

УДК 316 (091)

К. А. Кузнецова

аспирант,

кафедра социальной антропологии и социологии

Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина

г. Саратов, Россия

**ВОСПРОИЗВОДСТВО БРИТАНСКИХ МОДЕЛЕЙ
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ИННОВАЦИОННОЙ
ПРАКТИКЕ РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ОПЫТ
КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Аннотация. В работе анализируются сущность, характерные особенности и научно-практический потенциал британских моделей культуры организации, представлена перспектива социологического исследования их воспроизводства в инновационной практике российского менеджмента. Автор подробно раскрывает сущность термина «инновация»; обозначает главные проблемы в развитии отечественных предприятий; доказывает связь успеха инновационного менеджмента с концептуальными моделями культуры организации. В статье анализируются результаты проведенного автором социологического исследования, которые подтверждают, что именно организационная культура определяет успех инновационной деятельности, а также важнейшие конкурентные преимущества предприятий. Представленные в работе концептуальные модели весьма актуальны для верификации осуществляемого в нашей стране курса на инновационное развитие в координатах глобального, регионального и локального уровней социальной организации.

Ключевые слова: организационная культура, инновационный менеджмент, социология организации, британские модели культуры организации и менеджмента, инновации, социальные механизмы, культурные нормы и ценности, социологическое исследование.

C. A. Kuznetsova

post-graduate student

Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Saratov, Russia

**REPRODUCTION OF THE BRITISH MODELS
OF ORGANIZATION'S CULTURE IN THE INNOVATIVE
PRACTICE OF RUSSIAN MANAGEMENT: EXPERIENCE
OF EXACT SOCIOLOGICAL RESEARCH**

Abstract. The article deals with the essence, characteristics and scientific and practical potential of the British models of culture of the organization. It is analyzed the prospect of sociological research of their reproduction in innovative practice of the Russian management. The author in detail opens essence of the term «innovation». It is specially noted the main problems in development of the domestic enterprises. It is analyzed results of the sociological research conducted by the author which confirm what exactly the organizational culture defines success of innovative activity, and also the most important competitive advantages of the enterprises. The conceptual models presented in work are very actual for verification of the course which is carried out in our country on innovative development in coordinates of global, regional and local levels of the social organization

Key words: organizational culture, innovative management, sociology of organization, British models of organization's culture and management, innovations, social mechanisms, cultural norms and values, sociological research.

Инновационный путь развития современного российского общества рассматривается в теории и практике социального менеджмента как магистральный и наиболее предпочтительный в условиях усиливающейся международной конкуренции, роста различного рода кризисных явлений и процессов, дестабилизирующих устойчивость социальной системы, воспроизводство ее основных параметров. Все это элементы и проявления одного целостного состояния, суть которого, по мнению экспертов, необходимо изучать в социологической перспективе. Ведущие представители мировой социологии, пытаясь осмыслить негативные уроки современности, делают концептуальные обобщения по поводу содержания этой перспективы, говоря о том, что стоящие у власти должны быть архитекторами управленческих инноваций, формируя то, что называется «культурой организации». Анализируя ее ценности и нормы, следует определить социальные механизмы, с помощью которых они могут быть привиты и переданы людям, или, в случае необходимости, противостоять отжившим ценностям и нормам организационной культуры [8, с. 190]. Таким образом, социологическая перспектива исследования современного общества содержательно связывается с развитием инновационных форм социальных механизмов организационной культуры и менеджмента.

В связи с этим вполне обоснованным представляется внимание отечественной социологии к возможной институциональной адаптивности социокультурного опыта инновационного

развития других стран и научно-практического потенциала национальных социологических школ культуры организации и менеджмента. Все это в свою очередь актуализирует исследовательский интерес к зарубежным концептуальным моделям инноваций, включающих соответствующие теоретические подходы, эмпирические процедуры, социальные механизмы и практики. Весьма информативно и концептуально, на наш взгляд, социальные механизмы инноваций представлены в британских моделях культуры организации и менеджмента. В фокусе этих моделей находится организационная культура, специфически детерминирующая процесс управления инновационными изменениями. Для авторов, работающих в русле данного подхода, организационная культура является отражением формальных корпоративных ценностей и способов инновационной деятельности. Именно эти свойства организации как социального института признаются культурными и являются объектом инновационного менеджмента [7, с. 117].

В британской научной традиции социологии организаций и менеджмента, английский термин «innovation» изначально имеет довольно широкий спектр значений. В ряде случаев термин «инновация» применяют по отношению к собственно изобретениям, понимая под ними продукт творческой деятельности, в которой на основе научных знаний и технологических достижений создаются новые принципы действия инновационного менеджмента или конструирования системной организации и ее отдельных социокультурных конструкторов. Часто этим термином обозначают новые, наиболее эффективные и оптимальные способы и методы профессиональной управленческой деятельности – относительно самостоятельного рода организационной деятельности, обусловленного общественным разделением труда и требующего определенной подготовки. Согласно еще одному устоявшемуся определению, инновация – конечный результат нововведений в виде материального или духовного продукта, реализуемого на рынке, а также нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности организации. Наиболее универсальной, по мнению экспертов, является точка зрения, которая состоит в том, что термином «инновация» обозначается одновременно процесс создания и внедрения нового и его конкретный результат. В этом смысле этот феномен рассматривается как важное управленческое приложение теоретических и практических знаний, приводящее к успеху в различных сферах организации общественной жизни.

Многоплановость термина «инновация» позволяет британским социологам также рассматривать его в форме прилагательного, которое, интегрируя в себя указанные значения, создает своеобразный социокультурный контекст для определенных моделей культуры организации и менеджмента. В самых общих чертах эта традиция развивается в двух основных направлениях: менеджералистском и организационном. Так, в социологической теории инновационного менеджмента выделяются маркетинговая, реагирующая, ситуационная и антикризисная модели. В социологии организации доминируют следующие модели: «организации – пользователи инноваций», «организации – создатели инноваций», «организации – создатели и пользователи инноваций», «организации – носители инноваций», «организации – результат инноваций». Согласно мнению экспертов, эвристическая ценность этих моделей состоит в том, что британские теоретики организационной культуры во главу угла поставили не «порядок», а «качество» и тем самым перенесли акценты социологического исследования механизмов инновационной деятельности в область социокультурных отношений, а не только технико-экономических пропорций.

При всех существующих различиях общим предметом данных моделей являются разработка и внедрение инноваций, а главными особенностями выступают постоянный творческий поиск, нацеленность на открытия, стремление к изобретению новых видов товаров (услуг) и обновлению технологий их создания. Инновационный менеджмент в этих моделях, по сути, является синонимом успешного развития для каждого предприятия любого сектора экономики. Общепринятым является понимание, что в современных условиях без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень научности и новизны. Инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к снижению себестоимости продукции, притоку инвестиций, повышению имиджа производителя новых продуктов, открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних. Инновационная деятельность в большинстве указанных моделей рассматривается как разработка и реализация научно-технических достижений, создание новой конкурентоспособной продукции и ее производство на уровне современной техники и технологии в целях получения максимально возможной прибыли.

Важным достоинством данных моделей является, по мнению экспертов [6, с. 201], возможность операционального

рассмотрения процесса инноваций посредством двух типов социальных механизмов, каждый из которых реализуется в форме дескриптивной квазитеории (описания, которое, научно обосновано и содержит важную социологическую информацию). Первый тип представлен моделью рутинных изменений (routine change model), второй – реадаптационной моделью (readaptation model). Понимание инновационного процесса как реадаптации опирается здесь на предположение о существовании феномена «инерции социального поведения», под которым понимается критически важный адаптационный механизм приспособления к воздействию окружающей среды. Предполагается, что инерция поведения заключается в перманентной тенденции следовать уже утвердившемуся образцу, даже при сильном искушении отвергнуть или изменить его.

Один из главных постулатов модели рутинных изменений говорит о том, что если для осуществления перемен нет необходимости бороться против инерции поведения, то инновация реализуется естественно, в рамках обычного хода деятельности. Словосочетание «рутинные изменения» как бы подчеркивает логическую несообразность во взаимодействии установившейся практики организационной культуры с окружающей средой. Это означает, что большая часть инноваций не является результатом преодоления сильных эмоциональных барьеров, а вытекает из установившейся индивидуальной и организационной практики в изменившихся социокультурных контекстах. Социальные механизмы рутинных изменений характеризуются при этом посредством десяти иллюстративных субмоделей: поисков; имитации; трудовых навыков (мастерства); выживания на рынке; распределения резервов; поддержания статуса; подбора кадров; игры; социализации; удовлетворения запросов клиентуры. Таким образом, существует как минимум десять общепринятых путей, по которым инновация проникает в организацию и тем самым изменяет ее культуру и деятельность.

В дальнейшем автором была предпринята попытка проведения прикладного социологического исследования на предмет возможного воспроизводства рассмотренных моделей в инновационной практике российского менеджмента. В качестве объектов изучения выступали производственные предприятия из различных отраслей промышленности Саратовской области, где, согласно данным статистики, наибольший удельный вес принадлежит топливно-энергетическому комплексу (45,6%), машиностроению (19,1%), химической промышленности (15,6%), пищевой промышленности (9,2%). Типологическая выборка из

данного количества промышленных компаний выстраивалась на макроуровне исследования по критерию успешные – неуспешные предприятия. В числе ключевых заданных признаков выборки выступали: традиционные (приватизированные советские) и новые (созданные в постсоветский период) предприятия; рентабельные и нерентабельные; отечественные – находящиеся полностью или частично в собственности иностранного капитала. На завершающем этапе процесса выборки применялся метод собственно-случайного (вероятностного) отбора, позволивший отобрать в число единиц анализа организации, наиболее репрезентирующих «идеальные» типы успешного и неуспешного предприятия.

Эти предприятия изучались в дальнейшем как объекты описательного (этнографического) кейс-стади с применением характерных для них качественных методов, позволяющих, по мнению экспертов [9, с. 51], исследовать организационную культуру во всей совокупности ее проявлений. К ним относятся: наблюдение (включенное при умеренном уровне участия), неформализованное интервью (наиболее характерный его вариант – глубинное интервью), проективные техники (разного рода тесты). Автором были собраны также доступные архивные материалы, имеющие отношение к изучаемым процессам. Объем и количество этой информации у разных предприятий были различны, но, как правило, она включала внутреннюю служебную переписку, протоколы заседаний, а также документы, содержащие обоснование внедрения инноваций. Исследование велось как в реальном масштабе времени, так и в ретроспективе. Другими словами, за единственным исключением обследование начиналось в такой момент, когда процесс инноваций уже находился в более или менее продвинутой стадии. События, предшествовавшие этому моменту, были предметом ретроспективного анализа, а последующие события изучались в реальном масштабе времени. Чтобы окончательно убедиться в том, что полученные материалы дали полную и точную картину инновационного процесса, для каждого рассмотренного случая на их основании было составлено его описание и передано участникам. Во всех случаях описания с очень небольшими замечаниями были одобрены.

Все рассматриваемые процессы, на наш взгляд, могут быть интерпретированы посредством двух типов объяснительных моделей, на основании которых исследователи говорят об организациях с «устойчивой (сильной) организационной культурой» или об организациях с «неустойчивой (слабой) культурой».

В организациях с «устойчивой (сильной) организационной культурой» основным ресурсом инноваций являются люди, а выбор инновационной политики и стратегии четко обоснован и имеет социократическую направленность. В организациях такого типа внедрение инноваций проходит наиболее успешно. Организации с «устойчивой культурой» не очень чувствительны к влиянию кратковременных изменений окружающей среды по сравнению с организациями с «неустойчивой (слабой) культурой». В данных организациях развитие и интернационализация инноваций недооцениваются как высшим менеджментом, так и всеми сотрудниками в целом. Это означает также, что организации с «устойчивой организационной культурой» относительно контролируемым образом реагируют на события, происходящие во внешней среде, такие как, например, фундаментальные технологические нововведения с долгосрочным эффектом. В организациях со «слабой культурой» необходимые приспособления к внешним изменениям происходят относительно быстро, но эти приспособительные сдвиги являются более резкими, внезапными и менее контролируемыми.

С практической точки зрения эти две интеграционные модели изначально предполагают принципиально различные императивы: организации сами могут выбирать тип своего инновационного развития – стать предприятием со «слабой» или «сильной культурой». Результаты выбора во многом зависят от того, насколько менеджмент способен на инновационный, как правило, трудный и иногда болезненный процесс преодоления инерции социального поведения и как он оценивает соотношение затрат и прибылей, связанных с поддержанием внутри организации «устойчивой культуры». Как показало исследование, окончательный выбор модели организационной культуры зависит от природы технологических возможностей, от внешних и внутренних воздействий, управленческих отношений, фундаментальных ценностей и установленных норм и правил индивидуального и социального поведения.

Подводя итоги проведенного исследования, отметим, что успех инновационного менеджмента в значительной степени определяется концептуальными моделями культуры организации. Организационная культура в значительной степени определяет успех инновационной деятельности, а, следовательно, и важнейшие конкурентные преимущества предприятий, что, в свою очередь и является отличительным достоинством стран – мировых лидеров в сфере высоких технологий и экономики в целом. Полученные в ходе исследования результаты во многом

совпадают с оценками экспертов, которые отмечают [1, 2, 3], что в современном российском обществе инновационные процессы идут сложно и противоречиво и сопряжены с рядом разнообразных проблем. Ключевые из них определяются доминированием модели консервативной культуры, которая достаточно долго удерживает общественное развитие в определенных организационных параметрах. Эта модель, отмечают эксперты [4, 5], очень архаична, бюрократизирована и ориентирована в значительной мере не столько на рационализацию инновационных процессов, сколько на сопротивление инновациям и сохранение сложившихся традиций. Источниками организационного консерватизма являются определенные принципы и правила деловой практики, существующие квалификационные системы и официальные установки, где явное преимущество отдается тактическому подходу к решению задач. В рамках таких моделей вопрос «Что мы делаем?» остается открытым, поскольку относится к долгосрочной перспективе, к определению перспектив деятельности и является высоко затратным распределением во времени пониманием. Думается, что представленные в работе концептуальные модели весьма актуальны для верификации осуществляемого в нашей стране курса на инновационное развитие в координатах глобального, регионального и локального уровней социальной организации.

Библиографический список

1. Барков, С.А. Организация и рынок: противоборство или согласие? / С.А. Барков. – М. : Изд-во Московского университета, 2008. – 220 с.
2. Гавров, С.Н. Социокультурная традиция и модернизация российского общества / С.Н. Гавров. – М. : Изд-во МГУКИ, 2002. – 46 с.
3. Горшков, М.К. Российское общество как оно есть / М.К. Горшков. – М. : Новый хронограф, 2011. – 672 с.
4. Журавлев, В.Г. Становление эффективного менеджмента в России/В.Г. Журавлев, Е.В. Добренькова, Е.В. Гурнина. – М. : Международный университет бизнеса и упр., 2001. – 184 с.
5. Коновалова, В.Г. Управление организационной культурой/ В.Г. Коновалова. – М. : Проспект, 2012. – 302 с.
6. Култыгин, В.П. Общая социология / В.П. Култыгин, А.Г. Кузнецов. – М. : Научная книга, 2004. – 282 с.
7. Романов, П.В. Социологические интерпретации менеджмента: исследования управления, контроля и организаций в современном обществе / П.В. Романов. – Саратов: СГТУ, 2000. – 116 с.

8. Хрестоматия по общей социологии / сост. : В.П. Кultyгин, А.Г. Кузнецов. – М. : Научная книга, 2004. – 212 с.

9. Щербина, В.В. Организационное развитие: теория и практика: моногр. / В.В. Щербина, Е.П. Попова. – М. : 2011. – 297 с.

Referenses

1. Barkov, S.A. *Organizatsiia i rynek: protivoborstvo ili soglasie?* [Organization and market: antagonism or consent?] Moscow, Moskovskogo universiteta Publ., 2008, 220 p.

2. Gavrov S.N. *Sotsiokul'turnaia traditsiia i modernizatsiia rossiiskogo obshchestva* [Sociocultural tradition and modernization of the Russian society] Moscow, MGUKI Publ., 2002, 146 p.

3. Gorshkov, M.K. *Rossiiskoe obshchestvo kak ono est'* [The Russian society as it is] Moscow, Novyi khronograf Publ., 2011, 672 p.

4. Zhuravlev V.G. *Stanovlenie effektivnogo menedzhmenta v Rossii* [Formation of effective management in Russia] Moscow, Mezhdunar. universitet biznesa i upr. Publ., 2001, 184 p.

5. Konovalova V.G. *Upravlenie organizatsionnoi kul'turoi* [Management of organizational culture] Moscow, Prospekt Publ., 2012, 302 p.

6. Kultygin V.P. *Obshchaia sotsiologiia* [General sociology] Moscow, Nauchnaia kniga Publ., 2004, 282 p.

7. Romanov P.V. *Sotsiologicheskie interpretatsii menedzhmenta: issledovaniia upravleniia, kontroliia i organizatsii v sovremennom obshchestve* [Sociological interpretations of management: researches of management, control and the organizations in modern society] Saratov, SGTU Publ., 2000, 116 p.

8. Kultygin V.P., Kuznetsov A.G. *Khrestomatiiia po obshchei sotsiologii* [Anthology of the general sociology] Moscow, Nauchnaia kniga Publ., 2004, 212 p.

9. Shcherbina V.V. *Organizatsionnoe razvitie: teoriia i praktika: monogr* [Organizational development: theory and practice: monograph] Moscow, 2011, 297 p.

Информация об авторе

Кузнецова Кристина Андреевна – аспирант, кафедра социальной антропологии и социологии, Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, 410054, г. Саратов, ул. Политехническая 77, Россия, e-mail: strekozzzzza@mail.ru.

Authors

Kuznetsova Christina Andreevna – post-graduate student, Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, 77 Politekhnikheskaya Street, Saratov, Russia, 410054, e-mail: strekozzzzza@mail.ru.