

ИЗУЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ САЯНСКОЙ ДИСТАНЦИИ ПУТИ)

Выявлена важность оценки социальной среды организации для повышения результативности управления человеческими ресурсами. Проведенное исследование позволило выявить факторы социальной среды организации, которые важны для работников и которые стимулируют удовлетворение их потребностей в должностном профессиональном росте.

Ключевые слова: *социальные условия труда, социальная среда организации, факторы социально-психологического самочувствия и продвижения.*

Социальная сфера является составной частью жизни общества и охватывает широкий круг разнообразных отношений между отдельными людьми, социальными группами и слоями. Эта сфера включает в себя все то, что определяет условия и образ жизни населения, формирование и удовлетворение его насущных потребностей. Это, во-первых, множество учреждений непроизводственных отраслей народного хозяйства и основные элементы социальной инфраструктуры (здравоохранение, образование, наука, культура, санаторно-курортный комплекс, индустрия спорта и туризма, жилищный фонд и коммунальное хозяйство). Во-вторых, это система социального обеспечения граждан, социальных прав и гарантий, установленных законами государства и опирающихся на традиции, обычаи жителей данной страны.

Таким образом, социальную среду организации как микрообщества составляет совокупность материальных, общественных и духовно-нравственных условий, в которых работники организации трудятся, живут вместе с семьями и в которых происходит распределение и потребление благ, складываются отношения между отдельными личностями и группами [2].

Нами выделены три элемента социальной среды организации:

- 1) персонал организации, характеризующийся определенными межличностными и межгрупповыми связями и различающийся по демографическим и профессионально-квалификационным признакам;
- 2) объекты социального назначения, обеспечивающие необходимые условия труда и быта работников и отчасти их семей;
- 3) слагаемые качества трудовой жизни, которые определяются материальным и моральным вознаграждением труда, степенью благоприятности социально-психологического климата, социальным партнерством и престижностью совместной работы.

Все указанные элементы социальной среды организации, несомненно, важны для эффективной деятельности. Однако наиболее значимым элементом социальной среды, на наш взгляд, является персонал. Именно персонал организации является ее главным ресурсом, важнейшим источником производительности труда, если этот ресурс эффективно используется руководством, и руководитель знает, как «распаковать» социальные возможности каждого работника и направить эти силы на достижение общего результата. Поэтому управление человеческими ресурсами сегодня ставится во главу угла управления организацией в целом.

Составляющие социальную среду материальные и социальные компоненты оказывают стимулирующее воздействие на поведение коллектива в целом и каждого конкретного работника в частности. Взаимодействие с социальной средой организации для каждого работника может быть как позитивным, увеличивающим результативность его деятельности, так и негативным, снижающим показатели работы и потенциал самого сотрудника [1, с. 59].

В связи с этим для руководителя оказывается весьма важным определение направлений влияния социальной среды организации на его подчиненных.

Для выявления позитивного и негативного влияния социальной среды организации на работников нами была использована методика, в основе которой лежит технология Ф. Герцберга и его последователей [1, с. 59]. Измерение восприятия факторов социальной среды организации работниками было основано на заполнении ими анкеты. Анкета содержала две группы факторов: факторы социально-психологического самочувствия и «факторы-активаторы» (факторы продвижения).

Факторы социально-психологического самочувствия позволяют оценить «общий фон социального окружения» и отражают степень удовлетворенности работников отношениями с коллегами и руководителем, заработной платой, условиями труда и др.

Факторы продвижения создают такую обстановку, которая не только является комфортной для работника, но и способствует его развитию и движению, увеличивая тем самым эффективность труда. К факторам данной группы относится признание возможности получения новых знаний и навыков, участия в принятии решений, возможности должностного продвижения и достойной оценки руководителем и т.д.

Работники оценивали данные факторы по пятибалльной шкале по двум показателям: по важности для себя и по выполнению каждого фактора в реальности. После обработки данных по каждой категории «важность» и «исполнение» был определен средний балл. Для наглядности средние баллы были нанесены на «карту», представляющую собой систему координат с соответствующими осями — «важность» и «исполнение». Условные точки, поставленные на пересечении данных показателей, попадают в зоны либо «успешного результата», либо «негативного результата», либо «возможной переоценки», либо «низкого приоритета» для работников данного фактора социальной среды. Такое графическое изображение позволяет руководителю быстро реагировать на изменения в предпочтениях сотрудников и принимать важные решения для корректировки стратегических планов.

Исследование факторов социально-психологического самочувствия и продвижения было нами проведено на примере Саянской дистанции пути, структурного подразделения Красноярской железной дороги. В анкетировании принимали участие 33 работника дистанции, среди них 12 % — руководители, 88 % — служащие. Наибольшее количество респондентов (39 %) составили работники в возрасте от 30 до 40 лет, также значительное число работников в возрасте 20–30 лет (34 %), 40–50 лет — 15 % респондентов, старше 50 лет — 12 %. Опрошенные по стажу работы распределились следующим образом: имеют стаж до 5 лет — 34 % работников, стаж 5–7 лет — 21 %, 10–15 лет — 15 % и свыше 15 лет — 30 %.

Для более точной обработки полученных данных студентами II курса факультета «Управление персоналом» была разработана специальная компьютерная программа. Результаты исследования следующие.

Практически все факторы социально-психологического самочувствия оказались в зоне «успешный результат». Это очень хороший показатель. Мы можем констатировать, что исполнение факторов социально-психологического самочувствия находится на данном предприятии на высоком уровне, т.е. все работники чувствуют себя комфортно и оценивают «социальный фон» как положительный.

Как показало исследование, большинство факторов продвижения также находится в зоне успешного результата, но их исполнение в организации несколько ниже, чем факторов социально-психологического самочувствия. Кроме того, среди факторов данной группы есть и такие, которые располагаются в проблемной зоне. Данный факт свидетельствует о том, что в организации недостаточно организованы условия, стимулирующие сотрудников к движению.

Далее нами более детально были рассмотрены факторы продвижения в зависимости от возраста, стажа работы и категории работников.

В зависимости от возрастной характеристики работников показатели продвижения распределились так. Работники в возрасте до 40 лет оценили все факторы продвижения в успешной зоне. Работники в возрасте старше 40 лет выделили ряд факторов, которые попали не только в проблемную зону, но и в зоны низкого приоритета и возможной переоценки.

Эти же данные коррелируют с результатами анализа оценок работников, выделенных на основе стажа работы. То есть факторы продвижения находятся в проблемной зоне, в зонах низкого приоритета и возможной переоценки у работников только со стажем более 15 лет. А это как раз работники возрастной группы 40 лет и старше. Данный факт говорит о том, что, возможно, руководство не всегда учитывает потребности продвижения у работников старше 40 лет.

Также показательны данные, полученные при анализе оценок руководителей и служащих. У служащих лишь один фактор находится в зоне низкого приоритета, остальные — в успешной зоне. У руководителей большинство факторов — в успешной зоне, но выделены и факторы, находящиеся в зоне возможной переоценки. Мы предполагаем, что эти данные также коррелируют с возрастом респондентов.

Таким образом, проведенное исследование Саянской дистанции пути выявило в целом благоприятную социальную среду на предприятии, что, конечно же, является результатом реализации социальной политики как Красноярской железной дорогой, так и ОАО «РЖД». Но в то же время были выявлены и недостатки в организации социальных условий, касающихся преимущественно работников среднего и старшего возраста.

В то же время нами был сделан только первоначальный срез восприятия социальных условий на предприятии. Дальнейшее исследование предполагает более детальный анализ факторов продвижения работников, а также разработку проектных мероприятий по изменению социальных условий в организации.

Библиографический список

1. Семикова Н.С. Методы изучения социальной среды организации // Управление персоналом. 2007. № 6. С. 58–60.
2. Никандрова Н.П. Управление социальным развитием организации: Учеб. пособие. Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2009. 188 с.