

## Оригинальная статья / Original article

УДК 314

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-212-223>

## Ценностные ориентации руководителя в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере

Е. С. Гуренко<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup> Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)  
ул. Садовническая, д. 33/1, г. Москва 117997, Российская Федерация

✉ e-mail: ges1000@bk.ru

## Резюме

**Актуальность.** Сегодня, когда Россия, как и весь мир, переживает беспрецедентные изменения во всех сферах жизни, особенно большие ответственность и нагрузка ложатся на плечи руководителя. Сталкиваясь с новыми реалиями, он начинает переоценивать не только эффективность бизнеса, но и свой подход к основным аспектам процесса управления: социальному воздействию, взаимодействию с персоналом и стратегиям.

**Цель** – изучить систему ценностных ориентаций современного руководителя в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере.

**Задачи:** выявить и описать ценностные ориентации современного руководителя посредством анализа основных компонентов опросника ценностей М. Рокича; оценить обоснованность использования системы ценностных ориентаций руководителя в условиях новых реалий четвертой промышленной революции, пандемии и экономических санкций.

**Методология.** В исследовании приняли участие 100 руководителей в возрасте 30 лет и старше, разного уровня и управленческого стажа. Им было предложено расположить терминальные и инструментальные ценности в порядке их значимости.

**Результаты.** Исследование показало, что, несмотря на различные возрастные, географические, профессиональные и личные данные, существуют лишь незначительные расхождения в системе ценностных ориентаций руководителей, а ценности, предложенные Рокичем, определяют их ценностно-смысловой аспект жизни и деятельности.

**Выводы.** Для того чтобы описанные ценности руководителя максимально полно отражали последние события и настроения в мире, автор предлагает дополнить их цифровыми ценностями, от которых напрямую зависит эффективность и конкурентоспособность в бизнесе, и дает свое определение этому «явлению».

**Ключевые слова:** ценности; ценностные ориентации; цифровые ценности; ценности руководителя; система ценностей; методика ценностей Рокича.

**Конфликт интересов:** В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

**Для цитирования:** Гуренко Е. С. Ценностные ориентации руководителя в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2023. Т. 13, № 5. С. 212–223. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-212-223>.

Поступила в редакцию 12.08.2023

Принята к публикации 10.09.2023

Опубликована 30.10.2023

© Гуренко Е. С., 2023

# Leader's Value Orientations in Social and Structural Relations of the Business Sphere

Elena S. Gurenko<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup> A. N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art)  
33/1, Sadovnicheskaya Str., Moscow 117997, Russian Federation

✉ e-mail: ges1000@bk.ru

## Abstract

**Relevance.** Today, when Russia, like the whole world, is experiencing unprecedented changes in all spheres of life, more great responsibility and burdens fall on the shoulders of the leader. Faced with new realities, they begin to re-evaluate not only the effectiveness of the business, but also their approach to the main aspects of the management process: social performance, interaction with personnel and strategies.

**The purpose** is to study the value orientations system of a modern leader in social and structural relations of the business sphere.

**The objectives** are to identify and describe the value orientations of a modern leader through the analysis of the main components of the questionnaire of M. Rokeach's values; assess the validity of using the value orientations system of a leader in the context of the new realities of the fourth industrial revolution, the pandemic and economic sanctions.

**Methodology.** The study involved 100 managers aged 30 years and older, of different levels and managerial experience. They were asked to arrange the terminal and instrumental values in order of their importance.

**Results.** The study showed that despite the different age, geographical, professional and personal data, there are only minor differences in the value orientations system of managers, and the values proposed by Rokeach determine their value-semantic aspect of life and work.

**Conclusions.** In order for the described values of the manager to fully reflect the latest events and moods in the world, the author proposes to supplement them with digital values, on which efficiency and competitiveness in business directly depend, and gives his own definition of this "phenomenon".

**Keywords:** values; value orientations; digital values; leader's values; value system; Rokeach's value methodology.

**Conflict of interest:** In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the author of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The author declares no conflict of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Gurenko E. S. Leader's Value Orientations in Social and Structural Relations of the Business Sphere. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2023; 13(5): 212–223. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-212-223>.

Received 12.08.2023

Accepted 10.09.2023

Published 30.10.2023

\*\*\*

## Введение

Прямо сейчас мы переживаем одно- временно смену технологического и мирохозяйственного укладов, когда меняется не только базис экономики, но и формируются качественно новые условия жизнедеятельности, порождающие трансформации в структуре общества и в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере. Такого рода события происходят примерно раз в столетие и, как правило, сопровождаются технологической революцией (Индустрия 4.0), депрессией

(пандемия COVID-19) и гонкой вооружений (события вокруг Украины). Многие руководители признают все эти изменения, но не знают, как адаптироваться к ним и извлечь выгоду из открывающихся возможностей.

Пандемия стала особым испытанием для руководителей всех секторов и уровней, так как им пришлось одними из первых реагировать на прямые и косвенные последствия кризиса, имея мало времени на подготовку и в постоянно меняющейся обстановке. Существует множество при-

меров успешных стратегий руководства во время кризиса, например, в военном секторе или секторе управления чрезвычайными ситуациями. Однако особенность кризиса, вызванного коронавирусной инфекцией, заключалась в том, что для эффективного управления ситуацией требовалось кардинальное изменение поведения людей, их мотиваций и принципов. Поэтому новая пандемия COVID-19 стала, прежде всего, отражением доверия людей ко всей системе управления [1]. Формально пандемия завершилась, со многими проблемами бизнес справился, не в последнюю очередь благодаря грамотным действиям руководителей. Но масштабные изменения бизнес-процессов, которые она породила, еще только предстоит осознать.

На смену эпидемии пришел новый вызов (также глобального характера) – «санкционная лихорадка». С момента начала военной спецоперации под санкции попали почти полторы тысячи россиян, около пятисот предприятий, всего введено свыше четырнадцати тысяч санкций против различных видов товаров, отраслей и секторов [2]. Однако устойчивость бизнеса к шоку от всевозможных ограничений ранее обеспечила его адаптированность к стрессу. С точки зрения бизнес-процессов перестройка была такой же, как и в пандемийный кризис, «поскольку уже так делали». Сложным для руководителей стало развивать систему коммуникаций, которая позволит оперативно выявлять и решать проблемы, транслировать видение и цели: что говорить, а что не говорить, и есть ли вообще смысл поднимать в бизнес-среде конкретные темы. Безусловно, у всех людей есть мнение по поводу происходящего в мире, поэтому каждому руководителю нужно было просто для себя выстроить приоритеты и решить, что он делает именно так и считает это правильным.

По мере того, как компании сталкиваются с новыми реалиями, руководство проводит переоценку своего подхода к

основным аспектам процесса управления: социальному воздействию, взаимодействию с персоналом и стратегиям. В выигрышной ситуации оказываются, безусловно, те, кто успешно преодолел пилотный этап внедрения инноваций Индустрии 4.0 и масштабировал решения, получив беспрецедентный прирост эффективности при минимальном сокращении персонала [3; 4]. Однако стоит отметить, что четвертая промышленная революция в социально-структурных отношениях представляет собой не просто фактор экономического роста, а принятие новых, не существовавших ранее ценностей и вместе с ними людей нового формата с определенным набором ценностных ориентаций, которые формируются из четырех важных принципов [5; 6]:

1) построение систем, обеспечивающих благосостояние людей, на основе новых технологий;

2) расширение, а не ограничение возможностей, выбора, свобод, перспектив, особенно в контексте технологий, действующих без управления людьми;

3) использование конструктивного и системного мышления для преобразования новых технологий в новые конфигурации;

4) принятие ценностей, которые несут в себе те или иные технологии и которые встраиваются в них с самого появления начальной идеи как достоинства, приносящего пользу, а не вред.

В последнем пункте как раз и виден противоречивый характер этой «революции» [7]. Если, с одной стороны, Индустрия 4.0 способствует трансформации и модернизации экономики, увеличивая скорость принятия решений и повышая эффективность труда, то с другой – изменяет ценности, ценностные ориентации людей и их отношение друг к другу, т. е. они начинают больше ориентироваться на самообразование и самосовершенствование, становятся более гибкими и подвижными, легко обучаемыми. В то же время слишком частое времяпрепровождение

дение в Интернете формирует у многих клиповое сознание, притупляя способность сопереживать, концентрироваться на чем-то одном, противостоять манипуляциям [8]. И в таком новом информационном обществе, которое к тому же еще является цифровым, формируется новый тип взаимодействия людей, где человек является единицей информации и знаний, а все его окружение – огромным массивом данных [9]. Для обеспечения устойчивости такого окружения (среды) как раз и требуются четкие определенные поведенческие стандарты, которые строятся из набора ценностных ориентаций, куда, в том числе, входят цифровые компетенции и ценности [10; 11; 12; 13]: стремление к инновациям; открытость к получению новой информации как источнику социального и профессионального развития; ответственность за достоверность передаваемого в информационную среду интеллектуального и эмоционального контента; личностная идентичность и ее защита и др.

Симбиоз этих ценностей и технологий формирует четыре доминирующих вектора развития организаций, обеспечивая их цифровую трансформацию – кратный рост производства и качества жизни [14]:

1) использование эластичных облачных вычислений, что подразумевает собой наличие относительно дешевых и неограниченных возможностей вычисления и хранения данных;

2) использование больших данных;

3) использование искусственного интеллекта для быстрого и точного выполнения любых задач и прогностической аналитики;

4) внедрение «Интернета вещей» для создания вычислительной платформы экстраординарного масштаба.

Именно поэтому меняется не только степень конкуренции, но и ее характер: она идет не столько за передел существующих рынков, сколько за формирование новых, при этом конкурируют не

товары и технологии, а системы управления, опирающиеся на цифровые площадки и соответствующие цифровые ориентации [15; 16].

Исследованию кризисов, неопределенности и рисков в экономике посвящено множество работ отечественных и зарубежных исследователей, начиная с фундаментальных трудов классиков (К. Маркс, Х. Мински, Дж. А. Гобски, Н. Д. Кондратьев, Я. И. Кузьмин и др.) и заканчивая работами, рассматривающими более узкие вопросы, как, например, противодействие кризисам или решение задач недостатка финансирования (А. В. Лукьянов, О. А. Котляров, С. Краус, Н. Ямори и др.). Исследования ценностей и ценностных ориентаций, в т. ч. в бизнес-среде, также получили широкое развитие в научной литературе: общие подходы к пониманию природы и сущности ценностей, ценности как социальный феномен, психологические исследования различных структур мировосприятия человека (Э. Дюркгейм, Т. Парсонс, П. Сорокин, Н. А. Журавлева, В. А. Ядов и др.); теория управления, цифровая экономика и информационные технологии, национальные особенности бизнеса (Д. Д. Коллинз, Э. Тоффлер, Д. Белл, Т. Сибел, С. Г. Климова, С. Шекшня и др.) [17; 18].

Однако, несмотря на множество работ и исследований в данной области, вопросы, связанные с изучением ценностных ориентаций, как детерминанты профессиональной (и в частности, в социально-структурных отношениях бизнес-сферы), управленческой деятельности как социального процесса, проработаны недостаточно, что побуждает к проведению новых, более детальных исследований, которые будут отражать взаимные влияния между социально-структурными позициями и индивидуальным функционированием, принятием управленческих решений, основанных на ценностных регулятивах, и управленческой практикой в организационной бизнес-среде в целом.

## Материалы и методы

Настоящее исследование проводилось в один этап. Форма исследования – анкетирование на платформе Webanketa. В исследовании участвовали российские компании различных отраслей бизнеса. Генеральная совокупность исследования – 48 компаний. Территориальные границы исследования – Москва и Московская область, временные рамки – апрель 2021 г. – апрель 2022 г. В качестве респондентов были задействованы 100 руководителей малого и среднего бизнеса в возрасте 30 лет и старше ( $n=100$ ): собственники ( $n=10$ ) и руководители отделов, структурных подразделений с количеством подчиненных до 10 человек ( $n=90$ ). Этот уровень системы руководства был выбран по двум причинам: 1) доступность для исследования; 2) широкое видение организационной структуры и особенности управления, которые определяются кругом теоретических, стратегических, коммуникационных и организационных задач на руководящей должности. Отбор респондентов производился методом «снежный ком».

Для исследования ценностных ориентаций руководителей была использована адаптивная методика ценностных ориентаций М. Рокича («Природа человеческих ценностей»). Данная методика часто используется в организационных процессах и структурах благодаря сильной теоретической базе и четкой системе, в основе которой лежит принцип ранжирования одинаковых для всех людей ценностей по важности, который позволяет исследовать направленность личности и ее отношение к окружающему миру, к другим людям, к себе самой [19].

Согласно М. Рокичу, ценность можно определить как разновидность «устойчивого убеждения в том, что определенный способ поведения или конечная цель существования предпочтительнее с личной и социальной точек зрения, чем про-

тивоположный или обратный способ поведения либо конечная цель существования» [20]. Другими словами, его теория основана на связи принципов (то, что человек считает для себя правильным и на что он опирается в своих суждениях), ценностей (основные принципы, на которых строится собственная система ценностей человека) и установок (некоторые ценности, которые направляют поведение). В этой связи он выделяет 36 основных ценностей, которые, в свою очередь, делятся на 18 терминальных (цели существования, конечные цели) и 18 инструментальных (способы поведения, действия, рассматриваемые как способ достижения конечной цели). Интересно, что первоначально автор представил 12 терминальных и 12 инструментальных ценностей, но позже понял, что упустил некоторые важные ценности, поэтому их число увеличилось до 18 в каждой категории. Эти ценности ранжируются по степени важности как руководящие принципы жизни респондента, в т. ч. и профессиональной (табл. 1), т. е. любая приобретенная ценность становится частью организованной системы ценностей, которая начинает работать как общий план для разрешения конфликтов и принятия решений.

Для оценки демографических характеристик к списку ценностей также были добавлены несколько пунктов, описывающих респондентов по возрасту, полу, семейному положению и управленческому стажу.

Параллельно в период проведения настоящего исследования с целью повышения надежности и достоверности полученной информации проводился сравнительный анализ с результатами аналогичных социологических исследований, представленных в научных отчетах и публикациях ведущих научно-исследовательских центров и специалистов в области социологии управления.

**Таблица 1.** Ранговая структура ценностных ориентаций (терминальных и инструментальных ценностей) руководителей

Ценности	Приписанный ранг	Среднее значение ранга
<b>Терминальные ценности:</b>		
– активная деятельная жизнь	4	5,33
– жизненная мудрость	9	5,87
– здоровье	1	3,32
– интересная работа	8	5,86
– красота природы и искусство	6	9,18
– любовь	2	4,76
– материально обеспеченная жизнь	5	5,36
– наличие хороших и верных друзей	3	6,88
– общественное признание	4	7,94
– познание	1	6,18
– продуктивная жизнь	2	6,8
– развитие	7	5,84
– свобода	0	6,1
– счастливая семейная жизнь	6	5,76
– счастье других	5	9,04
– творчество	7	10,12
– уверенность в себе	3	4,81
– удовольствия	8	11,62
<b>Инструментальные ценности:</b>		
– аккуратность	9	6,04
– воспитанность	10	6,33
– высокие запросы	17	8,56
– жизнерадостность	2	4,8
– исполнительность	3	6,74
– независимость	6	5,84
– непримиримость к недостаткам в себе и других	8	11,02
– образованность	8	6
– ответственность	1	4,32
– рационализм	3	4,7
– самоконтроль	4	5,62
– смелость и отстаивание своего мнения	1	6,54
– твердая воля	4	6,7
– терпимость	5	6,9
– честность	7	5,94
– чуткость	6	7,28
– широта взглядов	5	5,74
– эффективность в делах	2	6,55

### Результаты и их обсуждение

Полученные в результате эмпирического исследования иерархии ценностей – терминальных и инструментальных – были разделены на четыре группы:

1) предпочитаемые, наиболее важные, значимые, доминирующие ценности (1-4 среднее ранговое значение);

2) менее значимые ценности (5-7 среднее ранговое значение);

3) индифферентные, пассивные ценности (8-11 среднее ранговое значение);

4) отвергаемые, незначимые ценности (12-18 среднее ранговое значение).

Выстроив иерархическую структуру терминальных ценностей (рис. 1), было выявлено, что доминирующие позиции в ней занимают «здоровье» (3,32), «любовь» (4,76), «уверенность в себе» (4,81), т. е. руководители четко осознают, что

именно здоровье, физическое и психическое, является главной ценностью жизни, позволяя быть уверенным в себе, в своих способностях, возможностях, профессиональных результатах, а также любить себя и быть любимым, в кругу семьи или друзей, беря от жизни максимум. Особенно такая тенденция укрепилась в период пандемии, если говорить о психическом здоровье, которое позволяет адаптироваться к стрессу, вызванному любыми факторами, и конструктивно справляться с ним [21]. Далее следуют 11 других ценностей: «активная деятельная жизнь», «жизненная мудрость», «интересная работа», «материально обеспеченная жизнь», «наличие хороших и верных друзей», «общественное признание», «познание», «продуктивная жизнь», «развитие», «свобода», «счастливая семейная жизнь». Они являются менее значимыми (имеют 5-7 среднее ранговое значение) и в той или иной степени зависят от вышеперечисленных ценностей. Тем не менее интересно, что такие ценности, как «познание» и «общественное признание», занимают одни из дальних мест в структуре ценностных ориентаций (11-е и 14-е место соответственно). Это говорит о пе-

регрузке и недостатке времени у человека (руководителя) в современном быстро меняющемся мире. К так называемым индифферентным или абстрактным ценностям респонденты отнесли «счастье других» (9,04), «красота природы и искусство» (9,18), «творчество» (10,12) и «удовольствия» (11,62), что, скорее всего, связано с экономической, политической и эмоциональной нестабильностью в мире, требующей от руководителя как лидера более рациональных, обдуманных и качественных решений, направленных на достижение личных результатов и успехов компании. Отвергаемых респондентами терминальных ценностей, т. е. которые ими либо совсем игнорируются, либо к которым они относятся с предубеждением, нет. Отсюда можно предположить, что все 18 терминальных ценностей, предложенных М. Рокичем, определяют ценностно-смысловой аспект жизни и деятельности руководителя в социальных структурных организациях (рис. 1).

Далее рассмотрены особенности профиля инструментальных ценностей руководителей в социальных структурных организациях (рис. 2).



**Рис. 1.** Профиль терминальных ценностей руководителей в социальных структурных организациях





**Рис. 2.** Профиль инструментальных ценностей руководителей в социальных структурных организациях

Ведущие ранги в иерархии инструментальных ценностей руководителя социальной структурной организации принадлежат ценностям межличностного общения: «ответственность» (4,32), «рационализм» (4,7) и «жизнерадостность» (4,8). Это говорит о том, что современному руководителю важно быть последовательным в своих управленческих решениях, уметь держать слово, опираясь больше на факты и опыт, но не отвергая положительные эмоции и настрой, которые создают в коллективе благоприятную атмосферу и помогают работать эффективнее. Далее следуют такие ценности, как «самоконтроль», «широта взглядов», «независимость», «честность», «образованность», «аккуратность», «воспитанность», «смелость в отстаивании своего мнения», «эффективность в делах», «твердая воля», «исполнительность», «терпимость», «чуткость» (имеют 5-7 среднее ранговое значение), т. е. это ценности профессиональной ориентации, интеллектуальные и этические ценности. Отсюда можно сделать вывод о достаточно устоявшейся жизненной позиции руководителей как в личной, так и в профессиональной сфере. Здесь также стоит

отметить, что этические ценности занимают достаточно высокие позиции — показатель тесной связи с российской культурой и менталитетом, которые отличаются гуманностью и религиозностью и для которых традиция классических «библейских ценностей», в отличие от той же западной культуры, имеет важное значение [22]. Замыкают иерархию инструментальных ценностей индивидуалистические цели — «высокие запросы» и «непримиримость к недостаткам в себе и других» (17-е и 18-е место соответственно). Отвергаемых инструментальных ценностей, как и в случае с терминальными ценностями, нет. Это еще раз подчеркивает значимость всех выбранных М. Рокичем ценностей.

Результаты исследования по демографическому признаку явных различий в иерархии ценностных ориентаций руководителей не выявили. Так, например, свободные от брака респонденты, как и респонденты, у которых есть семья или дети, в приоритет ставят ценность «жизнерадостность». Это объясняется тем, что, пока они не создали свою семью (но, возможно, очень хотят), у них достаточно поводов для счастья и активной, насы-



щенной событиями жизни. Связь между стажем работы и ценностями, согласно нашему исследованию, также неочевидна, т. е. продолжительность профессионального опыта не определяет ценности, которые респонденты выбирают значимыми для себя. В профессиональном плане, скорее всего, важна «сфера» опыта, а не его продолжительность.

### Выводы

Анализ системы ценностных ориентаций современного руководителя с использованием методики М. Рокича в социально-структурных организациях в бизнес-сфере показал, что их приоритетность мало зависит от демографических признаков (пол, возраст, семейное положение, управленческий стаж), но он уверенно демонстрирует тенденцию в первую очередь к гармоничной реализации личных и профессиональных интересов руководителя. Полученные данные позволяют выявить усредненный профиль личности современного руководителя, нацеленного на успех. Это молодой мужчина или женщина в браке и в возрасте 35 лет, со стажем руководителя среднего звена около 10 лет. Первостепенное значение для него или нее имеют такие ценности-цели (терминальные), как «здоровье», «любовь» и «уверенность в себе», и такие ценности-средства (инструментальные), как «ответственность», «рационализм» и «жизнерадостность».

Однако нужно понимать, что в конкретный момент времени эти ценности, в зависимости от реалий и обстоятельств, могут получать разное прочтение и преломление в определенных этических требованиях. В данном случае это устройство повседневной организационной жизни, включая ограничения передвижения и разного рода возможности, связанные с последствиями пандемии и действующими санкциями, а также технологии, которые формируют данный контекст. Под технологиями имеется в виду в первую очередь четвертая промышленная революция, ко-

торая предполагает активное применение цифровых технологий, а следовательно, и появление новых, цифровых ценностей, необходимых не только для оптимизации всей бизнес-деятельности, но и улучшения опыта взаимодействия с людьми. Открытость информации всему новому, стремление к инновациям, личная идентичность, управление информацией и др. – этих ценностных ориентаций нет в опроснике М. Рокича. И не могло быть. Но сегодня они должны стать частью системы ценности любого руководителя социальной структурной организации, если он хочет быть эффективным и конкурентоспособным в бизнесе. Другими словами, новая, цифровая реальность требует от руководителя новых подходов, решений и образа мышления, основанного на цифровых ценностях, которые с учетом всего вышесказанного можно обозначить как ценности, которые являются продуктом общества и Индустрии 4.0 и определяют взаимодействие человека с диджитал-средой, включающей в себя создание совокупности новых инструментов, позволяющих ему быть более производительным, а также структурировать и обрабатывать большие массивы данных.

Также стоит отметить, что результаты настоящего исследования не исчерпывают всего спектра вопросов, связанных с оценкой ценностей и трансформацией ценностных ориентаций руководителя в условиях новых реалий. Однако они имеют практическую ценность – дают возможность уменьшить степень неопределенности и спрогнозировать модели поведения, которые будут основываться на их стремлениях и желаниях, приближая к успеху. Результаты исследования могут оказаться полезными и при поиске новых сотрудников или ротации действующего персонала, помогая руководителям развивать эффективную организационную культуру с интегрированным набором ценностей, который придает смысл деятельности каждого сотрудника и создает конкурентное преимущество в профессиональной среде.

### Список литературы

1. Yoder-Wise P. S., Kowalski K., Sportsman S. The Leadership Trajectory: Developing Legacy Leaders-Ship. Elsevier Science, 2020. 241 p.
2. Принят десятый пакет ограничений против России, но ущерб от него в 10 раз меньше, чем от первого. URL: <https://rg.ru/2023/02/27/stanciiia-sankciiia-konechnaia.html> (дата доступа: 20.06.2023).
3. Тарасов И. В. Технологии индустрии 4.0: влияние на повышение производительности промышленных компаний // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2018. № 2. С. 62–69.
4. Гусаков В. Вызовы «Индустрии 4.0» и «Общества 2.0», или рассуждения по поводу новой цифровой реальности // Наука и инновации. 2019. № 12 (202). С. 4–9.
5. Юдина М. А. Индустрия 4.0: перспективы и вызовы для общества // Государственное управление. Электронный вестник. 2017. № 60. С. 197–215.
6. Судас Л. Г., Юдина М. А. Управленческие императивы Индустрии 4.0. М.: Издательство Московского университета, 2021. 152 с.
7. Фомина А. В., Мухин К. Ю. Индустрия 4.0. Основные понятия, преимущества и проблемы // Экономический вектор. 2018. № 3 (14). С. 33–38.
8. Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений. М.: Альпина Паблишер, 2021. 384 с.
9. Castells M. The Rise of the network society. The information age: Economy, society and culture. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell, 1996. 566 p.
10. Зозуля Д. М. Цифровизация российской экономики и Индустрия 4.0: вызовы и перспективы // Вопросы инновационной экономики. 2018. № 1. С. 1–14.
11. Черемных В. Ю., Яковлев Л. С. Новая парадигма управленческого мышления в условиях развития цифровой экономики // Вестник Поволжского института управления. 2019. Т. 19, № 2. С. 4–13.
12. Gurenko E. S., Karpova E. H. Values and value orientations of a digital leader in the digital economy era // Digital Sociology. 2021. Vol. 4, N 4. P. 13–17.
13. Гуренко Е. С., Карпова Е. Г. Ценности руководителя организации в условиях диджитализации // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор – 2021): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. М.: Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2021. С. 24–28.
14. Сибел Т. М. Цифровая трансформация. Как выжить и преуспеть в новую эпоху. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. 257 с.
15. Этапы цифровой трансформации: через что вам придется пройти? URL: <https://rb.ru/story/digital-transformation-stages/> (дата доступа: 05.07.2022).
16. Зарецкая В. Г., Соломко И. И. Цифровая экономика в России: измерения, прогноз развития // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. № 12 (5). С. 88–105.
17. Русия Н. Т. Понятия и особенности ценностных ориентаций менеджеров // Международный научный журнал «Интернаука». 2017. Т. 1, № 1 (23). С. 74–76.
18. Раненко А. А. Ценностные ориентиры россиян в условиях общественных трансформаций // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. № 12 (4). С. 221–236.
19. Walker I. Multiple interpretations of the Rokeach value survey // The Journal of Social Psychology. 1993. N 133 (6). P. 797–805.
20. Rokeach M. The nature of human values. New York: Free Press, 1973.
21. Hu Q., Yao J., Zhang Z. Selecting people based on person-organisation fit: Implications for intrateam trust and team performance // Human Resource Management Journal. 2020. N 30 (3). P. 1–18.
22. Шульгин М. В. Менталитет, ценности и ментальные программы в экономическом поведении // Вестник Иркутского государственного ехнического университета. 2009. № 2 (38). С. 146–151.

---

References

---

1. Yoder-Wise P. S., Kowalski K., Sportsman S. The Leadership Trajectory: Developing Legacy Leaders-Ship. Elsevier Science, 2020. 241 p.
2. Prinyat desyatii paket ogranichenii protiv Rossii, no usherb ot nego v 10 raz menshe, chem ot pervogo [The tenth package of sanctions against Russia were adopted, but it did 10x less damage than the first one]. Available at: <https://rg.ru/2023/02/27/stanciia-sankciia-konechnaia.html>. (accessed 20.06.2023)
3. Tarasov I. V. Industriya 4.0: Vliyaniye na proizvoditel'nosti promyshlennyyh kompanij [Industry 4.0: Technologies and their impact on productivity of industrial companies]. *Strategicheskie resheniya i risk-menegment = Strategic Decisions and Risk Management*. 2018, no. 2, pp. 62–69.
4. Gusakov V. Vizovi "Industrii 4.0" i "Obshchestva 2.0", ili rassuyhdeniya po povodu novoi zifrovoi realnosti [Industry 4.0 and Society 2.0 challenges, or reasoning about the new digital reality]. *Nauka i innovazii = Science and Innovation*, 2019, no.12 (202), pp. 4–9.
5. Yudina M. A. Industriya 4.0.: perspektivi i vizovy dlya obshchestva [Industry 4.0: Opportunities and challenges]. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnii vestnik = Public Administration. E-Journal*, 2017, no. 60, pp. 197–215.
6. Sudas L. G., Yudina M. A. Upravlencheskie imperativy Industrii 4.0 [Managerial imperatives of Industry 4.0]. Moscow, Moscow University Press Publ., 152 p.
7. Fomina A. V., Mukhin K. Yu. Industriya 4.0. Osnovnye ponyatiya, preimushchestva i problemy [Industry 4.0. Basic concepts, advantages and problems]. *Ekonomicheskii Vector = Economic Vector*, 2018, no. 3 (14), pp. 33–38.
8. Pine J., Gilmore J. *Ekonomika vpechatlenii [Experience Economy]*. Moscow, Alpina Publisher, 2021. 384 p.
9. Castells M. The Rise of the network society. The information age: Economy, society and culture. Cambridge, MA, Oxford, UK, Blackwell Publ., 1996. 566 p.
10. Zozulya D. M. Cifrovizatsiya rossijskoj ekonomiki i Industriya 4.0: vyzovy i perspektivy [Digitalization of the Russian economy and Industry 4.0: Challenges and prospects]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki = Challenges of an Innovative Economy*, 2018, no. 1, pp. 1–14.
11. Cheremnih V. Y., Yakovlev L. S. Novaya paradigma upravlencheskogo mishleniya v usloviyah razvitiya zifrovoi ekonomiki [A new paradigm for management thinking in the evolving digital economy]. *Vestnik Povolzhskogo instituta = Bulletin of Povolzhsky Institute*, 2019, vol. 19, no. 2, pp. 4–13.
12. Gurenko E. S., Karpova E. H. Values and value orientations of a digital leader in the digital economy era. *Digital Sociology*, 2021, vol. 4, no. 4, pp. 13–17.
13. Gurenko E. S., Karpova E. H. [Values of the head of the organization in the conditions of digitalization]. *Ekonomika segodnya: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya (Vektor – 2021). Sbornik materialov Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii molodykh issledovatelei s mezhdunarodnym uchastiem [Economics today: current state and prospects of development (Vector – 2021). Collection of materials of the All-Russian Scientific Conference of Young Researchers with International participation]*. Moscow, Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art) Publ., 2021, pp. 24–28. (In Russ.)
14. Siebel T. M. Cifrovaya transformatsiya. Kak vizhit' i preuspet' v cifrovuyu epikh Digital transformation [Survive and thrive in an era of mass Extinction]. Moscow, Mann, Ivanov and Ferber Publ., 2019. 257 p.
15. Etapi zifrovoi transformatsii: cherez chto vam pridetsya proiti? [The stages of digital transformation: what you have to go through?]. Available at: <https://rb.ru/story/digital-transformation-stages/>. (accessed 05.07.2022)
16. Zatetskaya V. G., Solomko I. I. Cifrovaya ekonomika Rossii: izmereniya, prognoz razvitiya [Digital economy in Russia: measurements, development forecast]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2022, no. 12 (5), pp. 88–105.

17. Rusiya N. T. Ponyatiya i osobennosti zennostnih orientazii menedzherov [Concepts and characteristics of managers' value orientations]. *Meyhdunarodnyi nauchnyi zhurnal "Internauka" = International Scientific Journal "Interscience"*, 2017, vol. 1, no. 1 (23), pp. 74–76.
18. Ranenko A. A. Cennostnye orientiry rossiyan v usloviyah obschestvennykh transformatsii [Value orientations of Russians in the context of social transformations]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2022, no. 12 (4), pp. 221–236.
19. Walker I. Multiple interpretations of the Rokeach value survey. *The Journal of Social Psychology*, 1993, no. 133 (6), pp. 797–805.
20. Rokeach M. The nature of human values. New York, Free Press Publ., 1973.
21. Hu Q., Yao J., Zhang Z. Selecting people based on person-organisation fit: Implications for in-team trust and team performance. *Human Resource Management Journal*, 2020, no. 30 (3), pp. 1–18.
22. Shulgin M. V. Mentalitet, cennosti i mental'nye programmy v ekonomicheskom povedenii [Mentality, values and mental programs in economical behavior]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta = Bulletin of Irkutsk State Technical University*, 2019, no. 2 (38), pp. 146–151.

### Информация об авторе / Information about the Author

**Гуренко Елена Сергеевна**, аспирант кафедры социологии и рекламных коммуникаций, Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация, e-mail: ges1000@bk.ru, ORCID: 0000-0002-2237-4033

**Elena S. Gurenko**, Post-Graduate Student of the Chair of Social Studies and Advertising Communications, A. N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art), Moscow, Russian Federation, e-mail: ges1000@bk.ru, ORCID: 0000-0002-2237-4033