

А. А. Максименко

Ценностный подход к анализу теорий управления: от Э. Мэйо до П. Друкера

В настоящей статье автор анализирует теории управления сквозь призму ценностного подхода.

Ключевые слова: ценностный подход, теории управления, социология управления.

A. A. Maximenko

A Value Approach to the Analysis of Management Theories: from E. Mayo to P. Drucker

In this article the author looks at management theories through the prism of value.

Keywords: a value approach, management theories, sociology of management.

В 1920–1930-х гг. XX в. в странах Западной Европы и США наметился определенный кризис применения в сфере производственных отношений методологии и методик школы научного менеджмента. Кризис «тейлоризма» и «фордизма» выразился в конечности резервов роста производительности труда, исчерпании эффекта применения инструментальной рациональности в качестве основы трудовых отношений и трудовой мотивации. Активность профсоюзов поставила на повестку дня проблемы плохих условий труда, высокого производственного травматизма, невозможности обучения и квалификационного роста наемных работников и т. д. Определенным ответом на эти процессы явилось возникновение в теории управления новой школы «человеческих отношений», оппозиционной тейлоризму, к которой относят ряд достаточно различающихся по научным интересам исследователей, таких как Э. Мэйо, А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, Д. Мак Клелланд, К. Арджарис, Р. Лайкерт, Ф. Херцберг, В. Врум.

Важным этапом в развитии понимания необходимости исследования индивидуальных и групповых ценностей в системах управления стали «хотторнские эксперименты» на заводах электромеханической компании «Вестерн-электрик-компани», расположенных недалеко от Чикаго. Комплексные социологические и социально-психологические исследования привели к возникновению Чикагской школы эмпирической социологии (Р. Парк, Э. Берджесс, Э. Мэйо и др.).

Исследуя влияние различных условий труда на повышение производительности труда, представители Чикагской школы пришли к выводу о значимости межгрупповой и внутригрупповой коммуникации и благоприятного социально-психологического климата, коррелирующего с повышением производительной деятельности наемных работников и профессиональных управленцев. Полемизируя со сторонниками школы научного менеджмента, Э. Мэйо утверждал, что «индустриальный рабочий не желает принимать школьной логики, которой определялись бы его образ жизни и работа. То, чего он хочет, скорее, может быть охарактеризовано как образ жизни, существенным моментом которого, во-первых, является взаимодействие с другими людьми, во-вторых, исполнение экономической функции, важной для группы» [4, с. 173].

Однако, придерживаясь в объяснении управленческих девиаций и патологий концепции аномии Э. Дюркгейма, Э. Мэйо отвергал позитивную роль производственных конфликтов, а многообразие факторов конфликтогенности и отклонений редуцировал до уровня личных проблем наемного работника, физиологической и/или психической природы.

Тем не менее, исследования представителей школы «человеческих отношений» позволили прийти к следующим выводам:

1. В создании благоприятного социально-психологического климата в социальной организации важная роль отводится как непосредствен-

ному руководителю, так и другим представителям администрации.

2. Не только производственные, но и непроизводственные факторы (общественная ситуация, образ жизни, особенности быта, досуга, общения, положение в семье) влияют на трудовое поведение работника и его адаптацию к новой организационной среде.

3. В процессе управления важно знание и учет таких регуляторов социально-трудового поведения личности, как потребности, установки, ценности и ценностные ориентации, так как они непосредственным образом влияют на отношение работника к труду, определяют его самооценку, солидарность и идентификацию с конкретным трудовым коллективом.

Таким образом, важным этапом развития управленческой мысли стала разработка концепций трудовых потребностей и мотиваций. А. Маслоу формулирует концепцию иерархической «пирамиды потребностей», на основании которой строит механику развития и изменения человеческих потребностей. Иерархию потребностей А. Маслоу критикуют за абстрактно-теоретический характер и отсутствие серьезной верификации результатов данной концепции в области прикладных исследований. Однако его концепция послужила определенной предпосылкой для понимания важности человеческой мотивации и получила распространение в среде профессиональных управленцев в 50–60-е гг. XX в. Принцип восхождения человеческой мотивации от низших потребностей к высшим детерминировал дискурс о «скучной работе», необходимости не только материальной стимуляции, но и творческой самореализации человека труда. А. Маслоу подчеркивал, что, в отличие от низших потребностей, потребности в любви, привязанности и идентификации с определенной малой группой в современном индустриальном обществе удовлетворить значительно труднее. Поэтому удовлетворение данных потребностей приводит к повышению самооценки и удовлетворению потребности в самоуважении.

А. Маслоу сделал предположение, что средний индивид удовлетворяет свои потребности в следующей степени: на 80 % – физиологические, на 70 % – в безопасности и защите, на 50 % – в любви и принадлежности, на 40 % – в самоуважении и на 10 % – в самоактуализации [3]. И дефицитарные низшие потребности, и потребности в развитии выступают у А. Маслоу в качестве ценностей, но потребности (ценности) высшего

уровня в современном обществе носят более дефицитарный характер, так как уровень жизни позволяет удовлетворять большинство низших потребностей.

Исследования А. Маслоу привели к пониманию роста значения нематериальных факторов стимулирования труда, важности оценки поведения индивида со стороны коллег и его собственной относительно высокой самооценки.

Ф. Херцберг разработал двухфакторную «мотивационно-гигиеническую» теорию, выделив две группы побуждений к труду: поддерживающие, гигиенические факторы и мотивационные. Его теория во многих своих положениях и выводах оказалась близка мотивационной теории А. Маслоу, так как мотивационные факторы, по Ф. Херцбергу, соответствуют высшим потребностям, а гигиенические – более низким.

Д. Мак-Грегор утверждал необходимость реализации в производственной практике управления теории «Y», отвергающей рассмотрение работника как «экономического человека», характерное для традиционных теорий управления «X». В ценностном основании теории «Y» содержится представление о работнике как индивиде, обладающем определенными интеллектуальными способностями и относительно высоким уровнем самодисциплины и самоконтроля. Подобно Ф. Херцбергу с его концепцией «обогащения трудом», Д. Мак-Грегор также указывает на необходимость развития трудовой мотивации работников посредством изменения содержания труда, то есть увеличения его разнообразия и акцента на творческом характере трудовой деятельности.

Д. Мак-Грегор признает важность внутриорганизационного консенсуса относительно целей трудовой деятельности. По его мнению, важна интеграция целей организации, менеджеров и рядовых работников, которые в случае принятия организационных целей будут в большей степени проявлять самоуправление и самоконтроль. Данное принятие «исполняет функцию вознаграждения, ассоциируясь с достижениями», самое же значимое вознаграждение (связанное с удовлетворением потребности в самоутверждении и самореализации) может являться «непосредственным следствием стремления к достижению целей организации» [5, с. 48].

Следует отметить, что внутриорганизационный консенсус всех субъектов труда относительно системной телеологии возможен только в случае, если большинство из них придерживаются

общих организационных ценностей и норм. Важность и определяющий характер для мотивации сотрудников данного системного организационно-управленческого эффекта акцентируется и в теории мотивации Д. Мак-Клелланда, и в «теории ожидания» В. Врума.

Резюмируя мотивационные подходы в теории управления с позиции ценностного аспекта, необходимо отметить, что в них стремление к достижению и реализации ценности рассматривается как потребность индивида и/или группы, но, в свою очередь, потребность сама по себе может быть интерпретирована в качестве ценности.

К поведенческому подходу – «школе лидерского поведения» – относят исследователей, придерживающихся бихевиористской методологии. Это и один из основателей бихевиоризма Э. Торндайк, которого с трудом можно отнести, собственно, к теоретикам управления, и авторы концепции стиля лидерства (руководства) Р. Танненбаум, У. Шмидт. Согласно бихевиористскому подходу, анализу следует подвергать не внутренний мир человека, а непосредственное поведение. Анализ поведения следует основывать исключительно на базе экспериментального метода. Психические явления в бихевиоризме признаются либо не существующими, либо существующими, но их можно игнорировать или использовать для их исследования отдельную методологию.

Можно бы было предположить, что в теории управления именно поведенческий подход наиболее отдален от ценностного аспекта управления. Однако в концепции лидерства Р. Танненбаума и У. Шмидта ценности используются если не в качестве основных переменных, то в качестве существенных признаков классификации и специфики лидерства. Основными факторами, определяющими стиль управления, признаются индивидуальные характеристики руководителя, характер и поведение подчиненных, ситуационные факторы. К индивидуальным характеристикам руководителя относятся, в том числе, и его ценности и система ценностных ориентаций. Фактор характера и поведения подчиненных предполагает понимание ими целей организации и принятия ценностей, в данном случае, интерпретируемых через их включенность в организационную телеологию. Таким образом, успешный руководитель способен изменять свое поведение в зависимости от специфики действия этих факторов и ситуации принятия решения. С другой стороны, он осуществляет контроль за поведени-

ем подчиненных и требует соответствия их поведения выбранной телеологии и существующей организационной культуре.

Эмпирическая школа управления (Л. Ньюмен, Г. Кунц, А. Джил, С. Дэвис, Т. Друкер, Ф. Фелк) возникает в середине 60-х гг. XX в. Ее особенностью явился состав представителей, в число которых вошли профессиональные управленцы и консультанты. Начало возникновения данного направления относят к программной статье Г. Кунца «К созданию объединенной теории организации» (1964 г).

Л. Ньюмен подчеркивал необходимость конструирования философии менеджмента организации, состоящей из ряда принципов деятельности, которые можно интерпретировать следующим образом:

1. *«Хорошие отношения между служащими вытекают из разумной организационной структуры».* Данный принцип отражает зависимость между оптимизацией организационной структуры и социально-психологическим климатом в организации. В связи с этим необходимо отметить, что Л. Ньюмен, подобно предшествующим классикам теории управления, признавал существование связей между мерами по улучшению организации труда, коррекции системы управления и внутриорганизационными межличностными отношениями.

2. *«Судьба людей в организации должна зависеть от мнения нескольких людей».* Социально-профессиональная карьера работника зависит от коллегиальной экспертной оценки его деятельности, немалое значение в которой придается соответствию работника нормам и ценностям, существующим в организационной культуре. Анализ неформальных аспектов сознания и поведения работника при коллегиальной оценке позволяет учитывать не только качество выполнения им своих функциональных обязанностей, но и личностные характеристики кандидата на повышение или на увольнение.

3. *«На руководящую работу следует выдвигать наиболее способных людей».* Данный принцип отражает «вечный вопрос» кадрового менеджмента, заключающийся в формулировании и верификации тех или иных принципов и методов отбора персонала.

П. Друкер рассматривал менеджмент в качестве ведущего института постиндустриального общества, идеалы, ценности, цели и нормы поведения которого распространяются далеко за рамки его институциональной среды. Носителями

ценностей данного института являются его институциональные агенты – менеджеры, роль которых в управлении П. Друкер склонен был отождествлять с самой организацией: «Предприятие может что-то решать и что-то производить лишь в той мере, в какой в этих процессах будут участвовать его менеджеры – само по себе предприятие не может работать эффективно» [2, с. 7]. Именно менеджеры являются создателями не только новых рынков, но и новых потребителей. Цель их деятельности – создание добавленной стоимости товара, выше стоимости тех ресурсов, что были потрачены на его производство. Управление «знаниями» и включение знаний не только в процесс оптимизации системы управления, но и в сам товар способствует внутренней и внешней капитализации компании.

Следовательно, придерживаясь концепции П. Друкера, можно сделать вывод о возможности переноса организационных ценностей, вырабатываемых и воспроизводимых руководством во внешнюю среду социальной организации. С позиции концепции ценностно-рационального управления это фундаментальный вывод, позволяющий утверждать привлекательность для потребителя определенного образа ценностно-нормативной системы организации, аккумулированной в бренде. Ценностно-нормативная составляющая бренда выражается не только в его визуальных и вербальных атрибутах, но и в имидже и в репутации самой компании.

П. Друкер разрабатывает концепцию «управления по целям», социально-философское основание которой составляет определенный отказ от приоритета функций организации (в методологии научного менеджмента) и принятие в качестве

приоритета организационной телеологии, предполагающей целевое планирование и последовательное решение соответствующих задач. В процессе целевого управления менеджеры должны осознавать социальное значение и последствия своей деятельности и свою социальную «ответственность». Степень социальной ответственности, следуя П. Друкеру, прямо пропорциональна тому социальному влиянию, которое организация оказывает на внешнюю среду: «Требование социальной ответственности является, в значительной мере, платой за успех» [1, с. 289]. Таким образом, с позиции концепции ценностно-рационального управления, социальная ответственность может рассматриваться в качестве

– одного из механизмов экспансии внутренней организационной культуры в пространство внешней среды;

– показателя идентификации менеджеров организации с собственными внутриорганизационными ценностями и нормами, а также показателя их отношения к подчиненным.

Библиографический список

1. Drucker P. People and Performance. New York: Harper and Row, 1973.
2. Drucker P. The Practice of Management. New York: Harper and Row, 1954.
3. Maslow A. H. Motivation and personality. New York: Harper and Row. 1970
4. Mayo E. The Human Problems of an Industrial Civilization. New York: Viking Press. 1960.
5. McGregor D. The Human Side of Enterprise. Harmondsworth: Penguin Books, 1987.