

Стремительная демонополизация рынка по управлению многоквартирными домами привела к потере единого информационного пространства, которое позволяло осуществлять контроль и надзор за системой жизнеобеспечения со стороны государства, муниципальных образований. В настоящий момент органы местного самоуправления также не имеют никаких полномочий в отношении деятельности управляющих компаний и никаких рычагов влияния на недобросовестных участников рынка.

Незамедлительного решения требует проблема взаимоотношений с предприятиями – поставщиками энергоресурсов. Ресурсоснабжающим организациям во избежание злоупотреблений со стороны управляющих организаций должно быть передано право оказывать коммунальные услуги населению в виде поставки соответствующих коммунальных ресурсов, получая за это средства непосредственно от жителей в соответствии с заключенными договорами.

В целях оптимизации и снижения размера тарифов нужно предоставить объединениям управляющих организаций возможность участвовать в обсуждении процесса тарифообразования. Это позволит минимизировать число банкротств управляющих организаций, стимулировать их к проведению энергосберегающих мероприятий в домах и, следовательно, снизить тарифы на коммунальные услуги для граждан.

В целях правового образования и информирования населения, продвижения реформы ЖКХ на государственных теле- и радиоканалах, а также в региональных СМИ необходимо ввести специальные рубрики, передачи по разъяснению реформы ЖКХ, а также закрепить на законодательном уровне обязанность УК информировать собственников об изменениях в законодательстве РФ, выполнение которых требует принятия общим собранием собственников соответствующих решений.

На современном этапе развития общества, необходимо добиться того, чтобы жилищно-коммунальная отрасль перестала быть «темным царством» российской экономики. Сделать так, чтобы эта сфера стала понятной и привлекательной для добросовестного бизнеса, а каждый собственник жилья был уверен в качестве и объеме получаемых услуг.

Преодолеть коррупцию можно, если жители будут знать свои права и обязанности, выстраивать свои взаимоотношения с структурами отвечающими за содержания жилья и предоставления коммунальных услуг на принципах платить только за предоставленные услуги.

объединятся в общественные организации для защиты своих прав и не боятся затрат на содержания этих организация понимая, что в этом случаи они сэкономят гораздо больше средств, чем при бесконтрольном разграблении дельцами от управляющих структур.

*В. А. Штроо, Е. А. Кольцова*

### ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА И СУБЪЕКТИВНАЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ЖИЗНЬЮ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ БАЛАНСА МЕЖДУ РАБОТОЙ И ЛИЧНОЙ ЖИЗНЬЮ

Концепция баланса между работой и личной жизнью (Work Life Balance) задала в последнее время целое направление исследований в экономической психологии и социологии. Еще в конце прошлого столетия большинство руководителей деловых организации рассматривали работу и личную жизнь своих сотрудников как взаимоисключающие конкурентные приоритеты, где выигрыш в одном означал потери в другом. При этом под «личной жизнью», как правило, понимались время, проведенное в семье или в партнерстве, активный отдых, духовное развитие, забота о здоровье, домашний труд. Доминирующие сегодня социальные представления об успешной личности вынуждают человека стремиться преуспеть во всех основных жизненных сферах. А поскольку период, благоприятный для профессионального развития и карьерного роста, совпадает с репродуктивным возрастом, от человека зачастую требуется больше усилий, предполагают физическую и эмоциональную вовлеченность в данных областях одновременно.

Сегодня в соответствующей литературе нет однозначного, или, по крайней мере, общепринятого представления о том, что включает в себя концепт баланса между работой и личной жизнью. Так, некоторые авторы рассматривают баланс только как поиск индивидом возможностей выполнять свои обязательства перед работодателем и успевать выполнять домашние обязательства, связанные с воспитанием детей, помощью близким людям и т. д. В других публикациях

баланс между работой и личной жизнью трактуется в духе позитивной психологии как возможность найти оптимальное решение, при котором человек будет удовлетворен текущей жизнью, имея все возможности реализовать свои значимые ценности. «Баланс» отражает здесь особого рода напряженность между тем, что человек должен делать (работать), и что он хочет делать (осуществлять личные интересы и потребности) [4]. Важно не только то, насколько работа дает возможность выполнять бытовые заботы, но и насколько работа в целом соответствует человеку, какие свои цели и ценности он может воплотить в жизнь при помощи профессиональной деятельности.

Наряду с социально-экономическими условиями и организационно-управленческими предпосылками для баланса между работой и личной жизнью, особый интерес для исследователей представляют индивидуально-психологические факторы. С одной стороны, достижению баланса может способствовать создание особых условий труда, например, гибкий график работы, премиальная мотивационная схема оплаты труда, бонусы в виде расширенного социального пакета или дополнительные дни отпуска. С другой стороны, состояние баланса определяется мотивационной направленностью личности, представлениями человека о своей профессиональной деятельности, субъективная удовлетворенность рабочими процессами и жизнью в целом.

В профессиональной деятельности сотрудник, как правило, стремится реализовать свои определенные ценностные ориентации, социальные установки, личные интересы, которые формируются в начальные годы развития карьеры. Э. Г. Шейн разработал эффективный подход, позволяющий определить, что является мотивацией для людей в их профессиональной карьере [5]. Чем лучше сотрудник понимает свои ценностные ориентации в профессиональной сфере, тем большего удовлетворения он может получить от работы в целом. Конструирование опросника «Career Orientation Inventory» Э. Г. Шейна явилось результатом масштабных лонгитюдных исследований менеджеров, основанных на теоретических положениях Д. Сьюпера и Дж. Голланда. Так, профессиональный выбор и последующее профессиональное продвижение индивида определяется содержанием его Я-концепции, в которой находят свое отражение личностные свойства. Удовлетворенность человека профессиональной деятельностью определяется степенью реализации его собственных интересов, спо-

собностей и личностных свойств. В структуре карьерной ориентации Э. Г. Шейн выделяет представление о своих способностях и талантах; представление о своих потребностях и мотивах; представление о своих отношениях и ценностях. Оригинальный вариант опросника содержит восемь шкал, одна из которых обозначена как «Стиль жизни»<sup>1</sup> (ориентация на сбалансированность индивидуальных потребностей, интересов семьи и профессионального продвижения). По данным А. А. Жданович, эта карьерная ориентация отражает дилемму «работа–отдых», рассматриваемую в рамках экономической психологии. Невозможность удовлетворить потребность в оптимальном сочетании карьеры и личной жизни ведет к росту эмоционального напряжения. Субъекты с преобладанием данной карьерной ориентации отличаются мотивацией избегания неудач. Они характеризуются восприятием себя как активного и динамичного человека, общительностью, готовностью к сотрудничеству и совместной работе, общей экстернальностью [2].

Наше исследование было направлено на изучение связи между карьерными ориентациями индивида и уровнем его субъективной удовлетворенности жизнью, что позволило бы расширить имеющиеся представления об индивидуально-психологических факторах состояния баланса между работой и личной жизнью. Общая выборочная совокупность (90 чел., 40 % женщин и 60 % мужчин) была составлена из трех подвыборок: студенты старших курсов московских вузов без опыта работы в возрасте от 20 до 22 лет (30 чел.); молодые специалисты, имеющие опыт работы от одного года до пяти в возрасте от 23 до 27 лет (30 чел.) и сотрудники деловых организаций со стажем работы более восьми лет, занимающие руководящую должность и имеющие в подчинение двух и более сотрудников (30 чел. в возрасте от 28 до 40 лет).

Уровень субъективной удовлетворенности жизнью оценивался с помощью опросника «Шкала удовлетворенности жизнью» Э. Динера (The Satisfaction with Life Scale, SWLS) [3]. Удовлетворенность жизнью рассматривается здесь как субъективная оценка качества тех или иных объектов, условий жизни и деятельности, жизни в целом, отношений с людьми и с самим собой. Высокая степень удовлетво-

<sup>1</sup> В рерадaptированном варианте опросника – девять шкал, обсуждаемая шкала имеет название «Интеграция стилей жизни» [2].

ренность жизнью есть, по всей видимости, то, что переживается человеком как счастье; близкий конструкт – «психологическое благополучие».

В частности, нами было обнаружено, что студенты в большей мере ориентированы на предпринимательскую креативность (работать на себя, создавая что-то новое), чем руководители. Это может быть связано с высоко развитой у них мотивацией достижения успеха, широтой интересов, готовностью к принятию новых идей, эмоций и нетрадиционных ценностей. В то время как руководители, имеющие продолжительный опыт работы в коммерческих организациях, видят и понимают сложности выстраивания бизнеса самостоятельно «с нуля». Как правило, сотрудники, аффилированные с организацией, несут меньшую индивидуальную ответственность, имеют нормированный график работы и больше возможностей для профессионального и личностного развития.

Кроме того, студенты, по сравнению с представителями других подвыборок, в наибольшей степени ориентированы на вертикальную карьеру (стремление к продвижению по «карьерной лестнице» вверх, до уровня управления). Возможно, такая ориентация является следствием социальных представлений об успешном человеке, который непременно должен занимать руководящую должность, высокий социальный статус, в то время как «горизонтальное» профессиональное развитие и самосовершенствование не всегда оценивается обществом как успешная карьера. Студенты, не имеющие опыта постоянной трудовой занятости, зачастую обладают идеализированными представлениями о своей будущей работе, скорректировать карьерные ориентации становится возможным лишь в процессе работы, когда молодой специалист начинает разбираться в том, что ему действительно важно, а что является следствием некритически усвоенных социальных стереотипов или семейных ценностей.

Корреляционный анализ в целом по выборке обнаружил, что рассматриваемые переменные взаимосвязаны с разной степенью (табл.). Прежде всего, обращает на себя внимание тот факт, что большая часть карьерных ориентаций слабо связана с общей удовлетворенностью жизнью. Лишь два типа карьерных ориентаций продемонстрировали эту связь на 95 %-ом уровне значимости: «Вызов» (стремление к решению сложных профессиональных задач) и «Предпринимательская креативность» (стремление работать на себя, создавая

Таблица

Связь между карьерными ориентациями и субъективной удовлетворенностью жизнью

Карьерная ориентация	Значение коэффициента корреляции $r$ Пирсона
Профессиональная компетентность	0,178
Организаторская компетентность	0,129
Автономия / независимость	-0,003
Стабильность места работы	-0,152
Стабильность места жительства	0,143
Служение	0,103
Вызов	0,208*
Интеграция стилей жизни	0,117
Предпринимательская креативность	0,276*

\* Корреляция значима на уровне 0.05.

что-то новое). Вопреки нашим ожиданиям карьерная ориентация «Интеграция стилей жизни», которая косвенным образом могла бы свидетельствовать о степени приближения индивида к состоянию баланса между личной жизнью и работой, оказалась крайне слабо связанной с уровнем субъективной удовлетворенностью жизнью в целом.

Выводы. Полученные в нашем исследовании данные скорее ставят новые вопросы, чем дают ответы. Появляется основание для выдвижения новой гипотезы (по крайней мере, для российской выборки), что субъективная удовлетворенность жизнью в большей мере переживается человеком не в состоянии некоторого внутреннего или внешнего баланса как успокоенности, умиротворения, а скорее – наоборот, в состоянии напряжения, вызова, стремления к изменениям. Проверка этой гипотезы требует новых исследований.

#### Библиографический список

1. Бартоломе Ф., Зеанс П. Л. Цена успеха // Harvard Business Review (On Work and Life Balance). М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 35–52.
2. Жданович А. А. Реадаптация опросника «Карьерные ориентации» Э. Г. Шейна и его стандартизация на студенческой выборке // Психологический журнал [Республика Беларусь]. – 2007. – № 4. – С. 4–19.
3. Diener E., Emmons R. A., Larsen R. J., Griffin Sh. The Satisfaction with Life Scale // Journal of Personality Assessment. 1985. V. 49. № 1. pp. 71–75.

4. Roberts E. Time and Work-Life Balance: The Roles of «Temporal Customization» and «Life Temporality» // *Gender, Work and Organization*. September 2008. № 5. pp. 430–453.
5. Schein E. H. *Career Anchors: Discovering Your Real Values*. San Francisco: Jossey-Bass / Pfeiffer, 1990. 67 p.

*Я. А. Щеголева*

### КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ<sup>1</sup>

Изучив и проанализировав понятие «корпоративная культура», ее элементы, механизмы формирования, методы изучения, инструменты PR, которые сопровождают развитие культуры и основные факторы, влияющие на ее развитие, а также особенности PR в торговой коммерческой сфере можно приступить к созданию универсальной концептуальной модели PR-сопровождения развития корпоративной культуры.

Модель PR-сопровождения развития корпоративной культуры аналогично традиционной последовательности этапов PR кампании будет включать четыре уровня: – аналитический, планирования, реализации и оценки эффективности.

#### *1. Аналитический уровень*

На этом уровне формулируется основная цель PR-сопровождения и выделяются основные факторы, влияющие на процесс формирования корпоративной культуры.

Цель – изучение реальной и желаемой корпоративной культуры организации. В качестве факторов на аналитическом этапе мы выделяем:

- ♦ тип организации;
- ♦ этнокультурную среду организации;
- ♦ модель коммуникационного менеджмента, принятую в данной организации.

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках дипломного проектирования, научный руководитель, проф. Г. Л. Барднер.

Поскольку известно, что корпоративная культура формируется «сверху» (искусственно) и «снизу» (стихийно), будем иметь в виду, что каждому типу организации соответствует преимущественно искусственный, преимущественно стихийный и сбалансированный характер корпоративной культуры. Стихийный преобладает в частных, сетевых, коммерческих организациях. Искусственно созданный – в государственных или муниципальных, несетевых и некоммерческих организациях.

В контексте влияния этнокультурной среды мы на аналитическом этапе учитываем две принципиально различных модели менеджмента, которые могут быть приняты в организации – американская (структурно-функциональная) или японская (коллективистическая). Исходя из различия этих моделей, можно предположить, что американской модели будет соответствовать преимущественно искусственно-создаваемая корпоративная культура, а японской модели – стихийно формирующаяся.

Общая модель менеджмента непосредственно влияет и на стиль коммуникационного менеджмента в организации, поэтому коммуникационный менеджмент также рассматривается как важный фактор, влияющий на корпоративную культуру – если коммуникация в основном исходит от руководства, то культуру можно считать в большей степени созданной искусственно, а если же она идет от подчиненных, то стихийной.

♦ Задачи изучения корпоративной культуры:

- сформулировать и прописать ведущие ценности, приоритеты, установки, призванные поддержать перспективную корпоративную культуру;
- прояснить, какие культурные ценности будут способствовать или препятствовать реализации поставленной цели организации;
- оценить имеющийся разрыв между тем, что выработано руководством и тем, что существует на самом деле.

♦ Методы исследования:

- интервью;
- фокус-группы;
- анкетирование;