

МОРАЛЬНЫЕ РЕГУЛЯТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ РЫНОЧНЫХ АГЕНТОВ

MORAL REGULATORS OF THE BEHAVIOR OF MARKET AGENTS

Бикметов Евгений Юрьевич, доктор социологических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет», Уфа, Россия

Игнатьева Оксана Николаевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного управления, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», Уфа, Россия

Bikmetov Evgeniy Yurevich, Doctor of Social Sciences, Professor, Department of Management and Marketing, Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia

Ignatieva Oksana Nikolaevna, Candidate of Social Sciences, Associate Professor, Department of Public Administration, Bashkir State University, Ufa, Russia

Аннотация. В социально организованном пространстве формируется соответствующая культура управления как часть организационной культуры, ценностную основу которой составляют моральные регуляторы поведения рыночных агентов. В статье приводятся данные социологических исследований, свидетельствующих о значимости моральных регуляторов поведения рыночных агентов, к числу которых в первую очередь относятся справедливость и ответственность как основные характеристики руководителей среднего звена и исполнителей.

Abstract. A socially organized space is shaping up as part of an organizational culture whose value is based on the moral regulators of market agents' behavior. The article cites data from sociological studies showing the importance of moral regulators of the behavior of market agents, which primarily include fairness and responsibility as the main characteristics of mid-level managers and performers.

Ключевые слова: рыночные агенты, моральные регуляторы, организационная культура, культура управления.

Keywords: market agents, moral regulators, organizational culture, management culture.

К рыночным агентам относятся субъекты экономических отношений, участвующие в различных формах приращения, потребления и распределения экономических благ. Это домохозяйства и организации, которые, в отличие от нерыночных агентов, где взаимодействие максимально формализовано, характеризуются значимостью человеческого фактора: личностных установок, этических норм, ответственностью исполнителей. В современном бизнесе остро ощутима потребность в технологиях формирования организационной культуры, содействующей успешности компании посредством ориентации сотрудников на корпоративные достижения, понимание цели и необходимости мобилизации ресурсов.

Названные качества приобретаются исполнителями в процессе функционирования самой организации, однако понимание их необходимости упрощает задачу: к формированию организационной культуры можно приобщить специалистов на стадии их подготовки, уже в процессе обучения, а далее продолжить в программах повышения квалификации. Преподаваемые в высших учебных заведениях гуманитарные дисциплины нацелены в первую очередь на формирование общекультурных компетенций, в том числе соответствующих морально-нравственных установок и качеств.

В настоящее время в условиях активной цифровизации экономики, когда взаимодействие перемещается в виртуальное пространство, этические нормы по-прежнему значимы и актуальны. Они обуславливают доверие к компании, ее положительную

репутацию и конкурентоспособность. Реализуемые информационные и знаниевые технологии и методы управления содействуют формированию демократичных отношений в организации, усилению самоконтроля и самостоятельности сотрудников, развивают способность к самоорганизации. Таким образом, корпоративная этика превращается в важный ресурс организационного становления и продвижения. В результате создаются условия для осознания сотрудниками значимости не только профессиональной деятельности, но и способствующие актуализации в сознании перспектив развития организации, сопереживанию и соучастию в бизнес-процессах. Понятно, что менеджеры и рядовые сотрудники по-разному относятся и видят стратегические цели, текущие задачи и воспринимают сам микроклимат в организации. Поэтому с социологической точки зрения важно исследовать перечисленные различия и выйти на их детерминанты.

В 2010, 2014, 2016 году на трех крупных промышленных предприятиях Республики Башкортостан были проведены социологические исследования, нацеленные на определение действующих принципов корпоративной этики, выявление значимости таких моральных регуляторов как справедливость и ответственность в суждениях менеджеров и рядовых сотрудников. В исследовании работник предприятия априори рассматривался как носитель профессиональных функций и личность, обладающая элементами организационной культуры. Выборочная совокупность для анкетного опроса включала работников и управленческий персонал. В закрытых вопросах респондентам были представлены формулировки целевых установок и концепции развития организации/предприятия, а именно: «развитие и раскрытие потенциала работников, создание новых технологий, максимальное извлечение прибыли, социальные гарантии, конкуренция и поощрение индивидуализма работников, постоянная ротация персонала, уважение личности работника, мотивация работников и поощрение передовиков, гарантии стабильного заработка» [1, с. 276]. Респондентам можно было выбрать до трех вариантов ответа. Результаты были получены следующие: на максимальное извлечение прибыли нацелено 49,1%, на выживание в условиях рынка – 46,6%, на конкуренцию и поощрение индивидуализма работников – 37%, на постоянную ротацию персонала – 54%. Гарантия стабильного заработка стала фактически единственной общей ценностной ориентацией для 60% управленцев и 57% работников. Иные из предложенных вариантов не оказались в числе приоритетных ценностей управленческого персонала предприятий. Проведенное исследование позволило выявить некие противоречия между декларируемыми ценностными установками и демонстрируемым поведением, социальными потребностями и интересами сотрудников, и управленцами среднего звена.

Важно понимать, что определяющими для поведения являются приоритетные ценностные ориентации. Именно они в первую очередь влияют на профессиональные и личностные стратегии работников. При этом для общей организационной культуры и сплоченности коллектива весьма значимо, чтобы «слово и дело» не расходились в деятельности менеджеров, наделенных властными полномочиями, но при этом обязанных быть на виду, демонстрировать идеальные для организации модели поведения. Желательно создать такую атмосферу доверия и открытости в организации, в которой менеджеры открыто обсуждали бы и разъясняли ценностные приоритеты, содействуя формированию этических норм и культуры [2].

Ответы на вопрос о том, осознают ли сотрудники, что их труд и развитие на предприятии осуществляются в соответствии с миссией и долгосрочными целями организации показали, что больше половины респондентов-управленцев (53%) склонны сомневаться в таком утверждении, но согласились 40% представителей управленческого персонала и 20% рядовых работников. На вопрос о том, «верно ли утверждение, что большинство сотрудников аппарата управления искренне заботятся о вверенных им подчиненных?», ответы распределились следующим образом: «совершенно верно» – 7% опрошенного управленческого персонала, 0% опрошенных работников; «скорее верно, чем неверно» – 47% управленческого персонала, 13% работников; «скорее неверно, чем верно»

– 33% управленческого персонала, 37% работников; «совершенно неверно» – 13% управленческого персонала, 50% работников [1, с. 277]. Не верят в возможность решения личных вопросов посредством обращения к начальству половина опрошенных работников. При этом управленцы уверены в том, что сотрудникам необходимо периодически обучаться и повышать квалификацию, однако признают, что программы дополнительного образования для сотрудников реализуются нерегулярно. Опрошенные менеджеры полагают, что для сотрудников целесообразны программы самообразования, эффективны технологии кураторства, инструктирования, наставничества; различного рода очные курсы повышения квалификации. На вопрос о реальном положении дел по данному вопросу почти все опрошенные управленцы указали на то, что в их организации все нацелено на продуктивную работу, и времени на реализацию программ саморазвития и совершенствования знаний, умений и навыков у сотрудников нет. В организациях явно доминирует прагматизм и утилитаризм в деловых отношениях.

Корпоративная этика должна быть ориентирована на высокие ценности – обеспечение максимальных благ для всех сотрудников и их окружения, уважительное отношение в процессе профессиональной деятельности и партнерские связи. Организационная культура объединяет социальную и культурную миссию, стратегическое мышление, этические нормы и стандарты поведения, приоритеты и ценности организации в единую корпоративную философию, направленную прежде всего на дифференциацию ценностей, на анализ корпоративной культуры, благодаря которой вырабатываются язык общения (возможно и профессиональный сленг), правила поведения, нормы поощрения и наказания, способы эффективной коммуникации между участниками.

В настоящее время во многих организациях используются специальные тренинги, геймифицированные технологии и практики для приращения знаний о корпоративных этических принципах и способах их реализации. В повседневной жизни человек как правило имеет определенные возможности выбора ценностных ориентаций, в том числе морального выбора. Важно, чтобы сотрудник не имел затруднений с самоопределением. Для внедрения корпоративной философии необходимо решить следующие задачи: сформировать стандарты поведения для качественного исполнения должностных обязанностей, выявить потребности в специальном профессиональном и индивидуальном личностном развитии работников и менеджеров. Решение названных задач позволит разработать эффективные программы обучения, проанализировать их целесообразность, оценить перспективы развития сотрудников. В корпоративном стандарте могут быть установлены три вида компетенций: общекорпоративные, управленческие, профессиональные (определяются в рамках разработки профиля должности). Оценка общекорпоративных компетенций производится по нескольким основным показателям:

1. ориентация на результат;
2. командная работа;
3. способности выстраивать коммуникацию;
4. приверженность корпоративной культуре.

Особенность прикладной корпоративной этики проявляется в таких процедурах, как этическая экспертиза; аудит решений и их последствий для организации и ее социального окружения; этический консалтинг руководства по поддержанию бизнес-процессов.

Как справедливо отмечается исследователями, «организационную культуру можно сравнить с ДНК организации. Речь идет о модели человеческого взаимодействия, которая укоренилась со временем. Несмотря на то, что культура остается незримой, она является определяющей для создания здоровой организации, способной сбалансированно, последовательно и эффективно работать на основе постоянного обмена знаниями между всеми членами организации» [3, с. 141].

Побудитель действия для человека заключен в большей степени в восприятии окружающего мира, которое в определенной мере задается организационной культурой. Она, в свою очередь, также социально конструируется. Организация существует не только

реально, но и в сознании ее членов. Организационная культура и моральные регуляторы связывают личные цели и цели организации. Если последние грамотно доведены до сотрудников, то формируется чувство общей ответственности за их достижение, что обеспечивает развитие рыночных агентов.

Библиографический список

1. Бикметов Е.Ю. Прикладная корпоративная этика как ресурс управления организационным развитием // Управление экономикой: методы, модели, технологии: материалы XVIII Международной научной конференции. – Уфа: УГАТУ, 2018. – С. 275-278.

2. Бикметов Е.Ю. Духовно-культурные регуляторы в управлении организационным поведением // Управление экономикой: методы, модели, технологии: материалы XVI Международной научной конференции. – Уфа: УГАТУ, 2016. – С. 373-377.

3. Игнатьева И.М. Преобразование организационной культуры в культуру обмена знаниями в системе управления знаниями // Управление знаниями – современная методология развития кадрового потенциала региональной системы образования: Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина. – СПб., 2018. – С. 138-143. – Электронный ресурс: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35083306> (Дата обращения: 20.04.2020 г.).

Bibliography

1. Bikmetov E.Ju. Prikladnaja korporativnaja jetika kak resurs upravlenija organizacionnym razvitiem // Upravlenie jekonomikoj: metody, modeli, tehnologii: materialy XVIII Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. – Ufa: UGATU, 2018. – S. 275-278.

2. Bikmetov E.Ju. Duhovno-kul'turnye reguljatory v upravlenii organizacionnym povedeniiem // Upravlenie jekonomikoj: metody, modeli, tehnologii: materialy XVI Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. – Ufa: UGATU, 2016. – S. 373-377.

3. Ignat'eva I.M. Preobrazovanie organizacionnoj kul'tury v kul'turu obmena znanijami v sisteme upravlenija znanijami // Upravlenie znaniji – sovremennaja metodologija razvitija kadrovogo potenciala regional'noj sistemy obrazovaniya: Leningradskij gosudarstvennyj universitet im. A.S. Pushkina. – SPb., 2018. – S. 138-143. – Jelektronnyj resurs: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35083306> (Data obrashhenija: 20.04.2020 g.).

Сведения об авторах

1. Бикметов Евгений Юрьевич, д. соц. наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга ФГБОУ ВО «УГАТУ», bicprof@mail.ru, тел. +7 (347) 273-16-32

2. Игнатьева Оксана Николаевна, канд. соц. наук, доцент кафедры государственного управления, ФГБОУ ВО «БашГУ», 2tov_@mail.ru, тел. +7 (347) 229-96-39

Authors' personal details

1. Bikmetov Evgeniy Yuryevich, D.Sc., Professor, Department of Management and Marketing, Ufa State Aviation Technical University, bicprof@mail.ru, tel. +7(347)273-16-32

2. Ignatieva Oksana Nikolaevna, PhD, Associate Professor, Department of Public Administration, Bashkir State University, 2tov_@mail.ru, tel. +7(347) 229-96-39