

УДК 124.51

## **СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОЕ ХАРАКТЕРИСТИКА СУБЪЕКТОВ ЦЕННОСТЕЙ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

**А.Б. Бакурадзе**

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского» (Первый казачий университет)

Представлен социально-философский анализ проблемы субъектности ценностей управления. Автором обосновывается выделение совокупности субъектов ценностей управления социальной организацией, включающей в себя ценности организаций, рабочих групп, руководителей организаций и обладающих высоким творческим потенциалом и активностью высококвалифицированных работников. В этой связи несомненный интерес представляет характеристика индивидуальных и коллективных ценностей управленческой деятельности.

***Ключевые слова:** социальная организация, управление, ценности, субъекты ценностей, индивидуальные и коллективные ценности.*

В разное время Протагор, Д. Юм, И. Кант, Р. Перри, Дж. Дьюи, Ж.-П. Сартр, Р. Штайнер и ряд других исследователей указывали на субъективную сущность ценностей. Это выдвигает в ряд важнейших проблем аксиологии проблему выявления субъектов ценностей, которая связана с определением носителей ориентиров жизнедеятельности личностей, социальных организаций и общества в целом. Решение данной проблемы становится все более актуальным в настоящее время, поскольку оно характеризуется возрастанием субъективного фактора во всех сферах общественной жизни. Ценностные основы деятельности становятся не только частью бытия субъекта, но и условием совершенствования всего общества [18, с. 74].

Однако многогранность бытия и его толкования обуславливает проблему ценностного выбора, который в наибольшей степени отвечает поискам смыслов жизни и деятельности субъектов. Это определяет ведущую роль в деятельности субъекта ценностей, которые являются значимыми для него, которыми он будет руководствоваться. Последнее ставит вопрос о необходимости изучения проблемы субъектов ценностей управленческой деятельности. Анализ исследований в области аксиологии позволяет выявить несколько точек зрения на решение проблемы субъекта ценностей, а исследований в области управления – определить специфику управленческой деятельности, имеющую аксиологические основания. Всё это приводит нас к мысли о выделении особых субъектов ценностей управленческой деятельности [2, с. 113].

Наиболее распространённой точкой зрения на проблему субъектности ценностей является утверждение о том, что носителем ценностей является некий рациональный субъект. Таким субъектом является человек, который осознает свои цели и умеет их формулировать. Как утверждает М. Вебер, «целерационально действует тот, кто ориентирует свое действие в соответствии с целью, средством и побочными последствиями и при этом рационально взвешивает как средства по отношению к цели, так и цели по отношению к побочным следствиям...» [4, с. 73]. С точки зрения М. Вебера, только такие люди по-настоящему свободны, ибо они осознают собственные цели, большинство которых самостоятельно ставят перед собой. Такие люди сознательно и ответственно избирают адекватные целям способы и средства их достижения. М. Вебер отмечает, что в обществе эти люди не представляют собой некой социальной общности. Они являются исключительными, поскольку обладают целерациональностью в силу присущих им способностей [там же, с. 127]. В подавляющем большинстве случаев такие люди возглавляют социальные организации, а значит, становятся субъектами ценностей, которые определяют специфику функционирования и развития руководимых ими социальных организаций, руководства возглавляемых ими коллективов.

Указанное выше позволяет сделать два важных для управления вывода. Первый из них заключается в том, что руководитель – это творец ценностей социальной организации. Являясь таковым, он призван занимать активную позицию по отношению к происходящим в ней процессам, взаимодействовать с широким кругом работников. Однако второй вывод по сути своей в определенной мере ограничивает такую активность внутри организации. Он заключается в том, что руководитель всегда одинок в возглавляемой им социальной организации, поскольку исключительная рациональность и статус руководителя не позволяют ему на равных контактировать с работниками.

В том же ключе находится и идея признания в качестве субъекта ценностей управленческой деятельности харизматических личностей, обладающих возможностями воздействия на окружающих в силу своей эмоциональной привлекательности. К харизматичным личностям относят не только гениев, но и людей, обладающих отдельными исключительными способностями. К последним относятся часть формальных руководителей социальных организаций, а также их неформальные лидеры. Именно они пытаются утвердить в социальных организациях собственные мировоззренческие установки.

Данная точка зрения близка многим представителям субъективизма и персонализма. Ценности социального управления рассматриваются преимущественно как выражение души субъекта, уникальной и единичной по своей сути [7; 10; 17]; как результат развития сознания личности и её рациональной деятельности [8; 15; 19]; как продукт био-

логического и эмоционально-волевого развития человека, которое определяет индивидуальное и общественное бытие [14; 20; 22]. Квинтэссенцией этого подхода к определению субъектов ценностей управленческой деятельности является вывод Г. Корнелиуса о превосходстве ценностей личности над всеми остальными ценностями [11, с. 45–51]. Эта точка зрения достаточно широко представлена в русской философии (Н.А. Бердяев, И.А. Ильин и др.) в идее о том, что субъектом ценностей может быть мыслящая продуктивно творческая личность. Творческие люди могут работать в различных качествах в самых разных организациях и рабочих группах, являясь выразителями определенных ценностей.

Сказанному выше близка идея об интеллигенции как носителе социальных ценностей, выступающей в качестве выразителя духовного самосознания общества, которая формирует его ценностные ориентиры (А.С. Ахиезер, И.М. Клямкин, Д.С. Лихачев, И.Г. Яковенко и др.) [1], а значит, и составляющие общество социальные организации.

Таким образом, обладающие высокой квалификацией и творческим потенциалом работники могут оказывать влияние на ценности социальных организаций и рабочих групп, в которые они входят. Данные работники могут генерировать новые знания, обнаруживать новые смыслы деятельности, формировать новые конструкты, а наиболее талантливые – создавать продукты и услуги, отличающиеся уникальностью и невоспроизводимостью. Они обеспечивают баланс власти между руководителями и работниками в социальной организации, что предопределяет их взаимозависимость.

Вместе с тем в каждой социальной организации есть работники, не обладающие выдающимися характеристиками (квалификацией, мотивацией к труду, творчеством и пр.). Такие работники способны выполнять только отдельные производственные функции. Они, как правило, не оказывают влияния на управленческую деятельность в социальной организации, а их ценности не включаются в систему ценностей управления.

Материалисты (К. Маркс, Ф. Энгельс, Г.В. Плеханов, В.И. Ленин и др.), анализируя природу ценностей, пришли к противоположному выводу [12; 13]. Ведущей силой развития общества они признавали народ, непосредственно создающий материальные блага и в значительной степени формирующий духовные ценности. Вместе с тем материалисты признавали, что народные массы не являются самостоятельными субъектами формирования ценностей, а зависят от действия объективных законов развития общества. Это позволяет сделать вывод о том, что субъектом ценностей являются производственные отношения, выражающиеся в деятельности социальных организаций и рабочих групп. Это обстоятельство ориентирует исследователей на изучение социальных организаций и рабочих групп как субъектов ценностей управленче-

ской деятельности, поскольку производственные отношения функционируют и развиваются в тех или иных организованных формах.

Следует отметить мыслителей (С.Н. Булгаков, Е.Н. Трубецкой, А.С. Хомяков), которые в качестве субъекта ценностей определяли некий «соборный разум», т. е. всё человечество. В связи с этим С.Н. Булгаков отмечал, что «личности суть только очи, уши, руки, органы единого субъекта знания» [3, с. 96]. Сказанное определяет влияние общества на социальные организации, прежде всего на их ценности, а также на субъектов, входящих в эти организации (рабочие группы, руководители, работники).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что субъектами ценностей управленческой деятельности являются социальные организации, их руководители, составляющие эти организации рабочие группы и обладающие творческим потенциалом, высокомотивированные на труд высококвалифицированные работники. Данный вывод позволяет объединить субъекты ценностей управления в две большие группы: индивидуальные и организационные. К первым следует отнести руководителей и ведущих работников, а ко вторым – социальные организации и рабочие группы. При этом указанные субъекты ценностей, безусловно, испытывают на себе определенное влияние всеобщих ценностей, которые отражаются в их субъективном мире.

Субъектность руководителя как субъекта ценностей управленческой деятельности проявляется в процессе выполнения им всех функций управления: целеполагания, планирования, организации работы, руководства коллективом, контроля. Особенно она важна для руководителя, который не просто стремится быть производственным менеджером, а ориентирован на лидерство в руководимой им социальной организации. Под термином «лидерство» применительно к управленческой деятельности понимается совокупность возможностей руководителя оказывать влияние на отдельных работников и рабочие группы, направляя их усилия на достижение миссии и целей социальной организации. Способность руководителя эффективно лидировать является сегодня одним из ведущих факторов достижения успеха социальной организации, заключающегося в обеспечении эффективности и результативности работы. Вместе с тем необходимо иметь в виду, что часто работники считают лидером коллектива не своего формального руководителя, а другого человека – неформального лидера.

Первые исследования лидерства утверждали, что человека как лидера определяют и сохраняют за ним этот статус при любых условиях исключительно его личностные качества. Это мнение согласовывалось с традиционными представлениями философов (Платон, Аристотель, Г.В.Ф. Гегель) о роли выдающихся личностей в истории. Теоретики XIX столетия выдвинули концепцию лидера как человека, обладающего

уникальными качествами, поражающими воображение масс, и объясняли феномен лидерства на основе наследственных факторов.

Однако анализ, проведенный Р. Стогдиллом, показал, что человек становится лидером не только благодаря тому, что обладает набором определенных личных свойств, поскольку остаются неучтенными условия среды, окружающей лидера и взаимоотношения «лидер – последователи» [23]. Сущностной характеристикой лидерства является наличие последователей, которые добровольно следуют за лидером, предоставляющим им средства для достижения их собственных желаний, требований и потребностей. Это означает, что в основе лидерства лежит доверие людей к лидеру, которое делает его ценным для последователей.

Доверие составляет основу социального капитала организации, обеспечивает консенсус между субъектами ценностей управленческой деятельности, служит условием возникновения и развития разнообразных социальных контактов. Как отмечает Ф. Фукуяма, «доверие – возникающее у членов сообщества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более или менее предсказуемо, честно и с вниманием к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общими нормами» [16, с. 52]. Источниками доверия выступают социальные добродетели: ответственность, чувство долга перед организацией, ее работниками и руководителями, социальной группой и обществом в целом, честность, бескорыстие, способность к сотрудничеству и др., а также добродетели предпринимательства. К последним относятся способность к упорному труду, рационализм, новаторство, умеренная готовность идти на риск, бережливость.

Социально-философский анализ проблемы доверия показывает, что его нужно рассматривать как процесс группового восприятия справедливости, честности, ответственности, правильности происходящего в социальной организации и других социальных добродетелей, являющихся базовыми характеристиками доверия. Однако каждый субъект ценностей управленческой деятельности имеет своё представление о характеристиках доверия и наполняет её смыслами, ориентируясь на специфическое восприятие действительности.

Из сказанного выше следует, что основной способностью лидера становится способность к пониманию того, что мотивирует последователей и как эти мотивирующие факторы действуют. Однако для развития этой способности недостаточно пройти обучение или приобрести богатый опыт управленческой практики. Она формируется прежде всего под влиянием определенных ценностей, обладая которыми, можно развить необходимые для успешного лидера навыки.

Для того чтобы определить ценности, существенно влияющие на деятельность лидеров, которые выступают прежде всего как ценности их личности, целесообразно проанализировать различные концепции стилей лидерства с точки зрения их ценностных оснований. Так,

А. Танненбаум и В. Шмидт адаптировали концепцию стилей лидерства к различным условиям, складывающимся в организации. Эта концепция получила название «континуум лидерства» [24]. В её основе лежит соотношение между ценностью власти руководителя и ценностью свободы работников.

Власть рассматривается в теории управления как многомерное явление, включающее несколько основных форм – разновидностей, которые могут использоваться руководителем и по отдельности, но чаще – в сочетании друг с другом. К таким формам, отличающимся друг от друга по источнику власти, относятся: власть принуждения (источник – различные страхи), власть вознаграждения (источник – положительное подкрепление результатов работы), экспертная власть (источник – вера в лидера), харизматическая власть (источник – личность лидера), законная или традиционная власть (источник – должностное положение руководителя), власть информации. Всё перечисленные выше формы власти, как правило, сочетаются в деятельности руководителя, однако каждый руководитель, исходя из собственных представлений о власти как ценности и своих личностных особенностей, выбирает для использования одну или несколько наиболее предпочтительных для себя форм.

С точки зрения причины, лежащей в основе стремления к власти, руководителей условно можно разделить на две группы. Первая стремится к властвованию ради обладания самой властью, её привлекает возможность руководить, контролировать действия других людей. Цели организаций, коллективов, которыми руководят такие лидеры, зачастую не являются лично значимыми для них, а смысл удовлетворения их властных притязаний в основном заключается в получении удовольствия от обладания властью. Вторая группа лидеров стремится к власти ради достижения целей организации или групповых целей. Смысл удовлетворения их властных притязаний обычно сводится к стремлению выполнять наиболее ответственную работу в организации, к которой они совершенно справедливо относят управленческую деятельность.

Не менее многомерно, чем понятие «власть», и понятие «свобода». Как отмечает К. Ясперс, самые глубокие противоречия между людьми обусловлены различиями в их понимании свободы. Анализируя понятие «свобода», А.А. Ивин выделяет два его крайних значения, важных для управленческой деятельности:

– свобода как возможность индивида самому определять свои жизненные цели и нести личную ответственность за результаты своей деятельности;

– свобода как возможность действовать инициативно и предпринимчиво в направлении цели, поставленной коллективом или обществом [9, с. 325].

Первый полюс можно назвать индивидуалистической свободой, второй – коллективистической свободой. Между этими полюсами располагаются многообразные промежуточные варианты понимания свободы. От того, какой из них принимается руководителем, во многом зависит стиль его лидерства.

Однако не только руководители как индивидуальные субъекты ценностей управления способны оказывать влияние на социальную организацию. Обладающие высоким творческим потенциалом саморазвивающиеся высококвалифицированные работники в силу своего положения в социальной организации способны оказывать позитивное или негативное влияние на нее, определяемое в первом случае положительными, а во втором – отрицательными ценностями.

Такие работники могут обладать властью, основанной на компетенциях, связанных с осуществлением наиболее сложных или важных производственных процессов и обладанием знаниями, которыми не располагают их руководители, что свидетельствует о значимости для управленческой деятельности ценностей знаний. Имеющие определенную харизму и демонстрирующие активность работники привлекательны для своих коллег. Это делает их влиятельными в социальной организации и подчеркивает значимость ценности привлекательности человека при осуществлении трудовой деятельности. Не менее влиятельными могут оказаться и творческие работники, способные создавать уникальные продукты и услуги, что делает их ценными и обеспечивает им возможности для распространения своего влияния на протекающие в социальной организации процессы.

Поэтому одной из главных проблем управления является обеспечение баланса власти между руководителями и работниками. Наличие такого баланса обуславливается использованием демократического стиля руководства социальной организацией. Смещение его в сторону власти руководителей способствует росту авторитарных тенденций в управленческой деятельности, в то время как сдвиг баланса в сторону повышения влияния работников приводит к снижению и даже потере авторитета руководителя и может сыграть негативное влияние на достижение эффективности и результативности деятельности социальной организации.

Характер влияния наиболее авторитетных работников на управление социальной организацией, которое проявляется в поддержке или сопротивлении действиям руководителей, зависит от возможностей удовлетворения актуальных потребностей этих работников. Анализируя структуру потребности, Д. Роттер выделяет три основных ее компонента: потенциал потребности, ценность потребности и вытекающие из них минимальные цели [21, с. 237]. Тем самым можно сделать вывод, что ценности, порождая потребности, присутствуют и в их структуре, определяя нелинейность процесса мотивации труда.

Известно, что источником ценностей выступает субъективный внутренний мир личности. Это ставит вопрос о природе коллективных ценностей социальной организации и рабочих групп, которые, по сути своей, являются надындивидуальными. Рассматривая совокупность различных ценностных смыслов, имеющих в основе индивидуальное оценивание, Э. Гуссерль выделяет всеобщие ценности, соотносящиеся с ценностями социальных организаций как общее и особенное [6, с. 203]. Однако здесь мы имеем дело с противоречием, поскольку большинство людей связывает благо в первую очередь с личной пользой при том, что высшие ценности не предполагают ориентации личности на эгоцентризм. Кроме того, возникает резонный вопрос: «Если субъекты, объединенные в социальную организацию, имеют не только общие, но и противоположные интересы, то каким образом у данных субъектов могут возникнуть общие ценности?».

Разрешая отмеченные противоречия, нужно подчеркнуть, что мир всеобщих ценностей складывается как результат их влияния друг на друга. Роль субъектов, мыслящих обыденно, и роль субъектов, преобразующих действительность, к числу которых относятся руководители – лидеры социальных организаций и наиболее подготовленные и мотивированные работники, в определенной степени участвующие в управленческой деятельности, не равнозначна. Люди, оценивающие мир не только исключительно исходя из личной пользы, доносят в той или иной мере личные переживания и смыслы до окружающих. Такие люди рождают надындивидуальные или всеобщие ценности.

Особенностью ценностей социальных организаций и рабочих групп является то, что их порождают личности, способные осознать интересы всех работающих в организации, в отрасли; понять потребности общества в целом. В социальной организации к числу таких субъектов относится руководитель – лидер, определенные члены его управленческой группы и наиболее влиятельные ее работники. Так они отождествляют свой субъективный мир с внешним миром, стараясь преодолеть эгоизм и умножить возможность совершенствования социальной организации, обеспечивая её успешное функционирование и развитие.

Таким образом, можно сделать вывод, что организационные ценности формируются людьми, которые в своем внутреннем мире живут не индивидуальными, а организационными интересами, способны определить ориентиры для остальных членов коллектива. Такие личности становятся носителями организационных ценностей. Однако следует заметить, что условием принятия работниками положительных организационных ценностей является признание носителями организационных ценностей ценности человека и полноты его бытия, что определяет ориентацию социальной организации на удовлетворение актуальных потребностей работников, на поддержку стремления к достижению ими удовлетворенности от своей работы. Наличие такой ориентации являет-



ся необходимым условием формирования положительных организационных ценностей, способствующих эффективной и результативной деятельности социальной организации. Благодаря ему, работник, ориентированный на личную пользу и удовольствие от работы, имеет возможность испытывать влияние носителей организационных ценностей, принять их и изменяться в их направлении. Однако такое влияние не всегда может достичь своей цели. В таком случае на почве ценностных различий социальной организации, рабочих групп и работников начинают разгораться конфликты.

Говоря об организационных субъектах ценностей управленческой деятельности, важно выделить две их функции. Первая из этих функций предполагает адаптацию ценностей к меняющемуся настоящему, давая необходимое обоснование их вневременной значимости как гаранта жизнеспособности социальной организации, проверенного существующим опытом. Тем самым носители коллективных ценностей направляют поток перемен жизнедеятельности организации в русло традиционных ориентиров. Вторая же функция предполагает формирование ценностей и идеалов, ориентированных на будущее социальной организации, на ее активность по отношению к своим внутренней и внешней средам, на раскрытие индивидуальных способностей работников. Эта функция носителей организационных ценностей связана с процессами развития социальной организации и общества в целом. Различные носители организационных ценностей обычно тяготеют к выполнению одной из перечисленных функций, что позволяет выделить два типа таких носителей – консерваторов и новаторов.

Как указывалось выше, субъектом ценностей управления может выступать рабочая группа, которая является направляющей силой при решении значимой для социальной организации цели или задачи. Эти ценности выступают в качестве особенных для всей социальной организации и могут разделяться или не разделяться остальными ее членами, не входящими в данную рабочую группу, которая может носить как постоянный, так и временный характер.

Механизм формирования ценностей рабочей группы похож на механизм формирования организационных ценностей. Вместе с тем следует заметить, что инновационная функция носителей групповых ценностей будет скорее доминировать над функцией трансформации традиций во временных рабочих группах, поскольку такие рабочие группы, как правило, создаются для разработки и внедрения нововведений в деятельность всей социальной организации. При этом рабочие группы могут поддерживать, а могут и не поддерживать ценности, признаваемые всей социальной организацией.

Следует иметь в виду, что обязательным условием существования рабочих групп выступает наличие у них специфических процессуальных ценностей, от которых зависит эффективность и результатив-

ность групповой деятельности. Данные ценности лежат в основе нормативов организационного поведения членов рабочей группы и могут осознанно или неосознанно сохраняться даже после расформирования рабочей группы, проявляясь в тех или иных поведенческих актах и переживаниях.

Таким образом, субъектами ценностей управленческой деятельности являются собственно социальная организация, её руководители, рабочие группы, а также обладающие высоким творческим потенциалом, подготовленностью и активностью высококвалифицированные работники. Данное выделение субъектов ценностей позволяет говорить о коллективных и индивидуальных типах субъектов ценностей управления.

### Список литературы

1. Ахиезер А.С. и др. История России: конец или новое начало? М.: Новое издательство, 2005. 708 с.
2. Баева Л.В. Ценностные основания индивидуального бытия: опыт экзистенциальной аксиологии. М.: Прометей. МПГУ, 2003. 222 с.
3. Булгаков С.Н. Философия хозяйства. М.: Наука, 1990. 413 с.
4. Вебер М. Избранные произведения: пер. с нем. М.: Прогресс, 1990. 805 с.
5. Гайденко П.П., Давыдов Ю.Н. История и рациональность: социология Макса Вебера и веберовский ренессанс. М.: Политиздат, 1991. 367 с.
6. Гуссерль Э. Феноменология // Логос. 1991. № 1. С. 12–21.
7. Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: в 30 т. Л.: Наука, 1972–1989. Т. 18. 371 с. Т. 28. 552 с.
8. Дьюи Дж. Реконструкция в философии: пер. с англ. М.: Логос, 2001. 168 с.
9. Ивин А.А. Аксиология. М.: Высшая школа, 2006. 390 с.
10. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения. СПб.: Наука, 1999. 471 с.
11. Корнелиус Г. Введение в философию «Panta diekosmese noos»: пер. с нем. Г.А. Котляра. М.: Д.П. Ефимов, 1905. XIV, 312 с.
12. Ленин В.И. Материализм и эмпириокритицизм. М.: Политиздат, 1980. 386 с.
13. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии: пер. с нем. М.: Политиздат, 1983. Т. 1. 746 с.
14. Ницше Ф. Воля к власти: опыт переоценки всех ценностей: пер. с нем. СПб.: Издательский Дом «Азбука – классика», 2006. 448 с.
15. Тугаринов В.П. О ценностях жизни и культуры. Л.: Изд-во ЛГУ, 1960. 156 с.
16. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и пути к процветанию: пер. с англ. М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. 730 с.

17. Шефтсбери А.Э. Эстетические опыты. М.: Искусство, 1975. 544 с.
18. Штайнер Р. Философия свободы: Плоды духовных наблюдений по естественнонаучному методу: пер. с нем. Калуга: Духовное познание, 1994. 250 с.
19. Юм Д. Исследование о человеческом разумении. М.: Прогресс, 1995. 240 с.
20. Perry R.B. General Theory of value. New York: Longmans, Green, 1926. 702 p.
21. Rotter J. Applications of a social learning theory of personality. New York: Holt Rinehart and Winston, 1972. 624 p.
22. Santayana G. The sense of beauty: being the outlines of aesthetic theory. New York: C. Scribner's Sons, 1896. 275 p.
23. Stogdill R.M. Handbook of leadership: a survey of theory and research. New York: Free Press [u.a], 1974. 613 p.
24. Tannenbaum R., Schmidt W. How to choose a leadership pattern // Harvard Business Review. 1958. № 3. P. 95–101.

## **SOCIAL PHILOSOPHY APPROACH TO THE ANALYSIS OF VALUE SUBJECTS OF SOCIAL ORGANIZATIONS MANAGEMENT**

**A.B. Bakuradze**

Moscow State University of Technologies and Management named after  
K.G.Razumovsky (First Cossack University), Moscow

The article examines the problem of the value subjects of social organizations management in the social philosophy perspective. Analyzing this issue, the author studies different value standards used in the management of social organizations by different subjects: the values of the organization, working groups, as well as the values of the creative organizations leaders and highly skilled workers. In this respect, special attention is be paid to the interpretation of the relations between the individual and collective values in management .

**Keywords:** *social organization, management, values, value subjects, individual and collective values.*

*Об авторе*

БАКУРАДЗЕ Андрей Бондович – кандидат педагогических наук, доцент, проректор ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г.Разумовского» (Первый казачий университет), Москва. E-mail: bondovich@mail.ru

*Author information*

Bakuradze Andrey Bondovich – Ph.D., Associate professor, Vice-rector Moscow State University of technologies and Management named after K.G.Razumovsky (First Cossack University), Moscow. E-mail: bondovich@mail.ru

