

28. *Павлова А.М.* Оценка профессионально-личностного потенциала специалиста в процессе профессионального развития // *Материалы XI Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов»*. Вып. 13. Москва, 2004. С. 118–119.

29. *Павлова А.М.* Содержание профессиональных компетенций инженеров / *Материалы X Международной научн. конф. студентов, аспирантов и мол. ученых «Ломоносов» 15–18 апреля 2003 г.* Вып. 9. М.: Студ. союз МГУ, 2003. Ч. 1. С. 384–385.

30. *Петров В.М.* Человеческие потенциалы и их распределение // *Человек*. 1998. № 6. С. 5–21.

31. *Пономарев Я.А.* Психология творчества. М., 1976.

32. *Рыбалко Е.Ф.* О потенциале умственного развития человека // *Психология – производству и воспитанию / Отв. ред. Е.С. Кузьмин*. Л., 1977.

33. *Рыбалко Е.Ф., Л.Н. Кулешова, Прохоренко Т.В., Балакишина Ж.А.* Интеллектуальный потенциал в разные периоды жизни человека // *Вестн. Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 6. Вып. 2 (№ 13)*. С. 65–73.

34. *Солнцева Г.Н., Смолян Г.Л.* Человеческий потенциал (размышления о содержании понятия) // *Человек*. 1997. № 5. С. 108–113.

35. *Травкин В.В., Дятлов В.А.* Основы кадрового менеджмента. М., 1995.

36. *Шмелев А.Г., Соловейчик Г.А., Гребенюк Т.Р., Лепеха Т.Р.* Разработка экспресс-теста менеджерского потенциала // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология*. 1993. № 3. С. 24–34.

Реньш М.А.

ЦЕННОСТНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

В последнее время интерес к корпоративной культуре организаций приобретает большие масштабы. Это связано с осознанием того влияния, которое корпоративная культура оказывает на успехи и эффективность организации. Проводимые исследования показали, что процветающие компании отличаются высоким уровнем культуры, которая формируется в результате продуманных усилий, направленных на развитие духа организации. В

нашей стране актуальность социально-психологических исследований корпоративной культуры определяется изменениями в политической и социально-экономических сферах, влияющими на характер отношений между организацией и человеком. Все чаще управленцы и консультанты, как за рубежом, так и у нас, говорят о диагностике и формировании корпоративной культуры, корпоративного духа, системы корпоративных ценностей.

Но подробный теоретический анализ литературы по данной проблематике показал, что:

1) отсутствует серьезная концептуальная разработка корпоративной культуры, особенно в отечественной литературе; все ограничивается лишь констатацией, описанием составляющих корпоративной культуры;

2) недостаточно эмпирических исследований (например, посвященных изучению особенностей корпоративной культуры в российских компаниях, методах и технологиях ее формирования).

3) существует проблема формирования корпоративной культуры предприятия, которая проявляется в следующем противоречии: с одной стороны, ценности, декларируемые руководством компании, определяют все формы регулирования внутрифирменными процессами; с другой – уровень усвоения и присвоения этих ценностей различается и вызывает объективные трудности управления корпоративной культурой организации.

Как показывают проведенные исследования, современный высококвалифицированный работник хочет получить от организации нечто большее, чем просто заработную плату. Возникновение и воздействие целого ряда социальных факторов привели к формированию значительной прослойки современной рабочей силы, ожидания которой, весьма отличны от тех, которые преобладали у предыдущего поколения работников. Современные работники рассчитывают не только на то, что будут материально преуспевать, но также предпочитают психологически комфортно чувствовать себя в организации, культурные ценности которой соответствуют их личным ценностным ориентациям.

Каждая организация осуществляет деятельность в соответствии с теми ценностями, которые имеют существенное значение для её сотрудников. Создавая корпоративные культуры, необходимо учитывать общественные идеалы культурные традиции страны. Кроме того, для более

полного понимания и усвоения ценностей сотрудниками организации, важно обеспечить различное проявление корпоративных ценностей в рамках организации. Постепенное принятие этих ценностей членами организации позволит добиваться стабильности и больших успехов в развитии организации.

Опираясь и обобщая существующие теоретические подходы к сущностному определению корпоративной культуры, мы выделяем ее концептуальную основу – ценности. Так, можно выделить три основные формы существования корпоративных ценностей:

1) идеалы – выработанные руководством и разделяемые им обобщенные представления о совершенстве в различных проявлениях и сферах деятельности организации; отмечается также, что ценности задействованы в первичном механизме формирования корпоративной культуры организации, а именно через транслирование их в своем поведении и речи основателями и руководителями компании;

2) воплощение этих идеалов в деятельности и поведении сотрудников в рамках организации;

3) внутренние мотивационные структуры личности сотрудников организации, побуждающие к воплощению в своем поведении и деятельности корпоративных ценностных идеалов.

Эти формы имеют иерархическую структуру осознания работниками и постепенно переходят одна в другую: организационно-культурные идеалы усваиваются сотрудниками и начинают побуждать их активность в качестве «моделей должного», в результате чего, происходит предметное воплощение этих моделей. Предметно воплощенные ценности в свою очередь становятся основой для формирования организационных идеалов и так далее до бесконечности. Этот процесс повторяется, непрерывно совершенствуясь на каждом новом витке развития корпоративной культуры организации.

Тем не менее, не все корпоративные ценности, осознаваемые и принимаемые сотрудником в качестве таковых, действительно становятся его личными ценностями. Осознания той или иной ценности и положительное отношение к ней явно недостаточно. Более того, это не всегда необходимо. Действительным условием этой трансформации является практическое включение сотрудника в деятельность организации, на-

правленную на реализацию этой ценности. Только ежедневно действуя в соответствии с корпоративными ценностями, соблюдая установленные нормы и правила поведения, сотрудник может стать представителем компании, соответствующим внутригрупповым социальным ожиданиям и предъявляемым требованиям. Это возможно только в том случае, если ценностная основа сотрудника и ценности, декларируемые организацией, найдут почву для диалога.

Нами предлагается метафора «диалога» для понимания сущности корпоративной культуры. Это позволяет, во-первых, определить возможности взаимодействия организации, ее руководителей персонала; во-вторых, определить почву, основу, на которой будет происходить это сотрудничество; в-третьих, возможные трудности взаимодействия и управления персоналом.

Анализируя работы российских и зарубежных исследователей по проблемам управления и корпоративной культуры, мы определили, что организация, как проекция руководителя выступает, с одной стороны инициатором диалога. Руководитель транслирует ценности и смыслы своей личности в организационные структуры. Так, например, исследования Н.В.Кузьминой определяют ведущими ценностями руководителей: власть, стремление к материальному благополучию и процветанию, самореализации посредством организации. Г.А. Гусева выделяет следующие уровни ответственности ценностных ориентации госслужащих действительности: 1) оптимальный (ориентация на служение государству, отстаивание интересов населения, высокий профессионализм, здоровое стремление к карьерному росту, постоянное самосовершенствование, высокая оплата труда); 2) средний; 3) низкий (ориентация на личные и узко корпоративные интересы, карьеризм, ориентация на высокую зарплату и систему льгот). Эти ценности и воплощаются в организации.

С другой стороны, персонал организации, вступая в диалоговый режим, интериоризирует ценностные структуры, осмысливает и дает обратную связь через лояльность, внешние поведенческие акты, приверженность или же полную идентификацию с организацией. Однако у сотрудника также его собственные ценностные конструкты включаются в диалог. Таким образом, можно представить следующую схему:



Следует отметить еще один немаловажный факт, который получен нами в результате ряда исследований, проведенных по проблеме ценностных ориентаций, их связи с видами профессиональной деятельности. Во-первых, существует тесная взаимосвязь между терминальными ценностями и профессией. Например, в исследованиях ценностных ориентаций педагогов доминирующими являются ценности служения, актуализации, творчества, интересной работы. У сотрудников УИС в зависимости от занимаемой должности ценности различаются: чем более выражено в группе сотрудников профессиональное общение с осужденными, тем более значимыми для них являются: нематериальные формы стимуляции профессиональной деятельности; потребность в профессиональном росте, как средстве личностного и профессионального развития; справедливость в определении заслуг и фактор личной свободы.

Таким образом, можно говорить о том, что ценностная структура личности может рассматриваться как фактор выбора не только профессии, но и определенной организации, где эта профессиональная деятельность может быть реализована. Поэтому сотрудник организации может рассматриваться не как пассивный участник корпоративной культуры, а как активный ее создатель.

Полная идентификация сотрудника с компанией означает, что он не только осознает идеалы компании, четко соблюдает правила и нормы поведения в организации, но и внутренне полностью принимает корпоративные ценности и участвует в процессе их преобразования. В этом случае культурные ценности организации становятся индивидуальными ценностями сотрудника, занимая прочное положение в мотивационной структуре его поведения. Более того, такой работник становится мощным источником данных ценностей и идеалов, как в рамках сформировавшей его организации, так и в любой другой компании.

Итак, ценности – это важнейший компонент корпоративной культуры. Именно ценности, разделяемые и декларируемые основателями и наиболее авторитетными членами организации, зачастую становятся тем ключевым звеном, от которого зависит сплоченность сотрудников, формируется единство взглядов и действий, а, следовательно, обеспечивается достижение целей организации.

Однако далеко не в каждой организации руководители умеют адекватно подобрать управленческие технологии, которые бы позволили эффективно осуществлять взаимодействие с сотрудниками компании. Более того, сегодняшнее руководство организациями не знает, что же на самом деле представляет собой его организации с точки зрения системы ценностей, содержания корпоративной культуры и ведущих каналов интеграции сотрудников и организации. Это и послужило целями ряда исследований, проведенных нами в организациях, различающихся по формам собственности, масштабам, количеству работающих и в других параметрах.

Цель нашего исследования было выявление соответствия декларируемых через официальные каналы: миссию, имиджевые проекты, политику, формализованную деятельность и т.д. и реальных ценностей, интегрированных и проявляемых посредством организационного поведения сотрудников в различных типах корпоративных культур.

Кроме того, мы поставили задачу выявить основные каналы интеграции, т.е. тот самый диалоговый режим, его тему, который будет способствовать объединению сотрудников организации вокруг ценностной структуры.

В целом исследование позволяет сделать следующие выводы:

- в организации, где не существует специально разработанной стратегии по формированию корпоративной культуры, она формируется стихийно через взаимодействие сотрудников друг с другом и с непо-

средственным начальником. Т.е. инициативным источником корпоративной культуры является персонал, а не руководство как это обычно отмечается исследователями в литературе. Понятно, что управление такой стихийно сложившейся внутренней средой крайне затруднительно, все управленческие технологии должны пройти через пласт неформальной культуры;

- для небольшого бизнеса ведущим и часто встречающимся типом корпоративной культуры является такой, где приоритет отдается отношениям, взаимодействию, здесь присутствует некая согласованность ценностных систем работников и руководства (однако, это положение требует более тщательной исследовательской проверки);

- в целом сложившуюся корпоративную культуру организации можно оценить как достаточно сильную, если в ней существует приоритет свободных, открытых, насыщенных коммуникаций, и ориентации в них на сотрудничество и взаимные усилия. Это соотносится с доминированием такой терминальной ценности как **активные социальные контакты**, которая отражает стремление участников исследования к установлению благоприятных отношений в различных сферах социального взаимодействия (и приоритетной из них является **профессиональная жизнь** ($\chi_c^2=62,4$)). Это подтверждается и уровнем ЦОЕ ($C=77\%$), а также качественным анализом, отражающим то, что одним из главных оснований сплоченности группы являются взаимоотношения с другими людьми, коммуникации. Такие результаты дают основание для утверждения, что декларируемые ценности соотносятся с реальными ценностями персонала.

В данном исследовании учитывалось предположение о том, корпоративная культура рассматривается как некая связующая, объединяющая система, неформальная, которая регламентирует деятельность работников предприятия на уровне негласных предписаний. Этот параметр позволяет определить уровень интеграции предприятия по различным аспектам деятельности: работа, коммуникации, управление, мотивация и мораль.

Кроме того, при отсутствии целенаправленных программ формирования корпоративной культуры в организации, она складывается стихийно и активизирует какой-то из каналов интеграции, на определенном уровне. Поэтому выявление уровня развития корпоративной культуры и основного канала, позволяет определить степень интегрированности пред-

приятия, её сформированности, как целостной и определить источники интеграции.

Согласно проанализированным нами данным исследования высокая внутренняя интегрированность в системах ценностей наблюдается в органическом и демократическом типах корпоративных культур. Более того, мы определили ведущие канала интеграции:

- демократическая – коммуникации;
- органическая – работа (ее наличие или трудовая активность, дело, общее дело)

Декларируемые и реальные ценности совпадают в обоих этих типах культур.

Данные нашего исследования не позволяют говорить обо всех организациях и типах корпоративных культур, т.к. :

- не были исследованы проявления двух других типов корпоративной культуры (не было предприятий), вследствие этого мы не можем установить полное соответствие реальных и декларируемых ценностей;
- исследования бюрократического типа корпоративной культуры требует больших временных и исследовательских затрат (часто это многогодичные исследования) и закрытый тип культуры.

Ценностная система сотрудников в современном производстве в крупном бизнесе концентрируется вокруг их сопричастности к общему делу, которое принимается как некий смысл их сотрудничества с организацией. В более мелком бизнесе (Сферы обслуживания, питания, торговли и др.) сотрудники ориентированы на взаимодействие, коммуникации как внутри фирмы так и вне ее. Поэтому при разработке корпоративных программ необходимо учитывать ценностные конструкты для ее большей эффективности.

В одной из своих статей мы рассматривали вопрос о становлении профессиональной культуры человека посредством его включения в процесс профессионализации. Стадиальность профессионального становления и развитие личности происходит при непосредственном включении человека в организационную профессиональную среду. Причем, нами определена связь содержания стадии профессионального развития с ценностно-смысловыми конструктами личности.

Таким образом, профессиональные ценности, как основа формирования профессиональной культуры специалиста, активно формируются в процессе фактической реализации профессиональной деятельности. Сама профессиональная деятельность распознается личностью как ценность в том случае, если ценности личности идентифицировались с организационными ценностями, т.е. по сути, с тем объектом, где и происходит профессиональное и социальное развитие личности (организация в данном контексте рассматривается как институт социализации)

Организация в данном случае выступает фактором профессионального развития, а, следовательно, ценности личности развиваются посредством их включения в корпоративный диалог.

Итак, подводя итоги, следует указать на то, что формирование корпоративной культуры организации это важная управленческая компетенция. Технология, формирующая организационную культуру, должна быть тщательно продумана и подконтрольна, с тем, чтобы она имела воздействие и воспитательный эффект именно в направлении формирования ценностно-смыслового диалога руководителей и сотрудников организации.

Литература

1. *Гусева Г.А.* Формирование ценностных ориентации госслужащих. Автореф. ... дисс. канд. психол. наук. М., 1999. 24 с.
2. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла / Д.А. Леонтьев. М.: Смысл, 1999. 487 с.
3. *Реньш М.А.* Профессиональная культура специалиста: аксеологический аспект // Образование и наука. 2007. №4.

Садовникова Н.О.

ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПЕРЕЖИВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ

Динамичность, изменчивость и напряженность современной социально-экономической ситуации предъявляют новые требования к личности профессионала. Сегодня успешность человека определяется не только и не столько уровнем его компетентности, профессиональным опытом, но и готовностью к самореализации, самоосуществлению, способностью преодолевать барьеры профессионального развития.