

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный Исследовательский Саратовский Государственный
университет имени Н.Г. Чернышевского»

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ЛИДЕРСТВА И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ
В СФЕРЕ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ**

АВТОРЕФЕРАТ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 4-го курса

направления 37.03.01 «Психология»

факультета психологии

Кафедра общей и социальной психологии

Ефремовой Анны Игоревны

Научный руководитель

д. псих. н., профессор

Аксеновская Л.Н.

Зав. кафедрой

д. псих. н., профессор

Аксеновская Л.Н.

Саратов - 2016

Введение

В современном мире бизнес fashion -индустрия занимает особое место, ведь мода присутствует в жизни каждого из нас. Влияние моды можно ощущать в одежде, в архитектуре, кулинарии, предметах быта, увлечениях и т.д. Мода – это то, что в определённое время пользуется наибольшей популярностью и признанием большинства. Основная черта моды – это её новизна.

Экономическая деятельность и развитие российских деловых организаций, в том числе в организациях модной индустрии, проходит в условиях высокой турбулентности макроэкономической среды. Последними свидетельствами этого являются кризисные ситуации 2009 и 2014 годов. Вместе с тем, существуют организации, которые относятся к нестабильности как к профессиональному вызову и демонстрируют высокий темп устойчивого развития на основе разработки и внедрения технологий развития лидерских качеств у менеджеров разных уровней.

Управление организацией через изменение организационной культуры является экономически целесообразным и активно используемым подходом в менеджменте. Несмотря на интерес к проблеме и её важность, методов изменения организационной культуры не так много (Л.Н.Аксеновская, П.Вейлл, К.Камерон, М.Кубр, Р.Куин, Р.Рютгингер, Э.Шейн). Также актуальными являются исследования влияния личности лидера и используемых им моделей управленческого взаимодействия на изменение организационной культуры предприятий различной отраслевой принадлежности.

Актуальность исследования обусловлена 3-мя причинами: 1. Усиливающейся ролью фэшн-индустрии в формировании культурных стандартов молодежи и ее влиянии на социальное поведение. 2. Потребностью в изучении особенностей организационной культуры и лидерства в предприятиях фэшн-индустрии как привлекательной сферы профессиональной самореализации молодых предпринимателей и специалистов творческих профессий. 3. Потребностью в получении новых знаний для развития технологий лидерства и управления организационной культурой в деловых организациях.

Цель исследования: Выявить социально-психологические особенности лидерства и организационной культуры в сфере модной индустрии.

Объект исследования: Организационная культура и лидерство как социально-психологические феномены.

Предмет исследования: Социально-психологические особенности организационной культуры и лидерства в предприятии модной индустрии.

Гипотеза исследования: Социально-психологической особенностью лидерства в фэшн-индустрии является преобладающее использование «командирской» модели управленческого взаимодействия и формирование организационной культуры с доминирующим «армейским» субордером, что обусловлено влиянием отраслевой специфики деятельности фэшн-предприятия .

Частная гипотеза: Степень выраженности субордера и степень его сформированности находятся в прямой зависимости друг от друга: чем выраженнее субордер, тем более он сформирован.

Задачи исследования:

- 1) анализ теоретических и прикладных работ по социально-психологическим проблемам моды, организационной культуры и лидерства;
- 2) анализ теоретических и прикладных работ в области нейроэкономики и нейромаркетинга;
- 3) диагностика организационной культуры предприятия модной индустрии и структурного подразделения образовательной организации;
- 4) диагностика степени сформированности субордеров организационной культуры предприятия модной индустрии и структурного подразделения образовательной организации;
- 5) ордерная диагностика лидерских качеств руководителя предприятия модной индустрии и лидера структурного подразделения образовательной организации;

- б) сравнительный анализ организационной культуры и лидерства в предприятии модной индустрии и в образовательной организации на уровне лидеров.

Методы исследования:

- 1) включенное наблюдение; 2) беседа; 3) анализ конкретных случаев; 4) методика определения отраслевой специфики организационной культуры (Л.Н. Аксеновская); 5) методика ордерной диагностики организационной культуры (Л.Н. Аксеновская); 6) методика диагностики степени сформированности субордеров (Л.Н. Аксеновская); 7) сотериологическая методика ордерной диагностики лидерских качеств (Л.Н. Аксеновская).

Новизна исследования:

1. Впервые был использован комплекс из трех ордерных диагностических методик для диагностики организационной культуры.
2. Впервые была применена методика определения отраслевой организационной культуры на базе типологии Дила и Кеннеди.
3. Впервые показано, что на уровне лидера не существует принципиального различия между организационной культурой и лидерством в образовательной организации и в предприятии фэшн-индустрии.
4. Впервые показано, что степень выраженности субордера и степень его сформированности находятся в прямой зависимости друг от друга.

База исследования: Структурное подразделение образовательного учреждения (факультет государственного университета) и предприятие фэшн-индустрии (сеть магазинов модной одежды и аксессуаров).

Структура квалификационной работы: Квалификационная работа общим объемом в 123 страницы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 72 источника. Квалификационная работа содержит 31 таблицу, 2 диаграммы и 4 гистограммы.

В первой главе **«Социально-психологические характеристики моды и фэшн-индустрия»** осуществлен обзор научной литературы, рассмотрены социально-психологические особенности феномена моды, раскрыто понятие о нейроэкономике и нейромаркетинге, а также представлены психологические особенности конкурентной борьбы в сфере модной индустрии.

Выводы по главе I.

1) Современные исследования моды связывают ее с различными идентичностями - гендерными, возрастными, этническими и т.д. Мода интерпретируется сегодня как идеология, транслируемая через модные журналы, а также подвергается анализу как индустрия, в рамках которой осуществляется производство, продвижение и распространение модной продукции.

2) С самого своего возникновения мода играла роль социального маркера. Эта функция сохраняется до сих пор. Многие исследователи считают именно потребность выразить свою принадлежность к определенной социальной группе генератором, двигателем, главной характеристикой моды.

3) Моду невозможно представить вне определенных изменений культуры и связанных с ними социальных форм.

4) В области фэшн-индустрии активно используются достижения нейромаркетинга — нового направления на стыке дисциплин, которое опирается на новейшие достижения ученых в области нейрофизиологии.

Во второй главе **«Социально - психологические аспекты лидерства и организационной культуры в сфере модной индустрии»** представлены методологические основания социально-психологического исследования особенностей организационной культуры и лидерства в предприятии фэшн-индустрии, объяснены причины выбора качественной методологии и представлены принципы качественного исследования, рассмотрены функции и типологии организационной культуры, а также ордерная модель организационной культуры, раскрыто понятие лидерства как социально-психологического феномена, описаны концепции лидерства, методы

диагностики организационной культуры и концепция духовного лидерства в ордерном подходе.

Выводы по главе II.

1) Социально-психологические эффекты в ордерном подходе используются как критериальная база в оценке степени сформированности определенного субордера. Субордер сформирован успешно, если возникает ярко выраженный и устойчивый социально-психологический эффект в виде доверия, уверенности, веры. В случае, если социально-психологический эффект не возник, то работа по формированию субордера не считается успешной.

2) Лидерство - это способность оказывать влияние на отдельные личности и группы, организуя и направляя их усилия на достижение определенных целей. В подходах к анализу лидерства выделяют: 1) подход с позиции личных качеств; 2) поведенческий подход к лидерству. На этой же основе разработана классификация стилей лидерства: авторитарный, демократический, либерально-попустительский, ситуационный подход.

3) Согласно ордерному подходу ключом к организационно-культурному порядку является личность лидера организации. Базовые модели управленческого взаимодействия задаются базовым функциональным типом личности лидера («родитель», «командир» и «пастырь»). Организационная культура, как целостный социально-психологический порядок (ордер), в своём развитом виде содержит все три вышеназванные характеристики или аспекта (субордера) – «семейный», «армейский», «церковный».

4) В ордерном подходе духовное лидерство определяется как способ прохождения жизненного пути на условиях самосовершенствования и творческого взаимодействия с другими людьми. Главной функцией успешного лидерства называется сотериологическая функция, обеспечивающая выживание и процветание организации.

5) Диагностика организационной культуры и лидерства в ордерном подходе осуществляется при помощи комплекса из 3-х методик, измеряющих

степень выраженности субордеров, степень их сформированности и уровень развития лидера организации (сотериологическая методика).

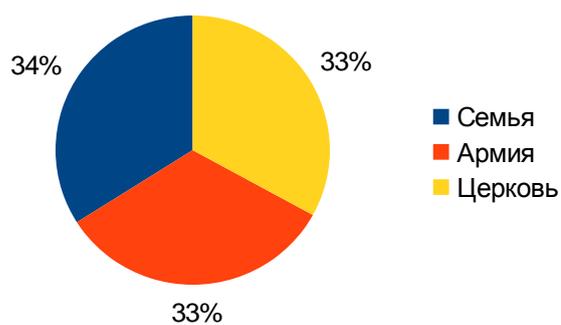
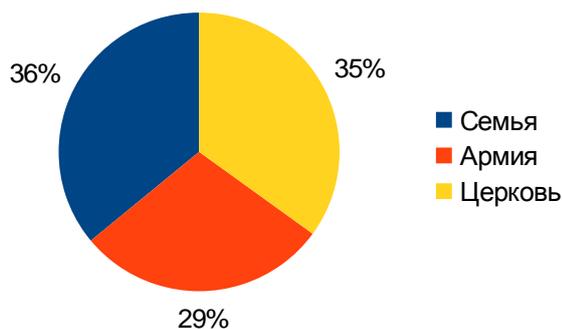
В третьей главе **«Эмпирическое исследование особенностей организационной культуры и лидерства в фэшн-индустрии»** дана характеристика объектов эмпирического исследования, описаны его основные этапы, проанализированы результаты диагностики отраслевой специфики организационной культуры (по Т. Дилу и А. Кеннеди), описаны и проанализированы результаты ордерной диагностики организационной культуры, представлен анализ результатов ордерной диагностики степени сформированности субордеров организационной культуры, описаны и проанализированы результаты сотериологической диагностики уровня развития лидера организации, описаны результаты применения методологических принципов качественного исследования.

Результаты диагностики отраслевой специфики организационной культуры (по Дилу и Кеннеди) продемонстрировали совместимость обоих лидеров с инвестиционным типом организационной культуры, вместо ожидаемых различий (спекулятивный – для лидера Б, административный- для лидера А).

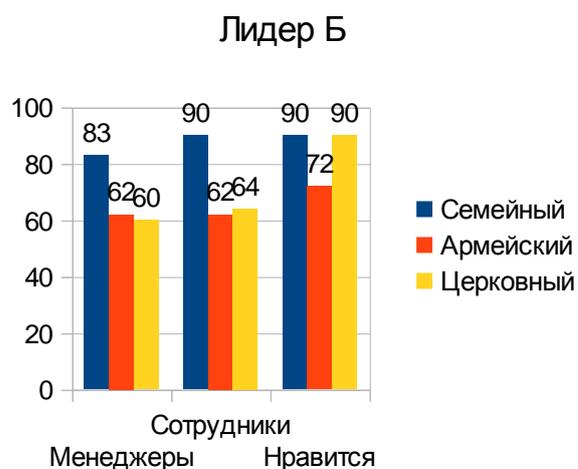
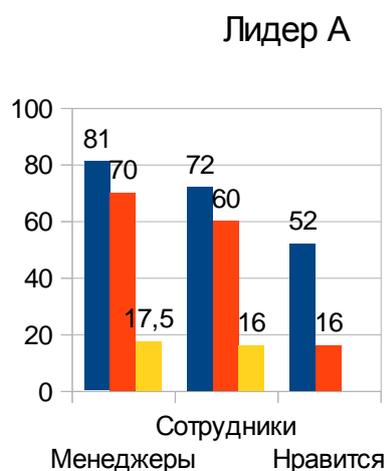
Результаты ордерной диагностики организационной культуры (методика №1) продемонстрировали незначительные различия между степенью выраженности субордеров организационной культуры в обеих организациях. На уровне «семейного» субордера показатели выше в организации лидера Б. Степень выраженности «церковного» субордера выше тоже в организации лидера Б. Исключение представляет только «армейский» субордер, который более выражен в организации лидера А.

Организация Б

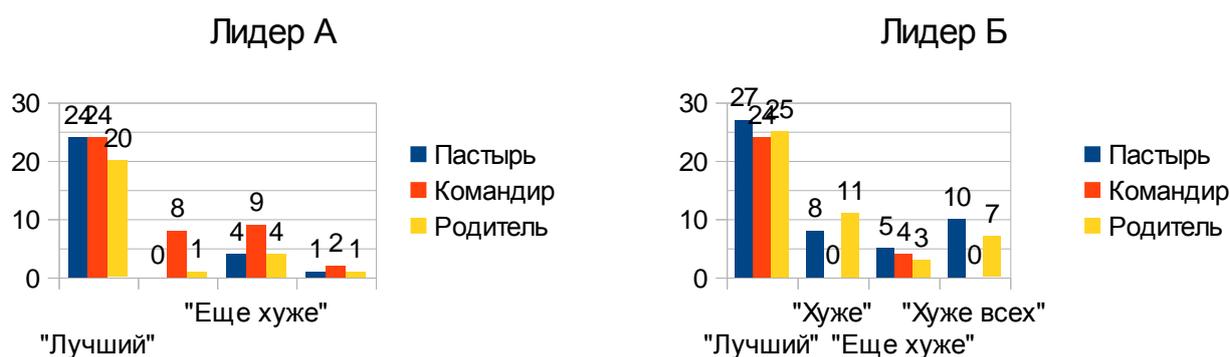
Организация А



Результаты ордерной диагностики степени сформированности субордеров (методика №2) показывают, что степень сформированности субордеров в среднем выше в организации лидера Б. Видно превышение показателей на уровне «семейного» и «церковного» субордеров. Исключение составляет только «армейский» субордер. Он лучше сформирован в организации лидера А.



Результаты сотериологической диагностики уровня развития лидера (методика №3) продемонстрировали, что у лидеров есть равенство на уровне «армейского» субордера. Есть превосходство у лидера Б в «пастырских» и «родительских» характеристиках. Сходство между обоими лидерами заключается в достаточно высоком уровне развития ордерных лидерских характеристик (оба лидера имеют высокий показатель в области «Лучший»). Вместе с тем, обнаружены существенные различия в зонах риска психотерапевтического здоровья.



Выводы по результатам эмпирического исследования:

1. Отраслевых особенностей в организационной культуре фэшн-компании на уровне лидера не обнаружено, так как она похожа на организационную культуру образовательного учреждения. Отраслевая специфика культур обеих организаций на уровне лидеров является инвестиционной.
2. Выявлена высокая степень сходства между обеими организационными культурами на уровне ордерных моделей: степень выраженности и сформированности субордеров организационной культуры сопоставимы.
3. Исключение составляет «армейский» субордер в образовательной организации. Это связано с личностью лидера и, с другой стороны, с отраслевой спецификой организационной культуры.
4. Степень сформированности субордеров в среднем выше в организации лидера Б. Происходит превышение показателей на уровне «семейного» и «церковного» субордеров. Исключение составляет только «армейский» субордер. Он лучше сформирован в организации лидера А.
5. Степень выраженности субордеров примерно одинаковая в обеих организациях. Есть небольшие различия, например, на уровне «семейного» субордера показатели выше в организации лидера Б. Степень выраженности «церковного» субордера выше тоже в организации лидера Б. Исключение представляет только «армейский» субордер,

который более выражен в организации лидера А.

6. Позитивным моментом для обоих лидеров является то, что характеристики состояния организационной культуры как организации А, так и организации Б демонстрируют обеспечение эмоционально-целостного единства, целевого единства и смыслового единства. «Армейский» субордер менее выражен у лидера Б. Эти данные подтверждаются в результатах анализа методики №2 («Степень сформированности субордеров»). У лидера А «армейский» субордер более ярко выражен и лучше сформирован.
7. Не полностью подтвердились данные других исследований о том, что чем хуже результат лидера, тем слабее культура организации, так как на уровне «семейного» и «церковного» субордеров менеджеров и сотрудников лидера Б характеристики культуры были представлены более сильными, чем на уровне самого лидера.
8. Следовало ожидать, что «командирские» характеристики (по методике №3 «Сотериологическая методика диагностики уровня развития лидера») выше у лидера А, но этого нельзя сказать. Сравнение показывает, что у лидеров есть равенство на уровне «армейского» субордера. Есть превосходство у лидера Б в «пастырских» и «родительских» характеристиках. «Командирские» характеристики по-разному выражены, сформированы у лидеров. Развитие «командирских» качеств у лидера А сдерживается высокими показателями в зонах риска. Возможно, это внутренний конфликт, так как инвестиционная программа говорит, что нельзя торопиться, надо уметь ждать, терпеть.
9. Невзирая на то, что числовые значения по методике №3 в зоне здоровья «пастырский» - 24, «командирский» - 24, «церковный» - 20 — у лидера А и «пастырский» - 27, «командирский» - 24, «церковный» - 25 у лидера Б, в иерархии порядок этих субордеров разный. Это говорит о том, что личность лидера влияет на тип организационной культуры, а также организационная культура не всегда зависит от вида деятельности.

10. Впервые установлено, что чем более выражен субордер, тем выше степень его сформированности.

11. Сходство между обоими лидерами заключается в достаточно высоком уровне развития ордерных лидерских характеристик (оба лидера имеют высокий показатель в области «Лучший»). Вместе с тем, обнаружены существенные различия в зонах риска психотерапевтического здоровья : а) (лидер А - «Еще хуже», лидер Б - «Хуже всех»). Это означает, что лидер А демонстрирует произвольную жесткость, а лидер Б демонстрирует спонтанность, непоследовательность; б) лидер А имеет несоответствие между предпочитаемой моделью управленческого взаимодействия («командирской») и реальной моделью, приводящей к формированию «семейного» субордера. В то же время у лидера Б имеется полное соответствие между предпочитаемой моделью взаимодействия и реальной со сформированным доминирующим субордером.

12. Наличие зоны риска в области психотерапевтического здоровья лидера свидетельствует о высокой вероятности совершения ошибок в управленческой деятельности лидеров, что в конечном итоге может привести к неэффективному выполнению сотериологических функций и возможной гибели организации в перспективе в случае сохранения высоких показателей в зоне риска. В случае нашего исследования эти показатели не высоки.

Таким образом, основная гипотеза нашего исследования не подтвердилась, «армейский» субордер не является доминирующим в предприятии фэшн-индустрии. Более того, он находится на третьем (последнем) месте, в то время как в образовательной организации «армейский» субордер, также не будучи доминирующим, находится на втором месте. Результаты нашего включенного наблюдения и бесед позволяют объяснить причину этого следующим образом. Несмотря на то, что в соответствии с отраслевой спецификой организационная культура фэшн-предприятия является спекулятивной (по Дилу и Кеннеди, то есть агрессивной и «армейской»), тем не менее, личность лидера в

соответствии с этой же типологией, относится к инвестиционному типу. Личностные особенности лидера являются решающим фактором для формирования организационной культуры. Модификация «родительской» модели управленческого взаимодействия (взрослый — взрослый) характерна для лидера фэшн-предприятия, что также влияет на преимущественное формирование «семейного» субордера. Из этого следует, что на уровне личности лидера отраслевая специфика может не оказать влияния на формирование характеристик организационной культуры. Однако из этого не следует, что на уровне исполнительского персонала организации отраслевая специфика также слабо выражена. Это требует дополнительных исследований.

Дополнительная гипотеза исследования нашла свое подтверждение.

В **Заключении** отмечено, что сегодня многие молодые люди выбирают предприятия фэшн-индустрии как сферу деятельности, способствующую их самореализации. В нашем исследовании изучались особенности организационной культуры и лидерства подобного предприятия путем сравнительного анализа особенностей организационной культуры и лидерства этого предприятия с организационной культурой и лидерством в образовательной организации в рамках ордерного подхода. Были применены методологические принципы и методы качественного исследования.

Наше исследование на уровне лидера показало, что принципиальных расхождений между организационной культурой и лидерством в образовательной организации и в предприятии фэшн-индустрии нет. Однако обнаружилось, что отраслевая специфика деятельности организации имеет меньшее влияние на формирование организационной культуры по сравнению с личностными особенностями лидера.

Перспектива дальнейших исследований связана: а) с изучением двух других уровней организационно-культурной системы (диагностика членов управленческой команды и исполнительского персонала обеих организаций) с целью выявления влияния отраслевой специфики деятельности организаций на их культуру; б) с изучением нейробиологических особенностей восприятия

лидеров фэшн-индустрии с целью выявления причин выбора фэшн как сферы реализации творческого и профессионального потенциала.