Мильнер Б.З. Теория организации. М.: ИНФРА-М, 2005, *Мозутова Н.Н.* Корпоративная культура: понятие, подходы. // Социс. 2005. № 4.; *Морган Г.* Имиджи организации. Пер. с англ. М.: Вершина, 1999; *Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатина Н.А.* Управление организацией. – М., 2007.; *Пригожин А.И.* Методы развития организаций. М.: Изд-во ЗАО МЦФЭР, 2003; *Он же.* Дезорганизация. М.: Альпина бизнес букс, 2007; *Стадниченко В.Н.* Теория организации как феномен управленческой культуры. // Власть и управление: сб. докл. Всерос. Науч.-практ. конф., Вып. 2; Ростов-н/Д: СКАГС, 1997; *Чапкина О.Е.* Мотивационный потенциал корпоративной культуры управления. дис. канд. социол. наук. Хабаровск.: 2008; *Шамхалов Ф.И.* Государство и экономика. Власть и бизнес. М.: Экономика, 2005; *Шенель В.М.* Эффективный менеджмент. Мыслить по-русски. М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2005;

<sup>7</sup> *Абрамов Р.Н.* Российские менеджеры: социологический анализ становления профессии. М.: КомКнига – УРСС, 2005; *Акперов И.Г., Масликова Ж.В.* Особенности формирования организационной культуры в современной России. // Теория коммуникации и прикладная коммуникация. Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 1. Ростов-н/Д: 2002; *Асаул А.Н.; Асаул М.А.; Ерофеев П.Ю.; Ерофеев М.П.* Культура организации. Проблемы формирования и управления СПб.: Гуманистика, 2003; *Захаров Н.Л.* Бизнес в России. Специфика управления М. - СПб.: Вершина, 2006; *Канискин Н.А.* Западный менеджер и советский директор. // Экономика и организация

проводили исследование специфики управления коммерческими организациями в российских социокультурных условиях. Она, по их мнению, связана с социальными характеристиками российского общества, выражающимися в отношении к труду, управленческим иерархиям и т.п., которые делают невозможным внедрение в России зарубежных методов управления. Здесь необходимо отметить и ряд работ российских авторов, изучавших влияние зарубежных практик на социокультурную трансформацию управленческой деятельности в России, в частности Р.Н. Абрамова, А.В. Тихонова, В.А. Ядова<sup>8</sup>, которые наоборот, смогли показать возможности для трансформации социальных и, в частности управленческих систем, а так же восприятия иностранного управленческого опыта.

За рубежом подходы к изучению управленческой культуры крупных коммерческих организаций были первоначально разработаны в рамках следующих теорий: «человеческих отношений» (К. Роджерс, А. Маслоу, Э. Мэйо, Ф. Ретлисбергер, М. Фоллет), теории «человеческих ресурсов» (С. Кови), теории «организационного поведения» или «бихевиористской школы» (К. Арджирис, Ф. Герцберг, Р. Лайкерг, Д. Мак-Грегор). Основное достижение этих научных направлений заключается в доказательстве важности развития управленческой культуры для эффективной работы коммерческой организации и в определении ее ценностных характеристик в контексте социального поведения. Заметный вклад в теоретическую разработку понятия управленческой культуры внесли А.Р. Harvey, И.К. Адизес, М. Альберт, И. Ансофф, С. Гарсия, Ф.Ж. Гуияр, Ф. Деминг, С. Долан, П.Ф. Друкер, К. Камиллери, Дж.Н. Келли, С. Кови, М. Месхон, Х. Роббинс, М. Финли, Ф. Хедоури<sup>9</sup>, которые рассматривали

---

промышленного производства. 1990. № 5; *Клепач А.В., Кузнецов П.Н., Крючкова П.К.* Корпоративное управление в России в 1995 – 1996 гг. (от предприятия советского типа к фирме контролируемой менеджерами). // Вопросы экономики. 1996. № 12; *Прохоров А.П.* Русская модель управления. М.: Эксмо, 2007; *Речкин Д.Н.* Российская модель управления. Волгодонск: Волгодонское полиграфобъединение, 2009.

<sup>8</sup> *Тихонов А.В.* Социология управления. Теоретические основы. М.: Изд-во. Канон+ РООИ Реабилитация, 2009; *Воздействие западных социокультурных образцов на социальные практики в России.* Под ред. Ядова В.А. М.: Таус, 2009.

<sup>9</sup> *Harvey A. R.* Turf Wars. NY. 1988; *Адизес И.К.* Управление жизненным циклом организации. Пер. с англ. СПб.: Питер, 2007; *Кови С.* Семь навыков высокоэффективных людей. Пер. с англ. М.: Альпина бизнес букс, 2007; *Он же.* Восьмой навык. Пер. с англ. М.: Альпина бизнес букс, 2007; *Ансофф И.*

управленческую культуру в контексте происходящих в организации процессов совместной деятельности и социального взаимодействия.

Анализ степени научной разработанности темы показывает, что наряду с уже изученными и не вызывающими дискуссий аспектами, существуют значительные пробелы и возможности для дальнейших исследований управленческой культуры и её трансформации именно как социального явления. Можно констатировать, что достаточно полно изучена ценностная составляющая управленческой культуры, соответствие её нравственным основам общества, так же определено её значение в контексте организационной и профессиональной культуры.

Однако можно выявить и ряд научных проблем, которые еще не поднимались в профильной социологической литературе. В частности нет работ, в которых предпринимались бы попытки рассмотреть управленческую культуру в качестве социального явления, формирующего комплексы внешних и внутренних социальных факторов связанных с изменениями, происходящими в российском обществе и влиянием общемировых тенденций связанных с глобализацией. Также существуют лакуны и потребность дальнейшего исследования в тех аспектах, которые касаются трансформации управленческой культуры в её ценностном, деятельностном, структурно-функциональном и прикладном аспектах.

**Целью исследования** является разработка социологической концепции трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России.

Реализация поставленной цели диссертационного исследования предполагает решение следующих **исследовательских задач**:

---

Стратегическое управление. Пер. с англ. М.: Дело, 2009; *Блейн Л.* Принцип власти. Пер. с англ. М.: Альпина бизнес букс, 2006; *Гуияр Ф.Ж., Келли Дж.Н.* Преобразование организации. / Пер. с англ. М.: Дело, 2000; *Друкер П.* Эффективный руководитель. Пер. с англ. М.: ООО ИД Вильямс, 2010; *Он же.* Задачи менеджмента в XXI веке. Пер. с англ. М.: ООО ИД Вильямс, 2004, Он же Менеджмент: задачи, обязанности, практика. Пер. с англ. М.: ООО ИД Вильямс, 2008; *Деминг Ф.* Выход из кризиса. Новые подходы к менеджменту. Пер. с англ. СПб.: Питер, 2007; *Камиллери К.* Идентичность и управление культурными несоответствиями: попытка типологии // Вопросы социологии. 1993 № 1-2; *Месхон М., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. Пер. с англ. М.: ООО ИД Вильямс 2007; *Роббинс Х., Финли М.* Почему не работают команды? Пер. с англ. М.: Добрая книга, 2005.

- определить существующие теоретико-методологические подходы к изучению трансформаций управленческой культуры крупных региональных коммерческих организаций;

- разработать методологический конструкт исследования трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- рассмотреть источники эмпирической информации и методический инструментарий социологического изучения трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- рассмотреть влияние трансформации российского общества в условиях глобализации на формирование управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- выявить роль в трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России факторов, связанных с социальными изменениями на Юге России;

- определить характер и механизмы влияния особенностей формирования и развития крупных коммерческих организаций Юга России на их управленческую культуру;

- проанализировать традиционный тип управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- рассмотреть управленческую культуру крупных коммерческих организаций Юга России переходного типа;

- изучить инновационный тип управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- выявить специфику управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- определить существующие тенденции трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- предложить способы повышения эффективности управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России.

**Объектом исследования** является управленческая культура крупных коммерческих организаций Юга России.

**Предметом исследования** является процесс трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России.

**Гипотеза диссертационного исследования.** Управленческая культура крупных коммерческих организаций Юга России трансформируется в контексте присущих этому региону социальных



тенденций, определяющих её нестабильный и противоречивый характер и приводящих к неэффективности управления. Попытки использовать инновационные методы управленческой деятельности, как правило, заимствованные из зарубежных управленческих практик, сталкиваются с сохраняющимися устаревшими ценностями и поведенческими стереотипами, характерными для традиционной и консервативной культуры регионов Юга России. Под влиянием социокультурных и глобализационных факторов, а также особенностей формирования крупного бизнеса на Юге России сложились определенные типы управленческой культуры, и повышение качества работы и конкурентоспособности крупных коммерческих организаций связано с внедрением инновационного типа управленческой культуры, который позволит повысить эффективность управленческой деятельности.

**Теоретико-методологической базой исследования, в зависимости от решаемых исследовательских задач, является совокупность методологических подходов разработанных в рамках классической и неклассической парадигм социологической науки.**

В рамках классической парадигмы, рассматривая структуру и функции управленческой культуры, её место в структуре систем управления коммерческими организациями, автор опирался на методы структурно-функционального анализа, представленные в работах Р. Мертон и Т. Парсонса<sup>10</sup>. Методологические подходы, представленные в рамках классической парадигмы, использовались также при исследовании трансформации деятельности составляющей управленческой культуры. В частности, использовалась теория социального действия и процессный подход М. Вебера.

Для изучения ценностного содержания трансформации управленческой культуры автором использовались принципы, разработанные в рамках неклассической парадигмы социологии - методологии социологической феноменологии А. Шюца<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> *Парсонс Т.* О структуре социального действия. / Пер. с англ. М.: Академический проект, 2000; *Он же.* О социальных системах. / Пер. с англ. М.: Академический проект, 2002; *Мертон Р.* Социальная теория и социальная структура. / Пер. с англ. М.: АСТ, 2006.

<sup>11</sup> *Шюц А.* Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. / Пер. с англ. М.: Изд. Институт Фонда «Общественное мнение» 2003; *Он же.* Избранное. Мир, светящийся смыслом. / Пер. с англ. и нем. М.: РОССПЭН, 2004.

При проведении исследования автор также использовал общенаучные методологические достижения системного подхода применительно к сфере управления.

**Эмпирическую базу исследования** составляет корпус источников эмпирической информации, включающий в себя: 1) социологические, 2) статистические, 3) делопроизводственные источники.

Источниками социологической информации являются результаты исследований Центра социологии управления и социальных технологий Института социологии РАН, проводившиеся в период 1998-2010 гг. опубликованные в специализированных изданиях: Социология управления: стратегия, процедуры и результаты исследований. М., 2010; Традиции и инновации в современной России: социологический анализ взаимодействия и динамики. М., 2008.

Источниками социологической информации выступали также результаты двух самостоятельных социологических исследований:

1) анкетный опрос «Трансформация управленческой культуры крупных региональных коммерческих организаций в контексте трансформации современного российского общества» (2009-2010 гг.);

2) углубленные интервью «Мотивы и ценностные установки управленческой деятельности руководителей крупных региональных коммерческих организаций: определение смысловых значений и возможностей использования российского и зарубежного опыта в условиях трансформации современного российского общества» (2009-2010 гг.).

В ходе проведения авторских социологических исследований были опрошены руководители крупных коммерческих организаций, работающих в сфере производства г. Ростова-на-Дону, Ростовской и Волгоградской областей, Краснодарского и Ставропольского краев, республик Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Кабардино-Балкария.

Основной целью первого исследования разведывательного типа в форме экспертного анкетного опроса, которое проводилось в 2009-2010 гг., являлось изучение ценностной и деятельностной составляющих управленческой культуры, направлений её трансформации. Выборка исследования российских экспертов в целом составила 404 человека и представлена руководителями крупных региональных коммерческих организаций, их заместителями, имеющими в своем подчинении структурные подразделения организаций и полномочия принимать стратегические решения. Было опрошено в г. Ростове-на-Дону и Ростовской области 105

респондентов, Волгоградской области - 67, Краснодарском крае - 80, Ставропольском крае - 36, республиках Кабардино-Балкария - 34, Карачаево-Черкесия - 21, Адыгея - 15, Дагестан - 21, Калмыкия - 20, Ингушетия - 5, что позволило провести сравнительный анализ параметров и характеристик управленческой культуры.

Второе исследование было нацелено на получение информации от российских и иностранных руководителей и экспертов, чтобы оценить происходящие в управленческой культуре крупных коммерческих организаций Юга России изменения со стороны носителей интегрируемых в российскую социальную среду управленческих практик - российских руководителей и экспертов в области социологии управления. В ходе второго социологического исследования по типу углубленного интервью были опрошены иностранные управленцы, работавшие на Юге России с начала 1990-х гг. и по настоящее время: из США - 25, Великобритании - 10, ФРГ - 35, Франции - 18, Турции - 34, Китая - 48, Японии - 15, Южной Кореи - 35, (всего 220 иностранных экспертов).

С российской стороны при проведении данного исследования было опрошено в г. Ростове-на-Дону и Ростовской области 45, Волгоградской области - 17, Краснодарском крае - 20, Ставропольском крае - 12, республиках Кабардино-Балкарии - 5, Карачаево-Черкесии - 5, Адыгее - 4, Дагестане - 7, Калмыкии - 5, Ингушетии - 5 экспертов, являющихся руководителями крупных коммерческих организаций в различных регионах Юга России, что позволило провести сравнительный анализ параметров и характеристик управленческой культуры.

Данное исследование позволило выяснить, какое смысловое значение придается различным элементам управленческой культуры. Как понимается значение ценностной основы и конкретных методов управленческой деятельности, а также провести диагностику существующих в этой области проблем и девиаций, а также позволило определить характер и степень влияния социокультурного и глобализационного факторов, связанных с привнесением в российскую управленческую культуру ценностей и методов управленческой деятельности, разработанных в иных социальных условиях.

В ходе авторских социологических исследований проводились замеры относительно различных ценностных и деятельностных параметров управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, была получена эмпирическая информация, необходимая для разработки социологической концепции трансформации управленческой культуры.

Совокупность корпуса источников эмпирической информации: социологических, представленных данными экспертных опросов и углубленных интервью, статистических и делопроизводственных, является в достаточной степени полным и валидным, позволяет получить репрезентативную информацию и в полном объеме решить задачи исследования.

**Научная новизна** диссертации получила конкретное воплощение в следующих результатах:

- разработана социологическая концепция трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России;

- определены ограничения существующих теоретико-методологических подходов к исследованию управленческой культуры крупных региональных коммерческих организаций, связанные с тем, что она рассматривается в плане морально этических норм, и обоснована необходимость формирования нового методологического конструкта для изучения управленческой культуры, адекватного современным условиям развития региональной деловой среды;

- разработан новый методологический конструкт, комбинирующий теорию социального действия, структурно-функциональный и феноменологический подходы, в рамках которого проведено исследование трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России. В русле этого методологического конструкта, управленческая культура впервые рассмотрена как сложное социальное явление в единстве ценностного и деятельностного содержания и дано авторское определение управленческой культуры;

- изучен характер влияния трансформации российского общества в условиях глобализации на формирование управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, на ценностную и деятельностную основы управленческой культуры. Выявлены его последствия в виде интеграции в управленческую культуру определенных ценностей и инновационных принципов управления;

- выявлена роль в трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций факторов, связанных с происходящими на Юге России социальными изменениями. В этом контексте показано значение национальных и религиозных норм и традиций, определивших общие условия и тенденции социальных процессов в которых проходил процесс формирования крупных коммерческих организаций на Юге России;

– доказано, что особенности формирования и развития крупных коммерческих организаций Юга России оказывают непосредственное влияние на их управленческую культуру и, что предпосылки современных кризисных явлений и дисфункций управленческой культуры заложены ими на стадии её формирования в виде системных девиаций;

– рассмотрен традиционный тип управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, определены его базовые социальные характеристики, обусловленные присутствием в рыночной деловой среде ценностей и поведенческих норм, сформированных в социалистическом обществе, показаны социальные последствия попыток их реализации в современных условиях;

– исследован процесс формирования переходного типа управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, происходивший в условиях системной социальной трансформации 1990-х гг., определены его характеристики, воспроизводящие в современных условиях основные параметры переходного периода, связанные с его нестабильностью и влиянием деструктивных социальных факторов;

– исследован инновационный тип управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, показаны условия его генезиса, социальные характеристики и качественные отличия от других типов управленческой культуры, необходимые для повышения ее эффективности в современных условиях, проанализированы возможности для его практической реализации;

– выявлена специфика управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, обусловленная противоречиями культурной среды и потребностями в применении инновационных методов управления, рассмотрены её особенности, причины их возникновения, связанные с особенностями происходившей в 1990-е гг. трансформации регионов Юга России, доказано её непосредственное влияние на управленческую деятельность;

– определены существующие тенденции трансформаций управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России и доказан их противоречивый характер, связанный с неустойчивостью регионального социума и конфликтом ценностей, привносимых процессом глобализации, с традиционными для Юга России типами управленческой культуры, обуславливающий их нестабильность и конфликтогенность;

– предложены выработанные с привлечением данных эмпирических исследований конкретные способы повышения эффективности управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России посредством внедрения управленческой культуры инновационного типа, и реализации принципов соучаствующего управления и индивидуально-ситуативного лидерства в контексте происходящих в российском обществе социальных трансформаций с учетом влияния внешних социальных факторов.

Научная новизна исследования конкретизирована в следующих **положениях, выносимых на защиту**:

1. В научной литературе существует достаточно большое количество подходов, сложившихся в изучении управленческой культуры, но их можно достаточно отчетливо структурировать по двум основным направлениям: морально-этическому и организационно-деятельностному. Первый замыкается на рассмотрение управленческой культуры как системы определенных моральных и этических норм, второй подход представляет её на уровне конкретных методов управленческой деятельности. Общим у этих подходов является признание ими подчиненной, служебной роли управленческой культуры. Методологические ограничения указанных подходов заключаются в том, что в свете происходящих в российском обществе трансформационных процессов управленческая культура оформилась как определенное социальное явление со сложной системой признаков и социальных функций, которые не могут быть достаточно полно и с учетом происходящей трансформации изучены в рамках известных подходов. Это требует использования иных теоретико-методологических принципов для изучения управленческой культуры в качестве социального явления.

2. В современной социологии управления заметна необходимость в разработке методологического конструкта, используя который можно провести социологическое измерение параметров трансформации управленческой культуры крупной региональной коммерческой организации с учетом её сложности и многоаспектности как социального явления. Управленческая культура подвергается воздействию разнообразных социальных факторов и социальных трансформаций, неоднозначность данных влияний требует использовать комплекс различных методологических принципов. Основой методологического конструкта является сочетание феноменологического, деятельностного и структурно-функционального подходов. Трансформация управленческой культуры как социального явления связана с изменениями в ее ценностном и

деятельностном аспектах, приводящих к заметным новациям в ее структуре и функциях. Исходя из заявленных методологических принципов можно предложить авторское определение управленческой культуры, которое необходимо понимать как социальное явление, состоящее из стабильной системы ценностей и определяемых ими методов управленческой деятельности, *институционализированной в организации* и реализуемой через систему функций. Управленческая культура организации создается и определяется её руководителем, задающим новую или трансформирующую уже существующую определенную систему ценностей и деятельностных установок и стандартов, которые подчиненные сотрудники воспринимают через механизмы социальной адаптации.

3. Трансформация российского общества в условиях глобализации оказывает непосредственное влияние на формирование управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, которая постоянно трансформируется в соответствии с основными мировыми тенденциями социальных трансформаций и изменениями в российском обществе. Изменяются место и роль управленческой культуры в организации, находящихся в её основе ценностей, подходов к управленческой деятельности, меняется значение её функций и связанных с ней социальных связей и отношений. Она переходит от чисто служебного элемента организационной культуры к самостоятельному социальному фактору, от которого зависит функционирование организации и которому уделяют все большее внимание. Трансформация управленческой культуры обусловлена изменениями, происходящими в институциональной системе общества, психологии и социальных характеристиках сотрудников организации, связанных с социальными последствиями смены поколений управленцев, внедрением новых организационных принципов. На Юге России данный процесс проходит со значительными трудностями и деформациями обусловленными несовершенством и архаичностью ценностей и поведенческих норм. Однако, несмотря на данные проблемы, управленческая культура крупных коммерческих организаций Юга России постепенно приобретает тенденцию к внедрению управленческих инноваций, становится более динамичной и гуманистически ориентированной.

4. В изменениях, происходящих в управленческой культуре крупных коммерческих организаций Юга России, важна роль факторов, связанных с происходящей социальной трансформацией. Данные факторы входят в противоречие с тенденциями,

привносимыми влиянием процесса глобализации. В силу специфики Юга России, проявляющейся в ограниченности социальной мобильности, клановости и закрытости социальных групп для сотрудников иной национальной или религиозной принадлежности, управленческая культура отличается, с одной стороны, архаичностью, отсутствием гибкости, а с другой, нестабильностью и противоречивостью, попытками найти, как правило, неудачные компромиссы между традиционными ценностями и потребностью изменяться в русле современных управленческих тенденций. Социальные трансформации, происходившие на Юге России, сводились к возрождению этнических и религиозных традиций и их проникновению во все сферы жизни общества. Данный фактор на протяжении достаточно длительного времени формировал социальную специфику управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России. В целом социокультурные факторы в большей степени препятствуют закреплению инновационных элементов, однако они уже перестают быть доминирующими для управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, так как постепенно усиливается влияние глобализационных факторов и начинает меняться и ценностная основа управленческой культуры.

5. Особенности формирования и развития крупных коммерческих организаций Юга России необходимо рассматривать в качестве самостоятельного фактора, оказавшего важное и непосредственное влияние на характеристики их управленческой культуры. Именно на этапе формирования крупного регионального бизнеса были заложены существующие в настоящее время проблемы, а также отличия крупных коммерческих организаций Юга России от подобных структур, работающих в других российских регионах. Процесс формирования крупных коммерческих организаций на Юге России в совокупности с благоприятными социальными условиями заложил в управленческой культуре крупных коммерческих организаций такие характеристики, как гипертрофированная клановость и патернализм управленческих связей и отношений, чрезмерная централизация управления, наличие тенденции к перерождению внедряемых инновационных методов управления в данной культурной среде после которой остается только форма, но практически полностью меняется содержание. Это является специфической особенностью крупных коммерческих организаций Юга России, причем независимо от того, идет речь о «национальных» или «российских» регионах.



6. В результате проведенного социологического исследования впервые было выявлено наличие трех типов управленческой культуры, различающихся по социальным характеристикам, мотивам и целям управленческой деятельности, ценностям руководителей, моделям взаимоотношений с руководителями нижестоящих уровней и рядовыми сотрудниками, основным проблемам и источникам конфликтов в управленческой культуре организаций.

Первым по времени появления является традиционный тип управленческой культуры. Его носители сформировались как руководители в конце 1970 – 1980-х гг. и продолжают присутствовать в бизнес-сообществе Юга России. Этот тип управленческой культуры отличает стремление сохранять жесткие управленческие модели, такие качества организации, как управляемость и подконтрольность с заметной гиперболизацией значения трудового коллектива как социального целого. Одновременно с этим происходит сужение возможностей для делегирования полномочий, проявления самостоятельности сотрудников, накладывающаяся на традиционные для Юга России ценности, связанные с уважением авторитетов, иерархии, старшинства. Здесь характерны административные методы воздействия и стимулирования, персонификация и абсолютизация роли иерархических систем и должностных позиций, а также личности руководителя организации.

7. Следующим, эмпирически фиксируемым, является тип управленческой культуры переходного периода. Мы можем говорить о большом переходном периоде с 1991 по 2003 г. который делится на ряд более мелких. Данный тип управленческой культуры формировался в условиях фундаментальных социальных и ценностных трансформаций, связанных с появлением института частной собственности и вызванной им кардинальной трансформации системы управленческих отношений, появления у руководителей необходимости выполнять весь комплекс новых для них управленческих функций. Переходный период, особенно на Юге России, отличала крайняя нестабильность социальных связей и отношений, отразившаяся на данном типе управленческой культуры, ориентированном на выживание, а не на развитие, что создавало специфическую управленческую культуру, ориентированную на результативность, с обостренными формами межструктурной и межличностной конкуренции, абсолютизацией личного опыта во внедрении конкретных управленческих моделей и методов. Управленческая культура переходного типа является достаточно гибкой и способной к внедрению инноваций, открытой для

различного рода социальных влияний, но нестабильной и подверженной риску возникновения кризисов.

8. В настоящее время можно говорить о появлении инновационного типа управленческой культуры, являющегося результатом сложного и многомерного социального процесса, влияния комплекса социальных факторов и трансформационных тенденций. Данный тип управленческой культуры является наиболее жизнеспособным и соответствующим современным социальным тенденциям. Инновационный тип управленческой культуры сочетает достаточно жестко структурированные административные модели управления с широким использованием человеческих ресурсов и интеграцией в управленческую культуру возможностей для их развития и реализации. Он ориентирован на эффективность, учитывает реалии современного российского общества и динамику глобальных трансформаций, придавая управленческой культуре инновационный характер и обеспечивая возможности для стратегического развития. Инновационный тип управленческой культуры через естественную смену поколений управленцев будет постепенно становиться доминирующим, несмотря на консерватизм культурной среды Юга России.

9. Можно говорить о наличии специфики управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, отличающихся их от подобных структур, работающих в других регионах и оказывающих непосредственное влияние на управленческую деятельность. Данная специфика заключается в ценностном содержании управленческой культуры, связанной с этнокультурными ценностями регионов, в которых данные организации действуют; в понимании используемых методов управленческой деятельности; в содержании социальных связей и отношений. Специфика отражает сложившиеся на Юге России характеристики социальных отношений с их патернализмом, консерватизмом, прочными клановыми связями. Подобный архаический характер управленческой культуры, существующий во многих крупных коммерческих организациях Юга России, является препятствием для их развития и внедрения инноваций.

10. Управленческая культура крупных коммерческих организаций, несмотря на неблагоприятные параметры социальной среды Юга России, подвержена трансформациям. Вместе с тем трансформация носит противоречивый характер и обуславливает нестабильность и конфликтогенность коммерческих организаций Юга России. Тенденции трансформаций связаны с изменениями в

ценностной и деятельностной составляющих управленческой культуры. Общие тенденции подобных трансформаций сводятся к тому, что управленческая культура становится более динамичной, ориентирует на гибкость в управленческих отношениях, требует большей свободы в принятии решений для сотрудников организации, а от руководителей реальной, а не декларативной готовности делегировать управленческие полномочия, что приводит к конфликту со сложившейся системой ценностей. В этом отношении является распространенным явление, когда трансформация управленческой культуры происходит частично и нововведения оказываются несовместимы с уже сложившейся системой.

11. Современные тенденции трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России показывают, что наиболее перспективным для повышения качества реализации управленческой культуры и перехода её на уровень эффективности является метод индивидуально-ситуативного лидерства в сочетании с принципами соучаствующего управления. При его реализации управленческая культура и система её функций должны быть ориентированы на формирование и внедрение лидерских методов управления на ценностном, структурно-функциональном и деятельностном уровнях. В современных социальных условиях и с учетом трансформационных тенденций эффективный управленец – это, прежде всего, эффективный лидер. Развитие данных качеств формирует управленческую культуру вне зависимости от такого понятия как стиль управления и управленческой культуры, которое является важным в парадигмах научного управления и которое основано на человеческих отношениях в условиях, когда постепенно развивается тенденция перехода к парадигме человеческих ресурсов. Принципы соучаствующего управления и индивидуально ситуативное лидерство наиболее полно соответствуют потребностям модернизации и инновационного развития, они в наибольшей степени способствуют реализации человеческих ресурсов в современном обществе и повышают эффективность управления. Развитие данных принципов может наиболее эффективно осуществляться через внедрение управленческой культуры инновационного типа.

**Теоретическая и практическая значимость исследования** заключается в том, что разработана социологическая теория среднего уровня, в рамках которой описывается и объясняется трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России.

Материалы диссертационного исследования могут быть использованы в управленческих практиках руководителями крупных региональных коммерческих организаций, представителями органов государственной власти, занимающихся разработкой мер государственного регулирования в сфере управленческих и трудовых отношений, а также специалистами в сфере управленческого консультирования. Полученные автором результаты могут быть использованы в сравнительном изучении управленческой культуры в процессе её трансформаций российских коммерческих организаций регионального уровня. Разработанные автором подходы к социологическому исследованию трансформации управленческой культуры могут в дальнейшем использоваться при проведении социологических и диагностических исследований крупных региональных коммерческих организаций.

Материалы диссертации могут найти свое применение в высшей школе при разработке курсов социально-гуманитарных дисциплин, таких как: социология управления, менеджмент, теория организации, культура управления.

**Апробация работы.** Результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на зарубежной научно-практической конференции «Польша, Россия, Восточное партнерство – перспективы сотрудничества». Ядвисин - Варшава, Республика Польша, 16–18 декабря 2010 г.

На международных: Международная научная конференция «Регионы Юга России: вызовы мирового кризиса и проблемы обеспечения национальной безопасности» Ростов-на-Дону 9–10 апреля 2010 г.; I Международная научно-практическая конференция «Кавказ наш общий дом» Ростов-на-Дону 17–19 сентября 2009 г.; Международная научно-практическая конференция «Местное самоуправление в России и Германии история и современность (на примере Юга России)». Ростов-на-Дону, 3 апреля 2010 г.; II Международная научно-практическая конференция «Кавказ наш общий дом» Ростов-на-Дону 23–24 сентября 2010 г.

На всероссийских: IV Всероссийская научная конференция «Сорокинские чтения» Ростов-на-Дону, 1–2 декабря 2008 г.; Вторая школа молодого социолога ИС РАН «Актуальные проблемы современной социологии» Кабардино-Балкария, Нальчик, 29–31 мая 2009 г.; Третья школа молодого социолога ИС РАН «Социальные проблемы в условиях модернизации российского общества». Республика Адыгея, Майкоп, 17–22 мая 2010 г.; I Всероссийская

научно-практическая конференция. «Общество, экономика, человек в эпоху глобальных перемен». Ростов-на-Дону, 29 октября 2010 г.

На межрегиональных: «Путь в науку» научная конференция молодых ученых. Ростов-на-Дону, 9–10 апреля 2009 г.; Межрегиональная научно-практическая конференция «Духовность России в условиях глобализации» Ростов-на-Дону, 22–23 апреля 2010 г.; «Путь в науку» научная конференция молодых ученых. Ростов-на-Дону, 22–23 апреля 2010 г.

По результатам проведенного исследования было опубликовано 43 научные работы из них 2 монографии, 2 брошюры, 37 статей, из которых 15 – в изданиях ВАК РФ. Общий объем публикаций составляет 48 п.л.

**Структура диссертационного исследования** состоит из введения, четырех глав, каждая из которых содержит по три параграфа, заключения, списка литературы и приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень разработанности проблемы, определяются цель и задачи работы, теоретико-методологическая и эмпирическая база исследования, формулируются научная новизна и положения, выносимые на защиту, указывается теоретическая и практическая значимость работы, ее апробация.

**Глава 1. «Трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций: теоретико-методологические и методические проблемы социологического исследования»** посвящена рассмотрению существующих в отечественной и зарубежной научной литературе теоретико-методологических подходов к изучению трансформации управленческой культуры, разработке методологического конструкта исследования источников эмпирической информации и методического инструментария изучения трансформаций управленческой культуры.

В параграфе **1.1. «Трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций: теоретико-методологические подходы к социологическому исследованию»** представлена характеристика и оценка существующих в отечественной и зарубежной научной литературе подходов к проблеме трансформаций управленческой культуры. По мнению автора диссертационного исследования, данный анализ необходим для более четкого понимания существующих социологических подходов к изучению трансформаций управленческой культуры, связанных с ней социальных отношений, иерархических и управленческих связей, создающих структурные основы и рамки управленческой культуры. Без него невозможно определение новых путей и перспектив исследований в данной области.

В научных школах, занимавшихся изучением управленческой культуры, существует практически только одно определяющее направление, связанное с изучением морально-этической и нравственной составляющей управленческой культуры. Различия состоят лишь в том, какие нормы и ценности указываются в качестве доминирующих и в аргументации, однако практически никто не изучал социальный контекст формирования и трансформации управленческой культуры: вне интересов исследователей оказалось и происходящее в современных условиях изменение самого значения управленческой культуры. Управленческая культура крупных коммерческих организаций практически не изучалась как целостное

социальное явление, обусловленное комплексом разноуровневых социальных факторов и разнообразных детерминаций. В специальной научной литературе есть подходы, в которых в основном рассматривались различные составляющие этого явления, однако данные исследования часто проводились не с концептуальных позиций, а в контексте отдельных проблем и конкретных ситуаций, связанных с решением управленческих проблем. Отсутствие специальных научных работ в этой области открывает поле деятельности для дополнительных исследований и актуализирует проблему, связанную с поиском новых методологических подходов и конструктов, а также соответствующего отбора источников эмпирической информации и методических инструментов социологического исследования.

Однако изучение управленческой культуры как социального явления открывает новые перспективы для развития теоретического развития социологии управления, позволяет более полно выявить, какими характеристиками обладают крупные региональные коммерческие организации в качестве элемента социальной структуры общества, участников происходящих в нем социальных процессов, чтобы затем, опираясь на полученные данные, изучить управленческую культуру как определенное социальное явление.

Из параграфа 1.2. *«Методологический конструкт социологического исследования формирования и трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций»*, опираясь на результаты изучения существующих теоретико-методологических и методических подходов к исследованию управленческой культуры крупных региональных организаций, показавших необходимость формирования нового методологического конструкта, который был бы ориентирован на изучение управленческой культуры как социального явления, можно сделать следующий вывод. Основой методологического конструкта являются: структурно-функциональный, деятельностный и феноменологический подходы.

Структурно-функциональный подход позволяет рассмотреть управленческую культуру в виде определенной структуры и стабильно действующих функций. Это необходимо для того, чтобы во всей полноте выявить и изучить трансформацию управленческой культуры аналитически, провести научный синтез и представить данную структуру в динамике изменений ее ценностной и деятельностной основ и во взаимодействии с факторами, связанными с процессом глобализации, социокультурно обусловленным состоянием

российского общества в целом и Юга России. В частности использование деятельностного подхода позволяет преодолеть определенное методологическое ограничение структурно-функционального подхода и исследовать не только трансформации в статических системах, связанных со структурной основой управленческой культуры и в системе ее функций, но и динамику трансформаций управленческой культуры целом, в контексте происходящих в современном российском обществе социокультурных изменений и влияния внешних факторов. Для более качественного изучения данного социального явления, особенно в аспектах, касающихся механизма реализации на деятельностном уровне ценностей и влияния конкретных внешних и внутренних социальных факторов, в методологический конструкт были интегрированы принципы научного познания, разработанные в рамках неклассической метапарадигмы теории социологической феноменологии А. Щюца. Использование данного методологического подхода в контексте диссертационного исследования необходимо, так как облик и социальные характеристики управленческой культуры определяются активно мыслящими и действующими субъектами.

На основе системно-семантического анализа управленческой культуры дано ее авторское определение как социального явления, основы которого устанавливаются руководителем, задающим новую или трансформирующую уже существующую определенную систему ценностей и деятельностных подходов, которые через механизмы адаптации воспринимаются его подчиненными, институционализируются в виде организационных норм и принципов управленческой деятельности и реализуются через устойчивую систему функций.

В исследовании разработана методика выявления типов управленческой культуры. Она основана на анализе данных, полученных в результате авторского социологического исследования. В методологической основе типологизации управленческой культуры находятся следующие параметры: 1) мотивы и цели управленческой деятельности; 2) ценности; 3) модели взаимоотношений с руководителями нижестоящих уровней и рядовыми сотрудниками (деятельностные подходы); 4) основные проблемы и источники конфликтов в управленческой культуре руководимых ими организаций.

Применение данного методологического конструкта позволяет рассмотреть трансформацию управленческой культуры крупных региональных коммерческих организаций, выявить ее специфику и значение, провести типологизацию сложившихся вариантов



управленческой культуры и, исходя из характеристик её конкретных типов, предложить методы повышения качества управленческой деятельности посредством совершенствования управленческой культуры.

В параграфе 1.3. **«Источники эмпирической информации и методический инструментарий социологического изучения трансформации управленческой культуры крупных региональных коммерческих организаций»** проводится изучение источников эмпирической информации и связанного с ней методического инструментария социологического исследования, необходимых для комплексного рассмотрения трансформаций управленческой культуры крупных коммерческих организаций. Изучение трансформаций управленческой культуры требует особого подхода и выбора соответствующих источников и инструментария социологического исследования, учитывающих сложность и многообразие социальных факторов, формирующих управленческую культуру на личностном и организационном уровнях.

Социологические методы изучения дают возможность редуцировать каждый компонент управленческой культуры в определенную систему показателей и выйти на анализ заложенных в ее основе ценностей и деятельностных подходов, дифференцировать управленческую культуру исходя из анализа данных, представленных совокупностью качественной и количественной информации. Выявить источники эмпирической информации, необходимые для того, чтобы изучить влияние управленческой культуры крупных региональных коммерческих организаций на отдельную личность, её поведение.

Управленческую культуру на аналитическом уровне можно представить в виде составляющих её элементов, и проследить, какое значение имеют трансформации для каждого из них. Уровень научного синтеза дает целостное представление о данном социальном явлении и обеспечивает возможности для его понимания: анкетирование, углубленные интервью, изучение документальных источников, наблюдение за процессами реализации управленческой культуры, изучение конкретных случаев и ситуаций, связанных с управленческой деятельностью, которые, дополняя друг друга, позволят снять проблемы субъективного характера получаемых данных, стремление респондентов скрывать информацию о существующих проблемах, восполнить пробелы в информации документальных источников. В частности, при разработке данного блока автор опирался на методики проведения включенного в общую анкету социологического исследования диагностического исследования, предложенные И.Ф.

Девятко<sup>12</sup>. Применение данного метода позволило решить несколько принципиально важных для данного исследования задач. Во-первых, дополнительно перепроверить информацию, представленную респондентами. Во-вторых, более концептуально представить возникающие в организации проблемы, связанные с дисфункциями управленческой культуры.

Автор считает, что источники изучения трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций, а также данные Юга России должны содержать социологическую информацию, отражающую её ценностную, деятельностную и структурно-функциональную составляющие. Это позволит судить о процессах, происходящих в коммерческих организациях в связи с внешними и внутренними социальными факторами, порожденными российским обществом и социальными последствиями влияния глобализационных процессов и межкультурной коммуникации. Мы можем представить следующее соотношение требующихся источников эмпирической информации и методов исследования (табл. 1).

Таблица 1.

<b>Источник социологической информации об управленческой культуре руководителей</b>	<b>Методы социологического исследования</b>
Внешние проявления существующих в организации социальных явлений	Наблюдение
Документальные источники	Контент-анализ, герменевтический и семантический анализ управленческих документов
Выявление социального опыта и характеристики управленческой культуры в организации	Экспертный опрос, анкетирование, углубленные интервью

Разнообразие источников социологической информации требует применения разнопланового социологического инструментария, чтобы в различных ракурсах перепроверять и сопоставлять получаемые

<sup>12</sup> Девятко И.Ф. Диагностическая процедура в социологии. М.: Наука, 1993.

данные и получить комплекс валидных и достоверных социологических данных.

В главе 2 **«Факторы формирования управленческой культуры крупных коммерческих организаций на Юге России»** рассматриваются факторы формирования управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, анализ которых необходим, чтобы выявить, как социальная среда влияет на формирование, трансформационные тенденции и социальные параметры управленческой культуры. В главе показано, как социальные изменения, происходящие на Юге России, влияют на формирование облика управленческой культуры крупных коммерческих организаций, и в связи с этим изучается, как особенности генезиса и развития крупных коммерческих организаций Юга России формировали их управленческую культуру.

В параграфе 2.1. *«Трансформация российского общества в условиях глобализации как фактор формирования управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России»*, рассматривается, как социальные последствия происходящих в современном российском обществе трансформации, связанной со становлением системы рыночных отношений, изменениями в системе ценностей, мировоззренческих принципов, поведенческих стандартов, влиянием глобализации, и вызванная ими трансляция определенных культурных ценностей изменяет управленческую культуру крупных коммерческих организаций, действующих на Юге России. Это выводит на первый план социальные последствия действия глобализационного фактора.

Факторы данных трансформаций можно разделить на две основные группы. К первой группе относятся факторы, которые порождены самим российским обществом и непосредственно касаются базовых социальных характеристик руководителей и персонала крупных коммерческих организаций Юга России. В частности, это факторы, обусловленные этнической и религиозной принадлежностью руководителей и сотрудников организации, уровнем их образования, мировоззрением, а также макросоциальными аспектами, связанными с институциональными и социально-экономическими трансформациями, происходящими в современном российском обществе и тенденциями их трансформаций, задающими общие правила и условия, в которых осуществляется управление.

Ко второй группе факторов необходимо причислить социальные явления, обусловленные ходом процесса глобализации. Это воздействие происходящих в мире макроэкономических и

макросоциальных процессов, которые влияют на происходящие в российском обществе изменения и в разной степени транслируются на его различные уровни. К ним можно отнести разработанные за рубежом в экономически развитых странах инновационные подходы и методики управления, определенные управленческие знания, сформированные в иных культурных средах ценностные установки, которые, так или иначе, воспринимаются в российских условиях. В данном параграфе показано, что в управленческой культуре крупных коммерческих организаций Юга России происходит целый комплекс различных трансформаций, затрагивающих практически все её сферы и функции, поскольку влияние глобализации проявляется во множестве различных аспектов. Опираясь на фундаментальные исследования ИС РАН, проведенные под руководством А.В. Ядова<sup>13</sup>, можно выстроить следующую матрицу, показывающую влияние фактора глобализации на управленческую культуру крупных коммерческих организаций Юга России (табл. 2).

Таблица 2.

<b>Существовавшие подходы</b>	<b>Направления трансформации</b>
жесткость управленческих структур	гибкость
планирование	проекты
иерархия	сети
квалификация	компетентность
труд	деятельность
государственное регулирование	либерализация
социальная безопасность	адаптация
стабильность	мобильность
коллектив	индивидуализация

<sup>13</sup> Воздействие западных социокультурных образцов на социальные практики в России. / Под. ред. проф. В.А. Ядова, М.: Таус, 2009. С. 30.

Влияние трансформации российского общества в контексте процесса глобализации на управленческую культуру неоднозначно. В ходе исследования было отмечено, что в крупных коммерческих организациях Юга России существует такое явление, как частичное восприятие трансформационных явлений. В этом случае происходит процесс селекции лишь определенных ценностей и методов управленческой деятельности, которые вырываются из изначального контекста и интегрируют в управленческую культуру крупных коммерческих организаций Юга России, в то время как внедрение других ценностей или методов управления стараются блокировать. Хотя сама природа коммерческих организаций направлена на внедрение инноваций и восприятие влияния различных трансформаций, приемлемость которых определяется исключительно их экономической эффективностью, сохраняющаяся традиционность и в определенной степени архаичность социальных отношений на Юге России мешает полной и успешной реализации трансформаций. Без учета влияния данных факторов и понимания сути и тенденций, происходящих в управленческой культуре и её функциональном содержании трансформации, невозможно представить целостную картину идущих в управлении процессов и использовать данные знания для повышения эффективности и качества управленческой культуры.

В параграфе 2.2. *«Социальные изменения на Юге России как фактор трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций»*, социальные изменения на региональном уровне являются важнейшим фактором. При определении характеристик управленческой культуры, они, в отличие от социального уровня и факторов, связанных с глобализацией, задают более конкретные рамки для её формирования, трансформации и реализации. Они обнаруживаются в отношении человека к своей работе (соотношение творческого и исполнительского компонентов, самостоятельность, интеллектуальность и др.), а также в специфике взаимодействия людей в сфере управленческих отношений. Именно здесь культура, формируемая региональным социумом, играет приоритетную роль в управленческой культуре крупных коммерческих организаций Юга России.

Авторское социологическое исследование показало, что социальные изменения, происходящие на Юге России, могут, при условии усиления инновационных аспектов и компенсации отрицательных явлений, сыграть положительную роль в трансформации управленческой культуры. Оценку роли этого

социального фактора показывает распределение ответов руководителей крупных коммерческих организаций Юга России на вопрос: «Чем вызваны изменения в подходах к управлению в крупных предприятиях Вашего региона?», (табл. 3).

Таблица 3.

Факторы, оказывающие влияние на трансформацию деятельности крупных региональных коммерческих организаций	%
Рост опыта управленческой и организационной деятельности	56
Изменение психологии и ценностных ориентиров бизнесменов Юга России	78
Организационное обучение, использование научной информации об инновационных методах управленческой деятельности	30
Смена поколений управленцев, появление новой генерации руководителей	52
Социальные изменения в регионе, появление новых задач, требующих поиска инновационных подходов к их решению	82
Другое	0

Указанные выше данные были конкретизированы во время проведения автором углубленных интервью. По мнению их участников, социальные изменения на Юге России в отношении бизнес-сообщества были обусловлены следующими причинами.

Крупный бизнес Юга России стал более опытным. В практической деятельности, особенно в условиях кризисов, выжидали самые подготовленные, активные и готовые воспринимать инновации. Бизнес оказался способным быстро учиться, причем не только на ошибках, но и получать теоретические и практические знания, связанные с планированием своей деятельности, методами управления, повышения эффективности.

Большое значение в трансформации управленческой культуры респонденты отдали таким фактором, как организационное обучение, системы повышения квалификации, управленческое консультирование. Важны и структурные изменения в регионах, требующие внедрять более высокие стандарты управления.

В качестве культурных аспектов, формируемых особенностями социальных изменений на Юге России и определяющих региональную специфику управленческой культуры, можно выделить ценности, и мировоззренческие принципы, выражающиеся в критериях оценки сотрудников, возможностях для их продвижения, способах принятия управленческих решений, модели карьеры, механизме контроля деятельности, ответственности (индивидуальная, коллективная), отношении к личности работника, стиле личного общения. Социокультурная специфика на Юге России, основанная прежде всего, на этнокультурных, конфессиональных и клановых факторах играют двойственную роль в управленческой культуре крупных коммерческих организаций. Там, где присутствует традиционная культура, и мировоззрение основывается на факторах, связанных с этнической и религиозной принадлежностью, региональная специфика связанная с социокультурными изменениями, происходящими на Юге России, в достаточно большей степени искажает привносимые ценности и деятельностные подходы, которые часто при сохранении внешней формы меняют свое значение и смысловое содержание. В данном случае будет снижено значение личностного фактора, связанного с ролью руководителя, который в большей степени следует устоявшимся культурным ценностям, и даже при наличии желания к внедрению инноваций он встречает серьезное сопротивление своего социального окружения. Данное положение заметно в мусульманских регионах и в Калмыкии, где существует достаточно сильная традиционная культура, основанная на обычаях и религиозных нормах.

В регионах, где нет укорененной традиционной культуры, связанной с национальными обычаями и религией, руководитель чаще выступает носителем совершенно новых для данного регионального социума ценностей и поведенческих стандартов. Здесь нет серьезных барьеров для восприятия инноваций внедряемых руководителем, и сотрудники их достаточно легко воспринимают, и таким образом формируется уже управленческая культура организации в целом. Для Юга России такие трансформации в наибольшей степени возможны в таких регионах как Астраханская, Волгоградская, Ростовская области, Краснодарский и Ставропольский края. Однако, как показало

исследование, и в этих регионах сильны консервативные тенденции, связанные с недостаточной социальной мобильностью, слабостью институциональной системы и недостатком развития стимулов к внедрению инноваций и развитию конкуренции.

Социальные изменения на Юге России в 1990-е гг. в целом носили регрессивный характер, связанный с внедрением в национальных регионах со слабыми и частичными модернизационными аспектами традиционных, консервативных ценностей и поведенческих стандартов. Успешность в трансформации управленческой культуры будет связана с тем, насколько данные тенденции могут быть преодолены. В остальных регионах Юга России специфика происходивших в них социальных изменений в большей степени следовала общероссийским процессам и не носила столь ярко выраженный деструктивный характер. В настоящее время социальные изменения стали приобретать более модернизационную направленность, и постепенно на уровне крупного бизнеса начался процесс отказа от устаревших форм социальных отношений.

В параграфе 2.3. *«Особенности генезиса и развития крупных коммерческих организаций Юга России как фактор формирования управленческой культуры»* показаны особенности процесса генезиса крупных коммерческих организаций на Юге России, специфика управленческой культуры крупных коммерческих организаций и в чем она проявляется на современном этапе. Формирование крупных коммерческих организаций на Юге России проходило через те же этапы, что и в других российских регионах, но под влиянием региональной социальной и культурной специфики сформировались отличия управленческой культуры южнороссийских организаций от тех, которые работают в других регионах России. По нашему мнению можно говорить об особенностях формирования крупных региональных коммерческих организациях Юга России и о том влиянии, которое они оказывают на формирование управленческой культуры, представляя Юг России в двух ракурсах. В первом случае Юг России сопоставляется со следующими макрорегионами: Центральная Россия, Сибирь, Дальний Восток, Северо-Запад. В другом же ракурсе Юг России можно представить в качестве сложного конгломерата, в который входят такие различные регионы, как Ростовская область, Краснодарский край и Ставропольский край, а также мусульманские республики Дагестан, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесия, Адыгея, Ингушетия, Чечня и др. Региональные особенности, в которых проходил процесс генезиса крупного бизнеса на Юге России оказали в целом отрицательное влияние на его



управленческую культуру. В нее были заложены такие ценности и методы действия, которые на определенном этапе помогли региональному бизнесу выжить, но в современных условиях определяют его достаточно низкий управленческий уровень, непосредственно влияющий на снижение эффективности его экономических показателей. В настоящее время возникла необходимость повышения качества управленческой культуры, анегативные региональные особенности изживать. Клановость и формируемый ею тип социальных связей, реализующийся в управленческой культуре, является основополагающим элементом национальных регионов Юга России. Данная специфика проявляется на всех уровнях и заключается в следующем: гипертрофированном консерватизме, стремлении любыми путями сохранять свое руководящее положение в сочетании с абсолютизацией своих методов управления.

Методы управления, бесспорно, определяет сам руководитель, но если в других регионах, например в Центральной России, Сибири или на Дальнем Востоке, он достаточно легко может выйти за рамки принятых здесь ценностей и выступить своеобразным новатором, то в национальных регионах Юга России это практически не возможно. В управленческой культуре важное значение имеет фактор понимания руководителем подчиненных и подчиненными – руководителя, что обеспечивает адекватное восприятие сотрудниками организации управленческой культуры. Специфика коммерческих организаций Юга России, заложенная на стадии их формирования, состоит как раз в том, что сотрудникам обычно не объясняют аспекты, касающиеся целей и стратегии организации, они должны подчиняться распоряжениям руководителей, касающихся их лично, и выполнять свои должностные обязанности или, что встречается еще чаще, различного рода ситуационные поручения, нигде за ними нормативно не закрепленные.

Статистический анализ результатов углубленных интервью, проведенных по программе, разработанной автором диссертационного исследования, показывает, что 86% его участников отметили значимость процесса генезиса крупного бизнеса Юга России для формирования управленческой культуры. Однако также 79% рассматривают этот фактор в негативном аспекте, как источник затруднений, заложивших в управленческой культуре крупных коммерческих организаций Юга России основные проблемы. Это мнение распространено во всех регионах, в которых проводились данные исследования, независимо от доминирующего национального или религиозного состава их населения.

В главе 3 «Типологизация управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России» на основании данных авторских социологических исследований выявляются типы управленческой культуры, рассматривается социально исторический контекст их формирования и трансформации. На основании полученных автором результатов представлены социологические портреты управленцев, относящихся к различным поколениям и являющихся носителями различных типов управленческих культур, формирующих управленческую культуру возглавляемых ими организаций уже в качестве институционализированного социального явления.

В параграфе 3.1. «Традиционный тип управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России», показано, что бывшие руководители, сформировавшиеся в социокультурных условиях советского общества – в рамках административно-командной системы, диктовавшей свои определенные подходы к управлению предприятием и ценностные ориентиры, продолжают составлять достаточно весомый процент среди руководителей крупных коммерческих организаций Юга России. Они являются носителями традиционного типа управленческой культуры. Можно говорить о следующей системе социальных факторов, определявших условия, в которых формировался данный тип. В частности, это сложная система иерархических отношений. Руководитель не был единственным источником формирования управленческой культуры, так как, имея большой объем власти в рамках своего предприятия, он одновременно находился в подчинении у государственных и партийных структур. Важно и то, что советская экономика была плановой, поэтому у руководителя не было необходимости в стратегическом планировании развития «своего» предприятия, налаживании тесных связей с потенциальными клиентами и поставщиками, не нужно было самостоятельно принимать ключевые решения, от последствий которых могло зависеть существование организации. Все важные решения принимались вышестоящими партийными и государственными органами власти. В силу этого преобладали тенденции к формализации управленческих отношений, стремление регламентировать процессы разработки, принятия и реализации управленческих решений.

В условиях рыночной экономики традиционный тип управленческой культуры характеризуется гипертрофированным коллективизмом, часто подавляющим личную инициативу сотрудников, разработка и принятие решений являются

исключительной компетенцией руководителей структурных подразделений, которые отвечают за это по своим должностным инструкциям, исполнители к разработке управленческих решений не допускаются. Организации, в которых существует данный тип управленческой культуры, менее конфликтны, чем все остальные и более стабильны и управляемы. В них практически отсутствуют конфликты, связанные с несовпадением социальных ролей и социальных статусов членов организаций, что, несомненно, является дополнительным фактором, обеспечивающим их стабильность, однако им присуща недостаточная гибкость, стремление к однородности, высокая степень зависимости членов группы от руководителя. Данное положение целенаправленно создается и является важнейшим элементом управленческой культуры данного типа, ориентированного на управленческий консерватизм сохранение выработанных подходов к управлению, архаических патерналистских моделей взаимоотношений руководителей и подчиненных, в ней присутствует стремление не допустить разрушающих цельность управленческой культуры инноваций. Согласно данным, полученным из анализа авторских социологических исследований, традиционный тип управленческой культуры в настоящий момент составляет 36% от общего числа крупных коммерческих организаций Юга России. Относительно регионов Юга России сложилась следующая картина. В Астраханской, Ростовской, Волгоградской областях, Краснодарском и Ставропольском краях этот тип управленческой культуры представлен 24%, в республиках Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкария, Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Чечня – 36%.

В параграфе 3.2. *«Управленческая культура крупных коммерческих организаций Юга России переходного типа»*, сформировалась в результате радикальных социальных перемен, произошедших в 1991–1993 гг., и последующих изменений которые достаточно активно реализовывались вплоть до 2003 г. и в итоге привели к формированию принципиально новых подходов к управлению и трансформации управленческой культуры.

На раннем этапе (1991–1993 гг.) были достаточно распространены попытки использовать традиционный опыт управленческой деятельности и административно-командной управленческой культуры в новых условиях. Воспроизведение советского опыта для успешного руководства крупными предприятиями оказалось недостаточным, он был непригоден для создания нового бизнеса в рыночных условиях, хотя часто являлся достаточным для поддержания существующего порядка.

С 1993 по 1998 г. происходило накопление определенного управленческого опыта, шла активная и естественная конкурентная борьба, осложненная нестабильностью трансформировавшегося российского общества, в которой могли уцелеть организации с наиболее жизнеспособной управленческой культурой.

Кризис 1998 г. поставил на грань гибели российский бизнес и заставил пересмотреть сложившиеся подходы к управленческой деятельности, создал предпосылки для перехода от результативности к эффективности управления и создания современного типа управленческой культуры. 1998 – по начало 2000-х гг. – это завершение переходного периода, когда стабилизировались новые системы социального взаимодействия, социальные и экономические институты.

Приведенная периодизация переходного периода, с точки зрения социальных факторов, оказывавших влияние на управленческую культуру крупных коммерческих организаций Юга России в этот период, требует некоторого уточнения. Переходный период можно определить как время господства теневых социальных отношений и неформальных социальных практик, реализовывавшихся в управленческой культуре и во многом определявших систему функций и её ценностное содержание как таковое. Следуя общей логике российского общества того периода, в крупных коммерческих организациях, особенно в тех, которые создавали или где стали руководителями предприниматели, сформировавшиеся в качестве руководителей именно в этот период, управленческие отношения часто имели достаточно сложную и запутанную форму. Нужно отметить, что в настоящее время у таких руководителей заметна определенная хаотичность в работе, проблемы с разработкой систематизированных методик, слабое понимание теоретических основ управления различными социальными процессами, связанными с функционированием современной коммерческой организации. Управленческой культуре переходного типа характерно ситуационное реагирование на возникающие проблемы, недостаток внимания к перспективному стратегическому планированию и развитию. Однако вместе с тем у носителей данного типа управленческой культуры присутствует умение быстро ориентироваться в кризисных ситуациях, мобилизовывать ресурсы трудового коллектива, налаживать сетевые связи, создавать условия для быстрого карьерного продвижения активных и эффективных сотрудников. Как показывают авторские социологические исследования, в настоящий момент управленческая культура переходного типа является доминирующим в процентном

отношении в целом и составляет 47% от общего числа руководителей крупных коммерческих организаций Юга России. Относительно регионов Юга России в Астраханской, Ростовской, Волгоградской областях, Краснодарском и Ставропольском краях этот тип управленческой культуры представлен 45%, в республиках Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкария, Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Чечня – 57%.

В параграфе 3.3. *«Инновационный тип управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России»* рассмотрены генезис и базовые социальные характеристики инновационного типа управленческой культуры, представляющего качественно новое явление. Управленческая культура инновационного типа начала появляться с середины 2000-х гг. Отличия, существующие в ценностях, подходах к управленческой деятельности, стратегических ориентациях, позволяют говорить о формировании управленческой культуры инновационного типа как об определенном итоге трансформации управленческой культуры на современном этапе. Сейчас, данный тип управленческой культуры, уже перешел с личностного уровня руководителей на уровень управленческой культуры возглавляемых ими организаций.

На формирование управленческой культуры инновационного типа оказали влияние существующие на современном этапе ценности, формы социальных взаимоотношений, образовательные стандарты, институциональные трансформации, связанные со стабилизацией социальных отношений, повышение уровня образования и профессиональной компетентности, расширение контактов с иностранными бизнес-структурами, ориентированность коммерческих организаций не только на выживание и решение ситуационных проблем, но и на стратегическое развитие. В данном типе управленческой культуры заметна тенденция задавать четко определенные и достаточно формализованные рамки, в которых формируется или трансформируется управленческая культура возглавляемых ими организаций.

Совокупность благоприятных социальных и экономических факторов создала условия для появления нового типа мышления управленцев. Следовательно, и управленческая культура нового типа должна быть ориентирована на решение стратегических задач. Для данного типа управленцев характерно стремление к рациональному конструированию или целенаправленной трансформации уже существующей в организации управленческой культуры, причем это

осуществляется с учетом как специфики самой организации, так и внешних социальных факторов.

Управленческая культура инновационного типа характеризуется ориентированностью на стратегический подход планирования структуры организации и осуществления управленческой деятельности, стремление в большей степени использовать человеческий потенциал сотрудников. Особенностью организаций с инновационным типом управленческой культуры является стремление отказаться от архаических форм управленческих отношений и внедрять новые для Юга России ценности и деятельностные подходы, которые связаны с уважением личности сотрудника, открытием возможностей для карьерного продвижения и повышения социального статуса, исходя не из принадлежности к социальной группе, семейному клану или религиозной конфессии, а из личных и профессиональных качеств. Совокупность проведенных автором социологических исследований позволяет говорить о том, что инновационный тип управленческой культуры в настоящий момент представлен 17% от общего количества крупных региональных коммерческих организаций Юга России. Существует определенная градация относительно регионов Юга России. В Астраханской, Ростовской Волгоградской областях, Краснодарском и Ставропольском краях этот тип управленческой культуры представлен 31%, в республиках Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкария, Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Чечня – 7%.

В главе 4 **«Трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России и способы повышения её эффективности»**, автор, опираясь на проведенный в предыдущих главах анализ, проводит изучение общих тенденций трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России. В главе разрабатываются конкретные методы повышения эффективности управленческой культуры и внедрения инновационных методов управления.

В параграфе 4.1. **«Специфика трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России»**, представлен анализ специфики управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, выявление которой стало возможным в результате проведенного в предшествующих главах социологического исследования. Данная специфика носит конкретный характер и выражается в следующих аспектах: 1) в ценностном содержании управленческой культуры, связанной с этнокультурными ценностями регионов, в которых данные

организации действуют; 2) в понимании используемых методов управленческой деятельности; 3) в содержании социальных связей и отношений.

Спецификой Юга России является и то, что крупные коммерческие организации вынуждены работать в полиэтничной социальной среде с достаточно архаичными традициями, устойчивыми и способными сопротивляться различного рода инновациям. Это определяет специфику управленческой культуры в гораздо большей степени, чем характеристики отрасли, в которой организации работают<sup>14</sup>.

Специфика трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России проявляется практически на всех уровнях, в частности: в положении и социальной роли руководителя организации, в понимании выполняемых им социальных ролей и функций. Данная специфика заметна и в социальных параметрах крупных коммерческих организаций, отличающихся на Юге России коллективистскими, а не личностными ориентациями, с господствующими горизонтальными социальными связями. Если в более развитых в плане управленческой культуры крупных коммерческих организациях Северной, Центральной России, Сибири и Дальнего Востока она базируется на профессиональной общности и соответствующих связях и интересах, то на Юге России в ее основе, как правило, находятся родственные и клановые связи. Специфика Юга России заключается в том, что сохраняющиеся данные нормы, которые присущи традиционной культуре с ее пониманием условий обеспечивающих социальный успех, затрудняют возможности для реализации личной инициативы, даже в тех случаях, когда обстоятельства требуют быстрого принятия или корректировки управленческих решений.

Оценивая выявленную специфику трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, нельзя не отметить ее в целом негативный характер, не способствующий, а наоборот, мешающий данным организациям эффективно конкурировать во внешней среде по сравнению с другими регионами России, где нет подобной региональной социальной среды или в которых не происходит процесс наложения обособляющих религиозных факторов на существующие обычаи и традиции, требующие также закрытости и обособленности.

---

<sup>14</sup> Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П. Культура организации: проблемы формирования и управления. СПб.: Гуманистика, 2006. С. 56.

В параграфе 4.2. «Тенденции трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России» изучаются основные тенденции трансформации управленческой культуры, связанные с воздействием различного рода социальных факторов. Можно говорить о существовании трансформации её нескольких уровней и о наличии связанных с ними тенденций.

Важной тенденцией трансформации управленческой культуры является изменение её роли в организации и переход от чисто служебного элемента организационной культуры к самостоятельному, от которого зависит функционирование организации<sup>15</sup>. Это вызвано повышением динамизма общества в целом, возрастанием роли социокультурных факторов, что приводит к формированию управленческой культуры уже в качестве определенного социального явления.

Тенденции трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России проявляются и в том, что она начинает трансформироваться целенаправленно и рационально для решения конкретных задач, с учетом культурных характеристик сотрудников организации и региона в котором она работает, и это заметно в управленческой культуре не в реактивном смысле, а в стратегическом.

Другой важной тенденцией трансформации управленческой культуры является её диалектичная цикличность: от советского типа коллективизма – к индивидуализму и от индивидуализма – к коллективизму нового социального и ценностного содержания, характеризующегося балансом между индивидуалистскими и коллективистскими ценностями и понимание того, что личный успех связан с успехом коллектива, команды, а её успех – с успехом всей организации. В управленческой культуре происходит, трансформация роли руководителя, связанное с тем, что приходит осознание невозможности удержать управление организацией только административно-командными методами, а также понимание ограниченного ресурса манипулятивных технологий и их негативных последствий в долгосрочной перспективе. Вследствие этого в управленческой культуре крупных коммерческих организаций Юга России начинает преодолевать неосвоенность приемов убеждения и лидерства. Это способствует формированию более динамичной

---

<sup>15</sup> Подробней см. *Левитан М.И.* Предпринимательство и бизнес в России. М.: Луч, 2004.



управленческой культуры ориентированной на использование человеческих ресурсов.

Не менее значимая тенденция трансформации управленческой культуры связана с её усложнением, внедрением и адаптацией различных моделей и подходов к управленческой деятельности и попыткой привести управленческую культуру в соответствие с социальными процессами.

В целом трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России, несмотря на сопротивление региональной среды, под влиянием внешних факторов, требующих большей конкурентоспособности, имеет тенденции к постепенному преодолению социальной специфики, к внедрению более совершенных методов и моделей управления и к постепенному изменению ценностей.

В параграфе 4.3. *«Способы повышения эффективности управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России»*, предлагаются конкретные способы и методы, которые, по мнению автора, могут повысить эффективность управленческой деятельности, путем внедрения управленческой культуры инновационного типа. Внедрение данного типа управленческой культуры может наиболее эффективно осуществляться посредством интеграции методов партиципации (вовлечения) сотрудников организации в процесс разработки, принятия и контроля за реализацией управленческих решений, а также навыков лидерства и персональной ответственности. Однако, при этом необходимо сохранять устойчивость иерархических структур организации как системообразующего фактора управленческой культуры.

В рамках управленческой культуры инновационного типа концепция «участия» в управленческой деятельности актуализирует следующие функции управленческой культуры: мотивационную, сигнификативную (знаковую), коммуникативную, регулятивную, мобилизационную, социализации. В то же время сохранение и повышение эффективности управленческой системы будет связано с совершенствованием таких функций управленческой культуры: нормативной, интегративной, мотивационной, коммуникативной, регулятивной, транслирующей и функции социализации.

Инновационность в формировании и реализации управленческой культуры будет зависеть непосредственно от того, насколько реализация конкретных методов управления будет соответствовать быстро изменяющимся социальным условиям и тенденциям социальных трансформаций на различных социальных

уровнях, в которые интегрированы крупные коммерческие организации Юга России. Методы «соучаствующего» управления в контексте оказывающих влияние на условия их реализации социальных факторов можно классифицировать на: активизирующие факторы, определяющие процесс управления сотрудниками организации, являющимися динамичными и расположенными к внедрению достаточно быстрых трансформаций инновационного характера, и на факторы, которые, по нашему мнению, можно определить в качестве структурных.

Внедрение управленческой культуры инновационного типа позволит решить не только текущие операционные задачи управления, но и заложить конструктивную основу для развития крупных коммерческих организаций Юга России в стратегической перспективе, способствовать повышению стандартов управления, а следовательно, их конкурентоспособности. Эффективность управленческой культуры здесь будет определяться тем, насколько оказывается возможным преодолеть сопротивление региональной культурной среды и внедрить в организации более адекватные рыночной системе формы социальных отношений и методы управленческой деятельности.

В заключении диссертации сформулированы основные выводы проведенного исследования и намечены перспективы дальнейшей разработки темы.

**Основные положения диссертационной работы нашли отражение в следующих публикациях:**

**Монографии**

1. Васьков М.А. Трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций на Юге России. Ростов-на-Дону, Издательство Южного федерального университета, 2010. 18 п.л.
2. Васьков М.А., Резванов А.А. Социальные аспекты функционирования управленческих систем крупных предприятий Юга России. Изд. ДГТУ, 2011. общее количество п.л. 8 авторское участие 4 п.л.

**В изданиях перечня ВАК Минобрнауки России**

3. Васьков М.А. Механизмы формирования и функционирования управленческой культуры как предмет социологического исследования. // Социально-гуманитарные знания. № 12, 2008. 0,5 п.л.
4. Васьков М.А. Управленческая культура переходного периода: генезис в социальном контексте трансформирующегося российского общества. // Социально-гуманитарные знания. № 7, 2009. 0,5 п.л.
5. Васьков М.А. Организационная структура коммерческой организации: теоретические подходы и перспективы их использования для анализа российского корпоративного управления. // Социально-гуманитарные знания. № 8, 2009. 0,5 п.л.
6. Васьков М.А. Социокультурные аспекты функционирования управленческой системы современного российского предприятия. // Известия высших учебных заведений Северо-Кавказский регион. Общественные науки. Спецвыпуск. Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук, 2009. 0,5 п.л.
7. Васьков М.А. Управленческая культура крупных региональных коммерческих организаций как социальное явление: теоретико-методологические аспекты социологического исследования. // Социально-гуманитарные знания. № 11, 2009. 0,5 п.л.
8. Васьков М.А. Принципы функционирования управленческой культуры коммерческой организации в современной России: социологический аспект. / Гуманитарные и социально-экономические науки №1, 2010. 0,5 п.л.
9. Васьков М.А. Основные направления в трансформации управленческой культуры современных российских коммерческих организаций. // Гуманитарные и социально-экономические науки № 2, 2010. 0,5 п.л.

10. Васьков М.А. Организационно-структурные аспекты реализации управленческой культуры крупной коммерческой организации в трансформирующемся российском обществе. // Теория и практика общественного развития. 2010 № 2. 0,5 п.л.

11. Васьков М.А. Оценка эффективности реализации управленческой культуры: социологический подход. // Гуманитарные и социально-экономические науки № 3, 2010. 0,5 п.л.

12. Васьков М.А. Инновации в управленческой деятельности руководителей крупных коммерческих организаций Юга России. // Теория и практика общественного развития. 2010 № 3 0,5 п.л.

13. Васьков М.А. Типы управленческой культуры: социальный контекст формирования и менеджеральные особенности в современных условиях. // Социально-гуманитарные знания. № 7, 2010. 0,5 п.л.

14. Васьков М.А. Методический инструментарий и источники эмпирической информации изучения трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России. // Социально-гуманитарные знания. № 11, 2010. 0,5 п.л.

15. Васьков М.А. Изучение генезиса советской управленческой культуры. // Государственное и муниципальное управление. № 1, 2011. 0,5 п.л.

16. Васьков М.А. Социологические подходы к исследованию специфики трансформации управленческой культуры крупных коммерческих организаций в регионах Юга России. // Научная мысль Кавказа. № 1., 2011. 0,5 п.л.

17. Васьков М.А. От результативности к эффективности: трансформация парадигм управленческой культуры руководителей крупных региональных коммерческих организаций в России. // Экономические и гуманитарные исследования регионов. № 2., 2011. 0,5 п.л.

#### **В других изданиях**

18. Васьков М.А. Теоретические основы современных подходов к мотивации персонала. / Путь в науку: молодые ученые об актуальных проблемах социальных и гуманитарных наук. Ростов-на-Дону, Выпуск 8, Издательство СКНЦ ВШ ЮФУ 2008. 0,5 п.л.

19. Васьков М.А. Значение идей П.А. Сорокина для изучения управленческой деятельности и развития социологии управления. / Материалы IV Всероссийской научной конференции Сорокинские чтения «Отечественная социология обретение будущего через

прошлое. южный федеральный округ» (1-2 декабря 2008) Ростов-на-Дону 2009 0,4 п.л.

20. Васьков М.А. Использование категорий синергетики в изучении управленческих систем: перспективы и ограничения. / Гуманитарный ежегодник. Ростов-на-Дону - Москва, № 8, 2009. 0,5 п.л.

21. Васьков М.А. Национальная управленческая культура в крупном региональном российском бизнесе. / Путь в науку: молодые ученые об актуальных проблемах социальных и гуманитарных наук. Ростов-на-Дону, Выпуск 9, Издательство СКНЦ ВШ ЮФУ 2009. 0,5 п.л.

22. Васьков М.А. Роль этнокультурных факторов в управленческой культуре крупных региональных коммерческих организаций./ Материалы I международной научно-практической конференции. «Кавказ – наш общий дом». (Ростов-на-Дону, 18-19 сентября 2009 г.). Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2009. 0,5 п.л.

23. Васьков М.А. Инновационная модель национальной управленческой культуры бизнес структуры в современной России. Сборник материалов международного молодежного форума «Земля – планета молодых и талантливых». «Инновационные и инвестиционные перспективы развития социально-экономической системы России». Саратов, Изд-во «Август-Плюс», 2009. 0,5 п.л.

24. Васьков М.А. Управленческая культура крупных коммерческих организаций в контексте социальных трансформаций современного российского общества. // Поволжский торгово-экономический журнал. № 2 (14), 2010. 0,5 п.л.

25. Васьков М.А. Причины ограничений в использовании элементов управленческой культуры бизнес-организаций в органах государственного и муниципального управления. / Местное самоуправление в России и Германии: история и современность (на примере Юга России). Материалы международной научно-практической конференции 3 апреля 2010 г. Ростов-на-Дону: Изд-во СКАГС, 2010. 0,5 п.л.

26. Васьков М.А. Социальный контекст формирования управленческой культуры региональной бизнес элиты в переходный период в российском обществе. // Общество: политика, экономика, право. Краснодар, №1, 2010. 0,5 п.л.

27. Васьков М.А. Социологический портрет современного руководителя коммерческого сектора на Юге России. Сборник материалов VI Международной научной читательской конференции «Актуальные социально-политические и правовые проблемы развития

российского общества». / Приложение к журналу «Теория и практика общественного развития» Краснодар, 10 апреля 2010. 0,5 п.л.

28. Васьков М.А. Социальные последствия внедрения в управленческую культуру крупных коммерческих организаций инновационных методов управления (региональный аспект). / Путь в науку. Материалы научной конференции молодых ученых. Ростов-на-Дону 22 - 23 апреля 2010. 0,5 п.л.

29. Васьков М.А. Морально-этические нормы в управленческой культуре крупных региональных коммерческих организаций: социальная роль и механизмы реализации в процессе управленческой деятельности. / Межрегиональная научно-практическая конференция «Духовность России в условиях глобализации» Ростов-на-Дону, 22-23 апреля 2010. 0,5 п.л.

30. Васьков М.А. Социологические индикативы измерения эффективности управленческой культуры крупных региональных коммерческих организаций в современном российском обществе. / Материалы первой заочной международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарного развития региона». Майкоп, 2010. 0,5 п.л.

31. Васьков М.А. Российская модель управленческой культуры: миф или реальность? / Гуманитарный ежегодник. Ростов-на-Дону – Москва, № 9, 2010. 0,5 п.л.

32. Васьков М.А. Влияние особенностей процесса генезиса крупного регионального бизнеса Юга России на управленческую культуру. / Материалы II Международной научно-практической конференции. «Кавказ – наш общий дом». Ростов-на-Дону, 23-24 сентября 2010. 0,5 п.л.

33. Васьков М.А. Социальные условия внедрений инновационных методов в управленческую деятельность. / Сборник статей I Всероссийской научно-практической конференции. «Общество, экономика, человек в эпоху глобальных перемен». Ростов-на-Дону, 29 октября 2010. 0,5 п.л.

34. Васьков М.А. Влияние особенностей формирования крупных коммерческих организаций Юга России на социальные параметры их управленческой культуры. / Сборник материалов региональной межвузовской научно-практической конференции Грани международного взаимодействия: экономика, политика, культура. Ростов-на-Дону, (8 апреля 2010г.). 0,5 п.л.

35. Васьков М.А. Трансформации управленческой культуры руководителей крупных российских коммерческих организаций в контексте социокультурных и глобализационных факторов. /

Материалы третьей школы молодого социолога ИС РАН «Социальные проблемы в условиях модернизации российского общества». Майкоп, 2010 г. 0,5 п.л.

36. Васьков М.А. Организационный аспект генезиса управленческой культуры крупной коммерческой организации. / Материалы II Всероссийской научно – практической конференции. Актуальные проблемы управления персоналом и организационной психологии. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2010. 0,5 п.л.

37. Васьков М.А. Когнитивная ситуация в исследованиях управленческой культуры: перспективы использования комбинаций структурно-функционального и феноменологического научных подходов в проблемном поле социологии управления. / Актуальные вопросы социологии управления. Сборник статей. Ростов н/Д.: Изд-во СКАГС, 2011. 0,5 п.л.

38. Васьков М.А. Теоретико-методологические подходы к анализу управленческой культуры. / Россия реформирующаяся. Ежегодник. Вып. 9. – М.: Институт социологии РАН, 2011. 0,5 п.л.

39. Васьков М.А. Социальные институты как основа системы управления в регионе: теоретико-методологические аспекты. / Материалы второй заочной международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарного развития региона». Майкоп, 2011. 0,5 п.л.

#### **Публикации в зарубежных научных изданиях.**

40. Васьков М.А. Rostov Oblast: Transformations during the Economic Crisis. / Russian Analytical Digest № 57 The Political Role of Russia's Regions 17 Mar 2009. 0,5 п.л.

41. Васьков М.А. The Upper Echelon of the Russian North Caucasus. Regionally Specific Political and Sociocultural Characteristics. // Russian Politics and Law. Vol. 48, № 2. March-April 2010. Armonk, NY. USA 0,5 п.л.

#### **Брошюры.**

42. Васьков М.А. Основные теоретические подходы к исследованию управленческой культуры. Ростов-на-Дону: изд. СКНЦ ВШ ЮФУ, 2008. 1,5 п.л.

43. Васьков М.А. Коммерческая организация в современном российском обществе: социологический анализ типов

организационных и управленческих культур. Ростов-на-Дону изд. ДГТУ. 2009. 1,5 п.л.



Подписано в печать 15.04.2011.  
Формат 60×84<sup>1/16</sup>. Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Физ. печ. л. 2,0. Тираж 100 экз. Заказ № 50.

ИПО ПИ ЮФУ  
344082, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33.





