

*На правах рукописи*

Вяткина Наталья Владимировна

**СОЦИАЛЬНЫЙ УСПЕХ КАК ЦЕННОСТЬ  
МЕНЕДЖЕРОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА СФЕРЫ УСЛУГ**

Специальность: 22.00.04 —  
Социальная структура, социальные институты и процессы

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Екатеринбург - 2018

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет» на кафедре «Социология и политология»

- Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор  
Стегний Василий Николаевич
- Официальные оппоненты: Бюраева Юлия Григорьевна, доктор социологических наук, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Бурятский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук (г. Улан-Удэ), ведущий научный сотрудник отдела региональных экономических исследований  
Чупашева Екатерина Владимировна, кандидат социологических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тюменский индустриальный университет», доцент кафедры «Маркетинг и муниципальное управление»
- Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный университет путей сообщения» (г. Екатеринбург)

Защита состоится 25 сентября 2018 г. в 12 часов 00 минут на заседании диссертационного совета Д 212.285.17 на базе ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», <http://lib.urfu.ru/mod/data/view.php?d=51&rid=280108>

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Антонова Наталья Леонидовна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### Актуальность темы исследования

В российских социальных реалиях дискурс успеха в общественном сознании приобретает все большую распространенность, проявляясь в популяризации идеи успешности, пронизывающей все стороны индивидуальной и социальной жизни. Расширение социальных практик, демонстрирующих стремление к успеху и достижениям, выбор определенных средств достижения успеха, символическая демонстрация успешности членами социума, поливариативность как смыслов успеха, так и путей его достижения определяют необходимость изучения проблематики социальной успешности в российском обществе.

Трансформационные процессы в социуме в последние десятилетия, с одной стороны, обусловили ценностный дрейф в сторону индивидуалистических, рациональных, модернистских ценностей. С другой стороны, порождают консервацию вертикальной мобильности, низкие индексы социального самочувствия, деструктуризацию социального статуса целых социальных слоев, ограничения возможностей реализации притязаний на успех в рамках социальной системы. Это приводит к тому, что в общественном сознании нет ценностного консенсуса относительно смыслов и стратегий реализации достижений, отсутствует единое понимание факторов социального успеха, а критерии социальной успешности смещаются в область материальной сферы, что усиливает социальную дезинтеграцию.

Ряд причин определяет актуальность исследования социальной ценности успеха и стратегий его достижения в социально-профессиональной группе менеджеров среднего звена сферы услуг. Во-первых, низкое качество управленческих решений на всех уровнях социума и социальный запрос на модернизацию, значительное повышение эффективности управленческих процессов актуализируют внимание к субъектам управления, в числе которых социально-профессиональная группа менеджеров среднего звена, осуществляющая оперативно-тактическое управление в целях обеспечения согласованной работы всех структур организации. Во-вторых, в рамках парадигм управления, используемых в России и базирующихся на западных концепциях менеджмента, ролевая модель управленца включает стремление к результату, ориентацию на успех как в профессиональной, так и в личной сферах. В-третьих, фактором эффективности профессиональной деятельности менеджеров среднего звена является согласованность их ценностно-мотивационных установок не только с целями организации, но и с социальными доминантами, однако относительно ценностной сущности социального успеха имеет место неоднозначность и поливариативность социальных установок. В-четвертых, сфера услуг — крупнейшая и перспективная отрасль российской экономики, лидирующая и по производству валового национального продукта, и по количеству занятого в ней трудоспособного населения, являясь следствием и результатом массового потребления и характеризуясь социальной направленностью (ориентацией на человека), предлагает социальным субъектам востребованные в обществе модели успешности. Интеллектуальные технологии, являющиеся источником роста экономики услуг, предполагают особую важность

компетенций сотрудников, особенно управленцев, что повышает роль квалифицированных менеджеров, ориентированных на достижения и успех.

Таким образом, социологический анализ специфики представлений о социальном успехе и стратегий достижения успеха у менеджеров среднего звена сферы услуг включает в себя рассмотрение следующих противоречий:

- между нарастанием значимости ценности социального успеха в российском обществе и отсутствием социального консенсуса относительно его критериев и способов достижения: поливариативность социальных потребностей, лежащих в основе социальных практик по достижению успеха, реализуется посредством редуцированных до прагматических материальных критериев и индикаторов достижения, приоритетных в общественном дискурсе успеха;

- между выраженной в общественных ожиданиях ориентацией на личный и профессиональный успех у социально-профессиональной группы менеджеров среднего звена и противоречивыми представлениями об успехе, институциональными возможностями достижения социального успеха, наличием необходимых ресурсов и стратегий;

- между развитием сферы услуг и потребностью в квалифицированных, ориентированных на успех менеджерах среднего звена и в то же время дефицитом таких профессионалов.

Вышеуказанные факторы актуализируют тему диссертационного исследования, усиливая ее значимость в современных российских условиях.

**Степень научной разработанности проблемы.** Теоретико-методологические и эмпирические разработки отдельных аспектов проблематики социального успеха в системе ценностей менеджеров среднего звена представлены в работах носителей гуманитарного знания: философов, психологов, культурологов, социологов.

Философское осмысление ценностей как поиск наиболее значимого для человека, народа, цивилизации осуществляли Аристотель, В. Виндельбанд, И. Кант, Ф. Ницше, Платон, Г. Риккерт, Сократ. Сущность успеха, рефлексия бытия и поиск своего места стали объектами философских трудов Аристотеля, Ф. Бэкона, Р. Декарта, Ж.-Ж. Руссо, А. Шопенгауэра, М. Хайдеггера. Российские ученые Е. А. Караханян, Л. Н. Коган, Л. А. Мулляр, О. И. Якутина исследовали проблематику успеха в современном российском обществе.

Аксиологическое направление в психологии представлено работами зарубежных — А. Маслоу, К. Роджерса, М. Рокича, Ш. Шварца, Э. Фрома, В. Франкла — и российских психологов — К.А. Абульхановой-Славской, Л. С. Выготского, И. С. Кона, А. Н. Леонтьева, Д. Н. Узнадзе. Достижение успеха исследуется в психологии через призму биологических способностей и внутренних составляющих личности (потребностей, мотивов, притязаний) в работах Дж. Аткинсона, Л. И. Дементий, К. Левина, Н. В. Лейфрид, Д. Макклеланда, А. Маслоу, К. Хорни, практические алгоритмы успеха изложены в сочинениях Р. Бэндлера, Дж. Карнеги, С. Фишера, Н. Хилла. В рамках культурно-антропологического подхода успех как культурно детерминированное явление исследовали Ф. Боас, Б. Малиновский.

Ценностная проблематика в социологическом знании заняла свою нишу благодаря трудам классиков науки: М. Вебера, Э. Дюркгейма, Т. Парсонса, М. Роккича, П. Сорокина, Ш. Шварца. Российские социологи, исследуя социальные ценности, подчеркивают их связь с потребностями и целями (Ю. Р. Вишневский, А. Г. Здравомыслов, В. Н. Стегний, В. П. Тугаринов, В. А. Ядов), их регулятивно-нормативные свойства фиксирует О. Г. Дробницкий, социокультурную природу ценностей подчеркивают А. С. Ахиезер, А. В. Меренков, Н. В. Ручка. Ценности современного российского общества изучали Н. И. Лапин, В. С. Магун, М. И. Руднев, в контексте взаимодействия индивида и социальной системы — В. Г. Вольвач, Т. Н. Иванова, с позиций модернизационных процессов — О. В. Аксенова, Н. В. Дулина, Р. Т. Насибуллин, А. Л. Стризов, А. В. Тихонов, ценности социально-профессиональных групп — Л. Н. Банникова, Е. С. Баразгова, О. Н. Шестопалова. В рамках деятельностного подхода ценности исследовались М. Арчер, П. Бурдье, Э. Гидденсом, П. Штомпой, Л. Н. Коганом, З. И. Файнбургом.

Социологический взгляд на успех как на социально детерминированный феномен и социальную ценность представлен в работах как зарубежных — М. Вебера, Р. Инглхарта, П. Локвуда, М. Льюиса, К. Мангейма, Ш. Шварца, так и российских социологов — В. И. Бакштановского, А. Д. Галюк, О. Ю. Клочковой, О. Ю. Корниенко, Н. В. Нестеровой, А. Ю. Согомонова, Г. Л. Тульчинского, В. А. Чурилова. Отдельные факторы, влияющие на успех личности в социуме, проанализированы в трудах У. Бека, Т. Веблена, З. Гидденса, Н. Лумана, Д. Фридмана, М. Хетчера, А. Шюца.

Менеджеров как формирующуюся социально-профессиональную группу в составе «нового среднего класса» изучали идеологи концепций бюрократии и «пятой революции» Н. Аберкромби, А. Берл, Дж. Бернхайм, Э. Гидденс, Дж. Голдторп. Идеи современного менеджмента в организациях заложены в работах П. Друкера, Э. Мэйо, Ф. Тейлора, А. Файоля, М. Ф. Черныша, М. А. Шабановой. Менеджеров среднего звена в составе российского менеджмента исследовали Ю. Г. Бюраева, А. П. Дынин, С. А. Иняевский, С. Е. Литовченко, П. С. Сорокин, Е. В. Чупашева, О. И. Шкаратан. Оценку социальной и организационной роли среднего менеджмента на современном этапе развития общества дали Дж. Балоун, Б. Вулдридж, Л. Граттон, Р. Кувенховен, В. В. Казаков, Е. И. Кудрявцева, С. Флойд. Ценности среднего менеджмента изучали Д. Барнетт, Г. Гейл, Д. Инглант, Д. Маклелланд, Ф. Сирл, Д. Холл. Отдельные аспекты исследования группы менеджеров в российском обществе встречаются в работах Н. А. Александровой, Р. Н. Абрамова, Л. А. Беляевой, Л. И. Васильцовой, Ю. Р. Вишневского, Г. Г. Дилигенского, Т. И. Заславской, А. В. Меренкова, Н. Н. Старцевой, Л. Н. Попковой, В. Н. Стегния, И. Н. Тартаковской, Н. Е. Тихоновой, Н. И. Шаталовой.

Исследованиями сферы услуг и ее отдельных аспектов, лидирующей в России, как и в развитых странах, по доле ВВП (68 % ВВП в России) и по количеству занятого населения, удовлетворяющей индивидуальные (торговля, общественное питание, здравоохранение, сервисные услуги, банковская сфера, туризм), групповые (образование, жилищно-коммунальное хозяйство, услуги связи, транспорта) и общенациональные потребности (государственные и социальные услуги, коллективная безопасность, единая финансовая и пенсионная система),

занимались Н. Л. Антонова, Д. Белл, Ж. Бодрийяр, Т. Веблен, А. Гартнер, Е. В. Грунт, В. Зибель, В. Л. Иноземцев, В. В. Радаев, Ф. Ризман, Ж. Фурастье, Х. Хоуссерман.

Перечисленные работы позволили выявить отдельные аспекты представлений о социальном успехе, особенностей ценностного ядра группы менеджеров среднего звена сферы услуг. Поскольку выявленные нами противоречия не получили достаточного внимания, это определило набор задач исследования.

**Объект диссертационного исследования** — социальный успех как ценность менеджеров среднего звена сферы услуг.

**Предмет исследования** — особенности формирования, содержания и реализации ценности социального успеха у социально-профессиональной группы менеджеров среднего звена, занятых в сфере услуг.

**Цель диссертационной работы** — выявить сущность и специфику ценности социального успеха и стратегии его достижения менеджерами среднего звена, занятыми в сфере услуг.

Достижение цели работы реализовывалось с помощью постановки и решения следующих задач:

1. Раскрыть теоретико-методологические основания исследования ценности социального успеха для менеджеров среднего звена.
2. Исследовать особенности социального положения и профессиональной деятельности менеджеров среднего звена сферы услуг как социально-профессиональной группы.
3. Выявить факторы, влияющие на содержание и специфику реализации ценности социального успеха в российском обществе.
4. На материалах эмпирического исследования осуществить анализ содержания, специфики ценности социального успеха и стратегий ее реализации менеджерами среднего звена сферы услуг.
5. Разработать типологию стратегий достижения социального успеха менеджерами среднего звена сферы услуг на основании анализа особенностей реализации ценности социального успеха.

**Теоретико-методологическую основу исследования** составили работы социологов, непосредственно исследующих проблематику социального успеха (М. Вебер, К. Мангейм, А. Ю. Согомонов), теории социальных ценностей (Э. Дюркгейм, А. Г. Здравомыслов, Р. Инглхарт, В. С. Магун, М. Рокич, М. И. Руднев, Ш. Шварц, В. А. Ядов), особенностей сервисной экономики и сферы услуг в постиндустриальном обществе (Д. Белл, В. Л. Иноземцев, Э. Тоффлер, Д. Фурастье). Исследование менеджеров среднего звена как социально-профессиональной группы осуществлялось с помощью структурно-функционального подхода. Методологической основой для анализа стратегий индивида по достижению успеха в обществе стала теория социального действия М. Вебера, деятельностный подход (Э. Гидденс, П. Штомпка, Л. Н. Коган, З. И. Файнбург), методика исследования ценностей М. Рокича и Ш. Шварца. Метод идеальных типов М. Вебера послужил доминантной концепцией для конструирования типологической модели стратегий успеха менеджеров среднего звена.

В процессе работы были использованы системный, деятельностный, структурно-функциональный, ценностно-нормативный подходы для выявления особенностей и содержания ценности социального успеха у менеджеров среднего звена как социально-профессиональной группы. Методы исследования, применяемые в конкретных эмпирических социологических исследованиях (анкетный опрос, полуструктурированное интервью) с дальнейшим использованием классификационного анализа (факторного, кластерного), позволили реализовать поставленные в работе задачи.

**Эмпирическую базу** настоящей диссертации составляют материалы социологических исследований, проведенных автором, данные вторичных социологических исследований, статистическая информация:

1) результаты конкретно-социологического исследования менеджеров среднего звена ( $n = 741$ , 2013, 2016 г.) в организациях сферы услуг г. Перми, проведенного автором (метод исследования — анкетный опрос. Выборочная совокупность составила в 2013 г. — 372 человека, в 2016 г. — 369 человек. Применена двухступенчатая квотная выборка по отраслевой принадлежности в организациях сферы услуг, опрошены специалисты всех отраслей сферы услуг в соответствии с весом отрасли в структуре сферы услуг России);

2) глубинные интервью менеджеров среднего звена, работающих в сфере услуг, проживающих в г. Перми. Выборочная совокупность — 17 информантов, интервью проведены в июле-августе 2017 г.;

3) вторичный анализ российских социологических исследований последних лет по некоторым аспектам изучаемой проблематики: «Европейская ценностная типология и базовые ценности россиян» (В. С. Магун, М. И. Руднев, П. Шмидт, 2015); «Социально-экономическое положение и поведение профессионалов и менеджеров в сфере занятости» (О. И. Шкаратан, 2006); «Ресурсные характеристики менеджеров как социально-профессиональной группы современного российского общества» (С. А. Инясевский, 2009), «Карьера руководителей нижнего и среднего звена российских бизнес-организаций как социальное явление» (П. С. Сорокин, 2013), «Формирование слоя менеджеров в социальной структуре модернизирующегося российского общества» (Ю. Г. Бюраева, 2014);

4) данные опросов россиян ВЦИОМ за период с 2000 по 2017 г., касающиеся ценностей, важности и содержания ценности социального успеха, социальных характеристик;

5) официальные статистические сборники и бюллетени Российской Федерации 2010–2017 гг.

Для решения поставленных задач в работе использованы следующие методы обработки и анализа информации: классификационный (факторный и кластерный) анализ, SWOT-анализ. Обработка полученных эмпирических данных осуществлялась посредством прикладного статистического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 21.

**Научная новизна** представленного в диссертационной работе исследования заключается в изучении и анализе содержания, специфики и особенностей формирования и реализации ценности социального успеха менеджеров среднего звена сферы услуг.

Основные научные результаты, полученные автором и содержащие новизну, состоят в следующем:

- уточнено понятие социального успеха как социологической категории, раскрывающей целенаправленную деятельность индивида по достижению лично и общественно значимых результатов жизнедеятельности, соотнесенных с доминирующими ценностями, которые позитивно оцениваются разными по масштабам социальными общностями;

- раскрыты характеристики социального успеха как ценности: социальная и культурная детерминированность; поливариативность смыслов и способов реализации; интернализация посредством взаимодействия личностных и социальных установок; регуляция вектора социальных действий и формирования стратегий жизнедеятельности; изменчивость значений в условиях переходного общества;

- обоснована специфика социально-профессионального положения менеджеров среднего звена сферы услуг, заключающаяся в сочетании личной рефлексии успеха и общественной оценки достижений на основе занимаемого должностного положения;

- выявлены основные факторы, определяющие содержание и реализацию ценности социального успеха у менеджеров среднего звена сферы услуг: социально-демографические, социокультурные, профессиональные характеристики; особенности позиции, занятой в иерархии управления и сфере услуг;

- выделены основные виды ориентаций менеджеров среднего звена на достижение социального успеха: общественно ценный и индивидуально ценный;

- разработана типология менеджеров среднего звена сферы услуг в зависимости от ценностных ориентаций относительно целей и способов достижения социального успеха.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Определено, что социальный успех как ценность менеджеров среднего звена сферы услуг представляет собой категорию, раскрывающую их целенаправленную деятельность по достижению лично и общественно значимых результатов жизнедеятельности, соотнесенных с ценностями, позитивно оцениваемыми организацией, отраслевыми структурами, органами власти.

2. Доказана выраженная ориентация менеджеров среднего звена сферы услуг на достижение социального успеха вследствие влияния профессиональных и должностных характеристик. Занимая промежуточную позицию в управленческой иерархии, они руководствуются установками на лидерство, самоутверждение в работе, потребностью демонстрации успехов в профессиональной и личной сферах для сохранения занимаемого положения, социального статуса, ориентируясь на возможный карьерный рост. Сфера услуг как область трудовой деятельности стимулирует достигательные стратегии, связанные с работой «на заказ», ответственностью интересам потребителей, необходимостью постоянной адаптации к высококонкурентной неопределенной среде и изменениям конъюнктуры рынка услуг. Высокая ценность социального успеха обусловлена также средним молодым возрастом респондентов, высоким уровнем образовательных и профессиональных характеристик менеджеров, местом проживания в мегаполисе.

3. Выявлено, что менеджеры среднего звена в российском обществе реализуют ценность социального успеха в процессе преодоления противоречия между выраженным стремлением к достижениям, подкрепленным нацеленностью на лидерство, карьерный рост, потребностью раскрыть свой потенциал и ограничениями позиции руководителя среднего уровня в иерархии управления: недостаток ресурсов и полномочий, уязвимость должностного положения, конкуренция, неопределенность будущего и рискованность осуществляемой деятельности.

4. Исследованы основные смыслы ценности социального успеха у менеджеров среднего звена. Социально успешным человеком большинство менеджеров (84 %) называют ориентированного на упорный труд, самореализующегося профессионала, достигающего поставленных целей. Главные атрибуты социального успеха: благополучная семья и желаемое социальное окружение (76 %), гармоничная насыщенная жизнь (54 %), успешная карьера и возможность самореализации (52 %). Высокий материальный статус рассматривают как показатель успеха 38 % менеджеров. Основными средствами обеспечения социального успеха являются образование и социальные связи, а главными личностными качествами, помогающими его достичь, — оптимизм и ответственность (80 %), образованность (71 %), честность (67 %).

5. Выделены по результатам эмпирических исследований пять групп менеджеров среднего звена в зависимости от типа применяемой стратегии достижения социального успеха: 1) социально ориентированная стратегия: социальный успех — это востребованность, признание обществом полезности работника (33 %); 2) личностно ориентированная стратегия: социальный успех — это состояние внутренней гармонии и жизненного комфорта (21 %); 3) материально ориентированная стратегия: социальный успех — это высокий материальный статус и общественное признание (19 %); 4) стратегия ориентации на трудовую деятельность: социальный успех — это достижение материального достатка упорным трудом (16 %); 5) стратегия индивидуалистической самореализации: социальный успех — это независимость от внешних обстоятельств, свобода для самореализации в сфере досуга, творчества (9 %).

6. Определены доминирующие векторы стратегии достижения успеха: социально ценная (70 %) и индивидуально ценная (30 %) направленность. Важнейшими для каждого типа менеджеров индикаторами социального успеха являются: духовные/социальные (65 %), материальные (35 %) индикаторы; методы его достижения (нравственно допустимые — 70 %, любые доступные — 30 %).

7. Разработаны практические рекомендации по организации развития системы ценностей, определяющих активность менеджеров среднего звена сферы услуг в достижении социального успеха в трудовой, общественной и иной деятельности.

**Теоретическая и практическая значимость** работы заключается в выявлении содержания, специфики и особенностей воплощения ценности социального успеха менеджерами среднего звена сферы услуг, выявлении различий между группами менеджеров, авторская типология которых предложена на основе факторов успешности, обусловивших, в свою очередь, выявление и классификацию стратегий социального успеха.

Значимость результатов диссертационного исследования состоит в том, что содержащиеся в ней положения и выводы могут быть использованы: в процессе оптимизации системы менеджмента как социального института и профессиональной мобильности управленцев; при разработке корпоративных и кадровых программ оценки и повышения управленческого потенциала специалистов современных организаций; при подготовке программ дисциплин базового или дополнительного образования по социальной структуре общества, социологии успеха, социологии профессий, социологии менеджмента, социологии труда, социологии культуры.

**Достоверность результатов и выводов**, полученных в ходе диссертационного исследования, обуславливается обоснованностью исходных теоретических и методологических позиций при анализе содержания и специфики ценности социального успеха в восприятии группы менеджеров среднего звена сферы услуг и их стратегий социального успеха; соответствием комплекса использованных методов поставленным в исследовании задачам; самостоятельным проведением и анализом результатов эмпирического исследования и формулированием рекомендаций по повышению эффективности функционирования исследуемой социально-профессиональной группы.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.** Диссертационное исследование соответствует специальности 22.00.04 «Социальная структура, социальные институты и процессы». В основе исследования лежит анализ социально-профессиональной группы менеджеров среднего звена как части социальной структуры российского общества, входящей в формулу специальности.

Раскрываются области исследования:

3. Элементы социально-стратификационной структуры. Понятия «социальный слой» и «социальная группа»; их объективное и субъективное определение. Групповая социальная дистанция.

11. Социальная динамика и адаптация отдельных групп и слоев в трансформирующемся обществе.

12. Наемные работники, их социальная дифференцированность в зависимости от сектора занятости, профессиональной и отраслевой принадлежности, региона проживания.

**Апробация результатов диссертационного исследования.** Основные результаты диссертации обсуждались на научно-практических конференциях в 2014–2018 гг., в частности, на II Международной научно-практической конференции «Менеджмент инноваций и устойчивое развитие компаний» (г. Пермь, 26–27 мая 2014 г.); Всероссийской научной конференции «Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований» («Файнбургские чтения») (г. Пермь, ноябрь 2014 г.); XV Всероссийской научно-практической конференции «Формирование гуманитарной среды в вузе, колледже, школе: инновационные образовательные технологии, компетентностный подход. 70 лет Победы в Великой Отечественной войне» (г. Пермь, 20–21 апреля 2015 г.); Всероссийской научной конференции «Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований» («Файнбургские чтения») (г. Пермь, октябрь 2016 г.); VII Международной социологической Грушинской конференции «Навстречу

будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях» (г. Москва, 15–16 марта 2017 г.); Международной научно-практической конференции «Наука в современном российском обществе: закономерности и тенденции развития» (г. Саратов, 26 марта 2018 г.).

**Структура и объем работы.** Работа состоит из введения, 2 глав и 5 параграфов основного текста, заключения, библиографического списка, включающего 208 наименований. Содержание работы изложено на 179 страницах.

### **Основное содержание диссертации**

Во **Введении** обоснована актуальность темы и описана степень ее разработанности, сформулированы цели, задачи, объект, предмет и методология исследования, отражены научная новизна, выделены теоретико-методологические подходы и эмпирическая база диссертационного исследования. Обозначены положения, выносимые на защиту и отражающие основные результаты исследования, теоретическая и практическая ценность полученных результатов, приведены данные об их апробации.

В первой главе **«Методология изучения социального успеха как ценности менеджеров среднего звена»** анализируются теоретико-методологические подходы к исследованию понятия социальной ценности, специфики социального успеха как ценности; выявляются особенности социального положения и профессиональной деятельности менеджеров среднего звена сферы услуг; а также раскрываются внешние и внутренние факторы, определяющие формирование и реализацию ценности социального успеха у менеджеров среднего звена сферы услуг.

В параграфе 1.1. **«Социальный успех как ценность»** рассматриваются философский, психологический, социологический подходы к анализу социальных ценностей, ценности социального успеха, а также особенности ее реализации в современном российском обществе.

Рассмотрение основных теоретико-методологических подходов изучения сущности социального успеха как социальной ценности позволило диссертанту прийти к следующим выводам. Во-первых, сложность и неоднозначность феномена социального успеха как социальной ценности обуславливает комплексный подход к его исследованию через взаимодополняющие содержательные ракурсы: как результат и как процесс деятельности индивида; через субъективные (индивидуальные) и объективные (социальные) параметры; как характеристику восприятия индивидом результата своих действий и как показатель положения в социальной системе; как самостоятельную ценность и как критерий оценки.

Во-вторых, диссертантом подчеркивается, что ценность социального успеха обладает рядом значимых для исследования характеристик: социальная и культурная обусловленность; многозначность смыслов успеха и способов его достижения; интернализация посредством взаимодействия личностных характеристик индивида и социальных установок; регуляция вектора социальных действий и формирования стратегий жизнедеятельности; изменчивость смыслов в условиях переходного общества.

В-третьих, двусторонний процесс детерминации критериев и факторов социального успеха в зависимости от положения группы в структуре социума

проявляется в том, что у людей с разным социальным, профессиональным статусом отличаются представления о социальном успехе. Оценка социумом успешности той или иной социальной, профессиональной группы различна, что очерчивает зону исследовательского интереса автора применительно к определенной социально-профессиональной группе.

Социальный успех как ценность также анализируется диссертантом с точки зрения реализуемых в социуме функций. Регулятивная функция проявляется в том, что ценность социального успеха становится для индивида критерием выбора, влияющим на мотивы, цели и направленность его социального поведения, траекторию социальных действий, побудительным стимулом для осознанной деятельности. Оценочная функция заключается в том, что критерии социального успеха выступают критериями оценки как себя самого, так и остальных членов социума. Диссертант отмечает проблему принятия и разделения существующих критериев социального успеха для нескольких поколений россиян, социализировавшихся в абсолютно разных системах ценностных координат. В работе показано, что одно из основных противоречий возникает как раз на стыке регулятивного и оценочного аспектов проявления социальной ценности успеха в российском обществе: при многообразии социальных проявлений практик и смыслов успеха в российском обществе способы его достижения и демонстрации редуцируются в большей степени до материальных составляющих. Этот социальный конфликт, в свою очередь, обуславливает значимость исследования интегративной функции. В этой связи показано, что в стабильных общественных системах имеет место интегрирующее влияние социальной ценности успеха, однако для переходных обществ, к которым относится современное российское общество, — ситуация иная. Трансформация общественной системы обусловила ситуацию аномии во многих социальных группах, когда их ресурсы, возможности не могли обеспечить достижение успеха в обществе. Социализирующая функция ценности социального успеха проявляется в том, что созданные культурой и обществом социальные формы и отношения передаются и усваиваются как эффективные и поощряемые формы жизнедеятельности.

В работе отмечается, что переходное состояние российского социума, неоднородность социальной структуры, отсутствие ценностного консенсуса, многообразие смыслов социального успеха ставят перед диссертантом задачу безоценочного, неиерархического изучения ценностных проявлений социального успеха и способов его достижения менеджерами среднего звена. Сама идея успеха стала особенно актуальной в нашем обществе на волне процессов изменения социума, вестернизации культуры, нарастания значимости модернистских ценностей индивидуализма, самореализации, рациональности. Однако своеобразие социальной реальности российского общества заключается в том, что с учетом уникальных для мировой истории по масштабу, частоте и глубине трансформаций социального устройства за последний век, сопровождающихся ценностными сдвигами, разнообразные духовно-нравственные ориентиры оказались тесно переплетены.

Таким образом, социальный успех понимается как социологическая категория, раскрывающая целенаправленную деятельность индивида по достижению лично и общественно значимых результатов жизнедеятельности,

соотнесенных с доминирующими ценностями, которые позитивно оцениваются разными по масштабам социальными общностями. Под стратегией социального успеха диссертант понимает целенаправленную совокупность социальных действий индивида, базирующуюся на субъективно воспринимаемых социальных ориентирах, направленную на получение планируемого результата — социального успеха.

В параграфе 1.2. «**Особенности социального положения и профессиональной деятельности менеджеров среднего звена**» анализируются социальные и профессиональные характеристики представителей группы менеджеров среднего звена в контексте реализации социальной ценности успеха. Обозначено, что в качестве наиболее продуктивного для исследования группы менеджеров среднего звена в российском обществе выбран интегративный подход, сочетающий макро- (как часть социальной структуры с позиций функционального разделения труда) и микроуровни исследования (изучение механизмов социального взаимодействия, ценностной сферы, профессиональной культуры и этики). Проведенный анализ генезиса изучаемой группы в российском обществе показал, что менеджеры среднего звена начали обособливаться как социально-профессиональная группа в ее текущем виде в связи со сменой парадигмы социально-экономического развития страны, базирующейся на западных концепциях, с появлением частной собственности. Выявлен ряд факторов, негативно влияющих на становление и функционирование института менеджмента в России. В связи с этим диссертантом констатируется, что низкая эффективность управленческих процессов на всех уровнях социума обуславливает высокую потребность в эффективно функционирующем менеджерском слое, который в данный момент характеризуется неоднородностью по составу и компетенциям.

Диссертант показывает, что особенности социально-профессионального положения менеджеров на позиции среднего уровня в иерархии управления в сфере услуг обуславливают потенциальную ориентацию представителей этой группы на высокую значимость социальной ценности успеха. С одной стороны, для них характерны следующие управленческие компетенции: лидерство, активность, стремление к достижению цели, также их положение характеризуют выраженная конкуренция на карьерной лестнице; необходимость постоянного развития, демонстрации успехов в профессиональной и личной сферах для сохранения должностной позиции и социального статуса. В работе исследованы ценностные ориентации менеджеров среднего звена, предполагающие общественное признание, стремление к успеху, самореализацию.

В то же время диссертант обозначает институциональные ограничения среднего уровня в иерархии управления. Менеджеры среднего звена испытывают не только ряд сложностей, свойственных для их промежуточного положения в системе управления (недооценка роли и инициативы, проблемы мотивации, дефицит возможностей влияния, необходимость обеспечения достижений в режиме ограничения полномочий), но и специфические для российского социума проблемы: нестабильность профессионального статуса в силу экономических условий функционирования организаций, а также кадровые особенности — высокий риск увольнения, сокращения; риск ухудшения социального статуса в случае

потери позиции управленца; ограниченность всех типов ресурсов, зачастую слабая материально-техническая база предприятия, частая смена целей и приоритетов, высокий уровень ответственности за принятие решений в неопределенной среде.

Менеджеры среднего звена уже «выделились» в профессиональной среде, получив должность управленца как формальное подтверждение своего успеха, при этом они имеют установки самоутверждения, потребности демонстрации личных и профессиональных успехов, достижения карьерных вершин. Это подкрепляется особенностями сферы услуг, непосредственно предлагающей членам социума востребованные модели успеха, предполагающие социальную направленность, высокий приоритет когнитивных и образовательных характеристик управленцев.

Таким образом, делается вывод, что стремление к социальному успеху выступает ценностной и поведенческой доминантой менеджеров среднего звена, влияя на выбор профессии, руководит карьерными амбициями менеджеров, определяет их жизненные стратегии, которые они стремятся воплотить.

В параграфе 1.3. **«Факторы, определяющие формирование и реализацию ценности социального успеха у менеджеров среднего звена сферы услуг»** диссертант анализирует факторы, влияющие на процесс формирования и достижения ценности социального успеха представителями группы менеджеров среднего звена сферы услуг.

Диссертантом показано, что гендерный фактор определяет значимые различия и в степени важности (бóльшая значимость ценности успеха для мужчин), и в наполнении ценности социального успеха (бóльшая вариативность смыслов ценности успеха у женщин). Имеет место ценностный конфликт между существованием гендерных стереотипов и нарастанием тенденций феминизации. Профессия менеджера подразумевает и определенные управленческие компетенции, традиционно считающиеся мужскими (решительность, готовность к риску, стремление к достижениям), что накладывает отпечаток на женщин-менеджеров, происходит взаимовлияние гендерной и управленческой ценностных систем.

Влияние фактора возраста проявляется в том, что, с одной стороны, в молодом возрасте отмечена активная, индивидуалистическая направленность на достижения. С другой стороны, диссертант исследует социальный успех как многогранное явление, поскольку континуум дискурса успеха в российском обществе включает в себя разные значения. Соответственно, индивиды разных возрастов видят в социальном успехе различные смыслы. Поскольку средний возраст представителей группы менеджеров среднего звена достаточно молодой (36 лет), делается вывод о выраженной ориентации на социальный успех.

Говоря о значимости ресурсных характеристик (объективных — уровень образования, материальное положение, социальный статус родительской семьи, проживание в городской или сельской местности; субъективных — социальное самочувствие, оценка своих перспектив и будущего), диссертант на основании проведенного анализа делает общий вывод: чем выше ресурсообеспеченность человека, тем выше ориентация на успех и активнее жизненная стратегия. С точки зрения ресурсных характеристик менеджеры среднего звена находятся в выгодном положении (высокий уровень образования и ориентация на повышение

образовательного уровня, материальное положение выше среднего с динамикой улучшения, высокие индексы социального самочувствия, стратегия мобилизации при адаптации к кризисным явлениям, проживание в крупном городе, интернальный фокус ответственности). Это формирует ориентацию на проактивную деятельность, предполагающую стремление к успеху и достижениям.

В работе подчеркивается, что выбранный для исследования сектор экономики (сфера услуг) является значимым фактором, влияющим на ориентацию респондентов на социальный успех. Во-первых, являющаяся следствием и результатом растущего массового потребления, удовлетворения потребностей, работы «на заказ» сфера услуг предлагает социуму востребованные модели успешности. Во-вторых, представленная разнообразными отраслями сфера услуг требует от общества большого количества высокообразованных кадров, в том числе менеджеров среднего уровня, от которых ожидается быстрота и гибкость принятия решений, открытость, взаимосвязь с клиентом, с подчиненными. В-третьих, сфера услуг характеризуется социальной направленностью как на уровне формы профессионального взаимодействия «человек — человек», так и на уровне стремления удовлетворить интересы потребителя. Поскольку источником роста сервисной экономики являются интеллектуальные технологии, роль квалифицированных менеджеров, ориентированных на достижения, заметно возрастает. Таким образом, наряду с обозначенной спецификой социально-профессионального статуса руководителей среднего звена вышеперечисленные факторы определяют выраженную ориентацию менеджеров среднего звена на социальный успех.

Во второй главе **«Особенности содержания и реализации ценностных ориентаций на социальный успех у менеджеров среднего звена сферы услуг»** на материалах эмпирических исследований раскрываются особенности содержания и специфика реализации социальной ценности успеха представителями группы менеджеров среднего звена, трудящихся в сфере услуг.

В параграфе 2.1. **«Специфика содержания ценности успеха у менеджеров среднего звена сферы услуг»** на материалах авторского социологического исследования раскрыты основные аспекты содержания социальной ценности успеха, выявлена специфика представлений менеджеров среднего звена о критериях, факторах и способах достижения социального успеха.

Диссертантом делается вывод о специфичности содержания ценности социального успеха и аспектов ее реализации менеджерами среднего звена сферы услуг. Во-первых, исследование зафиксировало очень высокую значимость для них социальной ценности успеха (98 %). Во-вторых, показаны смысловые акценты сущности успеха и зафиксирован спектр представлений менеджеров о социальном успехе, что подтверждает поливариативность социальной ценности успеха. Несмотря на отмеченный приоритет материальных (статусных, карьерных, денежных) представлений об успехе в обществе, менеджеры среднего звена, тем не менее, преимущественно выбирают смыслы успеха как состояния личности. Менеджеры среднего звена сферы услуг представляют себе социально успешного индивида как ориентированного на труд профессионала, достигающего амбициозные цели, и самореализующегося человека. Атрибутами социального успеха менеджеры называют благополучную семью (76 %), успешную карьеру, самореализацию во всех сферах (52 %), ощущение гармонии и смысла жизни,

полезность для общества и людей (54 %), нравственно допустимые способы достижения жизненных целей. Достижение материальных, прагматических целей важно (38 %), однако в большей степени выступает как инструмент, средство достижения полноценной, разнообразной жизни (87 % менеджеров не считают богатство главным показателем успеха).

Диссертант делает вывод о том, что достойный уровень заработной платы, хорошая обеспеченность жильем, высокий уровень самооценки и положительная динамика материального положения создают комфортные условия жизни для представителей изучаемой группы и позволяют ставить в приоритет потребности более высокого ранга: самореализацию, личностную гармонию и карьерные высоты. Полученные в исследовании данные показывают, что должность менеджера среднего звена — это социальный лифт, способствующий повышению материального и социального статуса, социальной оценки и самооценки.

Анализ данных опроса показал также представления о факторах, которые приводят к успеху в российском обществе: для менеджеров на первом месте образование. Большинство менеджеров отмечают, что достичь успеха можно при помощи образования, связей, востребованной профессии и карьеры. Образование и связи, являясь ресурсными характеристиками, отражают текущую ситуацию в российском обществе, связанную с неоднозначностью и несбалансированностью механизмов достижения и социальной мобильности. Также менеджеры для достижения социального успеха считают важными оптимизм, ответственность, образованность, высокий культурный уровень, воспитанность, честность, независимость.

Таким образом, менеджеры среднего звена высоко оценивают значимость ценности социального успеха, демонстрируя ярко выраженную достигательную стратегию, которой свойственны открытость изменениям, ответственность за свои цели и их достижение, активность и деятельность, интернальный локус контроля. В этом смысле социальный успех как ценность выступает для них как фундамент выбора и ориентирующая цель, регулирует направленность их социальных действий.

На основании данных эмпирического исследования подтверждены выводы теоретической части работы о факторах, влияющих на значимость и содержание социальной ценности успеха у менеджеров среднего звена. Высокий приоритет ценности социального успеха обусловлен рядом факторов: молодой средний возраст представителей группы, высокий уровень образования, благополучное материальное положение, оптимистичные субъективные самооценки своего текущего социального положения и будущих перспектив, специфические ценностные установки, большое количество социальных интеракций, открытость, стремление к наращиванию и расширению социального потенциала.

Значимо влияют специфика профессионального положения и характер управленческой деятельности: с одной стороны, компетенции лидерства, стремления к результату, активность являются необходимыми на управленческой позиции, с другой стороны, менеджеры среднего звена в связи со своим промежуточным положением в вертикали управления вовлечены в активную конкуренцию не только за ресурсы, но и за сохранение своей должностной позиции. Эти аспекты определяют выраженную ориентацию на достижение социального успеха респондентов.

В параграфе 2.2. «**Типы стратегий социального успеха менеджеров среднего звена**» представлены результаты типологии стратегий достижения социального успеха менеджерами среднего звена сферы услуг, разработанной автором на основании данных эмпирического исследования.

Диссертант с помощью классификационного анализа выявил, какие приоритетные смыслы социального успеха выделяют для себя менеджеры среднего звена, какой набор социальных действий используется для реализации идеи успешности (таблица).

Типы менеджеров среднего звена, выделенных по предпочитаемым стратегиям социального успеха (%)

Типы стратегий социального успеха	%	Понимание сущности социального успеха	Доминирующие компоненты стратегии успеха	Типичный представитель
<b><u>Социально ориентированная стратегия:</u> востребованность, признание обществом полезности</b>	33	Полезность и незаменимость для страны, общества и окружения, душевный комфорт и гармония	Хорошее образование, востребованная специальность, повышение профессионального уровня, творчество, самореализация, семейные ценности	Молодые (до 39) или старшего возраста (56–60) женщины, в браке, 2–3 детей, высшее образование, доход ниже среднего или средний
<b><u>Личностно ориентированная стратегия:</u> состояние внутренней гармонии и жизненного комфорта</b>	21	Состояние внутренней гармонии, счастливая личная и семейная жизнь, общественное признание и достойное материальное положение, признание окружения	Развитие карьеры, последовательное воплощение намеченных целей, обеспечение достойного материального достатка семье	Женщина 40–55 лет, не в браке, со средним или высшим образованием, со средним и высоким доходом
<b><u>Материально ориентированная стратегия:</u> высокий материальный статус и общественное признание</b>	19	Самостоятельно заработанный материальный достаток (богатство), внешние проявления материального статуса — имущественные, социальные, профессиональные	Активность, готовность идти на риск, возможность нарушения моральных норм ради обогащения, высокого статуса, ориентация на свой бизнес и карьеру	Молодые мужчины до 29 лет, большинство в браке, 2 высших образования, доход средний, выше среднего
<b><u>Стратегия ориентации на трудовую деятельность:</u> достижение материального достатка упорным трудом</b>	16	Стабильное материальное положение, интенсивная трудовая деятельность, целеустремленность, честно нажитое богатство	Упорный труд, следование моральным принципам, приоритет материального над духовным, отсутствие активности и готовности рисковать	Молодые люди 20–39 лет, в браке, с детьми, с высшим образованием и со средним доходом
<b><u>Стратегия индивидуалистической самореализации:</u> независимость от внешних обстоятельств, свобода для самореализации в сфере досуга, творчества</b>	9	Свобода, самореализация, радости жизни, творчество, статусность, слава	Удовлетворение собственных интересов, ориентация более на внешние факторы (наследство, везение), чем на персональные усилия	Молодые люди 20–39 лет, в браке, но без детей, с высшим образованием, доходом выше среднего

Данные исследования продемонстрировали, что выявленные по предпочитаемым стратегиям социального успеха типы менеджеров среднего звена имеют разные смысловые представления о сущности успеха, используют различный набор социальных действий для реализации социальной успешности при общей выраженности значимости успеха в исследуемой социально-профессиональной группе.

Проведенный анализ данных исследования позволил диссертанту выделить три ключевых элемента в стратегиях социального успеха менеджеров среднего звена: во-первых, доминирующий вектор стратегии (социальная направленность — во главу угла респондент ставит интересы страны, общества, социальной группы, организации, либо индивидуалистическая направленность — следование личным интересам, в некотором смысле — эгоистическое предпочтение персональных потребностей); во-вторых, индикаторы социального успеха (материальные — имущественные индикаторы, высокий материальный статус или социальные/духовные индикаторы — в приоритете социальные связи, семья, друзья, коллектив, душевная гармония, самореализация, саморазвитие, любовь, польза для страны); в-третьих, средства реализации стратегии социального успеха (социально одобряемые либо практически любые способы для достижения успеха, включая те, которые не вполне корректны с точки зрения морали и нравственности).

Разработанная матрица ключевых элементов стратегий социального успеха у менеджеров среднего звена позволяет сделать вывод, что в целом (76 %) для этой группы свойственны в большей степени социальная направленность стратегий успеха, приоритет духовных/социальных ценностей в аспекте смыслов социального успеха, а также нравственно допустимые средства достижения выбранных целей, однако часть группы менеджеров среднего звена выбрала достижение материальных высот как единственный критерий успешности, причем любыми доступными средствами.

Осуществленная автором методология SWOT-анализа позволила проанализировать выявленные типы менеджеров по ряду показателей — компетенциям, необходимым менеджерам среднего звена для эффективного функционирования в современной ситуации. Выявлено, что комбинирование сильных сторон различных типов менеджеров в практике деятельности российских организаций позволит максимизировать эффективность деятельности всей социально-профессиональной группы. Так, потенциально самыми продуктивными для задач современных организаций являются группы первого и второго типов (совокупно 54 %), продемонстрировавших максимальное количество сильных сторон и возможностей: способность к целенаправленной системной управленческой деятельности, ориентацию на результат, высокую мотивацию. Менеджеры третьего и пятого типов при высоком уровне человеческого капитала имеют недостаточную мотивацию и специфическое отношение к труду, которые формируют ограничение на восприятие их как эффективных управленческих типов. Менеджеры четвертого типа достаточно пассивны и инертны, при этом способны к ответственной систематической деятельности. Наибольшая результативность возникнет при синергетическом взаимодействии всех типов.

В **Заключении** сформулированы основные выводы диссертационной работы, представлены рекомендации по решению исследуемой диссертантом проблемы, обозначены перспективы ее дальнейшего анализа.

Основные положения диссертации отражены в публикациях общим объемом 4,7 п. л., в том числе 6 статей, опубликованных в рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК.

*Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и журналах из списка ВАК:*

1. Вяткина, Н. В. Социально-статусные характеристики управленческой деятельности как детерминанты формирования инновационного общества / Н. В. Вяткина // Власть. — 2014. — № 10. — С. 134–139. (0,4 п. л.)
2. Вяткина, Н. В. Социальный портрет российского менеджера среднего звена / Н. В. Вяткина // Власть. — 2015. — № 1. — С. 118–123. (0,3 п. л.)
3. Вяткина, Н. В. Факторы успешности и идеальные типы российских менеджеров среднего звена / Н. В. Вяткина // Власть. — 2015. — № 5. — С. 104–108. (0,2 п. л.)
4. Вяткина, Н. В. Категория социального успеха в представлениях менеджеров среднего звена / Н. В. Вяткина // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2015. — № 4. — С. 30–34. (0,3 п. л.)
5. Вяткина, Н. В. Функционально-ролевые аспекты управленческой деятельности менеджеров среднего звена в современном российском обществе / Н. В. Вяткина // Теория и практика общественного развития (электронный журнал). — 2015. — № 19. — С. 30–34. (0,3 п. л.)
6. Вяткина, Н. В. Достижение успеха в современной России: попытка социологического осмысления / Н. В. Вяткина // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. — 2016. — № 1. — С. 17–22 (0,4 п. л.)

*Параграф в монографии:*

7. Вяткина, Н. В. Инновационный потенциал менеджеров среднего звена в современном российском обществе / Н. В. Вяткина // Личность в информационно-инновационном обществе: монография / под ред. проф. В. Н. Стегния. — Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2015. — 448 с. — С. 429–438. (0,5 п. л.)

*Публикации в прочих изданиях:*

8. Вяткина, Н. В. Информационные аспекты исследования социального успеха менеджеров среднего звена в контексте инновационного развития России / Н. В. Вяткина // Вестник Пермского нац. исслед. политехн. ун-та. Социально-экономические науки. — 2014. — № 1 (22). — С. 68–76. (0,4 п. л.)
9. Вяткина, Н. В. Трудовая адаптация и стратификация менеджеров среднего звена в условиях информатизации российского общества / Н. В. Вяткина // Формирование гуманитарной среды в вузе, колледже, школе: инновационные образовательные технологии, компетентностный подход: сб. тр. XV Всерос. науч.-практ. конф. — Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2015. — С. 62–65. (0,4 п. л.)

10. Вяткина, Н. В. Ценностные ориентации менеджеров среднего звена в современной России (по результатам социологического исследования) / Н. В. Вяткина // Отечественная наука в эпоху изменений: постулаты прошлого и теории нового времени: сб. тр. VII Междунар. науч.-практ. конф. — Национальная ассоциация ученых. — 2015. — № 2 (7). — С. 166–169. (0,3 п. л.)

11. Вяткина, Н. В. Профессия «менеджер»: ретроспективный анализ социологического подхода / Н. В. Вяткина // Вестник Перм. нац. исслед. политехн. ун-та. Социально-экономические науки. — 2015. — № 2. — С. 32–37. (0,3 п. л.)

12. Вяткина, Н. В. Особенности профессиональной деятельности менеджеров среднего звена в современном российском обществе // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований: мат-лы XV (заочной) Всерос. науч. конф., посвящ. памяти проф. З. И. Файнбурга, Пермь, ноябрь 2016 г. — Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2016. — С. 80–86. (0,3 п. л.)

13. Вяткина, Н. В. Менеджеры среднего звена как социально-профессиональная группа в современной России (по результатам социологического исследования в организациях сферы услуг) // Мат-лы VII Междунар. социол. Грушинской конф. «Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях», 15–16 марта 2017 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. — М.:АО «ВЦИОМ», 2017.— 1886 с. — С. 1471–1476 (0,4 п. л.)

14. Вяткина, Н. В. Специфика социальных функций ценности успеха в современном российском обществе // Сб. ст. по итогам междунар. науч.-практ. конф. «Наука в современном обществе: закономерности и тенденции развития» (Саратов, 26 марта 2018 г.): в 2 ч. Ч. 2 — Стерлитамак: АМИ, 2018. — 228 с. — С. 133–135. (0,2 п. л.)