

Серебрякова Г.В.

канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ
ВО «Государственный университет
управления», Москва

e-mail: sega62@mail.ru

Развитие ценностной парадигмы в управлении

Аннотация

В статье обоснована необходимость формирования и применения организационно-экономических механизмов, способствующих укреплению духовно-нравственных компонентов в управленческой среде. Особое внимание уделено взаимодействию организаций как основы ценностного управления социально-экономическими системами. Статья написана по материалам, полученным в результате выполнения НИР в рамках госзадания Министерства образования и науки РФ

Ключевые слова:

ценностное управление, социально-экономические системы, отношения, подход, взаимодействие, методы управления.

Serebryakova G.V.

Ph.D. in Economy, Associate Profes-
sor, State University of Management,
Moscow

e-mail: sega62@mail.ru

Development of Value Paradigm in Management

Abstract

The article describes the need of formation and use of the organizational and economic mechanisms promoting strengthening of spiritual and moral components in the administrative environment. Besides, the special attention is paid to a question of interaction in the company which lays the foundation of valuable management of social and economic systems. Article is written on the basis of materials, received from the research work within the framework of the state task of the Ministry of education and science of the Russian Federation

Keywords:

valuable management, social and economic systems, relations, approach, interaction, methods of management.

Теория призвана объяснять сущность изменений и прогнозировать траектории дальнейшего развития. Формируя научные основы теории управления, Олимпиада Васильевна Козлова подчеркивала, что «теория управления возникает из запросов практики, которая составляет основу ее развития. Требования практики, необходимость решения конкретных задач управления стимулируют развитие научных знаний, поэтому развитие теории управления связано с накоплением практического опыта, с теоретическим его обобщением по отдельным проблемам» [5]. Понимая, что развитие — это направленное, закономерное изменение, в результате которого возникает качественно новое состояние объекта, вызовы современности доказывают невозможность существования теории управления в границах традиционных парадигм.

Кафедра теории управления со дня своего основания находилась на передовых рубежах управленческой науки и практики. Процесс развития теории управления — это непрерывный процесс, активное участие в формировании науки управления всегда

принимали последователи и продолжатели научной школы О.В. Козловой.

Зародившись в недрах науки управления, росли и стали самостоятельными ряд направлений, исследования по которым проводят ведущие ученые кафедры. Г.Р. Латфуллин (заведующий кафедрой, д.э.н., профессор) подчеркивает, что «трудно представить развитие науки управления, ее теорий без основополагающих реалий управленческой антропологии» [1, с. 232]. Исследование сущности конфликтологии в управлении, проводимые профессором О.Н. Громовой, составили основу развития теорий организационного поведения и корпоративной социальной ответственности. Именно эта научная база способствовала активному развитию исследований в области культурного управления, начатых еще в период работы над диссертационным исследованием и активно проводимых в настоящее время к.э.н. Мусаеляном И.К. [2].; развитию ценностной основы управления человеческими ресурсами, представленному в работах к.э.н. Незамайкина И.В. [3]. Именно высокий уровень профессионализма и активности коллектива кафедры, пре-

емственность поколений исследователей выступают важными источниками дальнейшего развития науки управления.

Управление имеет большую историю, фактически вся история человеческой цивилизации связана с многочисленными попытками найти наиболее адекватные технологии и методы управления, призванные обеспечить достижение поставленных целей. В зависимости от условий и факторов внешней среды менялись парадигмы управления, видоизменялся объект управления, увеличивалось число связей между объектами управления.

Характерной чертой современности стало усложнение системы общественных отношений, происходит интеграция экономической и этической составляющих деятельности, требуется построение этической системы экономических отношений. Этические ценности не только выступают ориентирами общественного развития, но и становятся точками роста. От того, какие ценности будут преобладать в отношениях между участниками хозяйственных отношений, зависит результативность не только их деятельности, но и уровень развития всего общества. Введение духовно-нравственного вектора в управление хозяйственной деятельностью требует разработки новых механизмов управления. Требуются организационно-экономические механизмы и методически. Именно этим объясняется переход управления к ценностной парадигме, которая претерпевала содержательные изменения, что позволяет, по-нашему мнению, выделить ряд этапов развития ценностного управления (табл. 1, рис. 1).

Первоначально управленческий подход, в центре которого находится создание новой ценности для собственников компании как основной цели фирмы, получил название Value-Based Management (VBM) — ценностно-основанный менеджмент, или цен-

ностно-ориентированный менеджмент, или управление компанией на основе оценки (акционерной) стоимости. Ценностно-ориентированный менеджмент определяли как подход к управлению, при котором общие устремления компании, аналитические техники и управленческие процессы имеют цель помочь компании максимизировать ее ценность путем фокусирования принятия управленческих решений на ключевых факторах создания ценности (стоимости). Первоначально сторонники ценностно-ориентированного управления идентифицировали понятия «ценность» и «стоимость», придавая главенствующую роль экономическому управлению. Позже исследователи доказали, что круг управленческих задач, которые решаются с помощью ценностно-ориентированного менеджмента, чрезвычайно широк, его нельзя ограничивать лишь экономическими аспектами.

Повышение общей динамики процессов развития, появление новых технологий, усложнение связей между хозяйствующими объектами, изменение роли отдельных элементов компаний приводит к усложнению процессов достижения поставленных целей. Характеризуемая многообразием социокультурная реальность функционирования социально-экономических систем охватывает все уровни системы общественных связей, проявляется в этике, философии, системе ценностей. Без ценностей, согласно позиции ряда исследователей, жизнь общества была бы невозможна; функционирование социальной системы не могло бы сохранять направленность на достижение групповых целей; индивиды не получали бы от других то, что им нужно. В силу этих причин современное развитие экономического пространства связано с социальными изменениями, добиться реализации которых в рамках существующих моделей менеджмента было уже невозможно.

Таблица 1

Характеристики этапов развития ценностного управления

Характеристика	Ценностно-ориентированное управление	Управление по ценностям	Управление созданием ценности
1.Подход к управлению	Стоимостной	Аксиологический	Отношенческий – поведенческий – интегрированный
2.Тип управления	Экономический	Социальный	Социально-экономический
3.Объект управления	Драйверы стоимости	Ценностная система организации	Взаимоотношения – социально-ценностное поведение
4.Цель управления	Удовлетворение потребностей акционеров	Повышение ценностного единства	Создание добавочной ценности
5.Исследователи	Коупленд, Коллер, Муррин	Донан, Гарсия, Рокич и др.	Walter A., Ritter Th., Gemunden H.C. Ulaga W., Eggert A.

Необходим инструмент управления, который позволит раскрыть рыночный потенциал компании с учетом социальных аспектов деятельности. Таким инструментом, по мнению ряда исследователей, призвано стать управление на основе ценностей (ценностное управление) (Management by Values, MBV), которое заостряет внимание на растущей потребности в высоком качестве работы и ориентированности на клиентов, в гибкой организационной структуре, в руководителях, способствующих успеху сотрудников. Ценностное управление фокусирует деятельность организации на удовлетворении общих поведенческих ожиданий. Таким образом, ценностное управление — это реализация управления на основе общих, согласованных и разделяемых сотрудниками корпоративных ценностей.

В XXI в. стало необходимо рассматривать организации как сложные структуры. Построение эффективной системы управления социально-экономическими системами в современных условиях требует более глубокого научного обоснования сущности компаний с акцентом на построение системы взаимосвязей всех участников рыночных процессов (рис. 2). Современная компания представляет собой особую систему социально-экономических и финансовых взаимосвязей и взаимоотношений, в основе которой лежит механизм управления процессами производства и распределения экономических благ. В силу этих причин следует разделять понятия «стоимость компании» (как внутреннее

содержание ее финансово-экономической природы) и «ценность компании» (как внешняя оценка ее характеристик, проявляющаяся на рынке). Один из основных этапов построения современной системы управления компанией — определение ключевых количественных параметров деятельности, выступающих ключевыми факторами стоимости. Данные параметры выступают результатами взаимодействия всех участников функционирования компании. Поэтому на первый план в системе управления компанией выступает система взаимоотношений между ними. Данное обстоятельство позволяет заключить, что современное управление компанией представляет собой систему управления взаимоотношениями между различными заинтересованными участниками, т.е. систему управления созданием ценности.

Компания находится в центре «сети» взаимодействий с акторами внешней среды, каждый из которых вносит вклад в результат ее деятельности и ожидает для себя той или иной выгоды. Степень или уровень такого влияния является важным показателем эффективности деятельности социально-экономической системы. Объектами управления в современных условиях все больше начинают выступать отношения, представляющие связи между социально-экономической системой и заинтересованными сторонами. Ценностное управление превращается в управление взаимодействием по созданию ценности, поэтому в качестве концептуальной



Рис. 1. Развитие ценностного управления

основы развития данного вида управления следует рассматривать отношенческий и поведенческий подходы к управлению.

В современных условиях взаимодействие — это творческая деятельность, ориентированная на долгосрочные отношения взаимодействующих субъектов по обеспечению экономически эффективного и социально ответственного процесса создания, распределения и использования товарно-денежных ценностей. Эффективность такой деятельности напрямую зависит от разграничения уровней взаимодействий всех субъектов. Любая социально-экономическая система взаимодействует с поставщиками, потребителями и другими участниками взаимоотношений не как со сторонними организациями, а как с партнерами, поэтому взаимоотношения строятся на основе взаимовыгодного подхода, который означает, что в случае формирования и развития взаимовыгодных отношений стороны повышают ценность друг для друга, т. е. выигрыш одной стороны становится одновременно выигрышем и другой стороны.

Возросшее число связей между социально-экономическими системами выступает основной причиной исследования их ценностного характера. С одной стороны, ценности означают способность удовлетворять потребности с целью создания новой ценности, что отражает экономическую сущность данного понятия. С другой — ценности характеризуют основные принципы, моделирующие поведение систем в процессе взаимодействия, что отра-

жает социально-поведенческую сущность данного понятия. Таким образом, сущность ценности в современных условиях характеризуется интегрированным пониманием, базирующимся, по нашему мнению, на ценностно-деятельностном подходе: формирование социальных ценностей приводит к созданию новых ценностей, способствующих наращиванию экономического потенциала социально-экономических систем.

Для развития ценностного управления будем понимать под ценностью значимость объекта; блага, необходимые социально-экономическим системам для удовлетворения определенных потребностей при создании новой ценности; принципы, моделирующие поведение и выступающие условиями взаимодействия. Таким образом, можно сделать вывод, что взаимодействие не может оцениваться только по экономическим результатам, не менее важны социальные аспекты взаимодействия. В процессе своего функционирования компания должна создавать ценность для всех ее участников, именно это позволяет ей развиваться, повышать свою устойчивость. Интегрированным показателем, позволяющим измерить успешность взаимоотношений, является ценность взаимоотношений. Деловые взаимоотношения создают ценность в том смысле, что они должны способствовать повышению конкурентоспособности взаимодействующих сторон.

В ходе изучения взаимоотношений возникает необходимость решения, с одной стороны, проблемы

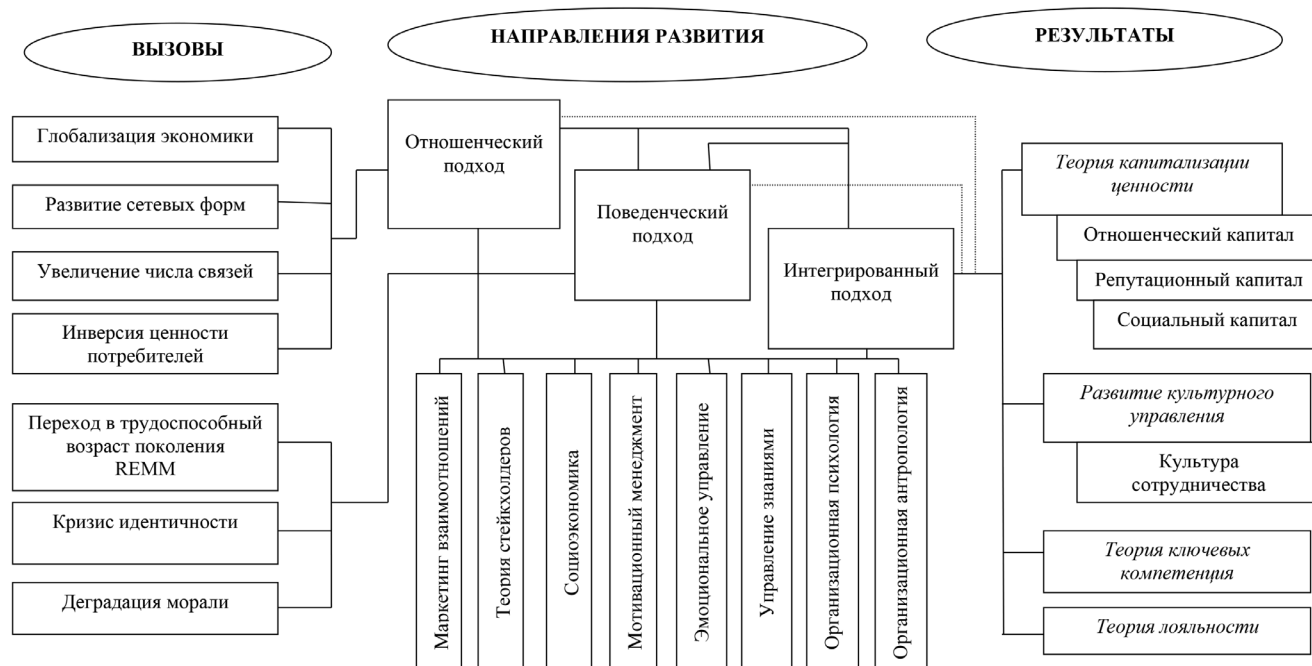


Рис. 2. «Дорожная карта» развития ценностного управления

определения и измерения их ценности, что предполагает количественную оценку взаимоотношений; с другой — проблемы анализа механизма создания ценности и факторов ценности взаимоотношений.

Изучение ценности взаимоотношений позволяет исследовать взаимоотношения как объект управления. Ценность взаимоотношений — показатель, который можно применить как отдельно к любому участнику взаимодействия, так и в качестве комплексного показателя, оценивающего взаимодействие в целом. Изучение ценности взаимоотношений является этапом эволюции исследований ценности и ценностного управления. Ценность взаимоотношений предполагает не одностороннюю ориентацию компании в рамках процесса создания добавленной ценности, а многостороннюю, учитывающую интересы всех вовлеченных во взаимоотношения сторон. В основе ценности взаимоотношений лежит гипотеза о том, что создание и укрепление взаимоотношений представляет собой определенную ценность для каждого участника взаимодействия.

Отношенческий подход требует более широкой трактовки понятия «ценность», для создания новой ценности следует учитывать уровень интеграции ценностей среды, ценностей взаимодействия и социально-экономической системы. Учитывая расширение трактовки объекта управления — переход от совокупности взаимодействующих элементов, образующих социально-экономические системы, через кластеры коллективно действующих лиц к сетям заинтересованных участников, образующих «расширенное предприятие», — необходимо выделить группы ценностей, которые воздействуют на функционирование участников сети.

Ценности среды — это внешние (фоновые) ценности, характеризующие ценностную систему, сложившуюся во внешней среде, где функционируют участники. Данная группа ценностей отражает систему ценностей, принятую в обществе, формирует этические нормы, стимулируют деятельность акторов, направленную на реализацию целей. Ценности взаимодействия представляет собой «субъект-объектную» ценностную систему, возникающую в процессе функционирования участников сети. Данную группу можно представить в виде двух потоков ценностных оснований, инициирующих обмен деятельностью социально-экономических систем при взаимодействии.

Следует отметить, что состав участников не является гомогенным, поэтому для достижения большей эффективности социально-экономическим системам необходимо не только идентифицировать ценностные ориентиры участников взаимодействия, но и уметь определять приоритетность для каждого

из них. Ценности взаимодействия строятся на отношении между представлением субъекта о том, каким должен быть оцениваемый объект, и самим объектом. Если объект соответствует предъявляемым к нему требованиям, он считается позитивно ценным, следовательно, формируются условия для продолжения взаимодействия, длительность и позитивный характер которых должны привести к формированию лояльных отношений между участниками и доверия, выступающего основанием для создания отношенческого капитала.

Ценности социально-экономической системы — это система ценностных оснований, которыми руководствуется организация и ее члены при осуществлении своей деятельности. Ценности системы включают ценности всей организации и ценностные ориентации сотрудников, которые складываются под влиянием ценностей среды. Ценностные ориентации образуют основу поведения личности и непосредственно влияют на ее развитие. Конкретная система ценностных ориентаций и их иерархия выступают регуляторами развития личности. Меняется весь образ жизни людей, и это ведет к изменению ценностных ориентаций, мотивации поведения и всего процесса социализации личности.

Управление ценностным единством в рамках организации выступает основой повышения уровня капитализации взаимодействия. Внутри системы ценности трактуются с позиций социально-психологического подхода, представляют собой социальное явление, продукт жизнедеятельности системы и ее элементов. Именно в силу этих причин управление социально-экономическими системами в современных условиях должно базироваться на учете различных групп ценностей, их взаимовлиянии и взаимопроникновении. Интегрированное управление процессом создания ценности возможно лишь после настраивания механизмов управления созданием внешней и внутренней ценности, призванных обеспечить формирование отношенческого капитала как движущей силы осуществления новых комбинаций ресурсов, предпринимательства, творчества, основанного на сотрудничестве и партнерстве внешних участников взаимодействия и человеческих ресурсов социально-экономической системы.

Изучение современных условий, на фоне которых происходит функционирование социально-экономических систем, выявило необходимость определить ключевые факторы их устойчивости и жизнеспособности. Многообразие участников современных производственных отношений, нарастание сложности связей между ними не позволяют останавливаться лишь на изучении особенностей соци-

ально-экономической системы. Объект управления в современных условиях представляет собой сложное динамическое образование, включающее большое число взаимодействующих сторон, поэтому следует признать невозможность получить полное представление о его деятельности на основе традиционной системной методологии.

Трансформация объекта управления — от социально-экономической системы к системному комплексу и затем к кластеру взаимодействующих участников — обусловила переход к следующему этапу ценностного управления, в основе которого лежит отношенческий подход. Именно характер, продолжительность и качество взаимоотношений выступают в современных условиях движущими силами развития социально-экономических систем, теперь уже не удастся без ущерба для каждого участника уменьшить число взаимосвязей. Организации, в отличие от традиционного управления, призваны определять и учитывать в своих решениях ценности других участников, способность к созданию добавочной ценности за счет интегрированных действий. Таким образом, для успешности функционирования социально-экономические системы должны постоянно отслеживать характер и ценность взаимоотношений. Создание системы управления, учитывающей основные характеристики взаимодействий между участниками, выступает в современных условиях важным фактором наращивания конкурентных преимуществ и приумножения ключевых компетенций организаций.

Коренные преобразования невозможны без изменения ценностного сознания людей, это имеет особое значение, поскольку в активную трудовую деятельность включаются представители нового поколения (РЕММ), чьи ценности формировались в период становления рыночной экономики. Следует признать, что в ближайшее время в организациях будет происходить смена поколений, причем этот процесс будет очень болезненным. Руководители будут вынуждены поменять привычные методы и технологии управления, активно должна происходить перестройка ценностной основы взаимодействия, как внутри организации, так и в обществе. Именно в силу этих причин обоснованной представляется гипотеза о развитии ценностного управления через поведенческий подход. Ценности — это глубинные основы общества, и от того, насколько они укоренились в сознании людей, зависит вектор развития организаций и общества в целом. Из нравственности отдельных сотрудников складывается нравственность коллектива, организации, общества, следствием чего должен выступать синергетический эффект их взаимодействия.

Ценностная согласованность между всеми участниками взаимодействия выступает обязательным условием успешности их деятельности. Поэтому следует признать, что наибольший результат в процессе создания ценности можно получить за счет использования интегрированного подхода, основанного на ценностной трансформации внешних и внутренних ценностных ориентиров.

Литература

1. Латфуллин Г.Р. Управленческая антропология // Вестник университета. — 2015. — № 6. — С. 232–236.
2. Мусаелян И.К. Методологические особенности управления культурной интеграцией // Вестник университета. — 2015. — № 6. — С. 237–242.
3. Незамайкин И.В. Факторы и условия перехода к ценностной парадигме управления // Вестник университета. — 2012. — № 4. — С. 158–163.
4. Серебрякова Г.В. Развитие ценностного управления социально-экономическими системами: монография. — М.: ГУУ, 2014.
5. Теория управления социалистическим производством / Под ред. О.В. Козловой. — М.: Экономика, 1983.

References

1. Latfullin G.R. Upravlencheskaya antropologiya [Management Anthropology]. *Vestnik universiteta* [Bulletin of University]. 2015, I. 6, pp. 232–236. (in Russian)
2. Musaelyan I.K. Metodologicheskie osobennosti upravleniya kul'turnoy integratsiyey [Methodological features of management of cultural integration]. *Vestnik universiteta* [Bulletin of University]. 2015, I. 6, pp. 237–242. (in Russian)
3. Nezamaykin I.V. Faktory i usloviya perekhoda k tsennostnoy paradigme upravleniya [Factors and conditions for the transition to the value-management paradigm]. *Vestnik universiteta* [Bulletin of University]. 2012, I. 4, pp. 158–163. (in Russian)
4. Serebryakova G.V. *Razvitie tsennostnogo upravleniya sotsial'no-ekonomicheskimi sistemami* [Development of value management of socio-economic systems]. Moscow, GUU Publ., 2014.
5. Kozlova O.V. *Teoriya upravleniya sotsialisticheskim proizvodstvom* [Control Theory of socialist production]. Moscow, Ekonomika Publ., 1983.