

Корпоративные ценности как инструмент управления персоналом российских организаций

Научный руководитель – Батоврина Екатерина Викторовна

Раренко Андрей Алексеевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра управления персоналом, Москва, Россия

E-mail: andrejj97@rambler.ru

В настоящее время вопрос об управлении персоналом стоит особенно остро, поскольку от того, насколько качественно персонал выполняет свои функции, напрямую зависит успех предприятия.

Современное общество стремительно развивается, уровень производства растет, перед владельцами и управляющими предприятиями ставятся новые задачи, требования к работникам меняются. В существующих условиях меняются и принципы управления персоналом.

Вопрос о необходимости управления действиями людей возник в тот момент, когда человечество осознало, что совместная деятельность с прагматической точки зрения более выгодна. Упорядочить совместную деятельность стремились еще первобытные люди, распределяя обязанности в своем коллективе. В XIX веке возникают первые научно обоснованные подходы к управлению деятельностью людей, которые постепенно складываются в определенные системы и даже целые школы. На сегодняшний день наиболее успешными считаются следующие школы (направления) управления персоналом: Школа научного управления, или теории рационализации (основатель Ф.У. Тейлор), Административная (классическая) школа управления (основатель Анри Файоль), Школа человеческих отношений (основатель Э. Мэйо), Школа поведенческих наук, или человеческих ресурсов (основатели А. Маслоу, Д. Мак-Грегору и др.), Прагматическая школа управления (основатели Э. Петерсон, Г. Саймон, Р. Дэвис и др.) и др.

В конце XX - начале XXI вв. стало очевидным, что разработанные ранее подходы к управлению персоналом уже не настолько эффективны и нуждаются в пересмотре, т.е. на смену имевшимся практикам управления должны прийти новые, и управление по ценностям стало одной из таких.

Понятие "ценность" как философская категория впервые упоминается в работах немецкого философа И. Канта (1724 - 1804), когда он объясняет сущность нравственного поведения, которое, согласно кантовскому пониманию ценности такого рода поведения, заключается в отсутствии у человека утилитарного отношения к другому члену общества (см. подробнее [Минасян, 2018]), но и до Канта вопросы о ценностях рассматривались другими мыслителями. Например, Платона волновал вопрос о значимых и важных предметах и явлениях (более подробно см. [История этических учений, 2003]), т.е. о ценностях, или, говоря в терминах XX века, - "о разграничении сущего и должного" [Perry, 1954, с. 6].

Управление по ценностям (values-driven management или managing by values, т.е. ценносто-ориентированное управление или управление через ценности) - термин, предложенный Томом Питерсом и Робертом Уотерманом в книге «В поисках эффективного управления» (1986) для описания новой модели управления. Как следует из термина, управление по ценностям представляет собой модель управления организацией, в основе которой лежат ценности, т.е. представление человека о значимости для него различных явлений,

предметов, о главных целях жизни, труда, а также о средствах достижения целей. Согласно Т. Питерсу и Р. Уотерману, ценности составляют своего рода генетический код, определяющий все отличительные особенности компании, стиль корпоративной культуры, стратегии поведения [Питерс, Уотерман, 1986].

Несмотря на то, что в настоящее время существует множество определений понятия "ценность" - как узких, так и широких, используемых в обыденной речевой практике и в специальной литературе, в самом общем виде ценность понимается как "предмет некоторого интереса, желания, стремления и т.п., или, короче говоря, объект значимый для человека или группы лиц" [Ивин, 2010, с. 67].

Российскими и зарубежными исследователями неизменно подчеркивается, что любая организация является субъектом непрерывных изменений, обусловленных как внутренними, так и внешними факторами. Хотя долгосрочная стратегия организации может оставаться неизменной на протяжении длительного периода, в современных реалиях конкурентоспособными остаются и успешно развиваются те организации, которые могут оперативно реагировать на малейшие колебания рыночной, политической и социальной ситуации. В таких условиях единственным способом справиться с неопределенностью становится постепенный переход к управлению по ценностям. Несмотря на то, что в специальной литературе неизменно подчеркивается важная роль ценностей в процессе управления организациями, в том числе российскими, следует отметить, что в настоящее время в российских компаниях отсутствует валидная методика управления по ценностям, которая бы учитывала особенности национально-культурной специфики и экономического развития российских организаций на современном этапе, поэтому имеется необходимость ее разработки, поскольку применяемые в российских компаниях методики управления, изначально разработанные в инокультурных сообществах и лишь отчасти адаптированные под российскую действительность, не учитывают ни особенности русского национального менталитета, ни ценности, лежащие в основе русской культуры в целом, ни особенности исторического и экономического развития РФ.

Источники и литература

- 1) Минасян Л.А. Глобализм и новые ценности: Что есть понятие ценности и существуют ли новые ценности // Альтернативные модели глобализации и проблемы современной глобальной динамики. Ростов-на-Дону, 2018. – С. 156 - 162.
- 2) История этических учений / Отв. редактор Гусейнов А.А. М.: Гардарики, 2003. – 911 с.
- 3) Perry R.B. General theory of value: its meaning and basic principles construed in terms of interest. Cambridge: Harvard Univ. press, 1954. – 702 p.
- 4) Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. М.: Прогресс, 1986. - 418 с.
- 5) Ивин А.А. Современная аксиология: Некоторые актуальные проблемы // Философский журнал. 2010. № 1(4). – С. 66 - 78.