

СОЦИАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГРУПП ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Статья посвящена рассмотрению важного предмета экономической социологии – социального механизма взаимодействий групп организации. Проанализированы структура, особенности социального механизма взаимодействия групп организации, определено его влияние на эффективность организации. Предложен междисциплинарный подход к изучению данного предмета. На основании проведенного в рамках заданной темы пилотажного исследования разработана методика «Индекс удовлетворенности внутреннего клиента», отражающая роль социального механизма взаимодействия групп в повышении эффективности организации.

Ключевые слова: социальная организация, социальный механизм, эффективность организации, клиентоориентированный подход, сервис, взаимодействие групп.

Е. Китаева

SOCIAL MECHANISM OF ORGANIZATIONAL GROUPS INTERACTION AS AN ORGANIZATION EFFICIENCY FACTOR

The social mechanism of interaction between groups at an organization is regarded. The structure of the social mechanism, its specific features and its impact on the efficiency of the organization are analyzed. A cross-disciplinary approach to the issue is suggested. Based on the pilot research results, a method of «internal customer satisfaction index» has been developed. The method reflects the role of the social mechanism of interaction between groups at an organization.

Keywords: social organization, social mechanism, efficiency of organization, customer relationship approach, service, group interaction.

Групповое и индивидуальное поведение в процессе создания продукта, услуги, в процессе выполнения стратегических и тактических задач определяет результаты труда, эффективность организации в целом. Интеграция различных поведенческих, личностных и групповых процессов обу-

словливает развитие организации и является основополагающим фактором данного развития. Следует отметить, что социально-детерминированный вклад участников экономической деятельности зачастую является предметом исследований в области экономической социологии. При этом необхо-

димому учесть, что такого рода исследования чаще всего носят макросоциологический характер и касаются социально-экономического поведения на уровне государства, стран и их взаимовлияния: например, исследуется влияние динамики рождаемости и ее факторов (продолжительность браков, возраст вступления в брак и т. д.) на прирост трудовых ресурсов в масштабе страны. Ориентация на выявление социальных механизмов, характеризующих различные стороны общественной жизни, была свойственна трудам советских социологов, таких как А. Г. Вишневский, Т. И. Заславская, Л. В. Корель, Л. Я. Косалс, Ю. А. Розенбаум, В. П. Рассохин, Р. В. Рывкина, Р. С. Хакимова. Проблематика данных исследований была следующей: выявление механизмов социального управления, демографического развития, механизмов стимулирования труда, формирования миграционных ориентаций, социально-экономического развития региона, трансформации неправовых практик, социального механизма развития экономики.

Вместе с тем мы полагаем, что такие исследования будут релевантными и в масштабе отдельной организации, так как условием возникновения, существования и развития организации является необходимость осуществления сложной совместной целевой деятельности [3, с. 407].

Под социальным механизмом развития экономики мы понимаем устойчивую систему поведения социальных групп, а также взаимодействий этих групп друг с другом и с государством по поводу производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг; систему, регулирующую, с одной стороны, социальными институтами данного общества, с другой – социально-экономическим положением и сознанием самих этих групп [2, с. 59]. В философском смысле социальный механизм – это самодостаточное средство регулирования общественно значимых отношений, выражающих себя во взаимодействии

между группами и общностями людей, элементами социальной структуры, различными сторонами социальных процессов в обществе [6, с. 87].

Все это позволяет сделать вывод о том, что на процессы производства, обмена, потребления, распределения и их результаты как на уровне всего государства, так и на уровне отдельной организации, немаловажное влияние оказывает взаимодействие различных групп и индивидов, преследующих различные экономические и неэкономические интересы, связанные с удовлетворением тех или иных потребностей.

С другой стороны, экономическая деятельность организации с целью достижения стратегических перспектив является одновременно одним из видов социальной активности индивидов и групп, при этом эффективность организации является не только экономическим, но в большей степени социально-экономическим показателем. Поскольку вся деятельность организации, по сути, является деятельностью работающих в ней людей, постольку успешность достижения конечных показателей деятельности, которыми являются чаще всего экономические показатели, является результатом трудовой деятельности людей, отражением характеристик работников и коллективов организации – таких, как компетентность, взаимодействие, инновационность, отношение к труду и к организации, лояльность. Исследования содержания труда, трудовых функций, характера работы показывают, что в трудовой деятельности присутствуют элементы и других, известных из психологии видов человеческой деятельности, влияющих на эффективность труда: общения (взаимоотношений), учения, игры. При этом фактор взаимоотношений значительно влияет на эффективность кооперации труда и формирует такие эмоциональные аспекты, влияющие на трудовое поведение, как удовлетворенность трудом, установки, мотивация, поэтому заслу-

живает не меньшего внимания, чем производственные факторы.

Следует обратить внимание что в контексте предложенного дискурса речь пойдет не об организации в целом, а о выделяемой признанными авторами, такими как Г. Н. Соколова, А. Г. Здравомыслов, В. А. Ядов, подсистеме организации – социальной организации. Собственно социальная организация есть система социальных групп и отношений между ними [4, с. 218].

Таким образом, можно говорить о существовании определенного механизма* социальной организации – социального механизма в производственных отношениях, главным элементом которого является взаимодействие различных групп и индивидов в процессе решения производственных и стратегических задач с целью, в том числе, удовлетворения своих собственных потребностей, интересов. На наш взгляд, исходя из ключевых понятий, отражающих данное определение: социальный механизм, социальная организация, взаимодействие групп, логично назвать его социальным механизмом взаимодействия групп организации. Отсюда возникает необходимость: 1) изучения данного механизма в целом – его структуры, специфики и результата функционирования; 2) возможности его встраивания в существующие производственные, организационные и экономические процессы в организации.

Если говорить об историческом контексте появления и развития данного механизма социальной организации, то можно отметить развитие во времени следующих тенденций: усиление роли социальной организации как подсистемы организации, связанной прежде всего с целевым взаимодействием групп и индивидов внутри организации, появление роли организации как провайдера социальных функций, значение организации как среды функционирования социально-экономического механизма, что отражено в научных подходах А. И. Пригожина, М. Грановеттера (M. Granovetter),

Г. С. Альтшуллера, П. Сенге, А. И. Кравченко.

В современном развитом обществе труд производственного характера в общем объеме трудовой деятельности составляет различные виды непроизводственного труда – получение и использование информации, управленческая деятельность, оказание разных услуг нематериального характера [1, с. 28]. В данном случае мы сталкиваемся с так называемым понятием сервиса. «Обычно мы считаем главной целью сервиса клиентов. Однако мы также должны обслуживать сотрудников, стратегических партнеров, акционеров» [7, с. 96]. Все это наталкивает на необходимость применения междисциплинарного подхода к изучению предмета экономической социологии – механизма социальной организации. В данном случае мы считаем обоснованным применение клиентоориентированного подхода из области менеджмента и концепции маркетинга взаимоотношений из области управления персоналом. Основная идея данных подходов состоит в том, что взаимодействие в организации между менеджментом, персоналом и подразделениями строится на тех же основаниях, что и при построении отношений с клиентами.

В рамках используемого нами клиентоориентированного подхода, применительно к внутриорганизационной среде группы организации (подразделения организации, проектные и рабочие группы) исполняют роли внутренних клиентов и сервис-провайдеров, в зависимости от взаимно предоставляемого сервиса и в соответствии с ключевыми параметрами сервиса. Раскроем определение данных понятий.

Внутренний клиент – рабочая или проектная группа, структурное подразделение организации, потребляющее продукт, предоставляемый сервисным подразделением.

Сервис-провайдер – рабочая или проектная группа, структурное подразделение организации, предоставляющее продукты и услуги для других подразделений, которое

непосредственно создает условия для реализации функций структурного подразделения по отношению к стратегическим требованиям бизнеса.

Сервис – продукт или услуга, предоставляемая сервис-провайдером своему внутреннему клиенту в процессе обслуживания последнего и используемая для решения поставленной задачи или удовлетворения иных экономических/неэкономических интересов членов группы.

Ключевые параметры сервиса – качественные характеристики, отражающие наиболее существенные требования внутреннего клиента к сервису и к сервис-провайдеру, к взаимодействию с ним.

Все группы организации и их клиентоориентированное взаимодействие в процессе выполнения поставленных менеджментом организации задач и влияние данных взаимоотношений групп на эффективность организации и представляют собой структуру социального механизма взаимодействия групп организации. Важной составляющей данного механизма является роль группы как внутреннего клиента или сервис-провайдера. Опишем суть механизма взаимодействия групп социальной организации и его влияние на эффективность организации.

Для достижения стратегических целей в организации создаются различные группы (подразделения, рабочие и проектные группы), которые взаимодействуют между собой для решения различных задач, обозначенных менеджментом организации. Соответственно их взаимодействие обусловлено, прежде всего, поставленными задачами и попутно – реализацией их собственных мотивов: экономических (получение вознаграждения за решенную задачу) и неэкономических (общение, профессиональное развитие). В рамках применяемого нами клиентоориентированного подхода взаимодействие этих групп строится по принципу клиентских отношений, в результате чего группы исполняют роли как внутренних

клиентов, так и сервис-провайдеров. В зависимости от поставленной задачи каждый внутренний клиент формирует ключевые параметры сервиса, которых он хотел бы достичь в результате взаимодействия с сервис-провайдером. Так как результатом взаимодействия является выполнение/ невыполнение поставленной задачи, то можно сделать вывод, что результаты данного целенаправленного ролевого взаимодействия влияют на эффективность труда в организации, являясь фактором эффективности организации в целом: если группа как внутренний клиент получает все необходимые условия для решения задачи (например, своевременное согласование документа, качественную техническую поддержку), то решение ее может быть достигнуто быстрее, лучше, чем если бы данное взаимодействие отсутствовало (не было поставщика услуги) или требования внутреннего клиента – ключевые параметры сервиса – не соответствовали бы его ожиданиям. Чем быстрее и качественнее решена одна из задач, тем лучше будут решены другие задачи бизнеса и тем больше возможностей для реализации основных стратегических целей, соответственно тем выше эффективность организации.

При этом данное взаимодействие групп, обусловленное выполняемыми ролями и имеющее непосредственный результат, важный для реализации собственных мотивов групп, может быть измерено (оценено) с точки зрения удовлетворенности внутреннего клиента предоставляемым сервисом. На наш взгляд, процедура оценки должна быть построена таким образом, чтобы не только можно было увидеть количественное выражение результатов данного взаимодействия, но и одновременно данная процедура, сама по себе, могла бы выполнять функцию улучшения данного взаимодействия путем выяснения причин, корректировки требований, то есть собственно оценка должна осуществляться в процессе общения внутри и между группами, в том

числе и за рамками поставленных руководством задач. Взаимодействие групп внутри организации, связанное с их мотивами, интересами, представляет собой социальную организацию как подсистему организации. Вместе с тем взаимодействие групп, обусловленное не только мотивами, интересами групп, но и их ролями, и результаты данного взаимодействия, а также последующая оценка результатов взаимодействия самими группами и связанная с ней дальнейшая корректировка полученных оценок, выяснение оснований выставленных оценок являют собой механизм взаимодействия групп социальной организации или социальный механизм взаимодействия групп организации. Важно отметить влияние такой конкретной формы реализации концепции механизма социальной организации на эффективность организации и его регуляторную функцию всех отношений в организации. В частности, появляется возможность связывать получаемые результаты оценки взаимодействия групп организации с системой мотивации в организации.

Практическая реализация предложенного механизма выражается в разработке инструментария для оценки и дальнейшей интерпретации оценки, основанной на изучении распределения ролей в рамках конкретной организации.

В целях исполнения выше обозначенных задач нами было проведено пилотажное исследование в рамках кредитной организации. Пилотажные исследования позволяют оценить качество вопросников, протоколов наблюдений, процедур анализа документов, модели выборки, а также внести необходимые коррективы и изменения [5, с. 136]. Данное исследование позволило разработать и апробировать методику, которая учитывает фактор взаимодействия подразделений в процессе решения поставленных менеджментом задач, вклад отдельных подразделений в общий результат и позволяет оценить эффективность выполнения поставленных задач, улучшить

взаимодействие подразделений в процессе работы. Объектом исследования были подразделения кредитной организации, выполняющие задачи по автоматизации, технической поддержке и обслуживанию пользователей, и подразделения – потребители данных услуг как в головном, так и в региональных офисах кредитной организации. Объем выборки составил 408 респондентов (сотрудники подразделений, пользующихся услугами Департамента информационных технологий кредитной организации). В качестве методов сбора информации и методов исследования были выбраны: экспертное интервью, фокус-группы и анкетирование. На первом этапе пилотажного исследования были решены следующие задачи: с помощью экспертного интервью, фокус-групп распределены роли внутренних клиентов и сервис-провайдеров между подразделениями кредитной организации и проектными группами; сформированы ключевые параметры предоставляемого сервиса; разработана анкета для опросов групп организации с использованием шкалы Лайкерта. На втором этапе было проведено анкетирование более 50 подразделений кредитной организации, на заключительном этапе произведена обработка и интерпретация полученных оценок, обозначены перспективы дальнейших исследований.

По итогам проведенного пилотажа была разработана методика «Индекс удовлетворенности внутреннего клиента», определены возможности ее дальнейшего применения и роль в повышении эффективности организации: 1) расчет вознаграждения подразделениям в зависимости от полученного индекса удовлетворенности внутреннего клиента наряду с применением расчета ключевых показателей эффективности; 2) в рамках процедуры измерения индекса удовлетворенности внутреннего клиента и дальнейшей интерпретации поставленных группами организации оценок друг другу – улучшение взаимодействия подразделений в процессе выполнения поставленных за-

дач, разработка и внедрение стандартов внутреннего и внешнего сервиса.

Данная методика может быть рекомендована к применению в производственных и непроизводственных организациях в целях повышения эффективности, улучшения

взаимодействия между группами организации, разработки справедливой системы вознаграждения персонала, учитывающей вклад отдельных подразделений и групп в общий результат.

ПРИМЕЧАНИЯ

* Механизм в методологии социальных исследований выражает выделение в объекте особого образования (системы элементов и связей), которое обеспечивает функционирование и развитие объекта, будучи относительно устойчивым, стабильным; выделение механизма позволяет объяснить существование объекта (Социология в СССР. М.: Мысль, 1966. Т. 2. С. 494–495).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волков Ю. Е. К выработке современного представления о сущности труда // Социологические исследования. 2009. № 3. С. 27–35.
2. Заславская Т. И., Рывкина Р. В. Социология экономической жизни: Очерки теории. Новосибирск: Наука, Сибирское отделение. 1991. 448 с.
3. Кравченко А. И., Тюрина И. О. Социология управления: фундаментальный курс: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 3-е изд. М.: Академический проект. 2006. 1136 с.
4. Краткий словарь по социологии / Под общ. ред. Д. М. Гвишиани, Н. И. Лапина. М.: Политиздат, 1989. 479 с.
5. Рабочая книга социолога / Под ред. Г. В. Осипова. М.: Наука, 1983. 479 с.
6. Соколова Г. Н. Экономическая социология: Учеб. для вузов. Минск: Высш. шк., 1998. 368 с.
7. Фитц-енц Як. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Под общ. ред. В. И. Ярных. М.: Вершина, 2006. 320 с.

REFERENCES

1. Volkov Ju. E. K vyrobotke sovremennogo predstavlenija o sushchnosti truda // Sociologicheskie issledovaniya. 2009. № 3. S. 27–35.
2. Zaslavskaja T. I., Ryvkina R. V. Sociologija ekonomicheskoy zhizni. Oчерki teorii. Novosibirsk: «Наука», Sibirskoe otdelenie. 1991. 448 s.
3. Kravchenko A. I., Tjurina I. O. Sociologija upravlenija: fundamental'nyj kurs: Uchebnoe posobie dlja studentov vysshih uchebnyh zavedenij. 3-e izd. M.: Akademicheskij proekt. 2006. 1136 s.
4. Kratkij slovar' po sociologii / Pod obshch. red. D. M. Gvishiani, N. I. Lapina. Politizdat, 1989. 479 s.
5. Rabochaja kniga sociologa / Pod red. G. V. Osipova. M.: Nauka, 1983. 479 s.
6. Sokolova G. N. Ekonomicheskaja sociologija: Ucheb. dlja vuzov. Minsk: Vysh. shk., 1998. 368 s.
7. Fitc-enc Jak. Rentabel'nost' investicij v personal: izmerenie ekonomicheskoy tsennosti personala / pod obshch. red. V.I. Jarnyh. M.: Vershina, 2006. 320 s.