на правах рукописи

ЛАДЫГИН ОЛЕГ ОЛЕГОВИЧ

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ОРГАНИЗАЦИЙ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Специальность: 09.00.11 — социальная философия

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата философских наук

Москва – 2014

Диссертация выполнена на кафедре социологии и гуманитарных наук ГБОУ ВОМО «Международный университет природы общества и человека «Дубна»

Научный руководитель:	доктор философских наук, профессор, **Багдасарьян Надежда Гегамовна**
Официальные оппоненты:	**Гаврилина Елена Александровна**, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и культурологии ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана» **Малыгина Ирина Викторовна**, доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой теории культуры, этики и эстетики ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет культуры и искусств»
Ведущая организация:	ФГБУН «Институт философии Российской академии наук»

Защита диссертации состоится 12 декабря 2014 года в 15 часов на заседании диссертационного совета Д 212.141.12 по философским наукам при ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана» по адресу: 105005, Москва, Рубцовская набережная, дом 2/18, ауд. 720 л.

С диссертацией можно ознакомиться в научно-технической библиотеке ГОУ ВПО «Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана» по адресу: 105005, Москва, ул. 2–я Бауманская, д. 5, стр. 1. Сайт www. bmstu.ru.

Автореферат разослан « 1 » ноября 2014 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат философских наук, доцент Власов С.А.

НТБ МГТУ им. Н.Э. Баумана
2066727
Падыгин О.О. Корпоративная

ОНД У

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования

Глобальная экономическая, политическая и культурная интеграция создает новые условия функционирования отечественных организаций. Относительная слабость производства, утрата лидирующих позиций в целом ряде областей, превращение страны по ряду важнейших показателей в мировую периферию все острее ставят вопрос о поиске источников конкурентного преимущества российских компаний. Одним из таких воспроизводимых источников успешного развития отечественных организаций может служить сильная корпоративная культура, базирующаяся на национальной культуре и ценностных ориентациях работников.

Догоняющий характер развития российской экономики в конце XX – начале XXI века обусловил первоочередные задачи, стоящие перед отечественными организациями. Понимание необходимости обращения к социокультурным ресурсам организации стало приходить в России достаточно поздно, после решения вопросов, связанных с первоначальным накоплением капитала и борьбой за выживание. На первом этапе возникновения интереса к инструментам и технологиям корпоративной культуры наметилась тенденция к постулированию правил и ценностей, исповедуемых на Западе. Попытки культивирования на российской почве инокультурной системы ценностей продолжались достаточно долго. В условиях общей нестабильности в стране и высокой конкуренции на рынке труда российский работник принимал любые условия, предлагаемые работодателем. Образовывалась некая «культурная смесь» в виде «навязанного» поверхностного слоя и противоречащих ему базовых установок работников.

Сегодня стало понятно, что попытки заимствования готовых западных моделей культуры, а вместе с ними и новой системы ценностей ожидаемого результата не дают. Неизбежность вступления российского общества в постиндустриальную эпоху требует приобщения к научно-техническим достижениям западных стран. При этом иные социально-экономические нормы требуют адаптации к условиям конкретной социокультурной общности и учета широкого круга разного рода обстоятельств. Прививка ценностей и норм западной либо восточной цивилизаций на российскую почву без учета специфики ее ценностных основ оказывается несостоятельной и не принимается индивидами: видимые, верхушечные плоды имитируемой системы ценностей нежизнеспособны без культурной, ценностно-мировоззренческой основы, из которой они выросли.

Это приводит российское бизнес-сообщество к попыткам разработки собственной модели управления культурой организации, опирающейся на национальную систему ценностей и базовые установки

МГТУ
им. Н.Э. Баумана
Библиотека

населения. Между тем, руководители предприятий, HR-директора и консультанты столкнулись с новой проблемой – незнанием собственной системы ценностей и особенностей ее проявления в рамках организационной среды. Коренные изменения, произошедшие за два последних десятилетия в политической и экономической жизни страны, значительно трансформировали традиционную систему жизненных установок россиян, устойчиво воспроизводившуюся в течение длительного периода.

Поэтому, на наш взгляд, проблема согласования декларируемых руководством элементов ценностной системы организации с индивидуальными установками работников, опосредованными национальными особенностями, до сих пор актуальна для большинства российских организаций. С другой стороны, имеет место и обратный процесс – трансформация ценностной системы российского населения, обусловленная функционированием зарубежных корпораций, а также активной политикой российских компаний на внутреннем рынке.

Между тем, в большинстве стран, вступивших в постиндустриальную эпоху, корпоративная культура не рассматривается как элемент организации, встроенный в жесткие иерархические рамки. Она предстает в качестве своеобразной среды жизнедеятельности, фактора инновационных преобразований в организации и в обществе в целом. Для культуры такого типа в качестве ключевых факторов управления характерны: существенное повышение роли знаний, интеллектуализация труда и вывод на первое место значимости человеческих ресурсов. Развитая корпоративная культура призвана сглаживать социальное неравенство, снимать социальное напряжение и приводить к социальному миру между бизнесом, населением и государством. В итоге, корпоративная культура играет все более значимую роль в формировании нового социального пространства, воздействуя практически на все сферы его жизнедеятельности и изменяя его ценностную систему.

Трансформация общественных отношений в модернизирующемся российском обществе обуславливает проблему корпоративного взаимодействия между собственниками, наемным менеджментом, работниками и государством. Решение этой проблемы требует обобщения накопленного знания, его глубокого теоретико-методологического осмысления средствами социальной философии.

Степень разработанности проблемы

Поскольку проблема имеет выраженный междисциплинарный характер, то все исследования, находящиеся в области ее постановки, можно разделить на три большие группы.

Во-первых, тема культуры в целом и корпоративной культуры в частности как объекта философских и дисциплинарных исследований достаточно подробно рассмотрена в ряде крупных научных направлений. Исследования структуры, функций, типологий и закономерностей

становления корпоративной культуры были сформированы в рамках психологии, социологии и культурологии. В качестве методологической основы междисциплинарных исследований корпоративной культуры можно рассматривать менеджеральный, социокультурный, синергетический и коммуникативный подходы.

Философские основания теории культуры были сформулированы в работах И. Канта, Г. Гердера, Г. Гегеля, Г. Риккерта, В. Виндельбанда, Э. Кассирера. Социологи Т. Парсонс и Э. Дюркгейм рассматривали культуру как механизм, обеспечивающий социальный порядок в обществе за счет поддержания солидарности и определенных образцов поведения. Родоначальником же изучения корпоративизма считается М. Вебер, исследовавший основы самоорганизации корпораций, а также разработавший модель рациональной организации свободного труда. Вопросы учета культурных и психологических факторов в управленческой деятельности частично рассматривались в работах П. Блау, В. Зомбарта, К. Левина, Ф. Лютенса, Д. Майерса, Э. Мэйо, Ф. Тейлора, А. Файоля, Г. Форда, Г. Эмерсона[1], посвященных теории управления и социологии организаций.

Представление о компаниях как своеобразных «культурных общностях» было раскрыто, прежде всего, благодаря работам У. Оучи, Т. Питерса, Р. Уотермана, П. Друкера и М. Мескона[2]. Их работы послужили толчком к переосмыслению социокультурной значимости управления организацией. Благодаря усилиям Р. Акоффа, Т. Дейла, А. Кеннеди[3] понятие «корпоративная культура» вошло в управленческий научный лексикон. Значительный вклад в исследование корпоративной культуры и социально-психологического климата организации внесли Э. Воутилайнер, Т. Коно, У. Мастенбрук, Р. Муэрс, Д. МакГрегор, Т. Санталайнен, Э. Шейн[4].

---

[1] См. напр.: Бурганова Л. А., Савкина Е. Г., Элтон Мэйо: теоретик и практик управления. М.: Научная мысль, 2013. 112 с.; Левин К. Разрешение социальных конфликтов / Пер. с англ. ЛСПб.: Речь, 2000. 408 с.; Лютенс Ф. Организационное поведение. М.: Инфра–М. 1999. 692 с.; Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента. М.: Контроллинг, 1991. 104 с.; Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. М.: Попурри, 2009. 352 с.; Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности. М., 2005. 127 с.

[2] См. напр.: Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы научного менеджмента. М.: Вильямс, 2009. 704 с.; Друкер П. Ф. Практика менеджмента / Пер. с англ.: Учеб. пособие. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. 400 с.

[3] См. напр.: Акофф Р. Л. Акофф о менеджменте / Под ред. Л. А. Волковой. СПб.: Питер, 2002. 448 с.

[4] См. напр.: Шейн Эдгар. Организационная культура и лидерство / Под ред. В. А. Спивака. СПб: Питер, 2013. 352 с.

Вопросам классификации культуры организаций и описанию эффективных форм ее существования посвятили свои работы Р. Блейк, М. Бурке, Д. Зонненфельд, К. Камерон, Р. Куинн, Р. Моран, Ф. Харрис, Ч. Хэнди[5]. Работы Ф. Клакхона, Г. Минцберга, Ф. Тромпенаарса, Э. Холла, Г. Хофстеде[6] помимо этого посвящены кросс-культурным различиям организаций и возможности переноса культурных моделей в инородную среду.

Первые подходы к рассмотрению социокультурных аспектов управления в российских организациях появились в 90-х годах XX века. Среди отечественных авторов, занимающихся вопросами управления в организации, обоснованием роли культуры и ценностей в ее развитии, следует упомянуть следующих: С. Г. Абрамову, Г. М. Андрееву, Т. Ю. Базарова, О. С. Виханского, И. В. Грошева, Л. Г. Ионина, Э.А. Капитонова, И. А. Костенчук, Ю. Д. Красовского, Б. З. Миллера, А. И. Наумова, А. И. Пригожина, В. А. Спивака, С. С. Фролова[7].

К первой группе следует также отнести исследования, посвященные особенностям управления на японских предприятиях, которые стали очень востребованы российскими управленцами в начале XXI века: Вумек Джеймс П., И. Касааки, Т. Матрусова, А. Морита, И. Лебедева, В. А. Пронников, Дж. Лайкер[8].

---

[5] См. напр.: Зонненфельд Д., Варт Э. Возвращение в бизнес. М.: Вершина. 2008. 312 с.; Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Под ред. И.В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001. 311 с.; Хэнди Ч. Слон и блоха: Будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 204 с.

[6] См. напр.: Тромпенаарс Ф. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса. М.: Попурри, 2005. 526 с.; Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2004. 512 с.

[7] См. напр.: Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2005. 352 с.; Красовский Ю. Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 391 с.; Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Питер. 2001. 345 с.; Абрамова С. Г., Костенчук И. А. О понятии «корпоративная культура». М., 2008. 422 с.

[8] См. напр.: Морито А. Sony. Сделано в Японии / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 290 с.; Пронников В. А., Ладанов И. Д. Управление персоналом в Японии. М., 2002. 320 с.; Лайкер Джеффри. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 402 с.; Матрусова Т. Стратегия всеобщего контроля качества и обучение персонала в японских фирмах // Проблемы теории и практики управления. 2009. № 1. С. 118–121.

Вторая большая группа исследований, в которых отражена часть вопросов, находящихся в поле рассмотрения нашей работы, посвящена трансформации ценностной системы российского населения под влиянием экономических, политических и социокультурных изменений конца XX – начала XXI вв. Плодотворными для диссертационного исследования стали труды А. Я. Гуревича, И. С. Кона, Г. Крысько, В. С Кукушкина, С. В. Лурье, Т. Г Стефаненко, Л. Д. Столяренко и других, в которых речь идет о ментальности и национальной системе ценностей[9].

В работах В. С. Магуна и В. С. Тяжельниковой[10] приведен подробный анализ традиционных трудовых норм и установок российских работников. Т. С. Вуколова, Н. И. Лапин, Ю. В. Латов, А. Л. Темницкий, Б. П. Шулындин и Л. И. Чинакова[11] рассмотрели вопросы, связанные с динамикой ментальных установок и ценностей российского населения в эпоху рыночных реформ. Современному состоянию трудовых ценностей россиян посвящены работы И. О. Шмерлиной и Л. Хахулиной[12].

Наконец, к третьему блоку следует отнести работы, посвященные роли национальных ценностей в системе управления. Описанию различных моделей управления посвятили свои труды уже упоминавшиеся нами теоретики корпоративной культуры: Ф. Клакхон, Г. Минцберг, У. Оучи, Ф. Тромпенаарс, Э. Холл и Г. Хофстеде, в чьих работах

---

[9] См. напр.: Гуревич А. Я., Вовель М., Рожанский М. Ментальность // 50 / 50: Опыт словаря нового мышления. М., 1989. С. 454–464.

[10] См. напр.: Магун В. С., Руднев М. Г. Базовые ценности россиян в европейском контексте // Общественные науки и современность. 2010. № 3–4; Тяжельникова В. С. Отношение к труду в советский и постсоветский период // Социально-экономическая трансформация в России / Под ред. Е. А. Киселевой. М.: МОНФ, 2001. 204 с.

[11] См. напр.: Вуколова Т. С. Национальная экономическая ментальность в эпоху рыночных реформ // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2004. Т 2, № 1. С. 72–84; Лапин Н.И. Функционально-ориентирующие кластеры базовых ценностей населения России и ее регионов // Социс. 2010. № 1. С. 29 – 36; Латов Ю. В., Латова Н. В. Российская экономическая ментальность на мировом фоне // Общественные науки и современность. 2001. № 4. С. 31–44; Чинакова Л. И. К вопросу о менталитет русского народа // Социологические исследования. 2000. № 7. С. 138–140.

[12] См. напр.: Хахулина Л. Труд в системе жизненных ориентаций россиян // Демоскоп Weekly. Институт демографии Государственного университета ВШЭ. 2007. URL. http:www.demoscope.ru/weekly/2007/0291/tema01.php (дата обращения: 12.02.2011 года); Шмерлина И. О трудовых ценностях и привычке работе (по результатам текущих исследований) // Социальная реальность. 2007. № 4. С. 46–66.

утверждается, что эффективность культурной модели организации обусловлена национальными особенностями.

Проблема особенностей трансформации культуры отечественных компаний в условиях перехода к обществу постиндустриального типа наименее проработана современными отечественными исследователями. Среди авторов, работающих над этим вопросом в конце XX – начале XXI века, следует упомянуть Н. Н. Зарубину, Л. Мясникову, А. Н. Попова, А. П. Прохорова, О. И. Шкаратана[13].

В целом, степень разработанности проблемы настоящего исследования может быть описана следующим образом. В рамках социально-философских и дисциплинарных исследований разработаны общие подходы к пониманию сущности корпоративной культуры, ее ценностных основ, динамики, но проблемам трансформации культуры отечественных организаций в условиях глобальных социокультурных изменений в обществе не уделено достаточного внимания. В этой связи особенно актуальным становится изучение механизмов взаимодействия индивидуальных ценностей работников и организационных ценностей в период интеграции России в мировое сообщество. Описанные выше потребности проработки целого ряда социокультурных проблем обусловили цель исследования.

Объектом исследования являются российские организации как носители корпоративной культуры.

Предметом диссертационного исследования выступает проблема формирования и развития корпоративной культуры отечественных организаций в начале XXI века.

Цель исследования – построение динамической модели корпоративной культуры отечественных организаций и выявление ее соотношения с реальными ценностями россиян.

Задачи исследования:

- Выявить социально-исторические истоки формирования корпоративной культуры организации и ее функции в современном обществе;
- Определить механизмы взаимодействия реальных и декларируемых ценностей в организации;
- Провести анализ аксиологических типологий корпоративной культуры;

---

[13] См. напр.: Зарубина Н. Н. Православный предприниматель в зеркале русской культуры // Общественные науки и современность. 2001. № 5. С. 100–112; Мясникова Л. Российский менталитет и управление // Вопросы экономики. 2000. № 8. С. 38–44; Прохоров А. П. Русская модель управления. М.: ЗАО Журнал «Эксперт», 2002. 376 с.; Шкаратан О. И. Русская культура труда и управления // Общественные науки и современность. 2003. № 1. С. 30–54.

• Построить динамическую модель взаимодействия ценностной структуры корпоративной культуры российских организаций с внешней и внутренней средой;

• Определить современное состояние базовых ценностей и установок россиян, которые оказывают влияние на организационное поведение;

• Выявить посредством эмпирического исследования соотношение идеальной модели корпоративной культуры российских организаций и реальных ценностей россиян.

Теоретико-методологические основы исследования составляют фундаментальные разработки и положения социальной философии, экономики и права, социологии, социальной психологии, культурологии, социологии организаций, что связано с междисциплинарностью предмета исследования.

В исследовании применялись следующие общенаучные методы и подходы:

• исторический анализ, позволивший проследить основные этапы научных изысканий в области исследования корпоративной культуры, а также особенности стадий становления корпоративной культуры российских организаций начиная с дореволюционного периода;

• социально-философский анализ трансформации корпоративной культуры, которая завершается формированием корпоративной культуры постиндустриального типа.

• структурно-функциональный подход, давший возможность расчленения таких сложных самоорганизующихся систем, какими являются культура организации и ценностная система группы, на подсистемы и элементы с определенными свойствами и функциями, которые в большей степени поддаются анализу, управлению и контролю;

• системно-синергетический подход, раскрывший необходимость в равной степени учета и организационных, и самоорганизационных процессов формирования корпоративной культуры организации.

В работе применялись и учитывались также частнонаучные методы: *сравнительный анализ* для сопоставления существующих и рассматриваемых в диссертации научных подходов к исследованию типов корпоративных культур; *моделирование* при создании модели взаимодействия факторов формирования корпоративной культуры организации с ее ценностной системой. Эмпирическую базу исследования составили данные социологических исследований всероссийских опросов общественного мнения, проводимых аналитическими центрами ВЦИОМ, ФОМ, аналитическим центром Юрия Левады за последнее десятилетие, а также материалы конференций, семинаров и практических тренингов, посвященные корпоративной культуре, внутрикорпоративным инструментам воздействия на корпоративную культуру, ставшие основой

вторичного анализа; первичный анализ материалов, полученных в ходе проведения автором в сентябре 2010 года эмпирического исследования среди менеджеров высшего и среднего звена российских компаний.

Научная новизна результатов диссертационного исследования заключается в следующем:

1. Составлена классификация зарубежных и российских подходов к определению сущности корпоративной культуры.

2. Структурированы элементы ценностной системы корпоративной культуры, определены основные принципы их взаимодействия посредством построения модели, основанной на идеях Д. А. Леонтьева о трех формах существования ценностей и концепции Э. Шейна о трех уровнях корпоративной культуры;

3. Разработана динамическая модель, объясняющая взаимодействие ценностной системы корпоративной культуры с внутренней и внешней средой организации. Выделены важнейшие факторы, оказывающие влияние на формирование корпоративной культуры. Среди них такие, как: личность руководителя, структура и размер корпорации, отрасль деятельности корпорации и внешняя среда, национальная культура и история;

4. Посредством вторичного анализа социологических данных выявлено современное состояние ценностной системы и базовых представлений российских работников, их динамика в период 90-е гг. XX в. – начало XXI в.;

5. Диагностировано состояние корпоративной культуры российских организаций в ходе экспертного опроса руководящего звена российских компаний. В результате проведенного исследования были выделены ее характерные черты, опосредованные национальной системой ценностей;

6. Выявлен ряд несоответствий корпоративной культуры российских организаций ценностной системе работников. Причина таких противоречий заключается в использовании в российских условиях готовых инструментов и технологий управления персоналам, разработанных западными экспертами, а также низкий уровень компетенции менеджеров, отвечающих за построение корпоративной культуры.

Научная новизна работы и результаты, полученные автором в ходе исследования, отражены в **положениях, выносимых на защиту**:

1. Корпоративная культура определена как набор базовых представлений, поведенческих норм и артефактов, базирующихся на присущей сообществу организации системы ценностей, социальном партнерстве и социально-этической ответственности, определяющий поведение сообщества и характер его деятельности.

2. Корпоративная культура – открытая динамичная система, подверженная влиянию процессов, имеющих не только внутриорганизационное происхождение, но и трансформации в

политической, экономической и социокультурной сферах общества. Становление корпоративной культуры российских организаций прошло несколько стадий, тесно связанных с историей страны. В частности, в дореволюционной России систему трудовых отношений и атмосферу на предприятиях определяли, в первую очередь, минималистское отношение к труду и система крепостных отношений. В советское время доминирующим фактором формирования ценностной модели организаций стала политическая система с мощной идеологической основой. Российская корпоративная культура конца XX – начала XXI вв. характеризуется активной трансформацией ценностной системы работников, сильным влиянием западных моделей ведения бизнеса, а также низкой компетенцией управленческих кадров.

3. Обусловленность корпоративной культуры национальными традициями не препятствует трансферу наиболее эффективных методов организационной деятельности в инокультурную среду, в том числе российскую, однако ни одна готовая модель не может быть перенесена «в чистом виде». Требуется корректировка модели, учитывающая состояние ценностной системы работников;

4. В начале XXI века в России превалирует смешанный тип корпоративной культуры, основанный на японских, западноевропейских и отечественных методах, в том числе применявшихся в советский период. Корпоративная культура большинства российских организаций, имеющих относительно молодой возраст, находится на начальном этапе своего развития. Определенная часть из них ориентирована на зарубежные модели и технологии управления. И лишь немногие организации пытаются сочетать традиционные классические зарубежные модели и собственные разработки в области управления человеческими ресурсами;

5. Имеет место рассогласование между системой ценностей и базовых установок работников и формально провозглашаемым принципом корпоративной культуры отечественных организации. Результатом такого положения становятся конфликтные ситуации между мотивами работников и управленческими требованиями, что снижает эффективность работы организации;

6. Российская управленческая культура в значительной мере определяется национально-историческими особенностями развития страны. Ключевые принципы управления детерминированы существующей системой базовых представлений населения: снижение ценности свободы и рост потребности в «сильной руке» укрепляют традиционную патерналистскую модель управления;

7. Особенности современного состояния культуры отечественных организаций, обусловленной национальной системой ценностей, дают основание полагать, что еще рано говорить о ней, как о факторе повышения эффективности работы предприятий, мотивации персонала и производительности труда.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в построении динамической модели взаимодействия ценностной структуры корпоративной культуры с внешней средой и внутренней средой отечественных организаций. Практическая значимость работы заключается в том, что положения диссертационного исследования могут быть использованы при разработке стратегии управления компанией, формирования корпоративной культуры, а также в практике управленческого консультирования российских организаций. Материалы исследования могут быть использованы для разработки программ для слушателей высших учебных заведений, где преподается курс социологии управления, социологии труда, организационного поведения, а также для проведения практических тренингов в рамках переподготовки и повышения квалификации менеджеров среднего и высшего звена.

Идеи и выводы диссертационной работы могут быть использованы консультантами, менеджерами и руководителями организаций, сталкивающимися с проблемами согласования индивидуальных и организационных систем ценностей, межличностного общения у сотрудников.

Апробация результатов диссертации

Основные положения диссертационного исследования были изложены в докладах на III Всероссийском социологическом конгрессе (Москва, ГУ ВШЭ, 22–23 октября 2008 года), на II Всероссийской научной конференции «Научное творчество XXI века» с международным участием (Красноярск, НИЦ, 01 января – 31 марта 2010 года), на Международной конференции «Будущее науки и образования в контексте глобализационных процессов» (Дубна, Международный университет «Дубна», 17 апреля 2010 года), на III Общероссийской научно-практической конференции «Современные исследования социальных проблем» с международным участием (Красноярск, НИЦ, 01–30 декабря 2010 года), на Международной научной конференции «Образ России в кросскультурной перспективе» (Дубна, Международный университет «Дубна», 13 апреля 2012 года), на Международной научной конференции «Россия в глобальных сценариях XXI века» (Дубна, Международный университет «Дубна», 11 апреля 2014 года).

Всего по теме исследования опубликовано 9 научных работ, включая 4 работы в изданиях, входящих в перечень Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки РФ.

Структура диссертации

Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, включающих в себя шесть параграфов, выводов, списка литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень ее научной разработанности, формулируются цель, задачи, определяется объект и предмет исследования, раскрываются теоретико-методологические основы и эмпирическая база работы, ее научная новизна, научно-практическая значимость, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Корпоративная культура как социокультурное явление: социально-философский анализ», состоящей из трех параграфов, представлены теоретико-методологические основы исследования феномена корпоративной культуры как ценностной системы, анализируются различные подходы изучения культуры организации.

В первом параграфе **«Корпоративная культура как новая форма социальной регуляции»** корпоративная культура рассмотрена как новое социальное образование современного постиндустриального общества с набором определенных функций.

Представлены основные подходы к соотношению понятий «корпоративная культура» и «организационная культура». Выделены пять подходов к пониманию их соотношения:

1. Организационная культура отождествляется с корпоративной и описывается одинаковыми терминами: «философия организации», «ценностные ориентации», «верования», «ожидания», «нормы», «артефакты» и т.д. Российские авторы, придерживающиеся данного подхода, апеллируют к некоторым западным концепциям, в которых используются понятия «corporate culture» и «organization culture» как взаимозаменяемые. Так как часто концептуальной разницы нет, то такому подходу не противоречат смыслы, вкладываемые исследователями в данные понятия.

2. Термины употребляются в зависимости от размеров организации: утверждается, что корпоративная культура свойственна глобальным торговым и производственным корпорациям, а организационная культура – признак средней или мелкой организации. Авторы данного подхода обосновывают свою позицию определением термина «корпорация», которое связано, прежде всего, с европейской и американской историей, где корпорации стали союзом собственников, которые совместно участвовали в прибыли, выступая в виде единого предприятия. Для России данное понятие обрело актуальность в последнее десятилетие двадцатого века, когда в результате экономических реформ стали появляться крупные частные экономические объединения.

3. Отрицается смысл использования термина «корпоративная культура» в силу его неоднозначности. Утверждается, что его употребление увеличивает разночтения, поэтому рекомендуется

использовать термин «организационная культура» как имеющий обобщающий характер.

4. Считается, что необходимо проводить четкую демаркационную линию между двумя феноменами, так как они различаются по способу возникновения и формирования: корпоративная культура специально проектируется, разрабатывается и внедряется руководством, а организационная культура складывается спонтанно как результат исторического развития организации.

5. Корпоративная культура – преемница организационной культуры. Причем первая – феномен, характерный для культуры эпохи индустриальной, в отличие от организационной – чертой эпохи постиндустриальной[14]. Приверженцы данного подхода считают, что корпоративная культура сформировалась как инструмент регуляции трудового поведения индивидов в организации в условиях эпохи постэкономических систем массового общества конца XX века, в котором существует дефицит ценностных ориентиров социальной идентичности. Наличие четко выраженной ценностной среды организации – дополнительный стимул для индивидов, испытывающих потребность находиться в стабильной социальной среде. Подобно приемам, используемым в массовой культуре, руководство компании «тиражирует определенный образ жизни», закрепляет ценности во внешних требованиях. Таким образом, организационная культура рассматривается в качестве отправной точки образования новой формы социальной культуры в конце XX века.

Для индустриального капиталистического общества XX века характерна организационная культура как основная форма организации групповых ценностей и норм. В процессе ее эволюции выделяют несколько основных эпох: «научного менеджмента», «человеческих отношений» и «социальных систем», каждая из которых отражает ее динамику изменчивости во времени. При этом существование корпоративной культуры не отрицает существования организационной, которая выступает исходной базой для первой, возникающей в ходе новой технической революции последней трети XX века.

Новая форма культуры призвана выполнять ряд функций в современном обществе: формирование организации как постэкономической корпорации, формирование «человеческого капитала», повышение творческого потенциала и культуры качества у работников; повышение экономической активности и образованности сотрудников; повышение общего уровня жизни людей; формирование фирменного стиля.

---

[14] Андреева И. В., Бетина О. Б., Кошелева С. В. Социокультурный подход к анализу системы ценностей компании // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. 2008. Сер. 8, Вып. 1. С. 77–95.

Все существующие в настоящее время подходы к изучению корпоративной культуры можно разделить на три большие группы: рационально-прагматический, феноменологический и системно-синерегетический. Сторонники первого подхода (Э. Шейн, Т. Питерс, Р. Уотерман) рассматривают культуру как неотъемлемый атрибут организации, предполагая возможность влиять на ее формирование и извне, и изнутри. Во втором случае организации понимаются и анализируются главным образом в терминах экспрессивных, мыслительных. Сторонники данной концепции (Д. Сильверман, П. Бергер, С. Робинс, А. Петтигрю) считают, что культура организации формируется из взаимодействия ее членов и определяется всеми ее уровнями и секторами, поэтому никакая новая, видоизмененная культура не может быть навязана извне. С позиций системно-синергетического подхода организация рассматривается как сверхсложная самоорганизующаяся, открытая, нелинейная система, со всеми присущими ей свойствами, законами и принципами развития. Культуру при этом можно рассматривать как параметр порядка этой системы. Применение системно-синергетического подхода раскрывает необходимость в равной степени учета организационных и самоорганизационных процессов. По мнению сторонников данного подхода, процессы организации и самоорганизации играют равнозначную роль в развитии культурных норм и образцов.

Во втором параграфе **«Реальные и декларируемые ценности в системе корпоративной культуры»** первой главы структурированы элементы ценностной системы корпоративной культуры, определены основные принципы их взаимодействия посредством построения модели, основанной на идеях Д. А. Леонтьева о трех формах существования ценностей и концепции Э. Шейна о трех уровнях корпоративной культуры.

Первый наиболее очевидный, поверхностный уровень корпоративной культуры в модели Э. Шейна обозначен как уровень «артефактов». К этому уровню относятся все аспекты деятельности компании, которые можно увидеть и почувствовать стороннему наблюдателю. Это своеобразный фасад корпоративной культуры компании, ее лицо для субъектов внешней среды. В соответствии с идеей Д. А. Леонтьева, уровень артефактов отражает воплощение ценностных идеалов в деятельности и поведении сотрудников, установившихся в организации за время ее становления и привнесенных основателем, последующими руководителями и сотрудниками.

На втором уровне корпоративной культуры Э. Шейн расположил ценности, нормы, правила и принципы, позиционируемые руководством в качестве наиболее важных для развития организации. Обращаясь к идее Д. А. Леонтьева о трех формах существования ценностей, мы можем заключить, что этот уровень культуры организации соответствует такой

форме существования ценностей, как общественные идеалы. В данном случае в роли общества выступают члены организации, которые разделяют выработанные руководством обобщенные представления о совершенстве деятельности организации в различных проявлениях и сферах.

Третий уровень – базовые представления – является самым неконкретным и он часто незаметен с первого взгляда. В соответствии с типологией Д. А. Леонтьева, этот уровень культуры можно соотнести с такой формой существования ценностей, как «личностные ценности». Элементами данного уровня выступают: отношение сотрудников к общечеловеческим ценностям, верование и убеждение, национальный менталитет, представления о природе человека, оценка времени и пространства, важность работы, семьи и саморазвития, традиции и нормы взаимоотношения индивида и группы.

Описанная система ценностей организации динамична. Все три формы существования ценностей имеют иерархическую структуру и переходят одна в другую. С одной стороны, происходит воздействие на корпоративные идеалы со стороны индивидуальной ценностной системы сотрудников, в результате чего первая трансформируется. С другой – идет усвоение декларируемых ценностей и моделей поведения сотрудниками, и со временем корпоративные идеалы и нормы становятся элементами ценностно-мировоззренсческой системы индивида. Одним из каналов трансляции декларируемых ценностей и идеалов организации являются средства корпоративного информирования.

При анализе ценностной модели культуры любой организации необходимо изучение ее на трех уровнях: уровне артефактов, уровне декларируемых ценностей и уровне базовых представлений работников. Не расшифровав базовые представления компании, нельзя ни правильно истолковать артефакты, ни реально оценить принятые группой ценности.

В третьем параграфе **«Типологизация корпоративной культуры: обоснование критериев»**, рассмотрены несколько походов, каждый из которых использует определенные критерии для анализа, позволяющие представить культуру в виде некоторой целостной органичной системы. Систематизация позволила сделать вывод о том, что все подходы можно условно разбить на четыре группы, в зависимости от того, на основании какого из следующих обобщенных критериев она осуществляется:

I. Типологии, построенные на основе кросс-культурных различий: Типология кросс-культурных различий Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера; Типология корпоративных культур Г. Хофстеде; Типология Г. Минцберга на основе совмещения параметров «дистанция власти» и «стремление избежать неопределенности» и пяти конфигураций структуры организации; Модели организации типа «X», «Y» и «Z» У.Оучи; Теория высоко- и низкоконтекстуальных культур Э. Холла; Типологизация культур Ф. Клуккона и Ф.Л. Штротбека по шести

параметрам: личностные качества людей; их отношение к природе и к миру; их отношение к другим людям; ориентацию в пространстве; ориентацию во времени; ведущий тип деятельности;

II. Типологии, за основу построения которых взяты личностные качества, ценности и особенности поведения членов организации: психопатологическая типология Ф. Р. Манфреда, Ке де Ври и Д. Миллера; типология Ф. Харриса и Р. Морана на основе десяти характеристик; типология Г. Лэйна и Дж. Дистефано; типология С. Медока и Д. Паркина, по признаку взаимоотношения полов внутри организации; типология Роберта Р. Блейка и Джейна С. Моутона, построенная на основании степени учета интересов производства и интересов людей в организации; разделение культур на «положительные» и «отрицательные» С. Г. Абрамовой и И. А. Костенчук.

III. Типологии, в основе которых лежат особенности распределения власти, полномочий и ответственности: типология Ч. Хэнди на основе системы распределения власти, полномочий и ответственности; типология культуры организации Р. Акоффа по степени участия работников в установлении целей в организации и степени привлечения работников к выбору средств для решения поставленных задач; типология на основе типов управления, предложенная Д. Коулом и модифицированная Т. Ю. Базаровым и П. В.Малиновским.

IV. Организационно-функциональные типологии, а также типологии, построенные на особенностях взаимодействия организации с внешней средой: «слабые» и «сильные» культуры Д. Р. Арнольда и Л. М. Капеллы; восемь типов культур М. Бурке на основании трех параметров: взаимодействие с внешней средой, размер и структура организации, мотивация персонала; типология Т. Дейла и А. Кеннеди соотношения риска и обратной связи; четырехфакторная типология К. Камерона и Р. Куинна по степени гибкости, индивидуальности, внешнему позиционированию и дифференциации; типология Д. Зоненфельда: «клубная культура», «бейсбольная команда», «оборонная культура», «академическая культура»; организационные модели Ларри Константина: «закрытая», «случайная», «открытая» и «синхронная»; четыре типа культур организаций Л. Нельсона и Ф. Бернса: реагирующая, отзывчивая, активная и высокоэффективная.

Дана характеристика типологиям первой и второй группы, в основу которых авторами положена система ценностей членов организации, обусловленная национально-культурной спецификой.

Во второй главе «Трансформация корпоративной культуры российских организаций на рубеже XX–XXI вв.: ценностный аспект» выявлена зависимость ценностной структуры корпоративной культуры от внешней среды организации, в том числе национальных культурных особенностей. Диагностировано состояние национальной системы

ценностей и базовых представлений россиян и степень их корреляции с элементами культуры отечественных организаций.

В первом параграфе **«Ценностная модель взаимодействия корпоративной культуры российских организаций с внешней и внутренней средой»** был проведен анализ факторов, определяющих особенности формирования корпоративной культуры отечественных организаций, позволивший выделить две группы («по горизонтали»): внешней среды организации и факторы внутриорганизационной среды. Факторы внешней среды включают в себя: политико-правовые условия существования организации, экономические условия существования организации, отраслевую принадлежность организации, конкурентную среду, уровень развития технологии и науки, социальные условия, национальную культуру, ментальность, религию. Факторы внутренней среды организации подразделяются на структурно-нормативные и личностно-поведенческие.

В результате проведенного анализа построена модель взаимодействия ценностной структуры корпоративной культуры и внешней среды организации (См. Рисунок 1). Модель отражает направленность и степень влияния того или иного элемента внешней и внутренней среды на уровни ценностной системы организации, а также внутрисистемные детерминанты.

Выделены основные факторы внешней среды, определяющие формирование культуры российских организаций в разные периоды развития государства («по вертикали»). Так, в царской России уровень индивидуальных ценностей и базовых представлений работников имел доминирующее положение в системе организационных ценностей, прежде всего в силу неразвитости управленческих механизмов. В советское время декларируемый уровень организационных ценностей подавлял ценности индивидуальные, делалась попытка их изменения, формирования особого типа трудового мышления.

Трансформация структуры российского общества 90-х годов XX – начала XXI вв., структуры личных ценностей и мотивов изменила модели трудового поведения большинства россиян, что, в свою очередь, оказало сильное влияние на глубинный пласт ценностной системы организаций. Смена политического режима открыла Россию для более интенсивного проникновения глобализационных процессов и столкнула с рядом проблем, характерных для всего мирового сообщества: внешняя и внутренняя миграция, изменение гендерных отношений, негативные последствия информационной глобализации и т.д. В результате в начале XXI века в России происходит трансформация жизненных миров людей, системы индивидуальных ценностей, мотивов, потребностей, социальных представлений и ментальности.

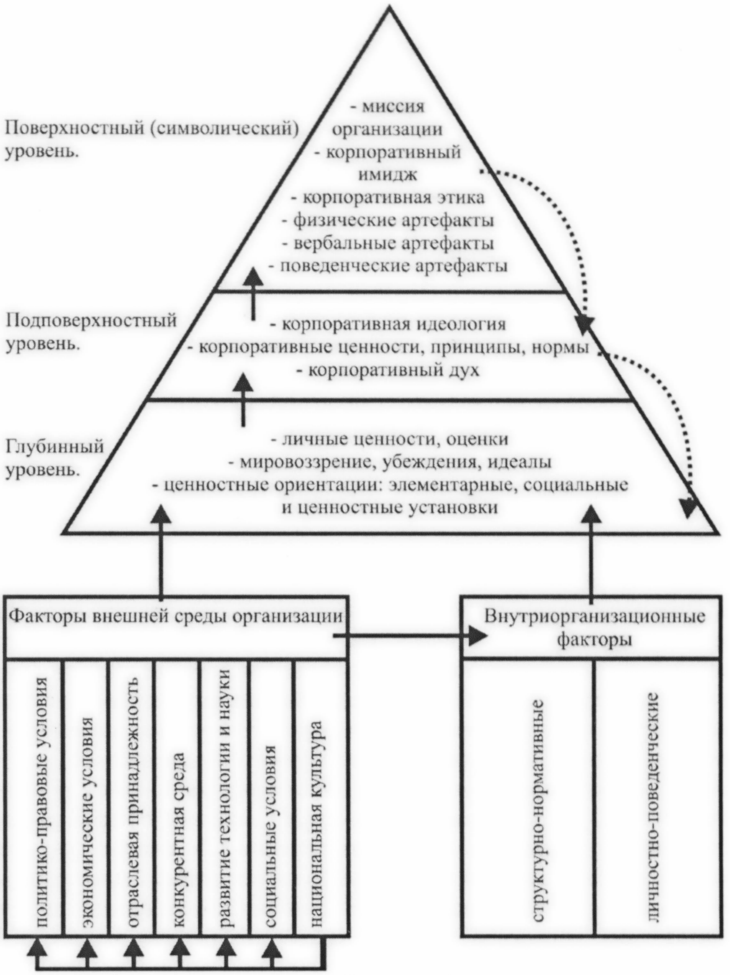


Рисунок 1

Взаимодействие ценностной модели корпоративной культуры и элементов внутренней и внешней среды организации.

Во втором параграфе **«Традиционные и современные ценностные установки в трудовом поведении российского населения: поле сопряжения»** диагностировано современное состояние базовых трудовых ценностей и установок, характерных для российского персонала, которые оказывают влияние на культуру организации.

На первом этапе был проведен анализ работ отечественных классиков социальной мысли: Н. Г. Чернышевского, Н. А. Бердяева, Н. О.

МГТУ
им. Н.Э. Баумана
Библиотека

Лосского, В. О. Ключевского, И. А. Ильина, Н. М. Карамзина с целью выявления «классических» представлений о ментальности россиян. Обобщены исходные данные современных исследований трудовых ценностей, содержащиеся в работах А. Я. Гуревича, П. Н. Шихирева, И. Г. Дубова, З. В. Сикевич, К. О. Касьянова и других.

Из приписываемых российскому обществу начала XXI века ценностей и базовых установок автором отобраны те из них, группы которых оказывают ключевое влияние на организационное поведение. Критерии отбора единиц анализа сформированы на основе упоминавшейся ранее модели исследования корпоративной культуры Ф. Харриса и Р. Морана. Авторы выделили десять характеристик конкретной культуры организации: осознание себя и своего места в организации; коммуникационная система и язык общения; внешний вид и представление себя на работе; что и как едят люди, привычки и традиции в этой области; осознание времени, отношение к нему и его использование; стиль взаимоотношения между людьми; ценности, и как эти ценности сохраняются; вера во что-то и отношение или расположение к чему-то; процесс развития работника и обучение; трудовая этика и мотивирование.

Оговоримся, что эта модель разрабатывалась для сопоставления корпоративных культур организаций, функционирующих в рамках одной социокультурной среды. Однако, на наш взгляд, она пригодна для сравнительного анализа организационного поведения носителей различных культурных установок: данный подход позволяет не только систематизировать, но и значительно сузить перечень характеристик, подлежащих анализу, выделив наиболее существенные из них.

Второй критерий отбора единиц анализа был определен существованием значительных отличий данных параметров у представителей различных регионов России, а также различных поколений и социальных групп. В связи с этим были выделены универсальные для национальной российской культуры константы, имеющие непосредственное отношение к организационному поведению и корпоративной культуре.

В структуре трудовых ценностей, базовых установок и мотивов труда российского населения за последние пятнадцать лет произошли значительные изменения. Поэтому на втором этапе исследования диагностировалось современное состояние трудовых и общекультурных ценностей и установок россиян, отобранных по вышеобозначенным критериям. Такая диагностика была осуществлена посредством вторичного и сравнительного анализа данных социологических исследований, осуществленных в России в начале XIX века. Значительный интерес к проблеме трудовой мотивации и организационному управлению определил численность публикаций по интересующей нас теме. Основными источниками данных для анализа

послужили табличные материалы, а также публикации результатов исследований, проведенных Фондом «Общественное мнение», Всероссийским центром изучения общественного мнения, Аналитическим центром Юрия Левады, исследовательским холдингом «Ромир», Исследовательским центром рекрутингового портала SuperJob.ru, Институтом маркетинговых исследований «ГФК Русь» и другими.

Помимо этого, в рамках второго этапа исследования, был проведен вторичный анализ работ по исследованию современного состояния трудовых и общекультурных ценностей российского населения следующих авторов: А. Л. Темницкий, В. С. Тяжельников, Л. Хахулин, О. И. Шкаратан, И. О. Шмерлина, Б. П. Шулыгин и других.

В результате были сделаны выводы о наиболее характерных чертах структуры базовых ценностей российских работников. На основании этих выводов были составлены гипотезы о наиболее типичных чертах корпоративной культуры российских организаций.

В третьем параграфе второй главы **«Социальная реальность современной России в фокусе ценностей корпоративной культуры: эмпирическое исследование»** выявлено соотношение идеальной модели корпоративной культуры отечественных организаций с реальными ценностями и моделями организационного поведения россиян.

Для подтверждения ранее сформулированных предположений автором проведено эмпирическое исследование среди управленцев среднего и высшего звена отечественных компаний. В результате стало возможным выделить характерные черты российской корпоративной культуры, опосредованные национальной системой ценностей:

1. Традиционная закрытость отечественных компаний, отсутствие обратной информационной связи «подчиненный–руководитель» приводят к тому, что большинство сотрудников оказывается вне многих коммуникационных потоков. Дефицит информации и ошибочная интерпретация происходящего в организации компенсируется наличием неофициальных каналов – домыслов и слухов. Закрытость отечественной системы управления негативно влияет на степень лояльности работников, так как последние в условиях дефицита информации не могут оценить успехи фирмы и свою роль в ней;

2. Корпоративная культура отечественных организаций имеет черты, характерные для культуры семейного типа. Семейственность российской корпоративной культуры имеет как положительные, так и отрицательные последствия для конкурентоспособности компании на рынке. Ориентация на отношения, построенные на дружеских и родственных связях, позволяет избежать бюрократизации структуры небольших компаний, в результате чего достигается большая гибкость и мобильность. В крупных компаниях высокая роль неформальных

отношений, наоборот, приводит к деквалификации большей части персонала, а, следовательно, и управленческих решений;

3. Специфическая особенность восприятия времени российским населением определяет отношение к временному ресурсу большинства организаций. Отсутствие долгосрочных планов в построении бизнеса, управлении персоналом, непоследовательность, несоблюдение объявленных сроков – характерная черта российской корпоративной культуры;

4. Российская управленческая культура также в значительной мере определяется национально-историческими особенностями развития страны. С одной стороны, существующие модели управления содержат остаточные элементы советской системы менеджмента, которые не соответствуют ни технологическим условиям производства, ни законам рыночной регуляции хозяйственной деятельности. С другой – ключевые принципы управления детерминированы существующей системой базовых ценностей населения. Снижение ценности свободы и рост потребности в «сильной руке» укрепляют традиционную патерналистскую модель управления в государстве в целом и в отдельно взятых организациях. Если в западном обществе, по мере развития культуры, роль «вожака» ослабевала, превратив его в «менеджера», то в России, судя по результатам последних исследований, наблюдается увеличение потребности в государстве, максимально ответственном за положение населения. Вот почему, если на высшие ключевые должности в отечественных организациях назначают сильных творческих и независимых личностей, то управлять рядовыми сотрудниками компании эффективнее получается у индивидов с «армейским» складом характера – исполнительных, прямолинейных и пользующихся непререкаемым авторитетом.

Слабое правосознание россиян отражается на особенностях формирования организационных норм и правил. С одной стороны, российские управленцы стремятся к тому, чтобы максимально подробно прописать правила, инструкции, обязанности работников. С другой – данные нормы часто нарушаются, в том числе, их инициаторами. Дисциплина труда и требовательность к соблюдению корпоративных законов остается в России на достаточно низком уровне.

5. Особенности современного состояния культуры отечественных организаций дали основание полагать, что еще рано говорить о ней, как о факторе повышения эффективности работы предприятий, мотивации персонала и производительности труда. Руководством отечественных компаний ведутся активные поиски эффективных механизмов и способов ее построения в условиях непрекращающихся трансформаций экономической, правовой и социокультурной условий существования организации. Определенная часть из них ориентирована на зарубежные модели и технологии управления, другая делает попытки сочетать традиционные классические зарубежные модели и собственные разработки

в области управления человеческими ресурсами. Но, в конечном счете, эти инструменты, искусственно встраиваемые в культуру, противоречат глубинному пласту национальных ценностей. Последние играют ключевую роль в поведении сотрудников в рамках организации и являются причиной низкой исполнительской дисциплины, производительности труда и безынициативности.

Современные западные технологии управления персоналом нацелены на индивида с развитыми потребностями высокого порядка, ориентированы на индивидов, стремящихся к саморазвитию, творческим достижениям, разносторонней реализации своего потенциала. В современной России, как показывают исследования, индивидов с такими приоритетами в ценностной системе крайне мало в силу возросших потребностей власти и богатства, поэтому у российского персонала очень слабо выражены потребности в новизне, творчестве и свободе, а также менее свойственна склонность к риску. Что же касается такого важного аспекта западной корпоративной культуры, как социальная ответственность организации, то в этом вопросе российские работодатели и работники традиционно более склонны полагаться на государство как на гарант социального благополучия. По мнению экспертов, целью российского бизнеса является, прежде всего, прибыль и обязательства перед акционерами или соучредителями, и лишь в случае выполнения первоочередных обязательств возникает ответственность перед обществом. Такая трактовка роли бизнеса, традиционно присущая России, отражает характер трансформации базовых ценностей в XXI веке – высокое значение ценности безопасности и богатства, а также низкие по сравнению с Европой ценности заботы об окружающих, природе, ценностей равенства и справедливости.

В выводах представлены теоретические обобщения и рекомендации, вытекающие из результатов исследования.

Приложение включает в себя образец анкеты, рабочий план исследования, перечень ключевых понятий, используемых в инструментарии исследования, а также таблицы распределения ответов и рисунки.

Основные положения диссертации изложены в девяти научных работах. Публикации в ведущих научных журналах и изданиях по перечню ВАК Минобрнауки РФ:

1. Ладыгин О.О. Модель организационной культуры: структура и факторы влияния // Вопросы культурологии. 2010. № 6. С. 94–97 (0,4 п.л.).

2. Ладыгин О.О. Российские ценности и модель корпоративной культуры: между Западом и Востоком // В мире научных открытий. 2010. №4(10). Ч.12. С.13–15 (0,4 п.л.).

3. Ладыгин О.О. Вопросы учета ценностной системы работников в корпоративной культуре российских бизнес-организаций // В мире

научных открытий. 2011. №4(16). С. 105–111 (0,5 п.л.).

4. Ладыгин О.О. Влияние глобализационных процессов на ценностную систему корпоративной культуры российских бизнес-организаций // Социальная политика и социология. 2011. №2. С. 262–266 (0,4 п.л.).

Статьи в других изданиях:

5. Ладыгин О.О. Труд в постиндустриальном обществе // Социология и общество: проблемы и пути взаимодействия: Материалы III Всероссийского социологического конгресса. М.: Институт социологии РАН, Российское общество социологов, 2008. (0,1 п.л.).

6. Ладыгин О.О. Корпоративный университет как стратегия бизнес-образования // Будущее науки и образования в контексте глобализационных процессов: Материалы международной научной конференции. Дубна, 2010. С. 176-181 (0,3 п.л.).

7. Ладыгин О.О. Влияние ценностной системы российских работников на корпоративную культуру бизнес-организаций России // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал): Материалы III Общероссийской научно-практической конференции с международным участи ем. Вып. 1. Красноярск, 2011. С. 248–252. (0,3 п.л.).

8. Ладыгин О.О. Россия и Европа: сравнительный анализ корпоративных культур // Образ России в кросскультурной перспективе: Материалы международной научной конференции. Дубна, 2012. С. 99–103 (0,4 п.л.).

9. Ладыгин О.О. Модель культуры отечественных организаций как отражение базовых ценностей россиян // Наука Красноярья. 2014. №3 (14). С. 85–97 (0,3 п.л.).

Всего опубликовано 9 научных работ общим объемом 3,1 п.л.