

А. А. Максименко

**Ценностный подход к анализу теорий управления:
от «алмаза Левитта» к организационной культуре**

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 Management Theories:
from Levit's Diamond to Organizational Culture**

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

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

Попытку синтеза теорий управления осуществил Г. Левитт – ученик Д. Мак-Грегора – в своем «комплексном подходе к управлению», утверждая необходимость объединения в единую теорию управленческих подходов и методов, разрабатываемых в социологическом, психологическом, математическом и инженерном знании. Он придерживался системной методологии в анализе управления и разработке управленческого решения, сформулировав концепцию, названную «алмаз Левитта», представляющую собой системное единство и взаимосвязь четырех компонентов управления:

1. Технологии.
2. Задачи и миссия организации.
3. Структура организации.
4. Люди.

Модель «алмаза Левитта» позволяет анализировать воздействия внешней среды на деятельность организации и принимать соответствующие управленческие решения. Компоненты данной аналитической системы обозначаются им как «границы алмаза», воздействие на одну из них ведет к необходимости системных изменений в других. Фактически Г. Левитт в рамках своей модели управления описал понятие «гомеостазиса», признаваемого в качестве основного принципа существования системы в рамках теории систем. Гомеостаз предполагает способность системы к саморегуляции состояния и поведения, поддержанию динамического равновесия внутренней среды посредством изменения внутренней структуры и процессов в ответ на изменения стимулов внешней среды. Если в силу каких-либо условий (социально-демографических,

социально-экономических и т. п.) изменяется персонал, то, по мнению Г. Левитта, появляется необходимость в изменении или коррекции существующих ценностей и норм, межличностных отношений и даже появлении новых образцов поведения.

Придерживаясь системного и информационного подхода в теории управления, Г. Левитт считал необходимым сочетать креативность и нетрадиционность в практике управления с пониманием необходимости и универсальности существования иерархически организованных социальных систем. Одним из следствий принятия этого тезиса является понимание необходимости существования иерархических систем внутриорганизационных правил, ценностей и норм: «В организациях нам нужны правила. Многие из правил, вызывающих у нас раздражение тем, что ограничивают нашу свободу, на самом деле – в более широком смысле – помогают сохранить ее» [1, с. 62].

М. Сейнер детализировала модель Г. Левитта, выделив восемь граней системы: люди, задачи, структура, принятие решений, культура, информационные системы, системы контроля, системы вознаграждения. В организационной грани «культуры» особое место отводится корпоративным ценностям, связывающим другие компоненты, такие, например, как люди, задачи и системы вознаграждения. Т. Питерс, Д. Филипс и Р. Уотерман разработали модель организации «7S», состоящую из семи основных компонентов: структура, системы и процедуры, стратегия, сумма навыков, состав персонала, стиль управления, совместно разделяемые ценности. Последние интерпрети-

руются как фундаментальные идеи и терминальные ценности, на основе которых строятся организационная культура, корпоративная этика и миссия организации.

К «школе социальных систем» относят труды Г. Саймона и Д. Марча, синтезировавших теорию «человеческих отношений» с системной методологией. Рассматривая организации как социальные системы, Г. Саймон и Д. Марч разработали концепцию рационального поведения, особое место в которой отвели представлению о внутриорганизационных ценностях как важному элементу системного целеполагания и целедостижения со стороны как работников, так и всей организации в целом.

Г. Саймон приписывал индивидам ограниченную рациональность, которая должна быть компенсирована идентификацией с организационными ценностями. Индивид в своих действиях руководствуется здравым смыслом, собственными представлениями о рациональности и балансом издержек и вознаграждений. Поэтому задача менеджмента – добиться эффекта посредством манипулирования сознанием работника, предлагая ему более привлекательные, значимые и вознаграждаемые ценности и мотивы.

Внутриорганизационные ценности, с точки зрения Г. Саймона, более рациональны, и следует добиться переориентации индивидуальных ценностей работников на ценности организации, что, в свою очередь, будет являться критерием принятия ими авторитета руководства и готовности к подчинению его решениям и действиям. Главное – добиться «приверженности» работников групповым ценностям и группе в целом с целью добиться «самоотожествления» с целями организации.

К «типичным групповым ценностям» Г. Саймон отнес следующие явления:

1. Социальность – неформальное общение в коллективе.
2. Неформальная справедливая норма дневной выработки.
3. Система статусов – значимость тех или иных признаков социальной дифференциации и неравенства.
4. Трудовые критерии – представления о минимальном качестве той или иной работы, осуществляемой членом группы.
5. Социальные ценности – ценности, сохранению которых работники способствуют своей работой.
6. Ценности, связанные со структурой организации, – ценности субординации, вознаграждения социально-профессионального статуса и продвижения по службе [2, с. 113].

Идеализируемая Г. Саймоном модель функционирования организации предполагает оптимальную идентификацию индивидуальных и организационных целей и ценностей, детерминирующую стремление работников внести личный трудовой вклад в деятельность организации и основанную на гибкой системе стимулирования трудового поведения посредством принятия более вознаграждаемых мотивов, ценностей, правил и других символов лояльности авторитету руководства.

К. Арджирис подверг определенной ревизии концепцию Г. Саймона относительно рационального поведения индивида в организации, считая, что необходимо исследовать потребности самого индивида и на этой базе искать возможности их согласования с ценностями и целями организации. Менеджер и/или консультант должны выделить узлы совпадения потребностей индивида и организационных целей и ценностей и двигаться в направлении их синтеза.

Сторонником концепции К. Арджириса явился У. Оучи, который на основе японского опыта менеджмента и организации труда разработал теорию «Z», которую он определенным образом противопоставил «X»- и «Y»-теориям Мак-Грегора. У. Оучи выделил несколько элементов японской культуры менеджмента, которые можно было заимствовать носителям других культур: «1) акцент на движении информации снизу вверх; 2) превращение высшего руководства (топ-менеджмента) из органа, издающего приказы, в орган, способствующий принятию решений; 3) использования среднего управленческого звена (мидл-менеджмента) как инициатора и движущей силы решения проблем; 5) повышенное внимание к благополучию сотрудников» [4, с. 62].

По мнению У. Оучи, следует идти по пути максимальной идентичности работников с целями, ценностями компании и ее образом. Высокая степень отождествления индивида с компанией выступала в качестве следствия системы пожизненного найма, практикуемой крупными японскими предприятиями. Основными структурными компонентами теории Z, по У. Оучи, выступают:

- 1) наем кадров на длительный срок;
- 2) коллективное принятие решений;
- 3) сочетание индивидуальной и коллективной ответственности;
- 4) оценка кадров и их планомерное иерархическое продвижение, без резких скачков по служебной лестнице;
- 5) формальная система контроля;
- 6) неспециализированная карьера работников;
- 7) забота о благополучии работников.

Таким образом, по мнению У. Оучи, «идеальный тип Z сочетает базовую культурную приверженность индивидуалистическим ценностям с выраженной коллективистской моделью взаимодействия. Он одновременно удовлетворяет старым нормам и предполагает удовлетворение потребности в причастности» [5, с. 311]. Несмотря на острую критику теории Z со стороны современников (Дж. Салливана, Дж. Ингланда, Т. Миллер, Дж. Киз и др.), тематика «японизации» менеджмента становится предметом актуальных научных дискуссий в 80–90-е гг. XX в., очертивших определенные пределы возможностей заимствования западных моделей менеджмента носителями западной культуры труда и управления.

С позиции ценностно-рационального понимания управления, дискуссия о японизации привлекла внимание ученых к возможностям достижения более глубокой идентичности работников и менеджеров разных звеньев с внутриорганизационными ценностями, привела к появлению новых объектов исследования и иного взгляда на такие явления, как «доверие», «согласие» и т. д.

Системный подход или «школа социальных систем» в управлении связан с исследованиями таких ученых, как А. Этциони, Ч. Барнард, Ф. Селзник, А. Гоулднер и др. Данный подход связан с развитием теории систем и появлением классической кибернетики Н. Винера, интерес к которым проявляется в различных областях научного знания в 50–60-е гг. XX в. Придерживаясь типических системных взглядов на социальные организации, представители данной школы акцентировались на процессах социального взаимодействия и социальных отношениях, носящих не только формализованный, но и неформальный характер.

Ч. Барнард, рассматривая роль коммуникативных сетей – «неформальной организации», указывал на роль неформальных отношений и коммуникаций с позиций функций самого руководителя: «Коммуникативная функция руководителей, помимо прочего, предполагает поддержание неформальной руководящей организации как существенного средства коммуникации» [3, с. 224]. Ч. Барнард помещает в центр своего анализа личность человека, который принимает решение о кооперативной деятельности, то есть заведомо принимает как организационные цели и ценности, так и организационные ограничения. Несовместимость последних с потребностями и ценностями индивида Барнард назвал «несовместимостью». Успешность организации, по мнению Ч. Барнарда, определяется двумя факторами – «эффективностью» и «действенностью»: «Эффективность относится к реализации цели кооператив-

ной деятельности, которая носит не личный, а социальный характер. Действенность относится к удовлетворению индивидуальных стремлений и носит выраженный личный характер. Критерий эффективности – достижение общей цели или целей, таким образом, эффективность может быть измерена. Критерий действенности – желание индивида продолжать участие в кооперативной деятельности» [3, с. 60]. Удовлетворение личных мотивов людей определяется не организационной эффективностью, а кооперативной действенностью, представляющей собой эффект совокупного действия индивидуальных действенностей.

Придавая наибольший организационный вес роли руководителя, Ч. Барнард выделяет два его основных позитивных качества, дающих эффект совмещения организационного и индивидуального, – верность и веру. Руководитель в первую очередь является генератором позитивных ценностей и только затем – управляющим организацией. Таким образом, с позиции ценностного подхода Ч. Барнард в большей степени акцентировался на процессе трансляции ценностей руководителя подчиненным, но в то же время и утверждал необходимость конформного признания в его «верности и вере» организационным целям и ценностям и необходимость учитывать индивидуальные ценности подчиненных и ценности, вырабатываемые группами внутри организации, отраженные в ее «неформальной организации».

В основание своей управленческой концепции представитель системной парадигмы А. Этциони поместил проблему согласия в организации. «Согласие» выступает у А. Этциони в качестве основного критерия при оценке состояния организации и при сравнительном анализе состояния разных организаций. Согласие является отражением консенсуса во внутренней среде организации относительно ценностей и норм и свидетельствует о степени упорядоченности социальных отношений. А. Этциони утверждал, что в теории и практике управления существуют три модели согласия: 1) модель, основанная на принуждении, характерная для авторитарного лидерства и тотальных институтов; 2) «тейлоровская» модель, основанная, преимущественно, на материальной стимуляции труда; 3) модель, при которой работники принимают нормативные организационные ценности. Таким образом, тип и характеристика власти, используемые методы контроля, а также ценности и мотивы работников, по мнению А. Этциони, являются ключевыми факторами как анализа, так и построения той или иной модели социального согласия в организации. «Согласие» и неизбежно следующее за признанием роли первого «доверие» во многом являются следствием конформ-

ного принятия внутригрупповых и организационных целей и ценностей.

В 60-е гг. XX в. начинает развиваться «ситуационный подход» в управлении, основанный на релятивистской методологии анализа факторов управления относительно специфической ситуации в конкретной организации (А. Бевелас, Ф. Фидлер, В. Врум, Ф. Йеттон, Р. Хаус, Г. Митчелл, К. Бланшар, П. Херси). Ситуационный подход характеризуется акцентом на исследовании организационного лидерства и руководства и известен разработкой вероятностных моделей Ф. Фидлером, подходом «путь – цель» Р. Хауса и Г. Митчелла, «теорией жизненного цикла» К. Бланшара и П. Херси и т. д. Общим теоретико-управленческим лейтмотивом данного подхода является разработка концепций ситуационного лидерства в условиях специфичной и изменяющейся внутренней и внешней среды организации.

Ценностный аспект поведения лидера и руководителя выражается в ситуационном подходе менее четко, чем, например, в системном подходе и, в частности, концепции управления Ч. Бернарда. Несмотря на то, что организационная культура рассматривается в ситуационном подходе как важный фактор при моделировании отношений руководителя с подчиненными, акцент делается скорее на построении консенсуса целей и достижении удовлетворения работника с помощью различных стимулов, чем на принятии ценностей.

Исходя из объект-предметной области и актуальной задачи исследования, мы можем не рассматривать с позиции ценностного подхода такие школы в управленческой теории, как «количественная школа» и «новая школа управления». Представители данных школ рассматривают процесс управления с точки зрения формальной логики, разработки математического аппарата и компьютеризации. Системный инструментальный и целерациональный аспект управления в работах представителей этих подходов находит свое полное воплощение, чего нельзя сказать о качественных, социально-психологических критериях и показателях процесса управления, которые выходят за рамки исследований.

В 80–90-е гг. XX в. происходит определенная гуманизация управленческих концепций и подходов, связанных с констатацией роста значения личностного фактора в современной экономике. В социологии и экономике появляются концепции «социального капитала» и «человеческого капитала», возникает понимание важности «неосязаемых активов» (intangibles) организации, в рамках направления постиндустриализма фиксируется появление у наемных работников и самозанятых

элементов «постматериалистической мотивации», акцентированной на иных, нежели материальный, факторах труда. В теории и практике управления возникают неклассические инновационные подходы в менеджменте, к которым относят деятельностный подход, синергетический подход, американский экзистенциальный менеджмент, инновационный менеджмент, реинжиниринг, различные концепции управления организационным развитием.

Новые подходы в теории управления сосредоточены на управлении внутриорганизационной средой, влиянии внутренних процессов на внешнюю среду организации. Социальная организация предстает как самообучающаяся система, где и руководство и подчиненные должны постоянно повышать свои социально-профессиональные компетенции и получать новые, проходить групповое обучение, демонстрировать индивидуальное мастерство управленца. Задачи развития внутренней среды организации предопределили внимание теоретиков и практиков управления к явлению «организационной (корпоративной) культуры», в основе которой лежат идеи, представления и ценности, разделяемые большинством членов организации. В конечном итоге, организационная культура закрепляет свой статус одной из отраслей управленческого знания.

Библиографический список

1. Левитт, Г. Сверху вниз. Почему не умирают иерархии и как руководить ими более эффективно [Текст] / Г. Левитт. – СПб.: Изд-во Стокгольмской школы экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
2. Саймон, Г. Социальный менеджмент в организациях [Текст] / Г. Саймон, Д. Смитбург, В. Томпсон. – М.: Экономика, 1995.
3. Barnard C. The Functions of the Executive. Cambridge: Harvard University Press, 1938.
4. Johnson R., Ouchi W. Made in America (under Japanese management) // Harvard Business Review, № 52 (5), 1974.
5. Ouchi W. Jaeger A. Type Z Organization // Academy of Management Review, № 3.