

-
10. *Oakley A.* Sex, Gender and Society. London: Maurice Temple Smith, 1972.
 11. *Offen K.* Feminism// Encyclopedia of Social History/ Ed. by Peter N. Stears. NY., 1994.

REFERENCES

1. *Ajvazova S. G.* Russkie zhenwiny v labirinte ravnopravija: Oчерki politicheskoy teorii i istorii: Dokumental'nye materialy. M.: RIK Rusanova, 1998.
2. *Zdravomyslova E., Temkina A.* Vvedenie. Social'naja konstrukcija gendera i gendernaja sistema v Rossii // Gendernoe izmerenie social'noj i politicheskoy aktivnosti v perehodnyj period. SPb., 1996. Vyp. 4.
3. *Barrett M.* Marxist Feminism and the Work of Karl Marx / A. Phillips (ed.). 1987.
4. *Beauvoir S. de.* Alt Said and Done. London: Andre Deutsch and Weidenfeld and Nicolson, 1974.
5. *Bryson V.* (co-edited by Campling J.) Feminist Political Theory: An Introduction. MacMillan. UK, 1992.
6. *Elshain J.* Public Man, Private Woman. Oxford: Martin Robertson, 1981.
8. *Millett K.* Millett Kate. Sexual politics. London: Virago, 1985.
10. *Oakley A.* Sex, Gender and Society. London: Maurice Temple Smith, 1972.
11. *Offen K.* Feminism// Encyclopedia of Social History/ Ed. by Peter N. Stears. NY., 1994.

Л. Ю. Шадрина

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ КАК СРЕДСТВО ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Рассмотрены проблемы управления организацией посредством социальных технологий на основе постоянного проведения мониторинга как важного фактора прогнозирования поведения людей в тех или иных ситуациях, в последующих событиях. Разрабатывается авторская модель социологического мониторинга, описывается технология проведения, в том числе методики измерения показателей оценки состояния социального пространства организации.

Ключевые слова: социологический мониторинг, базовые индикаторы мониторинга, показателей оценки состояния социального пространства.

L. Shadrina

SOCIOLOGICAL MONITORING AS A MEANS OF INFORMATION SUPPORT OF ESTIMATING THE EFFICIENCY OF SOCIAL TECHNOLOGIES OF MANAGEMENT

The issues of organization management by means of social technologies based on the on-going monitoring are regarded, the monitoring being described as an important factor of forecasting the behaviour of people in different situations and the subsequent events. A model of sociological monitoring is suggested and described, as well as the technology of carrying it out, including the technique of the measurement of the indicators of the estimation of the condition of the social space of the organization.

Keywords: sociological monitoring, basic monitoring indicators, indicators of the estimation of the condition of a social space.

В современной управленческой теории и практике происходят существенные изменения. С целью профилактики критических ситуаций, связанных с неудовлетворенностью различных групп работников их социально-экономическим положением, должны быть решены конкретные управленческие задачи, направленные на стабилизацию процессов социального развития. В этой связи актуальной становится задача выработки научно обоснованного методического подхода по вариантной оценке прогнозов развития социальных процессов при одновременном моделировании возможных сценариев управления организацией посредством социальных технологий управления на основе постоянного проведения мониторинга.

Понятие «мониторинг» стало использоваться давно, принимая в разные времена разные смыслы. Но всегда данное понятие было связано с контролем, наблюдением за какими-то явлениями, событиями и действиями.

Первоначально это понятие использовалось в качестве определения человека, который осуществлял надзор за учениками в отсутствие преподавателя. В современном звучании мониторинг впервые начал применяться в почвоведении, затем — в экологии и в других смежных науках. Постепенно сфера применения мониторинга начинает расширяться. Возрастает активность применения мониторинга в социологии, он применяется при изучении социальных процессов, для анализа социально-трудовой сферы.

Анализ научной литературы, публикаций В. П. Андреева, Ю. А. Афанасьева, В. П. Беспалько, А. Е. Когута, Д. Ш. Матросова, Н. К. Серова И. А. Шкрабина и других работ, посвященных исследованию систем управления посредством мониторинга текущего состояния предприятия, позволяет заключить, что исследования такого вида используются для решения узких специальных задач.

Многие существующие в настоящее время подходы рассматривают мониторинг как универсальный вид исследования, безличный к предметному содержанию и научному направлению деятельности. Так, по мнению А. В. Толстых, социологический мониторинг — это системно организованная совокупность регулярно повторяющихся исследований, цель которых состоит в научно-информационной помощи заинтересованным учреждениям в реализации социальных программ [4].

Социологическая позиция Т. И. Заславской еще более обозначает суть мониторинга, который сводится к целостности и системности. Она указывает, что социальный мониторинг — это целостная система отслеживания происходящих в обществе перемен на основе исследования и анализа массового представления о них для того, чтобы обеспечить общество достоверной, своевременной и достаточно полной информацией [3].

Ученые, занимающиеся проблемами социального управления, рассматривают социальный мониторинг как способ познавательной и предметно-практической деятельности, обеспечивающей в сочетании с другими методами комплексную оперативную и адекватную оценку социальных ситуаций, позволяющую осуществлять эффективное прогнозирование и выработку оптимальных управленческих решений. Мы придерживаемся точки зрения исследователей, которые полагают, что мониторинг, с одной стороны, это деятельность по сбору и использованию информации, с другой — средство для обеспечения эффективного функционирования системы прогнозирования. Так, И. В. Бестужев-Лада отмечает что, мониторинг как средство прогноза должен быть непрерывным [2]. И самым дешевым, простым и эффективным способом решения такой задачи выступает периодический опрос экспертов, с помощью которого учитывается изменяющаяся ситуация. Прогноз, основанный на систе-

матическом, специально организованном опросе экспертов, предполагает взвешивание возможных последствий управленческих решений с помощью условных предсказаний поискового и нормативного характера.

Итак, краткий обзор существующих точек зрения относительно понятия «мониторинг» позволяет нам сделать вывод о том, что он является качественно необходимой составляющей получения информации о протекании тех или иных процессов, помогает выявить возможные их трансформации с тем, чтобы вовремя предотвратить их возможные нежелательные последствия. Мониторинг становится актуальным методом познания. А развитие науки и практики расширяет объектно-предметную область.

Для изучения эффективности использования социальных технологий управления в системе управления организацией мы разработали модель социологического мониторинга ЦМОРКК [5].

ЦМОРКК — это аббревиатура шести основных социальных технологий в системе управления: (Ц) целеполагание (телеономия, целенаправленность и целеустремленность), (М) система мотивации и стимулирования, (О) организационная культура, (Р) стиль руководства, (К) система коммуникации, (К) кадровая политика. Данный мониторинг позволит использовать методы, с помощью которых фиксируются не только происходящие события, но и то, как они воспринимаются людьми (показатели лояльности персонала). В свою очередь, это дает возможность разносторонней оценки событий. В то же время социологический мониторинг ЦМОРКК является важным фактором прогнозирования поведения людей в тех или иных ситуациях, в последующих событиях.

Новая технология социологического мониторинга ЦМОРКК, апробированная в серии прикладных исследований по крупным предприятиям в Сибирском федеральном

округе (в 2009–2010 гг.), дает возможность получить первичную информацию, отвечающую требованиям надежности и воспроизводимости результата, устойчивости, валидности и репрезентативности.

Основная цель социологического мониторинга ЦМОРКК заключается в накоплении периодически собираемой информации и оценки меняющихся состояний объектов наблюдения, выявления тенденций их развития и прогнозирования будущих состояний с целью повышения показателей лояльности персонала.

Задачи мониторинга:

1. Наблюдение за состоянием социально-трудовой сферы и своевременное выявление тенденций и направлений развития процессов в организации.

2. Уменьшение избыточности данных, появляющейся из-за дублирования информации на разных уровнях управления.

3. Повышение удобства и оперативности использования первичной информации.

4. Обеспечение объективности и независимости данных.

5. Оценка социальной эффективности всей системы управления организацией.

6. Выявление «узких» мест системы управления при реализации социальных технологий. Предупреждение негативных тенденций в системе управления организации.

7. Обеспечение информационного сопровождения процессов, развивающихся в организации.

8. Осуществление прогнозирования развития важнейших процессов в социально-трудовой сфере.

Методологическим основанием создания системы социологического мониторинга является совокупность системного, структурно-функционального и социокультурного научных подходов. Каждый из перечисленных подходов дополняет друг друга и позволяет формировать методологическую базу социологического мониторинга ЦМОРКК.

При организации системы социологического мониторинга ЦМОРКК мы придерживались следующих принципов: системность, информированность, диагностичность, прогностичность, добровольность, открытость, мотивированность, иерархичность, репрезентативность, экономичность и эффективность.

Методическая часть: по сути, наш мониторинг будет представлять собой повторяющуюся диагностику состояния объекта и будет являться эффективным средством информационного обеспечения и сопровождения управленческой деятельности. Системный характер социологического мониторинга является важным условием его эффективности, т.е. он должен не только проводиться периодически (квартал, полугодие, год), но и представлять систему, включающую информацию об оценке работниками предприятия основных социальных технологий управления.

Методические критерии социологического мониторинга ЦМОРКК

<i>Критерий социологического мониторинга</i>	<i>Характеристика</i>
цель проведения	комплексная
сфера применения	социологическая
инструмент	анкета
территория проведения	частная (уровень организаций и предприятий)
объект исследования	персонал предприятия
охват объекта наблюдения	выборочный
предмет исследования	регулирование социально-трудовых отношений посредством социальных технологий управления
периодичность сбора мониторинговой информации	один раз в полгода
пути распространения мониторинговой информации	общее собрание коллектива, корпоративные издания

Общая концепция социологического мониторинга ЦМОРКК исходит из того, что процесс управления начинается с получения информации о состоянии управляемого объекта и отслеживания изменений, которые происходят с объектом управления. Мы полагаем, что грамотные управленческие решения, разработанные на основе данных мониторинга, будут способствовать повышению устойчивости объекта, его поступательному развитию через возможность внесения изменений (различных инноваций), придающих объекту новые свойства.

Технология проведения социологического мониторинга ЦМОРКК состоит из следующих этапов:

1. Создание системы базовых индикаторов (исходные показатели), по которым будет вестись сбор информации.

В зависимости от того, как сотрудники компании воспринимают происходящее, они могут стать ключевым ресурсом для реализации планов и стратегии руководства, а могут раз и навсегда поставить крест на любых его начинаниях. Социологический мониторинг ЦМОРКК — наиболее эффективный способ взглянуть на организацию глазами сотрудников и понять: какие из происходящих в компании изменений сотрудники воспринимают позитивно, а какие — негативно; как сотрудники относятся к своей работе в компании; насколько сотрудники доверяют руководству компании; что является (или может явиться) причиной ухода сотрудников из компании; в какой мере персонал компании понимает и принимает идеи, планы и ожидания руководства.

Любой руководитель со временем начинает осознавать, что, помимо передовых технологий и современного оборудования, огромное значение для эффективности компании имеет человеческий фактор. Добросовестные, инициативные, исполнительные работники лояльны к компании, и

именно в таких людях любая организация всегда испытывает недостаток.

Мониторинг осуществляется для оперативной диагностики, которая должна своевременно сигнализировать о негативных тенденциях изменения в деятельности предприятия. По этой причине базовые индикаторы, используемые в мониторинге, должны быть высоко информативными. Вместе с тем количество таких показателей не должно быть очень велико. В противном случае сложно будет их совместно проанализировать и принять адекватное решение.

Есть еще одно достаточно специфическое свойство системы базовых индикаторов, которые могут использоваться для мониторинга. Эти показатели должны отражать текущее состояние и оперативную динамику предприятия. Понятно, что «измерять» каждый месяц удовлетворенность политикой организации и руководства (условия труда, система коммуникации в организации, степень доверия к руководству и т. д.) и делать на этой основе выводы о текущем состоянии предприятия вряд ли разумно. Этот показатель формируется на протяжении всего года или полугодия, и по этой причине рассчитывать и анализировать его следует, скорее всего, один или два раза в год. Задача выбора базовых индикаторов для социологического мониторинга ЦМОРКК является индивидуальной, но тем не менее какие-то общие рекомендации все же могут быть даны. Мы предлагаем список базовых индикаторов, которые автору удавалось использовать для построения конкретных систем мониторинга на отечественных предприятиях. Этот список образует систему минимальной конфигурации. Другими словами, чтобы достичь результата, необходимо контролировать, как минимум, показатели из этого списка. Он может быть расширен и дополнен.

Итак, система базовых индикаторов для социологического мониторинга ЦМОРКК, как минимум, должна включать следующие: удовлетворенность сотрудников рабо-

той; степень взаимодействия руководителя с подчиненными; удовлетворенность сотрудника своим моральным и материальным положением; самоопределение работника к труду; идентификация личности с организацией — усвоение групповых норм и правил поведения, формирование и развитие приверженности; уровень сплоченности (основной показатель) — степень интеграции членов организации, основанная на общности целей и интересов; степень реальной информированности персонала об организации; наличие и эффективность систем обратной связи.

Базовый индикатор идентификации личности с организацией — усвоение групповых норм и правил поведения, формирование и развитие приверженности является наиболее важным, так как является индикатором благополучия предприятия.

Исходя из списка вышеназванных индикаторов мы видим, что они напрямую направлены на отслеживание и в дальнейшем на формирование программы развития лояльности, которая, по определению, носит долгосрочный характер. Изменения такого уровня не могут произойти быстрее, чем за 3–4 года. Поэтому важно ежегодно оценивать результаты работы и при необходимости вносить коррективы в планы.

Для ежегодного социологического мониторинга ЦМОРКК годятся те же методы, что и для базового замера уровня лояльности. Кроме перечисленных в первом пункте способов оценки лояльности, хорошим инструментом мониторинга является ежегодная аттестация всего персонала. Если она включает определенный блок стандартных вопросов, то можно год от года оценивать изменения в лояльности персонала. Очень информативными бывают ответы аттестуемого на следующие вопросы: «какие задачи вы ставите перед собой на ближайший год?», «что в нашей компании вы хотели бы изменить?», «что вам нравится, а что не нравится в вашей работе?». Чем более односложны и обте-

каемы ответы сотрудника, тем обычно ниже его лояльность.

2. Создание модели информационного анализа объекта наблюдения включает в себя четкое содержание системы управленческого действия по распределению обязанностей и мотивированию всех участников работы для получения качественной, своевременной и достоверной информации в процессе сбора мониторинговых данных. Для формирования системы мониторинговых показателей необходимо для каждой социальной технологии управления разработать специальные бланки (анкеты), позволяющие быстро собирать и фиксировать показатели. Анкеты мониторинговой отчетности должны быть стандартизированы.

3. Определение методик измерения показателей оценки состояния социального пространства организации в рамках социальных технологий управления ЦМОРКК:

а) Интегральный показатель оценки степени удовлетворенностью политикой организации и руководства включает в себя: стиль руководства, оценку работы сотрудника, систему оплаты труда, условия труда, организацию труда, содержание работы, возможность профессионального роста, систему коммуникации в организации, межличностные взаимоотношения с сотрудниками, степень доверия к руководству. Измеряется по десятибалльной шкале.

б) Показатель удовлетворенности сотрудников организационными целями состоит из двух переменных: критерии качества целей (результативность, конкретность, обоснованность, достижимость, определенность во времени) и степень информированности работников (каналы информации (коммуникации), периодичность, наличие обратной связи, актуальность и достоверность информации).

в) Показатель текущей ситуации в области кадровой политики состоит из двух переменных: восприятие сотрудниками организации кадровых технологий, приме-

няемых в организации, и влияние факторов личностного характера на должностной рост сотрудников.

г) Показатель удовлетворенности трудом и мотивов трудового поведения сотрудника в организации состоит из двух переменных: мотивационная политика и мотивационный потенциал сотрудников.

д) Показатель состояния организационной культуры состоит из двух переменных: культурный профиль работника и параметры культуры организации.

Для экспертных оценок можно также использовать методику И. Ансоффа [1] измерения состояния социального пространства, которая помогает определить сопротивление любым реформам со стороны персонала организации (R): $R = (d P + d C) / d t$, где: $d P$ (power) — планируемые изменения распределения власти различных лиц и групп на предприятии при проведении намеченных преобразований; $d C$ (culture) — изменения культуры, нарушаемой при проведении преобразований; $d t$ (time) — отрезок времени, в течение которого проводятся запланированные руководством реформы.

Разработанные нами методики измерения показателей оценки состояния социального пространства организации в рамках социальных технологий управления ЦМОРКК дают знание об организации мотивационной сферы на предприятии, что позволяет выработать и реализовать определенную программу привлечения и закрепления в организации высокопрофессиональных работников, разработать кадровый потенциал через мотивацию профессиональной активности, находить новые способы и механизмы регулирования социально-трудовых отношений. Эти методики позволяют также формировать новое деловое сообщество, деятельность которого будет соответствовать современным требованиям социума и которое будет воспринимать себя не только механизмом извлечения максимальной прибыли, но и частью общества.

4. Прогноз изменений состояния объекта наблюдения.

Результатом социологического мониторинга ЦМОРКК должно стать формирование перечня интересов и расстановка приоритетов в сфере обеспечения лояльности исследуемого социального объекта: информирование и вовлечение; командообразующие мероприятия; разработка объективной и прозрачной системы материального и нематериального стимулиро-

вания; улучшение условий работы; учет возможной нелояльности при подборе персонала.

Сравнивая тенденции с неким критическим барьером, можно выявить степень опасности состояния социально-трудовых отношений для организации или для конкретного подразделения (филиала), или даже в целом для общества (например, градообразующие предприятия в небольших городах, поселках).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. М.: Экономика, 1989. С. 123.
2. Бестужев-Лада И. В. Социальный прогноз и социальное нововведение // Социологические исследования. 1990. № 8. С. 86–92.
3. Заславская Т. И. Российское общество на переломе: взгляд изнутри. М.: ВЦИОМ, 1997.
4. Толстых А. В. Личность в системе возрастных когорт // Опыт конкретно-исторической психологии личности. СПб., 2000. С. 130–193
5. Шадрина Л. Ю. Комплексное исследование социальных технологий в системе управления в рамках авторского проекта ЦМОРКК // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд: Сборник материалов 1 Международной научно-практической конференции: В 2 ч. / Под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск: СИБПРИНТ, 2010. Ч. 2.

REFERENCES

1. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie / Per. s angl. M.: Ekonomika, 1989. S. 123.
2. Bestuzhev-Lada I. V. Social'nyj prognoz i social'noe novovvedenie // Sociologicheskie issledovaniya. 1990. № 8. S. 86–92.
3. Zaslavskaja T. I. Rossijskoe obschestvo na perelome: vzgljad iznutri. M.: VCIOM, 1997.
4. Tolstyh A. V. Lichnost' v sisteme vozrastnyh kogort // Opyt konkretno-istoricheskoy psihologii lichnosti. SPb., 2000. S. 130–193
5. Shadrina L. Ju. Kompleksnoe issledovanie social'nyh tehnologij v sisteme upravlenija v ramkah avtorskogo proekta CMORKK // Sovremennye tendencii v jekonomike i upravlenii: novyj vzgljad: Sbornik materialov 1 Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. V 2 ch. / Pod obsch. red. S. S. Chernova. Novosibirsk: SIBPRINT, 2010. Ch. 2.