

На правах рукописи

Базовая Марина Юрьевна

**СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
РАЗВИТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО И КОМАНДНОГО
КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕНЕДЖЕРОВ В РОССИЙСКОЙ
КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Специальность 22.00.08 – социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

Диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Ростов-на-Дону – 2017

Работа выполнена в ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

Научный руководитель доктор философских наук, профессор,
Шевелев Владимир Николаевич

Официальные оппоненты: **Салогуб Анжела Михайловна,**
доктор социологических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный лингвистический университет», кафедра креативно-инновационного управления и права, профессор

Карягина Анжелика Владимировна,
кандидат социологических наук,
ЧОУ ВО «Таганрогский институт управления и экономики», кафедра уголовного права и процесса, доцент

Ведущая организация **ФГБОУ ВО «Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ)»**

Защита состоится «15» декабря 2017 г. в 13.00 на заседании Диссертационного совета Д 212.208.01 по философским и социологическим наукам в ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 160, Институт социологии и регионоведения ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», ауд. 34).

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке им. Ю.А. Жданова при ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (344103, г. Ростов-на-Дону, ул. Р. Зорге, 21 Ж) и на сайте: <https://hub.sfedu.ru/diss/announcement/>

Автореферат разослан «__» ноября 2017 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета



А.В. Верещагина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Переход России к рыночным отношениям ознаменовался внедрением новых инновационных технологий, значительным увеличением количества коммерческих организаций с усложнением структуры управления и ростом численности персонала. Эффективность и конкурентоспособность российских коммерческих организаций в условиях риска, нестабильности и неопределенности внешней среды зависит от применяемых подходов в управлении, ценностей и принципов, управленческих технологий и методов, являющихся фундаментом организационного менеджмента, умелое применение которых отражает степень профессионализма менеджеров коммерческой организации.

Если в начале XX века для достижения стабильности и конкурентоспособности первоочередное значение имели передовые технологии, в середине века – направленность на лучшие стандарты менеджмента, то в настоящее время ключевой является ориентация на способности порождать новые идеи с целью воплощения их в услуги и продукцию. В этой связи на первый план сегодня выходят не только эрудированность и компетентность менеджеров в различных сферах, но прежде всего умение генерировать новые идеи, находить оригинальные выходы из нестандартных ситуаций.

Для владельцев современных коммерческих организаций поиск менеджеров превратился из разовых мероприятий в постоянный вид деятельности. Дефицит не относится к тому руководящему составу, который мог бы возглавить организацию лишь с целью её обыденного и монотонного существования. Острая потребность ощущается в управленцах «новой волны», креативных менеджерах, способных эффективно осуществлять управленческую деятельность посредством применения креативных подходов, современных информационных и управленческих технологий, инноваций, обладающих высоким уровнем управленческой культуры,

креативный потенциал и компетентность которых приведёт не только к стабильному положению организации, но и будет способствовать её динамичному развитию и конкурентоспособности.

Основной задачей является выявление и развитие креативного потенциала российских менеджеров не только в процессе профессиональной подготовки, но и на протяжении всего периода управленческой деятельности в российской коммерческой организации.

Актуализация данной проблематики обостряется, с одной стороны, необходимостью развития креативного потенциала российских менеджеров, а с другой – неразработанностью социальных технологий развития креативного индивидуального и командного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации.

Без логической операционализации понятийного аппарата и методологической ясности в пространстве теории управления и социологии организаций, на основе чего осуществляется профессионализация менеджеров в процессе образовательной и управленческой деятельности, эффективное внедрение социальных технологий развития креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации не представляется возможным. Указанными обстоятельствами обосновывается социальная и научная актуальность темы диссертационного исследования.

Степень научной разработанности темы.

Исследование организаций в научном плане ведется с давних времен. Имеется огромное количество научных работ, однако единых взглядов и позиций по вопросу эффективного управления коммерческими организациями, не достигнуто. Проведенные исследования в различные временные периоды не послужили фундаментальной основой системного социологического анализа разработки принципов эффективного управления российской коммерческой организацией в условиях нестабильности и неопределенности внешней среды.

Принципы, концепции, технологии, методы управления организациями отражены в трудах представителей разных школ и подходов в эволюции научного менеджмента.

Впервые были выявлены некоторые принципы управления организацией представителями школы научной организации труда в лице Ф. Тейлора, Г. Ганнта, Г. Форда, Ф. и Л. Гилберта, Г. Эмерсона¹. Ими были определены принципы, актуальные и в настоящее время, в частности, принцип подбора и подготовки персонала организации, соответствия личностных и профессиональных качеств сотрудников должностным обязанностям, сотрудничества между менеджментом и работниками. Сформулированные Г. Эмерсоном двенадцать принципов производительности способствуют повышению производительности труда в любой области деятельности.

Представители школы человеческих отношений и науки о поведении – М.П. Фоллет, К. Арджирис, А. Маслоу, Ч. Бернанд, Э. Мэйо, Ф. Герцберг, Д. Мак-Грегор, Р. Лайкерг, Д. Мак-Клелланд² внесли значительный вклад в теорию управления, сформулировав принципы общего и кадрового менеджмента, внедрив новые подходы в управление персоналом.

¹ *Тейлор Ф.У.* Принципы научного менеджмента. М.: Контроллинг, 1991. 104 с.; *Ганнт Г.Л.* Организация труда. Размышления американского инженера об экономических последствиях мировой войны. М., 1923. 66 с.; *Форд Г.* Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра / пер. с англ. В.А. Зоргенфрея и И.Б. Мандельштама. Пятигорск: Снег, 2008. 496 с.; *Гильберт Ф.* Изучение движения. Метод увеличения производительности труда рабочего / Пер. с англ. под ред. И.Ф. Попова, 2-е изд., М.–Л.: «Техника управления», «Мосполиграф», 1931. 111 с.; *Эмерсон Г.* Двенадцать принципов производительности // Управление – это наука и искусство. М.: Экономика, 1992. 256 с.

² *Фоллет М.П.* Динамическая администрация. М.: Кнорус, 1948; *Арджирис К.* Организационное научение. М.: ИНФРА-М, 2004. 563 с.; *Маслоу А.* Психология бытия. М.: Издательство «Рефл-бук», «Ваклер», 1997. 305 с.; *Барнард Ч.* Функции руководителя: власть, стимулы и ценности в организации / пер. с англ. В. Кошкина. М., Челябинск: Социум, ИРИСЭН, 2009. 333 с.; *Мэйо Э.* Управление в организациях. М.: Гардарика, 2001; *Герцберг Ф.* Мотивация к работе. М.: Изд-во «Вершина», 2007. 238 с.; *Шелдрейк Дж.* Дуглас Мак-Грегор и человеческая сторона предприятия // Социальная психология : хрестоматия / сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. М.: Аспект Пресс, 2008. С. 258–262. *Лайкерг Дж.* Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. М.: Альпина Паблшер, 2012. 325 с.; *Мак-Клелланд Д.* Мотивация человека. СПб.: Питер, 2007. 672 с.

А. Файоль, М. Вебер, Л. Урвик, Л. Гьюлик³ – исследователи административной школы, которые оказали существенное влияние на развитие теории вопроса, выделив четырнадцать классических принципов управления организациями.

Значительный вклад в изучение эффективного управления организациями в XX веке внесли исследователи У. Оучи, И. Ансофф, Т. Питерс, Р. Уотермен, Р. Фалмер, Г. Кунц, С. Доннел⁴.

Огромное значение в исследовании принципов управления организациями в постиндустриальную эпоху неоклассического менеджмента внесли К. Нордстрем, Й. Риддерстрале, И.К. Адизес, Дж. Коллинз, Б. Трейси, Ф. Котлер, М. Портер, С. Кови⁵ и др.

³ Файоль А. Общее и промышленное управление. М.: Контроллинг, 1992. 174 с.; Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление – это наука и искусство. М.: Наука, 1992. 322 с.; Вебер М. Избранное. Образ Общества. М.: Юрист, 1994. 352 с.; Urwick L. The Elements of Administration. New York: Harper & Row, 1943. P. 45–46; Кузнецова Н.В. История менеджмента. Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2004. 216 с.

⁴ Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы. М.: Экономика, 1984. 184 с.; Ансофф И. Стратегическое управление / Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. 519 с.; Питерс Т.Дж. В поисках совершенства: уроки самых успешных компаний Америки / Т. Дж. Питерс, Р. Уотерман. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 278 с.; Фалмер Р. Энциклопедия современного управления: в 5 т. Т. 1: Основы управления. Планирование как функция управления. М.: ВИПКэнерго, 1992. 168 с.; Кунц Г. Управление. Системный и ситуационный анализ управленческих функций / Пер. Е. Вышинская, В. Рославцев, Ю. Семенов, Г. Шведов. М.: Прогресс, 1981. 250 с.

⁵ Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк / К. Нордстрем, Й. Риддерстрале. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2008. 328 с.; Адизес И.К. Развитие лидеров: как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей. М.: Альпина паблишерз, 2014. 258 с.; Адизес И.К. Стили менеджмента – эффективные и неэффективные. М.: Альпина бизнес букс, 2009. 197 с.; Адизес И. Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 262 с.; Коллинз Дж. От хорошего к великому: почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 362 с.; Коллинз Дж. Построенные навечно: успех компаний, обладающих видением. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 359 с.; Трейси Б. Делегирование и управление. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 144 с.; Трейси Б. Менеджмент с точки зрения здравого смысла. М.: ИНФРА-М, 2003. 255 с.; Трейси Б. Сила бренда: искусства выделяться из толпы конкурентов и доминировать на рынке. М.: SmartBook, 2008. 80 с.; Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; пер. с англ. В. Кузина. СПб.: Питер, 2014. 800 с.; Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. М.: Альпина Паблишер, 2012. 143 с.; Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс: Компания XXI век, 2007. 452 с.; Портер М. Конкурентное преимущество: как

Дж. Коллинз на основе многолетних и масштабных исследований высокоэффективных организаций разработал методики перехода организации из среднестатистической в высокоэффективную, обосновал необходимость существования в компании руководителей пятого уровня, сделал вывод о возможности определения общих принципов, методов и технологий управления высокоэффективными организациями.

Партнерские отношения в организации, делегирование полномочий, трудовые отношения с «правильными» людьми, создание высокоэффективной команды выделяют среди ключевых принципов И. Адизес и Б. Трейси.

Среди современных отечественных теоретиков, проводивших исследования по рассматриваемой нами проблеме, необходимо отметить О.С. Виханского, А.Л. Гапоненко, И.Н. Герчикову, В.И. Кнорринга, А.В. Колесникова, Э.М. Короткова, И.И. Мазур, Э.А. Смирнова, Э.А. Уткина, Б.Л. Цветкову, С.В. Шекшню, Р.А. Фатхутдинова, Е.С. Балабанову, А.Г. Эфендиева, Г.Ф. Кургунцеву, К.В. Решетникову и др.⁶

достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 714 с.; *Кови С.* Семь навыков высокоэффективных людей: мощные инструменты развития личности. М.: Альпина Паблишер, 2014. 373 с.; *Кови С.* Скорость доверия: то, что меняет все / С. Кови, Р. Меррилл. М.: Альпина Паблишер, 2013. 424 с.

⁶ *Гапоненко А.Л.* Новые тенденции экономического развития. М.: РАГС, 1997. 258 с.; *Герчикова И.Н.* Менеджмент. 4-е изд., перераб. и доп. М.: 2010. 512 с.; *Колесников А.В.* Корпоративная культура современных организаций: Курс лекций. М.: Альфа-Пресс, 2011. 320 с.; *Коротков Э.М.* Менеджмент. М.: Изд-во Юрайт, 2010. 302 с.; *Смирнов Э.А.* Основы теории организации. М.: Аудит, Юнити, 1998. 375 с.; *Уткин Э.А.* История менеджмента. М.: Ассоциация авторов и издателей Тандем: ЭКМОС, 1997. 224 с.; *Цветкова Б.Л.* Социальная ответственность бизнеса в современных российских условиях: автореферат дис. ... канд. социол. наук. Нижний Новгород, 2004. 27 с.; *Шекшня С.В.* В поисках адекватной парадигмы // Технологии управления персоналом в России. Опыт профессионалов. М. Книжный мир, 2001. 289 с.; *Шекшня С.В.* Управление персоналом современных организаций. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2002. 368 с.; *Фатхутдинов Р.А.* Организация производства. М.: ИНФРА-М, 2011. 304 с.; *Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С.* «Человеческое измерение» российского бизнеса: к демократически-гуманистическому типу социальной организации фирмы // Социологические исследования. 2012. № 7. С. 43–54; *Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С.* Социальная организация российского бизнеса: теоретико-методологические подходы и их реализация в эмпирическом исследовании // Социологические исследования. 2012. № 5. С. 58–69; *Кургунцева Г.Ф.* Интеллектуальный потенциал социальной организации: проблема развития и использования // Социологические исследования. 2014. № 9. С. 63–68;

Таковыми российскими учеными, как В.В. Щербина, Ю.Г. Бюраева, Н.В. Вяткина, А.А. Московская, А.В. Тихонов, С.Р. Филонович охарактеризовано состояние менеджмента в современных российских организациях, определены факторы, способствующие и препятствующие развитию эффективных систем менеджмента⁷.

Исследовали теорию и практику управления, его особенности в отечественных организациях такие ученые, как В.Г. Афанасьев, Е.М. Бабосов, М.А. Васьков, Г.П. Зинченко, М.А. Коргова, А.И. Кравченко, В.Н. Парахина, Н.П. Пищулин, А.И. Пригожин, А.В. Тихонов, Ж.Т. Тощенко, А.И. Турчинов, М.В. Удальцова, С.С. Фролов⁸.

Решетникова К.В. Факторы формирования организационной структуры // Социологические исследования. 2010. № 7. С. 108–115.

⁷ *Щербина В.В.* Проблема менеджмента в сфере управления человеческими ресурсами // Социологические исследования. 2003. № 7. С. 1–28; *Щербина В.В.* Особенности менеджмента как направления управленческой деятельности // Социологические исследования. 2001. № 10. С. 48–58; *Щербина В.В.* Популяционно-селекционная модель организационного развития: содержание, сфера и перспективы применения (статья 1) // Социологические исследования. 2015. № 6. С. 78–86; *Щербина В.В.* Предмет, статус и проблематика социологии организаций (консультация) // Социологические исследования. 2000. № 8. С. 138–143; *Щербина В.В.* Представления о работе с управленческими решениями и о содержании управленческой деятельности // Личность. Культура. Общество. 2014. Т. 16. Вып. 3-4. С. 134–144; *Щербина В.В., Попова Е.П.* Проблема структурных изменений и неинституциональный подход в теории организаций // Известия Юго-Западного государственного университета. Сер.: Экономика. Социология. Менеджмент. 2012. № 1. С. 54–64; *Бюраева Ю.Г.* Роль менеджеров в модернизационных процессах современного российского общества // Власть. 2015. № 1. С. 22–27; *Бюраева Ю.Г.* Социальная мобильность современных менеджеров: межпоколенческий аспект // Социологический журнал. 2011. № 3. С. 40–49; *Вяткина Н.В.* Факторы успешности и идеальные типы российских менеджеров среднего звена // Власть. 2015. № 5. С. 104–108; *Вяткина Н.В.* Социальный портрет российского менеджера среднего звена // Власть. 2015. № 1. С. 118–123; *Московская А.А.* Профессионализация менеджмента: цели, барьеры, перспективы // Социологические исследования. 2011. № 7. С. 26–37; *Тихонов А.В.* От социологии менеджмента к социологии управления // Социологические исследования. 2011. № 2. С. 40–45; *Щербина В.В., Филонович С.Р.* Менеджмент в сфере управления человеческими ресурсами: содержание деятельности и проблемы развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2004. Сер. 8. Вып. 1 (№ 8). С. 3–28.

⁸ *Афанасьев В.Г.* Общество: системность, познание и управление. М.: Политиздат, 1981. 432 с.; *Васьков М.А.* Проблемы трансформации зарубежных управленческих технологий в российских социальных условиях: обобщение региональных социологических исследований // Россия реформирующаяся. 2012. № 11. С. 313–325; *Зинченко Г.П.* Введение в социологию управления. Ростов н/Д.: СКАГС, 2002. 157 с.; *Коргова М.А., Салогуб А.М.* История менеджмента. Ростов н/Д.: Феникс, 2010. 236 с.;

Исследование менеджмента и менеджера осуществляется с конца XIX в. такими учеными, как П. Друкер, Дж. Дункан, А. Чендлер, Ф. Тейлор, Дж. Шелдрейк⁹, рассматривающими менеджера как особый тип управленца, а менеджмент – как специфическую сферу управленческой деятельности. Для данной группы исследователей первоочередным было определение особенностей позиции и функций менеджера в организации по сравнению с другими видами управленческой деятельности, исследование возникновения менеджмента в историческом процессе, определенном этапе развития общества и экономики, раскрытие причины его появления. Ученые стремились акцентировать внимание на том, как появление менеджеров меняет политику организации, методы и формы управления, механизмы функционирования, экономику и общество в целом.

В управленческой науке понятие «социальная технология» стало использоваться в конце XX века. Теоретические основы социальных

Коргова М.А. Кадровый менеджмент. М.; Пятигорск: ПГЛУ, 2004. 267 с.; *Коргова М.А.* Становление кадрового менеджмента в организациях современной России (на материалах региона юга России): автореферат дис. ... д-ра социол. наук. Ростов-на-Дону, 2005. 48 с.; *Коргова М.А.* Формирование команд – субъектов управленческой деятельности: Монография. М.; Пятигорск: РАГС, 2000. 171 с.; *Кравченко А.И.* Социология управления: фундаментальный курс. 2-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2005. 1122 с.; *Парахина В.Н.* Теория организации. 6-е изд., перераб. М.: КНОРУС, 2014. 360 с.; *Пищулин Н.П., Пищулин С.Н., Бетуганов А.А.* Социальное управление: теория и практика. М.: ИКЦ «Академкнига», 2003. В 2 т. Т. 1. С. 94.; *Пригожин А.И.* Методы развития организаций. М.: МЦФЭР, 2003. 863 с.; *Тихонов А.В.* Конкурентоспособность отечественных ИТ-компаний (по материалам интерактивного исследования) / А.В. Тихонов, В.С. Богданов. М.: Институт социологии РАН, 2012. 53 с.; *Тощенко Ж.Т.* Социология труда / Ж.Т. Тощенко, Г.А. Цветкова. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2012. 464 с.; *Тощенко Ж.Т.* Социология. М.: Прометей, 2001. 511 с.; *Тощенко Ж.Т.* Новые идеи в социологии. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 480 с.; *Тощенко Ж.Т.* Социология управления. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2011. 304 с.; *Тощенко Ж.Т.* Социология. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 608 с.; *Турчинов А.И.* Современные проблемы кадровой политики и управления персоналом в России. Социологический анализ: монография / А.И. Турчинов, К.О. Магомедов. М.: Изд-во РАГС, 2009. 136 с.; *Удальцова М.В.* Социология управления. М.: Новосибирск: Инфра-М, НГАЭиУ, 2001. 144 с.; *Фролов С.С.* Социология организаций. М.: Гардарики, 2001. 270 с.

⁹ *Друкер П.Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке. СПб., Киев, 2000. 127 с.; *Друкер П.Ф.* Практика менеджмента. М.: Вильямс, 2003. 388 с.; *Дункан Дж.У.* Основополагающие идеи в менеджменте. М.: Дело, 1996. 272 с.; *Chandler A.D.* The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business. Cambridge, 1977; *Тейлор Ф.У.* Принципы научного менеджмента. М.: Контроллинг, 1991. 104 с.; *Шелдрейк Дж.* Теория менеджмента. От тейлоризма до японизации. СПб: Питер, 2001. 352 с.

технологий связаны с трудами таких российских социологов, как Ж.Т. Тощенко, В.С. Дудченко, В.В. Щербина, Л.А. Маркова, Б.Г. Юдин, В.Г. Афанасьев и др.¹⁰.

В работах таких зарубежных исследователей, как Д. Ап, Е. де Боно, Ф. Баррон, Д. Векслер, М. Вертгеймер, Дж. Гилфорд, Х. Грубер, А. Маслоу, С. Медник, Т. Проктор, Э. Ро, Р. Стенберг, Р-Е. Тафель, П. Титус, Е. Торранс, Э. Шехтель и др. уделяется внимание прикладным и теоретическим аспектам креативности¹¹.

Р. Флорида рассматривал экономическую потребность в креативности, отражающуюся в формировании нового класса, именуемого «креативным классом»¹².

Для Ю.Г. Волкова креативность представляет собой созидательную деятельность, обусловленную установками на принципы самореализации на индивидуально-личностном, групповом и общественном уровнях и включение в различные формы социального участия¹³.

Е.В. Батоврина, рассматривая в качестве основы профессиональной подготовки менеджеров формирование и развитие креативности, выявляя

¹⁰ Тощенко Ж.Т. Социальные технологии // Тезаурус социологии. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 487 с.; Дудченко В.С. Инновационные технологии. М., 1996; Щербина В.В. Проблемы технологизации социоинженерной деятельности // Социологические исследования. 1990. № 8. С. 79–86; Маркова Л.А. Технологии в социальных и технических системах: социальный и гуманитарный анализ // Эпистемология и философия науки. 2012. Вып. XXXI. № 1. С. 64–72; Юдин Б.Г. Социальные технологии, их производство и потребление // Эпистемология и философия. Наука. 2012. Вып. XXXI. № 1. С. 55–64; Афанасьев В.Г. Человек в управлении обществом. М.: Политиздат, 1997. С. 235.

¹¹ De Bono E. Serious Creativity: Using the Power of Lateral Thinking to Create New Ideas. New York: Harper Business, 1992; Heap J. The Management of Innovation and Design, London: Cassell, 1989. 221 p.; Titus P. Marketing and the creative problem-solving process // Journal of Marketing Education, Vol. 22, 2000. Issue 3. Pp. 225–235; Proctor T. The Essence of Management Creativity. London: Prentice Hall, 1995. 232 p.; Torrance E.P. Understanding creativity: where to start? // Psychological Inquiry, Vol. 4. 1993. № 3. Pp. 232–234; West M.A., Farr J.L. Innovation at work // Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies. Chichester, England: Wiley, 1990. Pp. 3–13.

¹² Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. 432 с.

¹³ Волков Ю.Г. Креативность: творчество против имитации. М.: Альфа-М, 2013. 432 с.

возможности, принципы, методы ее развития, предлагает в ходе профессиональной подготовки менеджеров модель поэтапного развития креативности¹⁴.

Социолог А.М. Салогуб характеризует креативное управление как систему управленческих влияний и воздействий, актуализирующих совокупный креативный потенциал управления всего общества. Разработка оптимальных вариантов социального развития происходит посредством влияния на принятие управленческих решений социального свойства креативного управления¹⁵.

П.В. Бурцев исследует креативный потенциал управления производственными организациями¹⁶.

Формирование креативности государственной гражданской службы в современной России является предметом исследования в кандидатской диссертации А.Л. Веремейчука¹⁷.

Риски креативности рекламной деятельности в России и специфику их правовой регуляции исследует А.В. Карягина¹⁸.

В целом проблема исследования социальных технологий развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров российской коммерческой организации пока что не нашла достойного отражения в социологической науке.

¹⁴ *Батоврина Е.В.* Развитие креативности управленцев в процессе профессиональной подготовки : автореф. дисс. ...канд. социолог. наук. М., 2007. 27 с.

¹⁵ *Салогуб А.М.* Креативное управление в системе социального развития российского общества. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2012. 248 с.

¹⁶ *Бурцев П.В.* Креативный потенциал управления производственной организацией в России: автореф. дисс. ...канд. социолог. наук. Ростов-на-Дону, 2012. 26 с.

¹⁷ *Веремейчук А.Л.* Формирование креативности российской государственной гражданской службы как фактор повышения эффективности государственного управления: автореф. дисс. ...канд. социолог. наук. Ростов-на-Дону, 2015. 34 с.

¹⁸ *Карягина А.В.* Креативность рекламной деятельности в России: риски и специфика их правовой регуляции: автореф. дисс. ...канд. социолог. наук. Ростов-на-Дону, 2015. 39 с.

Актуальность темы, недостаточность ее разработки, потребность в практических рекомендациях предопределили постановку цели и основных задач, выбор объекта и предмета исследования.

Цель диссертационного исследования заключается в разработке социологической концепции социальных технологий развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации.

Поставленная цель диссертационного исследования достигается решением следующих теоретических и научно-практических задач.

Задачи диссертационного исследования:

– рассмотреть теоретические проблемы исследования креативного потенциала менеджера в проблемном поле социологии управления;

– разработать методологический конструкт исследования социальных технологий развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации;

– определить специфику социальных технологий развития индивидуального креативного потенциала российского менеджера;

– проанализировать организационное научение как наиболее эффективную социальную технологию развития индивидуального креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации;

– выявить специфику культур в российских коммерческих организациях в процессе развития командного креативного потенциала менеджеров;

– провести анализ корпоративной культуры с позиции приоритетной социальной технологии развития командного креативного потенциала менеджеров в коммерческой организации в России.

Объектом исследования являются менеджеры высшего и среднего должностного положения в российских коммерческих организациях.

Предметом исследования является специфика социальных технологий развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров в коммерческой организации в России.

Гипотеза исследования заключается в том, что в условиях риска, нестабильности и неопределенности внешней среды главной задачей российских коммерческих организаций является не только стабильное функционирование, но и динамичное развитие. Повышение эффективности и конкурентоспособности коммерческой организации в России способны осуществить креативные менеджеры, нацеленные на разрешение проблемных ситуаций, способные генерировать оригинальные идеи, применяя нестандартные методы практической и интеллектуально-мыслительной деятельности. Оптимальным способом видится развитие креативного потенциала российских менеджеров посредством социальных технологий. Представляется возможным применение социальных технологий развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации.

Теоретической и методологической основой исследования являются концепции, идеи и теоретические подходы, представленные в современной и классической социологии, а также современные теории и подходы, изучающие креативность. Методологической основой исследования креативного потенциала российских менеджеров послужили теория креативности Ю.Г. Волкова¹⁹, креативного управления А.М. Салогуб²⁰, социальной диагностики управления М.К. Горшкова²¹.

В рамках исследования социальных технологий развития индивидуального креативного потенциала менеджеров в российской

¹⁹ Волков Ю.Г. Креативность: исторический прорыв России. М.: Социально-гуманитарные знания, 2011. 328 с.; Волков Ю.Г. Креативность: творчество против имитации. М.: Альфа-М, 2013. 432 с.; Волков Ю.Г. Креативное общество как цель российской модернизации // Социологические исследования. 2011. № 11. С. 25–32.

²⁰ Салогуб А.М. Креативное управление в системе социального развития российского общества. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2012. 248 с.

²¹ Горшков М.К. Российская повседневность в условиях кризиса: социологическое измерение // Социологические исследования. 2009. № 12. С. 36–47.

коммерческой организации использована концепция организационного научения К. Арджириса²², исследование социальных технологий развития командного креативного потенциала осуществлялось на основе теории корпоративной культуры.

Исследование систем управления российскими коммерческими организациями базируется на следующих методологических подходах: теории систем Н. Лумана²³, теории систем Т. Парсонса²⁴ с представлениями о саморазвитии и самоорганизации, концепции самообучающейся и интеллектуальной организации П. Сенге, Г.М. Рубинштейна, А. Фирстенберга²⁵.

Кроме того, методикой, значимой для данного исследования, является системный подход, разработанный в трудах В.В. Щербина²⁶.

В диссертационном исследовании при формировании конструкта были использованы идеи и концепции, отраженные в трудах Дж. Гилфорда, С. Медника, Э. Торренса, где рассматривались аспекты развития креативности²⁷. В процессе диссертационного исследования применялись

²² Арджирис К. Организационное научение. М.: ИНФРА-М, 2004. 563 с.

²³ Луман Н.Л. Общество как социальная система / Пер. с нем. А. Антоновский. М: Издательство «Логос». 2004. 232 с.

²⁴ Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева. Под ред. М.С. Ковалевой. М.: Аспект Пресс, 1998. 270 с.

²⁵ Сенге П. Пятая дисциплина: Искусство и практика самообучающихся организаций. Доп. издание. М.: Олимп-Бизнес, 2009. 448 с.; Рубинштейн М., Фирстенберг А. Интеллектуальная организация. М.: Инфра-М, 2003. 192 с.

²⁶ Щербина В.В. Особенности менеджмента как направления управленческой деятельности // Социологические исследования. 2001. № 10. С. 48–58; Щербина В.В. Предмет, статус и проблематика социологии организаций // Социологические исследования. 2000. № 8. С. 138–143; Щербина В.В. Представления о работе с управленческими решениями и о содержании управленческой деятельности // Личность. Культура. Общество. 2014. Т. 16. Вып. 3-4. С. 134–144.

²⁷ Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта // Психология мышления / Дж. Гилфорд. М.: Прогресс, 1965. 14 с.; Медник С. Тест отдаленных ассоциаций // Исследование гуманитарной культуры студентов : сборник диагностических методик / Ред. Л.Н. Куликова. Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет, 2008. С. 79–82; Шумакова Н.Б., Щербалова Е.И., Щербо Н.П. Исследование творческой одаренности с использованием тестов П. Торренса у младших школьников // Вопросы психологии. 1991. № 1. С. 27–32.

также методы и принципы, отраженные в трудах Р. Флорида, М. Маклюэна, А. Пригожина, Г. Хакена²⁸.

В работе использованы следующие методы: анализ, синтез, сравнение, наблюдение, функциональный подход, методы диагностики.

Эмпирической базой диссертационного исследования являются:

Эмпирические данные социологических опросов ИС РАН²⁹; социологическое исследование «О чем мечтают жители Ростовской области» (2012 г.)³⁰; результаты всероссийских опросов, осуществляемых ВЦИОМ³¹.

²⁸ Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. 432 с.; Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. 464 с.; Пригожин А.И. Методы развития организаций. М.: МЦФЭР, 2003. 863 с.; Хакен Г. Принципы работы головного мозга. Синергетический подход к активности мозга, поведению и когнитивной деятельности. 2001. 352 с.; Haken H. Principles of Brain Functioning. A Synergetic Approach to Brain Activity, Behaviour and Cognition Berlin: Springer, 1996.

²⁹ Российское общество весной 2016-го: тревоги и надежды. М.: ИС РАН, 2016 г. URL: http://www.isras.ru/files/File/publ/rezyume_ross_obschestvo_vesna_2016_tr_evogi_i_nadezhdy.pdf (дата обращения: 13.03.2017); Средний класс в современной России: десять лет спустя. М.: ИС РАН, 2014. 222 с.; Двадцать лет реформ в России глазами жителей Ростовской области // Россия реформирующаяся: Ежегодник–2014 / Отв. ред. академик РАН М.К. Горшков. Вып. 10. М., СПб.: Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. С. 434–486.

³⁰ О чем мечтают жители Ростовской области (по результатам социологического исследования) / Отв. ред. Ю.Г. Волков. Изд-во: «Социально-гуманитарные знания», Москва – Ростов-на-Дону, 2012.

³¹ Национальный мониторинг здоровья россиян. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3371. 11/05/2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116194> (дата обращения: 10.07.2014); Бедность: где грань? ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3349. 12/04/2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116154> (дата обращения: 10.07.2014); Профессиональный вопрос. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3340. 30/03/2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116138> (дата обращения: 10.07.2014); Предпринимательство и самозанятость в России. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3314. 27/02/2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082> (дата обращения: 10.07.2014); Ключи к успеху. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3225. 20/10/2016. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115914> (дата обращения: 14.07.2014); Высшее образование: контроль не ослаблять, качество повышать. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3152. 13/07/2016. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115775> (дата обращения: 14.07.2014); Трудовая мобильность: 1990-2015. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3004. 21/12/2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115521> (дата обращения: 14.07.2014); Деньги или интерес, или что мотивирует нас работать? ВЦИОМ: Пресс-выпуск №2832. 13/05/2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115251> (дата обращения: 14.07.2014); Строгий, зрелый, спокойный... новатор! Об идеальном

Кроме того, для подтверждения гипотезы использовались материалы проведенного автором социологического исследования на тему: «Исследование креативных подходов в управлении». Исследование проводилось в 2015–2016 гг. среди сотрудников коммерческих организаций г. Миллерово Ростовской области на основе выборочного опроса методом раздаточного анкетирования. Инструментарий опроса – анкета (приложение). Были опрошены 264 респондента.

Таким образом, совокупность эмпирических источников, включающих как результаты исследований социологических центров, так и результаты авторского исследования составляют репрезентативную основу для решения исследовательских задач.

Научная новизна диссертационного исследования отражается в следующих тезисах:

– проведен критический анализ современной научной литературы в области исследования креативного потенциала менеджера в проблемном поле социологии управления, что способствовало выявлению предметно-теоретической специфики и характера дискурсивного поля социологического исследования данной проблемы;

– разработан методологический конструкт исследования социальных технологий развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации, разработан авторский понятийный инструментарий;

– выявлена специфика социальных технологий развития индивидуального креативного потенциала российского менеджера, где

начальнике-по-русски. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №2694. 15/10/2014. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115021> (дата обращения: 10.07.2014); Карьера в России: желания и возможности. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №2685. 02/10/2014. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115001> (дата обращения: 12.07.2014); Студент-2017: рвение к учебе и перспективы трудоустройства. ВЦИОМ: Пресс-выпуск №3292. 24/01/2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116041> (дата обращения: 12.07.2014).

целесообразно комплексное использование всех методик по развитию креативности, поскольку единая методика, измеряющая все черты и границы креативности, отсутствует;

– проведен анализ организационного научения в российской коммерческой организации, в ходе которого в качестве наиболее эффективной социальной технологии развития индивидуального креативного потенциала менеджера выявлено организационное научение на основе двойной петли, при котором использование методик по развитию креативности усиливает положительный эффект;

– определена специфика культур в российских коммерческих организациях в процессе развития командного креативного потенциала менеджеров, где приоритетное значение имеет корпоративная культура, так как именно она отличает конкретную коммерческую организацию от других, формирует поведение менеджеров и персонала, ориентирует сотрудников на ценности организации;

– проведен анализ корпоративной культуры, в ходе которого представлены рекомендации по формированию корпоративной культуры в российской коммерческой организации с позиции приоритетной социальной технологии развития командного креативного потенциала менеджеров.

Положения, выносимые на защиту:

1. Исследование креативного потенциала менеджера не представляет собой целостного и концептуального единства, и, более того, само понятие «креативный потенциал менеджера» не стало предметом осмысления социологии управления. На данный момент теоретическое пространство исследования данной проблемы включает в себя научные разработки, концепции, связанные с изучением потенциала менеджера как объекта социологии управления и креативного управления, направленного на повышение управленческой эффективности менеджеров. Основная проблема сводится к тому, чтобы разработать единое теоретическое пространство для концептуализации и последующего изучения креативного потенциала

менеджеров в российской коммерческой организации. В данном исследовании предлагается использовать теорию креативности и креативного управления.

2. Креативный потенциал менеджера в российской коммерческой организации предполагает выделение в качестве самостоятельных исследовательских процедур индивидуального и командного креативного потенциала. Социальные технологии развития индивидуального креативного потенциала направлены на выявление и развитие креативности российского менеджера, что представляет на уровне теории применение специализированных тестов и диагностик, а также организационного научения. Социальные технологии развития командного креативного потенциала направлены на развитие креативного потенциала команды в российской коммерческой организации, что достигается посредством наиболее приоритетной культуры.

Выявление социальных технологий в рамках первого и второго направлений позволит разработать рекомендации, направленные на повышение уровня креативности менеджеров в российских коммерческих организациях.

3. Социальные технологии развития индивидуального креативного потенциала российского менеджера включают психометрический метод, диагностирующий креативные способности и особенности личности с помощью тестирования, и субъективный метод – метод сопоставления авторитетных мнений. Приоритетное значение по развитию индивидуального креативного потенциала имеет психометрический метод. Следует отметить тест креативности Э.П. Торренса, который предложил теорию интеллектуального порога и отмечал неразличимость интеллекта и креативности при IQ ниже 115–120 баллов и их независимость при коэффициенте интеллекта выше 120. Часто используемые методы развития креативного потенциала основываются на процессах ассоциаций и связаны с применением теории Дж. Гилфорда, Дж. Мендельсона, С. Медника. Дж.

Гилфордом разработаны специальные тесты исследования способностей, тестирующие по большей части дивергентную продуктивность. Методика С. Медника нацелена на диагностику вербальной креативности, являющуюся процессом перекомбинирования элементов ситуации. Тест Ф. Вильямса направлен на комплексную диагностику креативности и позволяет оценить характеристики, связанные с творческим мышлением, а также личностно-индивидуальные креативные характеристики. Методика Е.Е. Туник диагностирует личную креативность, направленную на определение четырех особенностей творческого человека: склонность к риску, сложность, любознательность и воображение. Ввиду отсутствия единой методики, измеряющей все черты и границы креативности, социальные технологии развития индивидуального креативного потенциала российского менеджера включают комплексное применение указанных методик.

4. Проведен анализ социальных технологий организационного научения в российской коммерческой организации. Определено, что организационное научение по принципу одной петли не способствует развитию креативного потенциала российского менеджера, «блокируя» любые его проявления. Выявлена эффективность социальной технологии организационного научения на основе обратной связи, способствующей переоценке базовых ценностей с целью эффективного управления будущими трансформациями, децентрализации системы управления, осуществлению корректировки намеченного плана с правом привнесения новых оригинальных идей и нестандартных подходов в управлении. Только социальная технология организационного научения на основе обратной связи способствует развитию индивидуального креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации, а привнесенные методики по развитию креативности усиливают позитивный эффект.

5. Посредством анализа специфики культур российской коммерческой организации определено, что в основе понятия «культура организаций» заключено два пласта: «организационная культура» и «корпоративная

культура». По вопросу определения понятий «организационная» и «корпоративная» культура существует множество позиций и взглядов, зачастую эти понятия отождествляют. Авторская позиция выражается в том, что это два сходных, но в тоже время и отличающихся друг от друга понятия. Термин организационная культура является более широким, отражающим деятельность организации, а корпоративная культура охватывает деятельность коллектива. Корпоративная культура российской коммерческой организации представляет систему идеальных декларируемых ценностей, норм, правил, образцов поведения, формируется целенаправленно, является предметом управленческих действий, ее субъектом выступает управленческая команда. Именно корпоративная культура в большей мере способствует развитию командного креативного потенциала менеджеров.

6. Корпоративная культура способствует развитию командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации. Посредством управленческого взаимодействия происходит развитие креативного потенциала сотрудников, креативность распространяется среди всех членов организации и выражается в организационных процедурах, нормах и стандартах, повышая эффективность российской коммерческой организации в целом, способствуя выходу креативности во внешнюю среду при взаимодействии с потребителями, поставщиками, деловыми партнерами. Предлагаются рекомендации по формированию и развитию корпоративной культуры в российской коммерческой организации. На первом этапе необходимо определить степень соответствия сложившейся корпоративной культуры выбранной менеджерами стратегии развития коммерческой организации. Суть второго этапа заключается в разработке модели новой корпоративной культуры, включая механизмы реализации ее компонентов. Третий этап включает разработку на определенный период программы развития корпоративной культуры, содержащей набор конкретных мероприятий по внедрению компонентов культуры в корпоративную политику, практику и поведение.

Реализацию разработанных ранее мероприятий включает четвертый этап, при прохождении которого зачастую встречаются различные барьеры, препятствующие развитию корпоративной культуры. Оценка результатов реализации мероприятий программы, предполагающая использование большого числа разнообразных показателей, осуществляется на пятом этапе, который предполагает осуществление при необходимости корректировки корпоративной культуры.

Теоретическая значимость исследования заключается в актуализации важной проблемы, связанной с социальными технологиями развития креативного потенциала менеджеров, способствующих повышению эффективности и конкурентоспособности коммерческих организаций в России. Обоснованные в исследовании положения и выводы способствуют расширению и систематизации представлений о социальных технологиях как ключевом факторе в процессах развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации. Дальнейший социологический анализ проблематики разработки социальных технологий развития креативного потенциала российских менеджеров может основываться на теоретических обобщениях и выводах данного исследования.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы российскими коммерческими организациями в целях развития индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров внутри собственной структуры посредством внедрения эффективных социальных технологий, что прекратит поиск креативных менеджеров во внешней среде.

Материалы диссертации также могут быть использованы в практике вузовского обучения по курсам «Социология управления», «Теория организации», «Теория менеджмента», «Управление персоналом», «Управление человеческими ресурсами».

Апробация работы. Результаты диссертационного исследования излагались на всероссийских и международных научных конференциях, в частности на Международной научной конференции «Поликультурные регионы: проблемы и возможности гармонизации межэтнических отношений» (г. Ростов-на-Дону, 9–10 марта 2017 г.), Международной конференции «Научное обеспечение регионального развития» (г. Ростов-на-Дону, 23–24 апреля 2015 г.); Международной научной конференции «Актуальные проблемы моделирования, проектирования и прогнозирования социальных и политических процессов в мультикультуральном пространстве современного общества» (г. Ростов-на-Дону, 1–3 апреля 2015 г.); Всероссийской конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Путь в науку» (г. Ростов-на-Дону, 6–7 апреля 2017 г.); Всероссийской конференции «Нациестроительство и модели национальной интеграции в России» (г. Ростов-на-Дону, 14–15 апреля 2016 г.), Всероссийской конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Путь в науку» (г. Ростов-на-Дону, 5–6 апреля 2016 г.), Всероссийской конференции «Путь в науку» (г. Ростов-на-Дону, 6–9 апреля 2015 г.); Всероссийской конференции «Межэтнические отношения и национальная политика в современной России» (г. Ростов-на-Дону, 22–23 октября 2015 г.),

Основное содержание диссертационного исследования отражено в 13 научных публикациях, в том числе в 5 изданиях из перечня ВАК при Минобрнауки Российской Федерации. Общий объем публикаций составляет около 4,4 п.л.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих шесть параграфов, заключения, списка использованной литературы, приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность и выбор темы диссертационного исследования, определяется степень ее научной разработанности, формулируется цель, объект и предмет исследования, его

основные задачи, предлагается исследовательская гипотеза, указываются теоретико-методологические основы диссертации, ориентиры исследования и его эмпирическая база, а также излагаются элементы научной новизны, положения, выносимые на защиту, обосновывается теоретическая ценность и практическая значимость работы, приводятся сведения об апробации результатов исследования и его структура.

В главе I «**Теоретико-методологические проблемы социологического исследования креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации**» анализируются теоретико-методологические проблемы социологического исследования креативного потенциала менеджера, разрабатывается методологический конструкт диссертационного исследования.

В параграфе 1.1. «**Креативный потенциал менеджера как предмет социологического исследования**» рассматриваются теоретические проблемы исследования креативного потенциала менеджера, способствующего более высокой эффективности и конкурентоспособности российской коммерческой организации.

Н.В. Моисеенко и А.В. Куприна отмечают актуальность профессии «креативный менеджер» в настоящее время для экономики России. По их мнению, креативные менеджеры способны генерировать в организации идеи, не требующие длительного внедрения, способны к организации работы и поиску креативных разрешений ситуаций в организации, это «высокоорганизованные «белые воротнички» нового поколения»³².

Характерным качеством креативных менеджеров является поиск выхода из тупиковых ситуаций, то есть способность генерировать идеи. К ним предъявляются требования по постановке стратегически важных целей и их выполнению, принятию эффективных управленческих решений в

³² Моисеенко Н.В., Куприна А.В. Креативный менеджер в современной России // Креативная экономика. 2008. № 5 (17). С. 45–50. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/3047/> (дата обращения: 10.07.2014).

неординарных проблемных ситуациях, применению креативных подходов в управлении, в связи с чем очень важным представляется развитие креативного потенциала менеджера.

Потенциал представляет способности и возможности человека, которые обеспечивают достижение поставленных целей.

Потенциал менеджера креативного типа включает:

– интеллектуально-нравственный потенциал, включающий интеллект, образование, ценности, культуру, воспитание, этику общения;

– психофизиологический потенциал: тип высшей нервной системы, включающий выдержку, скорость мышления, самостоятельность и устойчивость человека, работоспособность, память, эмоциональность;

– профессионально-познавательный потенциал, который включает профессионализм, уровень образования, знаний и опыта, инновационность, новаторство, способность к анализу, компетентность, критичность;

– организационно-поведенческий потенциал, к которому относят лидерство, авторитетность, организованность, коммуникабельность, деловитость, самообладание, инициативность.

При анализе теоретических проблем социологического исследования креативного потенциала менеджера определено, что оно не представляет собой целостного и концептуального единства, несмотря на свою значимость и востребованность, является малоизученным.

Параграф 1.2. «Социальные технологии развития креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации: методологический конструкт исследования» посвящен разработке авторского методологического конструкта социологического исследования социальных технологий развития креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации.

В диссертационном исследовании рассматриваются коммерческие организации, создаваемые в форме хозяйственных обществ, основной целью деятельности которых является извлечение прибыли.

Под креативным менеджером понимается руководитель высшего или среднего должностного положения, генерирующий и внедряющий оригинальные идеи, применяющий нестандартные подходы в управлении.

Повышение эффективности коммерческой организации достигается управленческой деятельностью креативных менеджеров, в связи с чем актуализируется вопрос развития индивидуального и командного креативного потенциала российских менеджеров посредством социальных технологий.

На основании анализа разнородных позиций о содержании термина «социальные технологии» можно сделать вывод о существовании на сегодняшний день под одним и тем же названием нескольких типов социальных технологий, существенно различающихся по содержательной части, свойствам, функциям, целям, объекту воздействия, области применения. Унификация различных трактовок этого термина не представляется возможной.

В диссертационном исследовании под социальными технологиями понимается совокупность методов, приемов, способов и взаимодействий, применяемых для достижения поставленных целей в области управления.

Методологический конструкт социологического исследования заключается в следующем: эффективность российских коммерческих организаций повышается посредством социальных технологий развития креативного потенциала менеджеров. Предполагается выстраивание следующей логической цепочки: а) рассмотрение социальных технологий развития индивидуального креативного потенциала российского менеджера с определением наиболее адекватной социальной технологии; б) анализ социальных технологий развития командного креативного потенциала российских менеджеров с выявлением наиболее эффективной социальной технологии.

В главе II «Социальные технологии развития индивидуального креативного потенциала менеджера в российской коммерческой

организации» анализируются методики диагностики креативных способностей, организационного научения в целях определения эффективных социальных технологий развития индивидуального креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации.

В параграфе 2.1. «Специфика социальных технологий развития индивидуального креативного потенциала российского менеджера» определяется, что приоритетное значение по развитию индивидуального креативного потенциала имеет психометрический метод.

Главные принципы диагностики креативных способностей заключаются в следующем:

1. Креативные способности относятся к дивергентному мышлению, исходящему в разных направлениях от проблемной ситуации, в отличие от направленного на поиск единственно верного решения конвергентного мышления. Не приемлемыми для измерения креативности являются тесты измерения интеллектуальных способностей (IQ), предназначенные для выявления точности и скорости поиска правильного решения из множества других.

2. Выявление взаимосвязи креативности с вербальным и образным факторами интеллекта послужило делению креативности в процессе диагностики на вербальную (словесное творческое мышление) и невербальную (изобразительное творческое мышление).

3. Креативный мыслительный процесс представляет порождение новых смысловых ассоциаций, степень отдаленности которых от стереотипа может являться измерением креативности.

4. Использование разных методик диагностирования креативных способностей привело к выявлению общих принципов оценки креативности, а именно:

– оригинальности, определяющейся суммой индексов оригинальности отдельных ответов по отношению к общему количеству ответов;

– продуктивности как отношению числа ответов к количеству заданных ситуаций;

– уникальности, выраженной отношением количества уникальных ответов к их общему количеству.

5. В целях повышения качества тестирования креативности важно соблюдать основные показатели креативной среды: должна отсутствовать в инструкциях к тестам жесткая установка на креативность, не ограничивать во времени при тестировании, исключить мотивацию достижения и соревнования, не использовать критику действий.

Ввиду отсутствия единой методики, измеряющей все черты и границы креативности, целесообразно в процессе выявления и развития креативного потенциала российского менеджера комплексное использование методик.

В параграфе 2.2. «Организационное научение как наиболее эффективная социальная технология развития индивидуального креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации» проведен анализ эффективности социальных технологий организационного научения в процессах выявления и развития индивидуального креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации.

Выявлена неэффективность социальной технологии организационного научения по принципу одной петли. Результатом такого неэффективного организационного научения является появление в коммерческой организации менеджеров, осуществляющих свою управленческую деятельность по установленному сценарию, без каких-либо отклонений от намеченной траектории выбранного пути. Даже незначительные отклонения от запланированных схем принимаются за дефект, при исправлении которого коммерческая организация вернется на изначально начертанный путь, что недопустимо.

Социальная технология организационного научения по принципу двойной петли представляет специфический вид деятельности и

определяется делением процесса управления российской коммерческой организацией на взаимосвязанные этапы возможных корректировок намеченного плана. Она усиливает выявление и развитие креативного потенциала менеджера посредством привнесения комплексных методик по креативности с правом применения новых оригинальных идей, нестандартных подходов с целью достижения желаемого результата.

В соответствии с концепцией организационного научения К. Арджириса, «научение с двойной петлей» необходимо в сложных случаях, не поддающихся программированию проблемных ситуациях, – «оно гарантирует, что у организации есть будущее»³³.

Социальная технология организационного научения на основе двойной петли является самой эффективной, способствуя выявлению и развитию креативного потенциала менеджера в российской коммерческой организации.

В главе III «Социальные технологии развития командного креативного потенциала менеджеров в коммерческой организации в России» проводится анализ позиций и мнений относительно организационной и корпоративной культуры с определением их роли и значимости в российской коммерческой организации.

Параграф 3.1. «Специфика культур в российских коммерческих организациях в процессе развития командного креативного потенциала менеджеров» посвящен анализу организационной и корпоративной культуры, их роли в российской коммерческой организации.

Успешная деятельность российских коммерческих организаций в условиях рыночной среды в значительной мере определяется уровнем ее культуры. По вопросу определения понятий «организационная» и «корпоративная культура» существует множество позиций и взглядов.

В частности, для Е.Д. Малинина корпоративная культура – это синоним организационной культуры, ее он определяет как систему ценностей, норм,

³³ Арджирис К. Организационное научение. М.: ИНФРА-М, 2004. 563 с.

убеждений, верований, традиций, «определяющих соответствующий стереотип поведения людей в сфере трудовой деятельности»³⁴.

В понимании А.Н. Олейника организационная культура представляется совокупностью правил, традиций и норм, которые регулируют взаимоотношения членов организации и являются выражением их коллективных знаний и опыта, это ценностно-нормативная парадигма жизнедеятельности организации, проявляющаяся в ее поведении, материальных аспектах, сознании и даже подсознании работников³⁵.

«Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды»³⁶.

По мнению Вэй Лю, корпоративная культура во многом сходна с организационной, но имеет и определенные отличия; нельзя также безоговорочно утверждать и то, что корпоративная культура является частью или основой организационной культуры, «это два сходных, но в то же время отличающихся друг от друга социальных феномена»³⁷. Автор также придерживается данной позиции.

Организационная культура отражает деятельность коммерческой организации. Корпоративная культура является элементом внутренней среды коммерческой организации, частью ее гуманитарной составляющей, так как связана с нормами, ценностями, правилами ее сотрудников и их поведением в организации. Именно корпоративная культура отличает конкретную

³⁴ *Малинин Е.Д.* Организационная культура и эффективность бизнеса. М., 2004. С. 124.

³⁵ *Олейник А.Н.* Культура власти как элемент экономической культуры // *Общественные науки и современность.* 2013. № 2. С. 112.

³⁶ *Стивак В.А.* Корпоративная культура: теория и практика. СПб.: Питер. 2001. С. 27.

³⁷ *Вэй Лю.* Организационная и корпоративная культура: общее и различия конструктивного взаимодействия // *Преподаватель XXI век.* 2014. № 3. С. 382.

коммерческую организацию от других, формирует поведение персонала, ориентирует сотрудников на ценности организации.

В параграфе 3.2. «Корпоративная культура как наиболее приоритетная социальная технология развития командного креативного потенциала менеджеров в коммерческой организации в России» определено, что корпоративная культура способствует развитию командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации.

При формировании корпоративной культуры необходимо прохождение определенных этапов:

1. Определение уровня соответствия установившейся корпоративной культуры выбранной менеджерами стратегии развития коммерческой организации включает первый этап. Выяснению подлежит вопрос, какие компоненты существующей корпоративной культуры стратегически поддерживаются, а какие нет. Максимальное внимание при этом уделяется нормам этики и системе ценностей.

2. На основе проведенного анализа происходит разработка модели новой корпоративной культуры, представляющей подробное описание создаваемой корпоративной культуры, включая механизмы реализации ее компонентов. Нормы этики и корпоративные ценности должны быть закреплены в кодексе корпоративной этики, представляющем важную часть корпоративного управления. В этом заключается суть второго этапа.

3. Разработку на определенный промежуток времени программы развития корпоративной культуры, включающей обозначенные мероприятия по внедрению компонентов культуры в практику и поведение, корпоративную политику включает третий этап. К таким мероприятиям относятся: включение новых ценностей и норм этики в программу обучения и повышения квалификации сотрудников, устное распространение новых идей, символические действия со стороны менеджеров организации и др.

4. Четвертый этап заключается в реализации разработанных ранее мероприятий, на этом этапе проявляются барьеры, препятствующие развитию корпоративной культуры, одним из которых является наличие в организации контркультуры – культуры, противодействующей доминирующей корпоративной культуре. В целях преодоления барьеров значимым является активное личное участие менеджеров коммерческой организации в процессе формирования новой корпоративной культуры.

5. Пятый этап включает оценку результатов реализации мероприятий программы. Оценка успешности выполнения программы зависит от выбора показателей, среди которых необходимо выделить те, которые характеризуют воздействие конкретных мероприятий на определенные компоненты корпоративной культуры, что повлияет на практику корпоративного управления в данной коммерческой организации. Этот этап предполагает осуществление при необходимости корректировки корпоративной культуры, а также в случае необходимости корректировки процессов предыдущих этапов.

Развитие командного креативного потенциала менеджеров осуществляется посредством социальных технологий формирования корпоративной культуры в российской коммерческой организации, что связано с взаимодействием менеджера и организационного окружения, управлением социальной деятельностью персонала.

В **заключении** подведены итоги диссертационного исследования, изложены его основные результаты и выводы.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

В изданиях Перечня ВАК при Минобрнауки РФ:

1. *Базовая М.Ю.* Профессиональная компетентность креативного менеджера как фактор эффективности российской производственной организации // Социально-гуманитарные знания. 2015. №9. 0,4п.л.

2. *Базовая М.Ю.* Креативные менеджеры – мощный потенциал формирования креативной управленческой команды в российской производственной организации // Социально-гуманитарные знания. 2015. №11. 0,4 п.л.

3. *Базовая М.Ю.* Организационное научение креативных менеджеров в российской производственной организации // Гуманитарий Юга России. 2016. №1. 0,45 п.л.

4. *Базовая М.Ю.* Корпоративная культура как наиболее приоритетная социальная технология развития командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации // Гуманитарий Юга России. 2017. №5. 0,4 п.л.

5. *Базовая М.Ю.* Социальные технологии развития индивидуального креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации // Социально-гуманитарные знания. 2017. №11. 0,4 п.л.

Другие издания:

6. *Базовая М.Ю.* Креативное образование как фактор становления креативного менеджера // Всероссийская конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Путь в науку». – Ростов н/Д, 2015г. 0,22 п.л.

7. *Базовая М.Ю.* Профессиональное здоровье менеджера в управленческой деятельности // Международная конференция «Актуальные проблемы моделирования, проектирования и прогнозирования социальных и политических процессов в мультикультуральном пространстве современного общества». – Ростов н/Д, 2015г. 0,4 п.л.

8. *Базовая М.Ю.* Управленческие решения креативного менеджера в условиях риска // Международная конференция «Научное обеспечение регионального развития». – Ростов н/Д, 2015г. 0,22 п.л.

9. *Базовая М.Ю.* Защитные практики в организационном пространстве как противодействие организационным изменениям креативных

менеджеров// Всероссийская конференция «Межэтнические отношения и национальная политика в современной России». – Ростов н/Д, 2015г. 0,25 п.л.

10. *Базовая М.Ю.* Формирование инновационной восприимчивости креативными менеджерами в российской производственной организации// Всероссийская конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Путь в науку». – Ростов н/Д, 2016г. 0,24 п.л.

11. *Базовая М.Ю.* Роль корпоративной культуры в управленческой деятельности креативных менеджеров// Всероссийская конференция «Нациестроительство и модели национальной интеграции в России». – Ростов н/Д, 2016г. 0,4 п.л.

12. *Базовая М.Ю.* Специфика развития индивидуального креативного потенциала российского менеджера// Международная научная конференция «Поликультурные регионы: проблемы и возможности гармонизации межэтнических отношений». - Ростов н/Д, 2017г. 0,4 п.л.

13. *Базовая М.Ю.* Роль организационной культуры в российской коммерческой организации// Всероссийская конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Путь в науку». – Ростов н/Д, 2017г. 0,2 п.л.