

УДК 316.75:658:338.2

© О. А. Горбунова¹, В. Е. Павлович^{2,3}, 2023

¹ Самарский государственный технический университет (СамГТУ);

² Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС);

³ Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия

E-mail ^{1,2,3}: genuka76@mail.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В КОНТЕКСТЕ МОДЕЛИ КЛАКХОНА И СТРОДБЕКА

Данная статья посвящена изучению российского менеджмента с точки зрения социологии управления. Развитие современного управления невозможно без использования культурного фактора. В работе авторы дали оценку российского менеджмента по параметрам культуры, выделенным Клакхоном и Стродбеком, с учетом предложенной авторами классификации предприятий.

Ключевые слова: культура, конкурентоспособность, модель Клакхона – Стродбека, сравнительный менеджмент.

Введение

Эффективность деятельности современных предприятий определяется их возможностью генерировать прибыль и достигать поставленных целей. Ключевым ресурсом, задействованным в этом процессе и влияющим на высокие результаты деятельности, является персонал организации [7]. Персонал обеспечивает производство качественной продукции, оказание услуг, удовлетворяющих запросы потребителей, и в целом влияет на конкурентоспособность организации [2]. Именно поэтому теоретики и практики уделяют пристальное внимание проблемам формирования коллектива, способного слаженно и продуктивно выполнять поставленные задачи.

Каждый сотрудник организации является носителем определенных ценностей, которые складываются под воздействием общества, культурных особенностей страны его происхождения. Культурные отличия наций определяют видение, поведение работника, его взгляд на происходящие события [3]. Также необходимо отметить, что руководитель, принимая управленческие решения, с од-

ной стороны, сам выступает носителем определенной культуры, а с другой стороны, должен принимать во внимание культурные особенности своего персонала. Этим определяется сложность управления предприятиями с многонациональным коллективом. Поэтому формирование кросс-культурного капитала выступает одним из факторов повышения конкурентоспособности компании.

Цель данного исследования – провести анализ российского менеджмента по индикаторам культуры Клакхона и Стродбека.

Объектом для исследования выступают российские предприятия. Предмет исследования – ключевые индикаторы культуры, предложенные Клакхоном и Стродбеком.

Результаты исследования

Учет культурного фактора в менеджменте нашел отражение в трудах многих исследователей [9].

Широкую известность в данной области получили работы нидерландца Геерта Хофштеде (Geert Hofstede) (1980 и 2001 гг.), Милтона Рокича (Milton Rokeach) (1979 г.).

Среди работ, внесших существенный вклад в развитие кросс-культурного менеджмента, следует назвать модель Клакхона – Стродбека (1961 г.) [10].

Флоренс Клакхон и Фред Стродбек поставили целью сделать практически применимыми теоретические построения концепции ценности, разработанной Клайдом Клакхоном (Clyde Kluckhohn) в период 1949–1952 гг.

Клакхон и Стродбек выделили следующие типы проблем, решаемых каждым обществом (рис. 1).

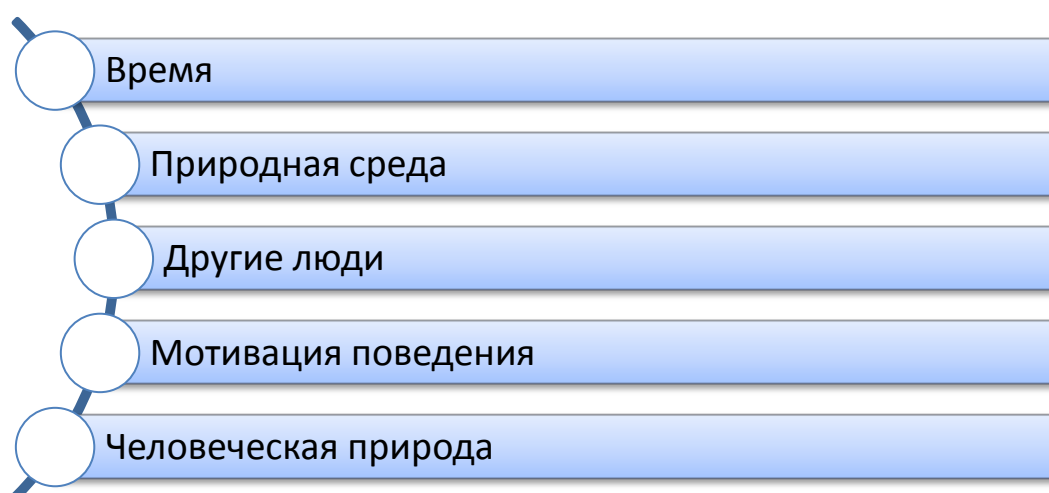


Рис. 1. Типы ценностных проблем, выделенные Ф. Клакхоном и Ф. Стродбеком

Также ученые предложили в качестве шестого типа отношение к пространству («Здесь», «Там», «Где-то далеко»), но не использовали это в дальнейшем.

В таблице 1 приведены значения и описания вышеперечисленных типов проблем [10, 11].

Таблица 1

**Значения и описания ценностных проблем
по Ф. Клакхону – Ф. Стробеку**

<i>Проблема</i>	<i>Значение</i>	<i>Описание</i>
Время П1	Прошлое П1 = 1	Акцент на прошлое, на сохранение традиционных отношений и взглядов
	Настоящее П1 = 2	Акцент на настоящее и на внесение изменений в убеждения и традиции
	Будущее П1 = 3	Акцент на будущее, планирование, поиск нового для замены устаревающего
Отношение к природе П2	Господство П2 = 1	Мы можем и должны достичь полного контроля над силами природы
	Гармония П2 = 2	Мы можем и должны достичь контроля (но не полного) над силами природы и жить в равновесии
	Подчинение П2 = 3	Мы не можем и не должны достигать контроля над силами природы, которые являются силами более высокого порядка
Отношение к другим людям П3	Иерархическое П3 = 1	Акцент на иерархические принципы и уступку вышестоящему органу или органам власти в группе
	Равенство П3 = 2	Акцент на консенсус в расширенной группе равных
	Индивидуализм П3 = 3	Акцент на индивидуумы или отдельные семьи внутри группы, которые принимают решения самостоятельно, независимо от других
Мотивация поведения П4	Бытие П4 = 1	Наша мотивация является внутренней, активность оценивается нами самими и не обязательно другими в группе
	Становление П4 = 2	Мотивация заключается в росте и развитии способностей, ценных для нас, хотя не обязательно ценных для других
	Достижение П4 = 3	Мотивация является внешней для нас, подчеркивает деятельность, которая ценится нами и одобряется другими членами нашей группы

Природа человека П5	Зло/ Изменчивость П5 = 1	Рожден «злым», но может научиться быть хорошим, хотя опасность регресса остается
	Зло/ Постоянство П5=2	Рожден «злым» и не способен измениться, поэтому требуется спасение с помощью внешней силы
	Смешанный/ Изменчивость П5 = 3	Имеет как хорошие, так и плохие черты, но может научиться быть лучше или хуже
	Смешанный/ Постоянство П5 = 4	Имеет как хорошие, так и плохие черты, и их профиль не может быть изменен
	Нейтральный/ Изменчивость П5 = 5	Рождается ни хорошим, ни плохим, но может учиться и хорошему, и плохому
	Нейтральный/ Постоянство П5 = 6	Рождается ни хорошим, ни плохим, и этот профиль не может быть изменен
	Добро/ Изменчивость П5 = 7	В принципе хороший, но склонный к изменениям как в ту, так и в другую сторону
	Добро/ Постоянство П5 = 8	В принципе хороший, и всегда будет оставаться таким

Отношение социальной группы к способам решения указанных проблем показывает ценности, разделяемые этой группой. Измерение предпочтительных решений отразит ценности общества в целом.

При этом Клакхон и Стродбек не пытались разработать измерительные шкалы для оценки Природы человека (П5), считая эту задачу слишком сложной. Для измерений остальных четырех параметров они смогли разработать реальные жизненные ситуации, имеющие отношение ко всем пяти культурным группам, и сформировать вопросы для изучения ценностных ориентаций, используемых членами этих культур в названных ситуациях.

Для проверки своих гипотез Клакхоном и Стродбеком были опрошены представители пяти различных культурных групп Юго-Запада США. Затем они смогли получить профили значений для каждой группы, показывая, чем они отличались друг от друга и чем

они были похожи. Результаты этой работы были опубликованы в их книге 1961 года и сразу же оказали сильное влияние на межкультурных психологов.

На основе источников и подхода Клакхона – Стродбека, изложенного в таблице 1, представим профили национальных культур (табл. 2).

Таблица 2

**Профили национальных культур
по Ф. Клакхону – Ф. Стродбеку**

<i>Национальная культура</i>	<i>П1</i>	<i>П2</i>	<i>П3</i>	<i>П4</i>	<i>П5</i>
Североамериканская	3	1	3	1	3
Европейская (Север)	3	2	2	1	3
Европейская (Юг)	1-2	3	2	3	7
Азиатская	1	3	1	3	5
Российская	1	1-2	2	3	5

Примечание. Профиль российской культуры составлен на основе исследований авторов.

Далее эти профили будут использованы для оценки российского менеджмента по модели Клакхона – Стродбека.

Российский менеджмент характеризуется многоукладностью, которая обусловлена в том числе неоднородностью российских организаций по таким параметрам, как форма собственности, размер предприятия, рынок, на котором предприятие работает.

Анализируя российский менеджмент, следует заметить, что в силу масштабов страны, многоукладности экономики, многонационального населения следует разделить российские организации по ряду классификационных признаков.

Авторами предлагается выбрать следующие признаки:

- 1) форма собственности (государственная/частная);
- 2) численность персонала предприятия (крупное/среднее/малое);
- 3) рынок, на котором организация работает (глобальный /федеральный/локальный).

Классификационная оценка российских организаций по выделенным признакам приведена в таблице 3.

Классификационная оценка российских организаций/предприятий

Показатель	Крупные (>250 чел.)	Средние (101–250 чел.)	Малые (≤100 чел.)
Государственные организации			
Интегрированные в глобальную экономику	ПАО «Газпром»	Нет данных	Нет данных
Работающие на общероссийском рынке	ОАО «РЖД»	Нет данных	Нет данных
Работающие на локальных рынках	Вузы	Вузы	муниципальные транспортные компании
Частные организации			
Интегрированные в глобальную экономику	Предприятия с иностранным и отечественным капиталом, экспортирующие свою продукцию в дальнее зарубежье (ПАО «ЛУКОЙЛ», ГК «Лаборатория Касперского»)	Предприятия с иностранным и отечественным капиталом, экспортирующие свою продукцию в дальнее зарубежье	ООО «АСПТ Спецавтоматика» (г. Москва)
Работающие на общероссийском рынке	ПАО «Россети Центр»	Нет данных	Нет данных
Работающие на локальных рынках	АО ХК «Татнефтепродукт»	Строительные организации	Строительные организации

По мнению авторов, выделенные признаки необходимо принимать во внимание при характеристике российского менеджмента.

Формирование российского менеджмента происходило в сложных условиях [1]. На русскую ментальность, вытекающую из национально-исторических особенностей нашей культуры, оказал влияние экономический уклад советского периода, а также кризис 90-х годов, в чем-то усилив, а в некоторых случаях ослабив проявление тех или иных отличительных качеств [5].

В целом российская культура отличается высокой противоречивостью, когда в поведении преобладают крайности, а культура

восточного населения страны сильно отличается от культуры западного населения [6]. Тем не менее можно выделить и общие черты, характерные для российского менеджмента.

Так, российский подход предполагает доминирование над окружением; взгляд устремлен в будущее, что не мешает при этом сожалеть о прежних «хороших» временах. В настоящее время наблюдается смена коллективной ответственности, которая была свойственна крестьянской общине, а затем активно культивировалась в советский период. Большинство руководителей склоняются к мнению, что коллективная ответственность формирует безответственность, и предпочитают возлагать индивидуальную ответственность на своих сотрудников за достижение поставленных целей. Необходимо отметить, что сами работники тяготеют к групповому взаимодействию.

Природа человека нейтральна, под воздействием общества формируется его мировоззрение, отношение к совершаемым действиям, оценка поступков других. При этом крайне важно найти объективные характеристики, позволяющие дифференцировать плохих и хороших людей.

Неоднозначность проявляется и в отношении русского человека к работе. В современном российском работнике одновременно сочетаются созерцательное переживание момента и активные действия, тенденция несколько откладывать выполнение какой-то задачи и способность к высокопроизводительному труду.

Многоукладность российской экономики приводит к необходимости дать оценку российского менеджмента по модели Клакхона – Строббека с учетом типологии организаций, предложенной авторами в таблице 4.

Таблица 4

Оценка российского менеджмента по модели Ф. Клакхона – Ф. Строббека

Показатель	Крупные					Средние					Малые				
Государственные организации															
Интегрированные в глобальную экономику	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3
Работающие на общероссийском рынке	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3

Окончание табл. 4

Работающие на локальных рынках	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3
Частные организации															
Интегрированные в глобальную экономику	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3
Работающие на общероссийском рынке	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3
Работающие на локальных рынках	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	1	1-2	2	3	5

Анализ таблицы 4 позволяет сделать следующие выводы:

– по мере перемещения из левого верхнего угла таблицы в правый нижний, т.е. движения от крупных государственных компаний, работающих на глобальном рынке, к малым организациям, работающим на локальных рынках, происходит смещение от североамериканского профиля к азиатскому (см. табл. 2);

– маршрут смещения следующий: Североамериканский профиль – Европейский (Север) профиль – Европейский (Юг) профиль – Азиатский профиль.

По данным авторов, в российском малом бизнесе, работающем на локальных рынках (независимо от национального состава – русском или диаспорическом), используется азиатская модель.

Также необходимо отметить большое количество скандинавских профилей.

Заключение

Представление о российском менеджменте значительно изменилось за последние 30 лет. За эти годы не просто сформировались правила ведения бизнеса, они вышли на новый уровень. Управленческий класс стал более образованным, проявляется склонность к постоянному повышению квалификации. Российский управленец склонен к осознанному риску, умеет вести дела рационально, стремится внедрять инновации [4].

Россия исторически всегда была многонациональным государством, однако исследований в данной области практически не

велось, долгое время были ограничены деловые контакты с представителями других культур.

Интеграция российских компаний в мировые экономические отношения формирует необходимость изучения особенностей корпоративной культуры стран-партнеров и адаптации к ним особенностей национальной деловой культуры.

Концептуальные основы, дающие возможность выявлять, идентифицировать и оценивать общие черты и особенности содержания кросс-культурных коммуникаций в менеджменте в разных странах и регионах мирового бизнеса, позволяют характеризовать национальные модели кросс-культурных коммуникаций в менеджменте. Этот процесс необходим с точки зрения развития экономической деятельности и международной экономической интеграции российских компаний [8].

Литература

1. Алукаев Р. Р., Нaleyкин А. А., Биккинин А. А. Основные проблемы и перспективы развития менеджмента в России // Современные вопросы развития общества в условиях цифровизации: Материалы Национальной научно-практической конференции. Саранск, 2023. С. 463-466.

2. Горбунова О. А., Балановская А. В. Лояльность персонала в стратегическом управлении организацией // Вестник Самарского муниципального института управления. 2017. № 3. С. 66-75.

3. Горбунова О. А., Чайковская А. А. Влияние культурного фактора на управление персоналом // Вопросы современной экономики: теоретический и практический аспекты: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции / Отв. ред. В. Б. Моисеев. Пенза: Пензенский государственный технологический университет, 2015. С. 83-85.

4. Карпов С. В., Найденов В. В. Современный менеджмент в России: специфика и основные проблемы // Современный менеджмент: проблемы, анализ тенденций, перспективы развития: Материалы IV Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2022. С. 11-14.

5. Поддубная М. Н., Литвинова К. К. Особенности становления российского менеджмента // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 12-2 (82). С. 212-216.

6. Рудаков Д. В., Доронина Т. В. Влияние традиционных ценностей и национально-психологических особенностей современных россиян на развитие российского менеджмента // Омский научный вестник. 2015. № 2 (136). С. 225-228.

7. Чумак В. Г., Горбунова О. А. Модели стимулирования экономической эффективности трудовой деятельности // Экономические науки. 2009. № 54. С. 66-72.

8. Ядова Н. Е. Развитие коммуникационного менеджмента в условиях интеграции российского бизнеса в мировую экономику // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2016. № 3. С.53-57.

9. Gelfand M. J., Erez M., Aycan Z. Cross-Cultural Organizational Behavior // Annu. Rev. Psychol. 2007. Vol. 58. Pp. 479-514. DOI: 10.1146/annurev.psych.58.110405/085559.

10. Hills M. D. Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory // Online Readings in Psychology and Culture. 2002. № 4 (4). URL: <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1040>.

11. Trang Ngoc Ly Vietnamese cultural dimensions and its effect on the marketing strategy for international ventures. 2012. URL: <https://core.ac.uk/download/55620206.pdf>.

*Статья поступила в редакцию 30.11.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*