
ФІРМА В ДИСКУРСІ ОРГАНІЗМНОЇ ІДЕЇ

Бех В. П., Гашенко А. В.

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОФІРМОВОЇ СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ¹

*Внутрішньофірмова система цінностей – морфогенетичний
чинник саморозгортання соціального організму фірми*

Метою цього підрозділу є дослідження функціонального впливу системи внутрішньофірмових цінностей на соціальну систему. Специфікою цього аналізу є розгляд системи корпоративних цінностей як процесу, що поглиблює наші уявлення про морфогенез соціального організму фірми. Для цього ми маємо проаналізувати функціональні властивості системи цінностей фірми стосовно її впливу на поведінку об'єктивованої складової фірми – соціальної системи.

За Т. Парсонсом, *соціальна система* – це система дії, що володіє такими характеристиками: 1) включає взаємодії між двома чи більше акторами – цей процес взаємодії сам по собі і є головний центр уваги для спостерігача; 2) ситуація, на яку зорієнтований актор, включає інших акторів і ці інші актори – “інші” – об’єкти катексиса (задоволення), причому дії “інших” беруться до уваги когнітивно, як дані; різні орієнтації “інших” можуть бути або цілями, яких потрібно досягти або засобами їх досягнення – отже, вони можуть бути об’єктами оцінних суджень; 3) у соціальній системі може здійснюватися як незалежна, так почасти й погоджена дія, в якій згода залежить від колективної цільової орієнтації, або спільних цінностей, і від консенсусу нормативних і когнітивних очікувань [5, 461].

Кут зору, під яким ми маємо проаналізувати вплив

¹ Продовження. Початок див. у випуску 53 журналу “Нова парадигма”

корпоративної системи цінностей на соціальну систему має суттєве значення, оскільки методологічна установка висвітлює тільки ті функції, що попадають у її світло. Т. Парсонс, наприклад, прокоментував це так: “Відношення між цінностями більш високої соціальної системи та цінностями диференційованих підсистем може бути назване відношенням конкретизації при низведенні узагальненого стандарту вищої системи на “рівень” підсистеми з урахуванням обмежень, що накладаються на останній функцією і ситуацією (виділено нами – А. Г.). Так, підприємницька фірма керується цінністю ““економічної раціональності”, що виражається в продуктивності і платоспроможності, і приділяє значно менше уваги вищій системі цінностей, ніж це робив недиференційований виробничо-сімейний осередок. Що стосується родини, то вона в економічному аспекті свого існування тепер слідує цінностям “споживання”” [5, 720].

Обираючи свій кут зору на систему цінностей фірми, використаємо ідею Т. Парсонса про те, що культура – це не тільки низка символічних комунікацій, про яку вже йшла мова в попередньому підрозділі, а й “низка норм для дії (виділено нами – А. Г.) суб’єктів ринкових відносин” [5, 544].

Цю тезу посилює таке: “Мотивація “его” та “іншого” інтегрується нормативними еталонами в ході взаємодії. Різноспрямованість задоволення та депривації тут особливо важлива. Реакція, що відповідає (еталону) з боку “іншого” – це задоволення для “его”. Якщо “его” конформний до норми, його задоволення – це аспект винагороди за цю його конформність стосовно неї; зворотне має місце для випадку покарання за відхилення. Отже, реакції “іншого” на конформність чи девіантність “его” щодо нормативного еталона представляють собою санкцію на дії “его”. “Очікування” “его”, пропонувані “іншому”, – це очікування, пов’язані з ролями “его” й “іншого”; і ці санкції посилюють мотивацію “его” до конформності з цими рольовими очікуваннями. Таким чином, компліментарність очікувань сприяє взаємному посиленню як у “его”, так і в “іншого” мотивації до комфортності з нормативним еталоном” [5, 544].

Закономірно постає питання про те, звідки береться ця нормативна система. Відповідь може бути тільки одна: *якщо розглядати систему цінностей фірми як процес або функціональний дубль соціальної системи, то рано чи пізно вона має перейти й заспокоїтись у продукті. Тож продуктом тут може бути система моральних і правових норм, носієм та оберегом яких є система управління фірмою. Це спостереження збігається з наробками в соціологічній і психологічній літературі, в яких зафіксована*

закономірність переходів: потреби – інтереси – цінності – норми – мотиви – стимули – дія.

Оскільки об'єктивований компонент у структурі фірми є трудовим колективом, що протистоїть окремому робітнику (взаємодія між якими утворює, за розробками В. Беха, соціальний організм фірми), то використаємо ідею Т. Парсонса про те, що в даному випадку система цінностей створює нормативну складову з чотирьох елементів: “будь-яка конкретна система, включаючи просту одиницю, – статус-роль, що розглядається як підсистема, – може проходити через чотири типи еталонів, але вони будуть мати різну вагу в системах різного типу” [5, 575-577].

За Парсонсом, перший тип еталонів із пов'язаних з нормативним контролем діяльності, відноситься до оцінки об'єктів з когнітивної точки зору й містить у собі те, що ми називаємо “універсалізмом”. Його перевагою є “технічні” норми, які керуються універсалістськими цінностями при адаптації дії до внутрішніх якостей об'єктів, ситуативних у системі досягнення конкретної мети. В цьому полягає загальноприйняте значення терміну “ефективність”, але ця ефективність стосується тільки використання об'єкта в конкретній ситуації в інтересах досягнення мети.

Еталони другого основного типу відносяться до визначення цілей самого процесу дії, до того, що в термінах перемінних своєї моделі ми назвали діяльністю чи результативністю. Системою норм цей тип еталонів має встановлювати ціль (цілі) системи, досягненню якої, як очікується, повинна сприяти дана одиниця.

Третій тип еталонів можна назвати “таким, що інтегрує систему”: він визначає очікування від одиниці підтримки солідарності з іншими одиницями даної системи. У центрі уваги тут характеристика установки на позитивну дію, що має починатися на користь солідарності між одиницями.

І четвертий тип еталонів пов'язаний із підтримкою чи регулюванням змін в основі аскрептивних якостей, що є вихідним пунктом для інших видів діяльності.

З динамічної точки зору, чи з погляду діяльності, соціальна взаємодія є постійний човниковий рух між діяльністю та “санкціями”, останні можна представити як дії, що виражають відношення до діяльності інших за допомогою винагород і покарань [5, 577].

Отже, ми маємо в даному випадку повне право вести мову про наявність нормативної системи у взаємодії учасників об'єктивованої підсистеми фірми. На це прямо вказує ціла низка термінів, які подають закономірності спілкування цих учасників: “діяльність”, “еталон”,

“санкція”, “винагорода”, “покарання” тощо.

Більше того, Т. Парсонс далі окремо розглядає навіть *норми санкцій* по відношенню до учасників соціальної взаємодії – ці норми санкцій відповідають чотирьом основним типам норм діяльності:

1) “схвалення”, що характеризується установкою “специфічності”, тобто відноситься до конкретної мети даної дії, та установкою “нейтральності”, що відноситься до первісних основних характеристик і перешкоджає отриманню повного задоволення чи відволіканню уваги до моменту досягнення мети;

2) “відповідь” – характеризується установками “специфічності” й “афективності”, що відносяться до самого досягнення поставленої автором мети і безпосередньо винагороджують його доступом до цілей-об’єктів, – отже, ця “відповідь” обумовлена досягненням схвалюваної мети;

3) діяльність, що інтегрує систему, – це “схвалення” (“визнання”) у формі відповідної дії, спрямованої на досягнення солідарності, вона характеризується установками афективності чи дифузності;

4) “повага” – оцінка одиниці як одиниці в термінах усього комплексу її якостей, тобто її загального статусу в системі, вона характеризується установками “дифузності” та “нейтральності” [5, 579].

Щоб бути послідовним, до оцінки спілкування робітників між собою треба додати нормативи, що накладають на них функцію робочого місця та технологію процесу виробництва, вимоги яких фіксуються в правах і посадових обов’язках співробітників фірми. Таким чином, усі чотири елементи системи внутрішньофірмових цінностей, виділені нами вище, ефективно працюють на створення в ході свого функціонування нормативного простору фірми.

Більше того, в соціальній системі виникають нові потреби, а – відповідно – й нові соціальні ролі, пов’язані з упорядкуванням відносин між учасниками виробництва та правилами застосування технологій і засобів виробництва. Як зазначає О. Зінов’єв, учасники розділяються на категорії за їх соціальними ролями й соціальними позиціями: “Виникають учасники справи, особливою функцією яких стає не безпосереднє виконання справи, а операції з людьми, зайнятими виконанням справи. В їхньому середовищі відбувається, у свою чергу, поділ функцій і встановлення ієрархії соціальних позицій. Відбувається поділ функцій первинного підприємця на функції власника справи і функції управління справою. Останні переходять до особливого роду найманих осіб, роль яких у справі все зростає і навіть стає чільною”. А наслідком концентрації капіталів, збільшення

розмірів підприємств і виникнення різних ділових і фінансових об'єднань стає утворення постійних керуючих органів із директорами, президентами й менеджерами (яких обирають, наймають чи призначають [2, 64].

У просторі фірми формуються не тільки відносини “начальник-підлеглий”, але й диференціюється соціальна структура фірми, що веде до її ієрархізації та утворення нового органу – відбувається поглиблення морфогенезу. Формування управлінської підсистеми відбувається шляхом “вільного вибору, через який Майбутнє, що існує як потенційне багатоманіття, впливає на Сьогодні через зміну Минулого, яке тяжіє над ним” [4, 386].

На основі виникнення органу управління видозмінюється взаємодія між учасниками соціальної системи фірми, яку ми розглядаємо як постійний вплив один на одного, що ми аналізуємо вже за допомогою слів “вчинок” і “санкція”.

Стосовно цього Т. Парсонс писав: “Коли вплив на дію інших у даній системі перетворюється в інституціоналізовані очікування, пов’язані з роллю (певних одиниць системи), – ми маємо перед собою джерело влади”. У повну ж силу, за Парсонсом, влада виявляється тоді, коли в ці інституціоналізовані очікування включаються також законні примусові санкції – право накладати на інших “обмеження”, якщо ці інші діють не так, як оточуючі мають інституціалізоване право від них очікувати. У такому розумінні влада – це інституціоналізована могутність у системі соціальної взаємодії, вона має піддаватися оцінці і, тому, подібно іншим оцінюваним параметрам, може бути стратифікована. Кожен член соціальної системи має якусь владу, у крайньому випадку влада може виявитися в пасивному опорі неприйнятної для індивіда залежності від інших [5, 572].

У нормативному просторі фірми з’являються спочатку санкції, що навіюються її власною системою цінностей, а з розширенням загальної чисельності керівників сюди проникає нормативна система, що утворилась у ході історичного розвитку суспільства. Тому в даному контексті ми поділяємо точку зору В. А. Бачиніна, який запропонував своєрідну нормативну “піраміду”, що містить не тільки сучасні, але й “більш давні та фундаментальні нормативно-ціннісні основи, що склалися протягом всієї історії світової цивілізації” [1, 90].

В основі такої нормативної “піраміди” знаходяться найдавніші міфологічні табуальні “першонорми”, які безпосередньо пов’язані з глибинними сферами колективного й індивідуального несвідомого та їх архетипами та знайшли відбиття в архаїчних міфах. Над ними

надбудована система релігійних норм, що внесли до механізму соціонормативної регуляції момент метафізичної абсолютності й виявилися здатними позбавити індивідуальну свідомість труднощів вибору.

Вище в цій “піраміді” – моральні норми, що вимагають ставитися до кожної людини як до родової істоти, далі – рівень моральних норм, які розглядали людину вже як представника конкретних, локальних соціальних спільностей.

Наступний рівень нормативно-ціннісної регуляції вимагав від громадян підпорядкування їх практичної та духовної діяльності цілям і завданням держави. Завершує “піраміду” система правових норм, що юридично оформлюють усю сукупність нижчих рівнів у раціоналізовані розпорядження і заборони.

Н. В. Крохмаль, у свою чергу, виділила три рівні саморегуляції соціальних систем, а саме: архетипний, нормативний і семантичний [3]. Ясно, що вони теж працюють у структурі фірми.

Отже, місце системи внутрішньофірмових цінностей у структурі фірми знаходиться в сфері управління, а точніше, в її саморегуляційному контурі: вона генетично обумовлюється внутрішньофірмовою ідеологією і сама породжує систему управління фірмою.

Зробимо деякі зауваження відносно *мети управління*: вона формується на основі змісту загального семантичного поля, в якому система внутрішньофірмових цінностей відіграє вирішальну роль і до якого має доступ робітник. Формування мети управління фірмою є пошук/визначення бажаного, можливого і необхідного стану цієї системи, це процес відділення його від неможливого, небажаного та непотрібного в майбутньому стані системи. Формування мети функціонування фірми припускає: виділення необхідних обставин, закономірних станів системи і включення їх у мету управління; визначення можливих, але небажаних обставин і станів, яких варто уникати і від котрих треба відмежувати мету управління; визначення можливих і бажаних обставин і станів і включення їх у мету управління фірмою; обмеження мети від бажаних, але об’єктивно неможливих обставин і станів фірми; наукове передбачення напрямків і тенденцій розвитку фірми через прогнозування¹.

¹ Див. продовження у випуску 96 журналу “Нова парадигма”.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Бачинин В. А.* Философия права и преступления. – Харьков : ФОЛІО, 1999. – 607 с.
2. *Зиновьев А. А.* Запад. Феномен западнизма. – М. : Центрополиграф, 1995. – 461 с.
3. *Крохмаль Н. В.* Історичні форми саморегуляції соціальних процесів. – Запоріжжя : “Просвіта”, 2004. – 144 с.
4. *Налимов В. В., Дрогаліна Ж. А.* Реальность нереального. – М. : Издательство “МИР ИДЕЙ”, АО АКРОН, 1995. – 432 с.
5. *Парсонс Т.* О структуре социального действия. – М. : Академический Проект, 2000. – 880 с.