

*На правах рукописи*

Пархаев Алексей Александрович

**ПРОБЛЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО  
ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫХ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ**

Специальность 22.00.08 – социология управления  
(социологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук



**4858409**

**- 3 НОЯ 2011**

Москва – 2011

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении «Московский педагогический государственный университет», на кафедре теории и истории социологии факультета социологии, экономики и права.

**Научный руководитель:**

кандидат философских наук, доцент  
**Луцкая Екатерина Евгеньевна**

**Официальные оппоненты:** доктор философских наук, профессор

**Губина Светлана Александровна**

кандидат социологических наук, доцент

**Сельская Ольга Владимировна**

**Ведущая организация:**

**Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Московский инженерно-физический  
институт (Национальный исследовательский  
ядерный университет)»**

Защита состоится «21» ноября 2011 г. в 15.00 часов на заседании диссертационного совета Д.212.154.19 при Московском педагогическом государственном университете по адресу: 119571, Москва, проспект Вернадского д. 88, ауд. \_\_\_\_.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Московского педагогического государственного университета по адресу: 119991, Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1.

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2011 г.

И.о. ученого секретаря  
диссертационного совета



Юдина Е.Н.

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Социологические аспекты трудовой мотивации персонала являются важной составной частью проблемного поля социологии управления. Научно обоснованное исследование мотивации предполагает теоретическое и эмпирическое изучение очень широкого круга проблем: от сущности процесса мотивации до конкретных практик, стимулирующих то поведение персонала, которое востребовано субъектом управления. Различные проблемы мотивации можно рассматривать в свете разных оснований и аспектов дискурса социологии управления. Если принять во внимание те социально-профессиональные группы, которые могут быть объектом мотивационного процесса, то следует признать, что относительно меньшее внимание исследователей уделялось до сей поры мотивации управленческого персонала предприятия, взятого в его системном единстве в качестве совокупного социального актора. Кроме того, социологические аспекты мотивации рассматривались, как правило, относительно прямых функций, выполняемых персоналом. Гораздо реже исследователями рассматривалась проблема востребованности мотивируемым персоналом тех или иных компонентов существующего в организации социального контекста – т.е. той системы социальных отношений, которая опосредует все прямые производственные функции работников, той среды, в которую «погружены» взаимодействия между агентами трудовых процессов в организации. Новым аспектом изучения проблем мотивации персонала является также выявление в качестве мотиватора таких компонентов социальной среды взаимодействий, как конвенциональные отношения и ситуация социального доверия в организации. Именно эти совершенно новые аспекты исследования мотивации персонала находятся в центре настоящей диссертационной работы.

**Проблема исследования.** Она обусловлена наличием очевидного противоречия между традиционными подходами к разработке стимулирующих мер по мотивации персонала и теми новыми реалиями организационного поведения, которые во все большей степени выявляются при анализе детерминирующих факторов управленческого труда в период перехода к постиндустриальному типу производства. Если на более ранних стадиях основными мотивирующими факторами однозначно были факторы материального стимулирования работников, то сейчас при разработке систем мотивации (особенно мотивации управленческих работников) должна приниматься во внимание более сложная познавательная модель работника – так называемая «модель социо-экономического человека». Для такого типа работника равнозначными являются сразу несколько групп мотивирующих факторов – не только прямо связанных с материальными условиями труда, но и с социальным контекстом взаимодействий в организации, с системой

организационных социальных связей и отношений, в частности тех, которые возникают в связи с формированием в организации социальных сетей.

**Степень разработанности проблемы.** В российской и зарубежной социологии управления феномену мотивации труда уделялось и уделяется значительное внимание. Собственно, индустриальная социология ведет свое начало с работ Ф.Тэйлора и Э. Мэйо<sup>1</sup> по организации и мотивации труда на производственных предприятиях. В своем исследовании диссертант опирался на процессуальные теории мотивации, такие, как теория ожиданий К.Левина, теория предпочтения и ожидания В.Врума, теория справедливости С. Адамса, модель мотивации Портера – Лоулера, теория «Х и У» Д. Мак-Грегора<sup>2</sup> и ряд других. Из содержательных теорий мотивации автор учитывал в своей работе, прежде всего, теорию иерархии потребностей А.Маслоу, теорию приобретенных потребностей Д.Мак-Клеланда, двухфакторную теорию Ф.Герцберга, теорию ERG К. Алдерфера<sup>3</sup>. Из работ отечественных ученых, связанных с мотивацией, автор считает необходимым назвать, прежде всего, работы К.Гастева, а также диспозиционную концепцию социального поведения личности, разработанную В.А.Ядовым<sup>4</sup>.

Одним из самых актуальных направлений исследования мотивации в сфере труда является сегодня выявление мотивационного профиля работников. Автор, на основе изучения существующих предложений по анализу мотивационного профиля, выделил концепцию и методику мотивационного профиля Ш.Ричи и П.Мартина<sup>5</sup>, принятую им за основу в его эмпирическом исследовании.

Проблемы мотивации рассмотрены автором применительно к управленческому персоналу предприятия, идентифицированному как совокупный социальный актор. При обосновании такой идентификации автор опирался на работы М.Вебера, П.Бурдые, Т.Парсонса и, особенно, А.Турена<sup>6</sup>. Из отечественных работ автор использовал в наибольшей степени некоторые классификации, предложенные А.И.Кравченко и И.О.Тюриной. Им проанализированы также социологические концепции о субъекте и

<sup>1</sup> Тейлор Ф. Научная организация труда. Управление – это наука или искусство. -М.: 1992; Mayo E. The human problems of industrial civilization. - Boston: 1933

<sup>2</sup> Левин К. Динамическая психология. – М.: 2001; Врум Виктор Х. Государственное управление. – СПб: 2000; Лютенс Ф. Организационное поведение. – М.: 1999; Аширов Д.А., Большаков С.В. Организационное поведение. – М.: 2001; Морозова И.Н. HR-менеджмент. – Ростов-на-Дону: 2006.

<sup>3</sup> Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб: 1999; Мескон М., Альберт М., Хедоури М. Основы менеджмента. – М.: 1997; Шаховой В.А., Шапиро С.А. Мотивация трудовой деятельности. – М.: 2006.

<sup>4</sup> Кравченко А.И. Классики социологии менеджмента. Ф.Тэйлор, А.Гастев. – СПб: 1998; Здравомыслов А.Г., Рожин В.Н., Ядов В.А. Человек и его работа. – М.: 1967.

<sup>5</sup> Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией. - М.:2009.

<sup>6</sup> Вебер М. Политика как призвание и профессия/Избранные произведения. – М.: 1990; Бурдые П. Социальное пространство и генезис «классов»/ Социология политики. – М.: 1993; Парсонс Т. О структуре социального действия. – М.: 2000; Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. – М.: 1998.

объекте мотивационного процесса, содержащиеся в работах Г.П.Зинченко, Г.Е.Зборовского и Н.Б.Костиной, А.В.Тихонова<sup>7</sup> и ряде других.

Проблемы социального контекста деятельности агентов в рамках организации, сетевого построения социального взаимодействия рассматривались в большом корпусе проанализированных автором работ, из которых хотелось бы выделить книги Р. Хоислинга, А. Мюллера и А. Кизера, Р.Кросса и Э.Паркера<sup>8</sup>.

Своеобразие постановки проблемы исследования автор видит, прежде всего, в соотношении проблемы мотивационного профиля управленцев с ситуацией доверия и наличием конвенциональных отношений в рамках организации. Конвенциональными отношениями на теоретическом уровне занимались, прежде всего, Ю.М.Резник и М.Г.Алиев<sup>9</sup>. Применительно к анализу актуальной социальной реальности данная проблема исследовалась М.А.Будановой и В.И.Гостениной<sup>10</sup>. Социология доверия достаточно новая область социологического знания, особенно в нашей стране. Тем более мало исследований по проблемам социального доверия в контексте социологии управления. Автор опирался на концептуальные работы Ф.Фукуямы, А. Селигмена, П.Штомпки<sup>11</sup>. Отечественных работ по социологии доверия крайне мало, эта тема только начинает разрабатываться. Но серьезные обобщения отечественного материала имеются в сборнике под ред. Ю.В.Веселова, в работе Ю.Левады, статьях В.Б.Звонникова и А.В. Трапковой<sup>12</sup>.

При анализе мотивационных факторов, детерминирующих трудовое поведение управленцев в свете социального контекста их деятельности, автор задействовал познавательные модели «человека экономического» и «человека социо-экономического». Основание первой модели было заложено А.Смитом<sup>13</sup>. Различные аспекты ее функционирования в условиях современности были рассмотрены В.С. Автономовым<sup>14</sup> и целым рядом других авторов. Социальные мотиваторы деятельности работника в современном трудовом процессе глубоко проанализированы в работах Дж.

<sup>7</sup> Кравченко А.И., Тюрина И.О. Социология управления. – М.: 2004; Зинченко Г.П. Социология управления. – М.: 2004; Зборовский Г.Е., Костина Н.Б. Социология управления. – М.: 2007; Тихонов А.В. Социология управления. – М.: 2007.

<sup>8</sup> Хоислинг Р. Социальные процессы как сетевые игры. – М.: 2003; Мюллер А.П., Кизер А. Организационная коммуникация: структуры и практики. – Харьков: 2005; Кросс Р., Паркер Э. Невидимая сила социальных связей. Как на самом деле работают организации. – Киев: 2006

<sup>9</sup> Резник Ю.М. Введение в социальную теорию. Социальная онтология. – М.: 1999; Алиев М.Г. Социализация согласия. – М.: 1998.

<sup>10</sup> Буданова М.А., Гостенина В.И. Социальное партнерство в формирующейся рыночной экономике России (социально-управленческий аспект). – М.: 2004.

<sup>11</sup> Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: 2004; Seligman A. The Problem of Trust. – Princeton: 1997; Sztompka P. Trust: A Sociological Theory. – Cambridge: 1999.

<sup>12</sup> Экономика и социология доверия. – СПб: 2004; Левада Ю. Ищем человека. Социологические очерки 2000-2005. – М.: 2006; Звонников В.Б. Повседневное межличностное безличное доверие. // Мир России (социология, этнология). – 2007, №2; Трапкова А.В. Доверие в российском малом и среднем бизнесе // Общественные науки и современность. – 2004, №4.

<sup>13</sup> Смит А. Исследование о причине богатства народов. – М.: 1962.

<sup>14</sup> Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. – СПб.:1998.

Робертсона и американского индустриального социолога А.Этциони<sup>15</sup>. Автор также опирался на концепцию «мотивационной чувствительности», разработанную американским специалистом С. Риссом<sup>16</sup>.

Анализ состояния исследований по избранной автором проблеме позволяет утверждать, что, несмотря на достаточно обширный корпус литературы по отдельным вопросам мотивации, взаимодействия агентов в рамках организации, социологии доверия, конвенциональным отношениям и т.д., в логической связи с социальным контекстом деятельности совокупного социального актора «Управленец» в организации, с мотивационным профилем этого актора проблемы социологии доверия и конвенциональных отношений не рассматривались сколь-нибудь системно и подробно.

**Объектом диссертационного исследования** является мотивация труда управленческого персонала организации.

**Предметом диссертационного исследования** является значение для мотивации современных российских управленцев социального контекста взаимодействий в организации, в частности ситуации доверия и конвенциональных отношений.

**Цель и задачи диссертационного исследования.** Общая цель работы заключается во введении в научный дискурс социологии управления понятия «социальный контекст взаимодействий в организации» как концепта, значимого для мотивационных исследований, а также выделение формирующих этот контекст доверия и конвенциональных отношений как значимых мотиваторов трудовой деятельности управленческого персонала.

Поставленная цель определила выбор комплекса задач, решаемых в диссертации:

1. Идентификация управленческих работников организации как совокупного социального актора, обладающего групповым габитусом.
2. Определение роли системы мотивации управленческих работников, направленной на создание общей интенции совокупного социального актора «Управленец», относительно подлежащих решению и реализации управленческих задач.
3. Выявление сетевого характера взаимодействия агентов в рамках совокупного социального актора «Управленец» и значимости социального контекста для такого взаимодействия.
4. Концептуализация понятия «социальный контекст взаимодействия в организации».

---

<sup>15</sup>Robertson J.H. Future Wealth: A New Economics for the 21<sup>st</sup> Century. – L.: 1990; Etzioni A. The Moral Dimensions: Toward a New Economics. – N.Y.: 1988; Etzioni A. Socio-Economics: Toward a New Synthesis. – N.Y.: 1991.

<sup>16</sup>Reiss S. Who Am I? The 16 Basic Desires That Motivate Our Action and Define Our Personalities - Columbus, Ohio : 2000.

5. Доказательство значимости для формирования позитивного контекста взаимодействий таких факторов, как конвенциональность отношений и ситуация доверия в организации.

6. Выявление роли компонентов социального контекста как мотиваторов трудового поведения управленческого персонала.

7. Определение на основе эмпирического исследования относительной значимости отдельных мотиваторов (в том числе и контекстуального характера) в мотивационном профиле управленческих работников.

#### **Основные гипотезы исследования.**

1. Управленческий персонал организации, идентифицированный как совокупный социальный актор, отличается наличием общего для данной группы габитуса, основанного на осознании управленческими работниками своей профессионально-социальной идентичности, их самоидентификации как управленцев.
2. В условиях нелинейной динамики социальных процессов все большее значение для успешных организационных взаимодействий играет социальный контекст таких взаимодействий, сложившийся в данной организации.
3. Важной составной частью позитивного социального контекста является наличие в организации ситуации социального доверия и конвенциональных отношений.
4. В своей деятельности управленческий корпус в странах, обеспечивших гражданам приемлемый уровень благосостояния, во все большей мере отходит от модели рациональности, свойственной «человеку экономическому» и переходит к модели принятия решений, свойственных человеку «социо-экономическому».
5. Мотивационный профиль управленческих работников российских предприятий включает в себя в качестве существенных мотиваторов компоненты социального контекста взаимодействий, но главным мотиватором является, по-прежнему, материальное вознаграждение управленцев.

#### **Теоретические и методологические основы исследования.**

Диссертационное исследование базируется на классических и современных теоретических и прикладных положениях социологической науки, теории мотивации и социального управления.

**Методологическую основу исследования** составляют фундаментальные классические и современные теоретические и прикладные разработки и положения социологии управления, социальной психологии и психологии, что связано с междисциплинарностью проблемы данного исследования.

В исследовании применялись следующие общенаучные методы исследования и подходы:

- Исторический анализ, позволяющий проследить основные проблемы развития конвенциональных взаимодействий в социологическом дискурсе.

- Диалектический подход для обоснования противоречивого характера процесса исследования рассматриваемой проблемы, а также объекта и предмета исследования и выявления противоречий, возникающих в процессе конвенционального социального обмена, связанных с ситуацией социального доверия.

- Системный подход для рассмотрения проблемы мотивации персонала как целостной системы, состоящей из множества элементов и устойчивых связей между ними;

- Деятельностный подход для рассмотрения взаимодействия автономных субъектов на рынке труда;

- Концепция социального обмена для анализа социального поведения работника и работодателя в ходе мотивирующих процедур.

В работе применялись и учитывались также частнонаучные методы: *сравнительный анализ* для изучения и сопоставления существующих и рассматриваемых в диссертации научных подходов к исследованию мотивации; *ситуационный подход*, указывающий на необходимость всестороннего учета конкретных обстоятельств «места и времени»; *первичный и вторичный анализ данных*, составивших основу эмпирической базы исследования и другие.

**Эмпирическая база диссертационной работы.** В диссертационном исследовании в аналитических целях проанализированы данные нескольких прикладных социологических исследований, выполненных отечественными и зарубежными авторами. В частности, в работе отражены результаты социологического исследования безличностного доверия, проведенного фондом «Общественное мнение» в 2009 г. в 69 регионах России.

Автором также проведено в 2010 г. самостоятельное исследование мотивационного профиля управленческих работников трех российских машиностроительных предприятий, объединенных в холдинг. Исследование было сплошным, количество респондентов – 375, пригодными для обработки были признаны 362 анкеты. Для получения первичной социологической информации использовался метод анкетного опроса.

**Научная новизна работы.** Она заключается в том, что на основе проведенного теоретического и эмпирического исследования было концептуализировано понятие социального контекста взаимодействий в организации, выявлено значение факторов, формирующих социальный контекст взаимодействий, как мотиваторов управленческого персонала.

В процессе реализации цели диссертационного исследования, связанных с ней задач, в диссертации были обоснованы следующие **положения, имеющие научную новизну и выносимые на защиту.**

1. Управленческий корпус организации можно интерпретировать как *совокупного социального актора*. Совокупный социальный актор формируется там, где действия отдельных агентов, выполняющих ту или

иную социальную роль, объединяются, чтобы произвести единый социальный результат, который в противном случае (на основе их отдельных ролей) не может быть получен.

2. Совокупному социальному актору «Управленец» присуще наличие системы личностных и безличностных отношений и взаимодействий между входящими в группу агентами, а также общего для всей управляющей группы габитуса. Наличие общего габитуса управляющих предприятием агентов прямо влияет на эффективность управленческой деятельности, на согласование спонтанных и целенаправленных процессов в организации. Основа общего габитуса - осознание агентами управления в организации своей профессионально-социальной идентичности, их самоидентификация как управленцев.

3. Один из механизмов согласования интересов отдельного агента и совокупного социального актора – система мотивации управленческих работников, направленная на создание общей интенции совокупного социального актора «Управленец» относительно подлежащих решению и реализации управленческих задач. При этом такая общая интенция не отменяет индивидуальных целей и стратегий отдельных агентов, наоборот - механизм мотивации должен быть построен таким образом, чтобы максимально задействовать индивидуальные вариации целей и стратегий в формировании общей интенции управленческого корпуса.

4. Взаимодействие агентов в рамках совокупного социального актора «Управленец» может быть интерпретировано как сетевое взаимодействие, «наложенное» на иерархическую формальную структуру организации. Для успешного целеполагания и целедостижения важен общий благоприятный контекст взаимодействия, ценностно-нормативная среда, в которую «погружена» социальная сеть организации, на основе которой формируются интенции участников сети, их установки относительно отдельных агентов и общей социальной ситуации.

5. Формирование благоприятного социального контекста организации является, фактически, формированием способности агентов организации к эффективному взаимодействию и может быть отнесена к функциям управления организацией.

6. Важнейшими компонентами социального контекста взаимодействия в организации являются наличие в ней ситуации безличностного (социального) доверия и конвенциональных отношений. Именно доверие и конвенция в значительной степени формируют те принципы социального обмена, на которых построена деятельность организации.

7. В тех организационно-производственных системах, где достигнут гарантированный социально-экономический стандарт благосостояния работников, эффективной становится мотивация управленческого персонала не на основе модели «человека экономического», а на основе модели «человека социо-экономического», учитывающей социальные ожидания агентов.

8. Проведенное автором эмпирическое исследование – выявление мотивационного профиля управленческого персонала группы российских предприятий позволило сделать вывод, что выявленная система мотиваторов их деятельности не в полной степени соответствует модели «человека экономического». На первом месте оказался такой мотивационный фактор, как потребность в интересной и общественно значимой работе, т.е. не входящий в число факторов, формирующих материальные условия труда, но входящий в число факторов, формирующих социальный контекст взаимодействия в организации.

**Теоретическая значимость** положений диссертационного исследования определяется тем, что автором предложена теоретическая модель исследования востребованности мотивируемым персоналом тех или иных компонентов существующего в организации социального контекста. При этом акцент сделан на выявление в качестве мотиваторов таких компонентов социальной среды взаимодействий, как конвенциональные отношения и ситуация социального доверия в организации.

**Практическая реализация.** Сформулированные автором на основе исследования выводы и предложения нашли воплощение в совершенствовании систем оплаты и материального стимулирования труда на отечественных предприятиях машиностроения ОАО «Владимирский электромоторный завод», ООО «Производственное объединение «Ленинградский электромашиностроительный завод», ОАО «Сафоновский электромашиностроительный завод».

**Апробация результатов.** Основные теоретические и практические положения диссертационной работы, ее выводы отражены в публикациях автора. Они также докладывались на межвузовской конференции докторантов и аспирантов Московского педагогического государственного университета (2010г.), нашли применение в учебном процессе: чтении курса «Стратегический менеджмент» в Московском социально-педагогическом институте (2007-2011г.).

**Структура диссертации.** Диссертация состоит из введения, двух разделов, заключения, списка литературы, одного приложения. В заключении представлены выводы, отражающие научную новизну работы. Список литературы насчитывает более 250 источников на русском и английском языках.

## **II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Во **введении** обосновывается выбор темы диссертации и ее актуальность, характеризуется степень изученности данной проблемы в современном социологическом знании, формулируется объект, предмет, цель и задачи исследования, определяются методологическая, теоретическая и эмпирическая база диссертационной работы, ее научная новизна и практическая значимость.

В первом разделе «Роль социального контекста организации в деятельности ее управленческого персонала», состоящем из пяти параграфов, рассматриваются научно-теоретические и социально-управленческие аспекты общих проблем по вопросам роли и значения социального контекста организации в деятельности ее управленческого персонала. Автором проводится анализ таких понятий как «управление», «социальный актор», «агент», «социальная сеть» и «конвенциональные отношения» применительно к социологии управления. Конвенциональные отношения рассматриваются как один из основных факторов и условий повышения уровня мотивации управленческих работников на современном предприятии. Автором рассматривается «модель социо-экономического человека», характеризующегося наличием сложной системы потребностей, не ограничивающейся только материальными условиями работы. Во внимание для такого типа работника принимается социальный контекст взаимоотношений и взаимодействий в организации.

Любой управленческий работник является, используя терминологию П.Бурдые, «агентом». Бурдые ввел понятие агента в противоположность широко использовавшемуся ранее понятию «субъект». Последний, по мысли Бурдые, лишен собственной активности, он лишь реализует целенаправленную практику, подчиняясь правилам, используется в широко распространенных представлениях о «моделях», «правилах». Агенты же у Бурдые осуществляют системы практики, не направляемые сознательно рационально сформулированной целью. Они участвуют в практике, руководствуясь личными стратегиями, своим габитусом. Согласно концепции Бурдые, «процветание предприятия» не присутствует в деятельности большинства работников этого предприятия (в том числе и управленческих работников) как сознательно сформулированная цель их личной деятельности. Они руководствуются личными потребностями, интересами, стратегиями. Задача управления агентами, собственно, в том и состоит, чтобы эти личные стратегии, мотивы деятельности объективировались в формы деятельности агентов, реализующие задачи самой организации. Первая же из этих задач - задача сохранения данной организации.

Любой управленческий работник организации является, с позиций деятельностного подхода, «агентом». Социальная группа управленцев представляет собой не просто совокупность лиц, занимающих высшие, средние или низшие управленческие должности, но, прежде всего – систему отношений между этими людьми. Главный образующий группу признак в данном случае - причастность членов этой группы к власти, властному ресурсу, циркулирующему в рамках данного предприятия. Внутри группы складываются отношения по поводу распределения власти между отдельными членами группы, использования этой власти. В рамках современного предприятия власть, в общем случае, носит рационально-легальный характер, что не исключает возникновения и протекания спонтанных процессов в этой области, выделения неформальных лидеров и

отношений. Задача управления - направить процессы спонтанной регуляции деятельности агентов в рамках организации в русло целенаправленной организованности их деятельности.

Имманентной группе управленческих работников характеристикой является также наличие системы личностных и безличностных отношений и взаимодействий между входящими в группу агентами, создающих базу не только для целенаправленного, но и для спонтанного регулирования процессов в организации. В успешно функционирующей социальной организации габитусы отдельных управленческих работников должны органично формировать габитус всей управляющей группы. Именно наличие общего габитуса управляющих предприятием агентов прямо влияет на согласованность решений и действий, на социальную и экономическую эффективность управленческой деятельности, на согласование спонтанных и целенаправленных процессов в организации. Основой общего габитуса может явиться осознание управленческими работниками своей коллективной идентичности.

В терминологии П.Бурдьё, применительно к обществу в целом «управляющий класс» является «классом на бумаге», т.е. результатом объяснительной классификации. Но в конкретных условиях организации «пространство отношений» может быть социально представлено реальной «мобилизованной» группой. Именно как такого рода группу можно определить управляющих работников организации. По нашему мнению, эту группу можно также определить через термин *«совокупный социальный актор»*.

Применительно к процессу управления в организации, каждый агент управленческого корпуса предприятия может рассматриваться как актор, осуществляющий деятельность определенного типа. Вместе с тем, деятельность всего управленческого персонала можно интерпретировать как совокупную деятельность, задача которой – достичь заранее заданной цели организации в целом, а не целей отдельных ее работников. С этой точки зрения управленческий корпус организации можно интерпретировать как совокупного социального актора. Совокупный социальный актор возникает там, где действия отдельных акторов, выполняющих ту или иную социальную роль, объединяются, чтобы произвести единый социальный результат, который в противном случае (на основе их отдельных ролей) не может быть получен.

На уровне предприятия встает задача организации и согласования деятельности «внутри» самого социального актора «Управленец». При этом необходимо исходить из двойственного положения каждого агента управленческого корпуса предприятия, который, с одной стороны, должен руководствоваться в своей работе целями предприятия, с другой – собственными целями и стратегиям. Один из механизмов согласования интересов отдельного агента и совокупного социального актора – система мотивации управленческих работников, направленная на создание общей интенции (направленности на объект управления) всего управленческого

корпуса предприятия. Фактически, речь идет о формировании единой интенции совокупного социального актора «Управленец» относительно подлежащих решению и реализации управленческих задач. При этом такая общая интенция не отменяет индивидуальных целей и стратегий отдельных агентов, наоборот - механизм мотивации должен быть построен таким образом, чтобы максимально задействовать индивидуальные вариации целей и стратегий в формировании общей интенции управленческого корпуса.

Интеграция отдельных агентов управления в совокупного социального актора «Управленец» в рамках парадигмы Форда-Тэйлора происходит, прежде всего, на основе иерархических моделей. Но в современной социальной реальности строгая иерархия плохо согласуется с имманентными чертами этой реальности – нелинейной социальной динамикой, риском, неочевидностью выбора и неочевидностью последствий реализации принятых решений. Современные организации все чаще строятся не столько на иерархии, сколько на новом типе социальной интеграции – социальных сетях. Именно сетевая морфология образует сегодня контекст социальных связей в рамках организаций и, во все большей степени, общества в целом.

В своем классическом виде сеть – форма спонтанного порядка, который возникает в результате действий децентрализованных агентов. В связи с этим особое значение приобретают формы коммуникации в рамках совокупного социального актора. Интеграция агентов в сети достигается и поддерживается во все большей степени не на инструментальной рациональности. Доминировать начинает так называемая «социабельность» - вид взаимодействия, основанный на рациональности межличностных связей между участниками сети, в нашем случае – агентами управленческого корпуса предприятия.

Сложность и неопределенность многих современных управленческих проектов не позволяют предусмотреть все нюансы в рамках классических иерархических структур управления. Важным становится знание партнера, налаженные деловые коммуникации, но главное – общий благоприятный *контекст взаимодействия, ценностно-нормативная среда, в которую «погружены» социальные сети.* Слово «контекст» использовано не случайно. По социальным сетям организации циркулирует «текст», т.е. те сообщения, на основе которых происходит целеполагание и целедостижение в рамках организации. Морфология этой сети может в большей или меньшей степени совпадать с иерархической формальной структурой организации. Но восприятие этой информации, выделение значимых узлов сети, особенно не совпадающих с формальной иерархией, происходит, во-многом, в связи с *интенциями участников сети, их установками относительно отдельных агентов и общей социальной ситуации, формирующим социальный контекст взаимодействия.*

Такая организация взаимодействия предполагает иной уровень социальности агентов, причем не только личностных взаимоотношений между ними, но и позитивного отношения в рамках всего социального поля

организации (участка социального пространства, обладающего, в результате повышенного уровня взаимодействий акторов в его границах, особой атмосферой, имеющей силовой характер по отношению к попавшим туда акторам). Эту «атмосферу», возникающую в результате социального взаимодействия агентов сети, причем взаимодействия не только формально-делового, а взаимодействия габитусов агентов, мы называем контекстом социальных связей в организации.

Формирование благоприятного социального контекста организации означает формирование способности агентов организации к эффективному взаимодействию и может быть отнесена к функциям управления организацией.

Объяснительную модель для анализа «социального контекста», социальности организации дает теория социального обмена в том ее варианте, который разрабатывал П. Блау. Связующим механизмом в группах, основанных не только на личном взаимодействии, являются, по мысли Блау, нормы и ценности. На этой основе прямой обмен между членами группы заменяется опосредованным: конформизм мотивируется через опосредованный обмен между агентом и организацией. Мотивирующее вознаграждение может принимать форму как прямого денежного вознаграждения, так и более опосредованных форм вознаграждений.

Большую роль в оценке актором вознаграждения как адекватного или неадекватного вклада приобретает интенция актора на доверие тому «узлу» социальной сети, который принимает решения относительно него. Мотивация, таким образом, рассматривается как функция от уверенности. Без ситуации доверия мотивационные механизмы, применяемые к работникам предприятия, в том числе, и к управленческому персоналу, могут не принести приращения результата деятельности организации. «Доверие» становится важной характеристикой того социального контекста, в котором функционирует социальный актор. Другая важнейшая характеристика этого контекста - наличие в организации конвенциональных отношений, конвенциональной среды. Современная форма социальной организации жизнедеятельности людей предполагает непрерывную взаимосвязь двух процессов: автономных действий людей и их спонтанного и организованного взаимодействия. Деятельностный подход, получивший сегодня развитие в теоретической социологии в целом и в социологии управления, в частности, определяет общество как, прежде всего, систему действий и взаимодействий субъектов.

В качестве исходного понятия деятельностного подхода сегодня используется «автономное действие». Субъекты автономных действий ограничены в преследовании собственных целей своими способностями, ресурсами, а также социокультурными ограничениями в виде права других субъектов на автономные действия. Любое автономное действие агента может производиться независимо от автономных действий других агентов, но оно не может производиться полностью вне них. Результатом автономных действий агентов является, в конечном счете, их

взаимодействие. При этом современный тип общества предполагает, что основная часть этих взаимодействий является *конвенциональными взаимодействиями*, осуществляемыми на основе взаимного *согласия*.

Но согласие в человеческом обществе не носит абсолютного характера, оно достигается как диалектическое единство согласия и разногласия, как «согласование разногласий». Применительно к уровню социальных взаимодействий в рамках организации, это можно интерпретировать как достижение согласия относительно совместных действий и интересов на основе учета разногласий индивидуальных действий и интересов агентов. *Конвенциональный тип взаимодействия в социальной системе – взаимодействие на основе согласия, достигнутого с учетом разногласий субъектов*. Но конвенциональное взаимодействие не реализуется, если эти соглашения, программы остаются «на бумаге». Общие цели деятельности, критерии оценки должны быть интернированы в субъектов, поддерживаться и воспроизводиться ими в повседневной деятельности. При этом и заключение соглашений, и интернирование основных положений конвенции должно осуществляться субъектами добровольно, без принуждения.

В рамках субъектно-деятельностного подхода конвенциональное взаимодействие можно интерпретировать как субъектно-субъектное опосредование совместной добровольной деятельности на основе согласия. Конвенциональные отношения тесно связаны с категорией социального капитала, сформулированной П.Бурдье.

Конвенциональные отношения являются, по нашему мнению, особо важным компонентом того социального контекста, в котором происходит социальное взаимодействие в рамках организации, на надорганизационном уровне, в рамках социальной сети (если взаимодействия могут быть интерпретированы как сеть). Они непосредственным образом влияют на управленческие отношения, возникающие в процессе взаимодействия.

Важной составляющей контекста социального взаимодействия в организации является наличие в социальном поле организации межличностного и безличностного доверия. В современной секуляризированной социальной жизни возникают новые механизмы социальной интеграции, решения во все меньшей степени стали приниматься на основе иррациональной веры, и во все большей – на основе имеющего рациональные основания доверия – т.е. достаточно хорошо обоснованной гипотезы о будущем поведении другого актора, позволяющей действовать практически относительно этого актора. Доверие наращивает социальный капитал общности, упрощает взаимодействия в рамках этой общности. Особенно возрастает его роль при сетевом взаимодействии.

Доверие – один из тех социокультурных факторов, который, существуя «от века», попал в поле зрения социологов недавно. В работе рассмотрены взгляды классиков социологии, а также современных авторов на социальный феномен доверия. Проведенный теоретический анализ дает основания сказать, что доверие – не просто вера, а связь веры и уверенности,

основанной на «техническом знании». Доверие - возникающее у членов сообщества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более или менее предсказуемо, честно и с вниманием к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общими нормами. Причем в число этих «общих норм» такой автор, как Ф.Фукуяма, включает не только схожее понимание фундаментальных ценностей, но и корпоративные кодексы, профессиональные стандарты, переводя, тем самым, проблемы с макроуровня, на мезо- и микроуровень, что важно для практического приложения концепции доверия. По Н. Луману, доверие - продукт рационализации общества. Современный мир функционирует как модель с очень большим числом мало известных и неизвестных переменных и, следовательно, высокой степенью неопределенности взаимодействий. Доверие - решение проблем риска взаимодействий. Во взаимодействие вводится компонент «доверие» - вероятностное суждение субъекта (индивидуального и надиндивидуального) о будущих действиях других относительно него. Концепция риска заменяет концепцию судьбы (рока), концепция доверия – концепцию веры.

Феномен доверия - форма современной рациональности, особо важная для современной социальной жизни, в том числе и в рамках социальной организации, в ее внутренних сетях, существующих в этой организации наряду с иерархической структурой. Мы рассматриваем доверие на уровне социального феномена, а не личностной черты. Как личностная черта оно формируется в ближнем круге общения в процессе социализации личности. Социальный уровень доверия предполагает межиндивидуальное взаимодействие не только с ближним кругом, но и с незнакомыми индивидами, и, более того, внеиндивидуальное общение на уровне институтов и организаций.

Социальное доверие – важный компонент благоприятного контекста социальных взаимодействий современного рыночного предприятия. В условиях рынка альтруистическая культура доверия не нужна. Рыночная экономика не настроена на то, чтобы общественные интересы преобладали над личными, для нее важна «новая рациональность» - консенсус интересов различных акторов экономического процесса, предполагающий интенцию на доверие к партнерам по конвенциональным договоренностям. Удачные системы мотивации трудовой активности работников могут служить примером управления, опирающегося на безличностное доверие и конвенцию.

Исследователи отмечают, что, несмотря на определенный прогресс по сравнению с 90-ми годами, в плане создания на макро- и микро- уровне атмосферы доверия Россия еще очень далека от существующих в развитых экономиках стандартов. В России в силу известных исторических причин общий социальный контекст взаимодействия в деловой сфере можно охарактеризовать скорее как «недоверие», чем как «доверие».

Естественно, что дальнейшее социально-экономическое развитие страны требует существенного наращивания социального капитала, в том

числе и за счет «материализации доверия», создания сетей, основанных не только на личном доверии, а на корпоративной этике, социальной ответственности, нормативно-ценностной базе и т.д.

В параграфе приводятся эмпирические данные о состоянии контекста социальных взаимодействий по такому его компоненту, как доверие, о том фоне, на котором реализуются сегодня социальные связи. Они могут служить доказательством некоторых тезисов, важных для анализа совокупного социального актора «Управленец». Уровень доверия, являющийся важным фактором благоприятного делового климата и, более широко, - контекста социального обмена, выше там, где человек включен в плотную ткань сетевых взаимодействий и социальных обменов, связанных с его трудовой деятельностью. При этом, чем более высок статус осуществляющего эту деятельность агента, чем выше его образование и достаток, тем более позитивно он относится к социальным контактам, формируя, тем самым, вокруг себя позитивную, основанную на доверии деловую среду.

Управленческий корпус организаций со сложной структурой вполне вписывается в ту часть социума, индекс повседневного доверия которой относительно высок, т.е. выше, чем у иных групп работников. Отсюда важно не снизить этот уровень, чему может служить развитие в рамках самого совокупного актора коммуникаций, формирующих позитивный социальный контекст взаимодействий.

Второй раздел **«Проблемы мотивации управленческих работников в свете конвенционального социального обмена и ситуации социального доверия»**, состоящий из четырех параграфов, посвящен исследованию востребованности мотивируемым персоналом тех или иных компонентов существующего в организации социального контекста.

Важной проблемой исследования явилось выявление того, является ли доверие, как и конвенциональные отношения, в глазах российских управленцев важной составляющей позитивного социального контекста взаимодействия, входит ли оно в систему их мотивации. Для выяснения взаимосвязи социального контекста организационных взаимодействий управленческих работников и проблем их мотивации рассматривается, прежде всего, та модель управленческого работника, которая актуализирована сегодня в рамках организационных взаимодействий. Эта модель для общих условий была определена как модель «человека социально-экономического». С позиций концепции социального обмена, для этой модели характерно изменение работником критериев рационального выбора стратегий и действий. Наличие достаточных материальных средств существования у основной массы населения развитых стран не стимулирует восприятия денег как абсолютной ценности, ради которой следует во всех случаях начать действовать. Человек ждет еще и иного - социально-ценностного - вознаграждения за свое участие в производственной деятельности. Им востребованы как мотиваторы не только (и уже не столько) факторы, связанные с материальными условиями труда, сколько факторы,

связанные с социальным контекстом взаимодействий в рамках данной организации.

В реальной социальной практике, особенно за пределами материально благополучного «золотого миллиарда», новые тенденции в мотивации работников, в том числе и собственно управленческого персонала, соседствуют с тенденциями усиления иерархического контроля за деятельностью. Но главное, материальные стимулы там, где еще не достигнут так называемый «basic income» - гарантированный социально-экономический стандарт благосостояния – сохранили, возможно, свое первенство в мотивационной системе. Выявить этот социальный факт мы попытались с помощью эмпирического исследования мотивационного профиля управленцев российских предприятий.

Последнее время все чаще при исследовании мотивации используется термин «мотивационный профиль». Под мотивационным профилем мы имеем в виду относительно устойчивую группу потребностей и мотивов труда, определяющих поведенческие характеристики индивида или группы в процессе трудовой деятельности в рамках организации. На практике мотивационный профиль предстает как некая схема, изображающая структуру мотивирующих факторов (мотиваторов). Интерес к проблеме мотивационного профиля обусловлен тем, что человеческая деятельность никогда не направляется одной единственной потребностью или единичным мотивом. Поведение всегда определяется множеством детерминант, а именно комплексом потребностей, соответствующим порождающим комплекс мотивов.

В параграфе обосновывается выбор автором для собственного эмпирического исследования мотивационного профиля работников управления группы машиностроительных предприятий методики английских исследователей мотивации Ш.Ричи и П.Мартина. В целом предложенный английскими специалистами мотивационный профиль исходит из иерархии потребностей, представленной «пирамидой Маслоу», и может быть идентифицирован как концепция в рамках содержательных теорий мотивации.

Согласно исследованиям самих Ш.Ричи и П. Мартина, для иностранных менеджеров основной потребностью, определяющей их деятельность и поведение, является потребность в интересной и полезной работе. Далее следуют такие мотивы, как общественное признание, личные достижения, стремления к разнообразию и переменам. Именно эти факторы формируют общий мотивационный фон, «атмосферу» западной корпорации. Близки по значениям к доминирующим мотивам стремления к креативности и самосовершенствованию.

Приведенные в работе данные отечественных исследователей дают основания сказать, что в основе мотивационного профиля современного работника, даже работника управления, в наших условиях все еще лежит модель «экономического человека». Иные факторы, связанные с конвенциональными отношениями, ситуацией социального доверия, т.е. тем,

что формирует, в конечном счете, социальный капитал организации, менее значимы, хотя в перспективе их роль может возрасти.

Для выявления значимости контекстуальных аспектов взаимодействия в качестве мотиваторов для управленческих работников российских предприятий, автором было проведено эмпирическое исследование мотивационного профиля управленческого персонала группы предприятий.

Исследование проводилось с июня по август 2010 года методом анкетирования. В ходе эксперимента были обследованы три современных предприятия электротехнического машиностроения. Объектом исследования являлись управленческие кадры данных предприятий. Предметом – мотивационный профиль управленческих работников предприятий. Исследование было сплошным: на каждом из предприятий было обследовано от 95 до 100% управленческих работников. Исследование проводилось во всех подразделениях предприятий, на всех уровнях управления. Всего собрано 375 анкет, признаны пригодными для обработки 362 анкеты. В работе описаны методология и методика исследования.

Автор выдвинул гипотезу, что, поскольку на российских предприятиях еще не достигнут так называемый «гарантированный стандарт благосостояния», материальное вознаграждение за труд является основным мотиватором для управленческих работников. Эта гипотеза эмпирического исследования не вполне подтвердилась. Материальный фактор оказался для управленческих работников вторым по значимости мотиватором, на первом месте – «интересная и полезная работа». В этом факторе сочетается стремление к самореализации («интересная») и, одновременно, к социальной значимости индивидуального труда («полезная»). Обращает также на себя внимание высокое значение мотивационного фактора «Признание заслуг». Он лишь на 0,5 пункта уступает по значимости материальному фактору. Таким образом, нельзя сказать, что в своей деятельности управленческий персонал обследованных предприятий реализует в чистом виде формально рациональную модель поведения «человека экономического». Скорее, это типичная и для других стран модель «человека социо-экономического», для которого материальная цена труда значима, но не является единственным и даже ведущим мотиватором. Таким образом, эмпирическое исследование мотивационного профиля российского управленца позволяет обоснованно говорить о значимости для его мотивации контекстуальных моментов социального взаимодействия в рамках организации.

Предложенные в работе меры, как прямо касающиеся мотивации работников, так и имеющие отношение к формированию общего контекста взаимодействия управленческих работников в организации, помогут, по нашему убеждению, поддержать основную деятельность за счет наращивания социальных связей, социального капитала организации, выражающегося, прежде всего, в эффективном сотрудничестве управленцев в рамках самой организации.

В целом же проведенное в рамках данной диссертации исследование заявленной проблемы позволило подтвердить в полной мере четыре выдвинутые в начале исследования основные гипотезы:

1. Управленческий персонал организации, идентифицированный как совокупный социальный актор, отличается наличием общего для данной группы габитуса, основанного на осознании управленческими работниками своей профессионально-социальной идентичности, их самоидентификации как управленцев.
2. В условиях нелинейной динамики социальных процессов все большее значение для успешных организационных взаимодействий приобретает социальный контекст таких взаимодействий, сложившийся в данной организации.
3. Важной составной частью позитивного социального контекста является наличие в организации ситуации социального доверия и конвенциональных отношений.
4. В своей деятельности управленческий корпус в странах, обеспечивших гражданам приемлемый уровень благосостояния, во все большей мере отходит от модели рациональности, свойственной «человеку экономическому», и переходит к модели принятия решений, свойственной человеку «социо-экономическому».

Пятая гипотеза, касающаяся решающего значения материальных мотиваторов в мотивационном профиле управленца российского предприятия получила лишь частичное подтверждение. Она звучала так: мотивационный профиль управленческих работников российских предприятий включает в себя в качестве существенных мотиваторов компоненты социального контекста взаимодействий, но главным мотиватором является, по-прежнему, материальное вознаграждение управленцев. Первая половина этого утверждения получила подтверждение в ходе эмпирического исследования, но материальный мотиватор оказался лишь вторым по значимости.

В заключении диссертации подводятся итоги выполненного исследования, формулируются полученные результаты и выводы. В рамках разработанной социальной модели мотивации труда даются рекомендации по совершенствованию механизмов социально-ориентированного управления. При этом акцент делается на необходимость использования формирования системы мотивации, исходя из существующего в организации социального контекста – т.е. той системы социальных отношений, в которую «погружены» взаимодействия между работниками в организации.

### **III. ОСНОВНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

В ходе проведения исследования были выделены ведущие мотивационные потребности управленческого персонала (*потребность в наличии интересной и общественно значимой работе; потребность в высокой, достойной заработной плате и материальных поощрениях; потребность в признании заслуг коллегами и руководством и пр.*) крупного

российского электротехнического концерна. В связи с этим в качестве рекомендаций были сформулированы следующие предложения:

Для реализации стремления к интересной, полезной работе рекомендуется планировать её таким образом, чтобы на выходе была видна цель проекта, его место в системе работ. Проводя систематическую работу с персоналом, выявлять смысл, вкладываемый работниками в понятие «интересной» работы, и формировать мнение о важности выполняемого дела.

С целью усиления побуждения к труду управленческого персонала, рекомендуется применять гибкую схему премирования управленческих работников за конкретные результаты их труда. Для этого необходимо разработать многокомпонентную систему премирования руководящих кадров, которая будет построена на сочетании результатов работы персонала и возможностей предприятия.

Использовать меры морального поощрения за высокие результаты в труде, среди которых можно отметить следующие:

- сообщение в СМИ (районная газета, районный канал телевидения, печатное издание предприятия и т.п.);
- награждение Почетной грамотой, Знаком отличия, вымпелом, размещение фотографии на Доске Почета предприятия (города);
- формирование корпоративной культуры, регулирующей отношение персонала к труду, повышающей престижность и привлекательность работы на данном предприятии, усиливающей приверженность работников своей организации.

Использовать в системе управления методику Ричи-Мартина на этапе формирования системы мотивации управленческого персонала, а так же при профессиональном отборе сотрудников для выявления их личных мотивационных предпочтений.

#### **IV. ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

*Публикации в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях по перечню ВАК:*

1. Пархаев А.А. Мотивация персонала и роль конвенциональных взаимодействий в социальном контексте организации// Государственное управление. Электронный вестник (Электронный журнал) Выпуск №25, декабрь 2010, С. 1-7 (0,5 п.л.)
2. Пархаев А.А. Социально-управленческие проблемы взаимодействия в современной организации//Преподаватель XXI век, № 4, 2010, С.357-361 (0,3 п.л.)
3. Пархаев А.А. Роль управления человеческими ресурсами в проектно-ориентированных организациях// Преподаватель XXI век, №1, 2011, С. 369-375 (0,5 п.л.)

*Публикации в других изданиях:*

4. Пархаев А.А. Проблема мотивационного профиля работника в современной организации/Теоретическая и специальная социология; материалы российской межвузовской конференции, 2010, М., «Прометей», С. 11-19 (0,6 п.л.)
5. Пархаев А.А. Проблема доверия как основа современной концепции социологии обмена и рациональности/ Социогуманитарные науки науки 21 века, сборник научных трудов, 2010, М., МПГУ, С. 7-15 (0,6 п.л.)



Подп. к печ. 14.10.2011    Объем 1,25 п.л.    Зак. № 110    Тир. 100 экз.  
Типография МПГУ