

УДК 65.0(33)

DOI 10.12737/18789

Получено 11.04.2016 Одобрено 18.04.2016 Опубликовано 17.07.2016

Громова О.Н.

д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ
ВО «Государственный университет
управления», Москва

e-mail: olg.gromova2011@yandex.ru

Теоретико-методическое обеспечение освоения организационного поведения

Аннотация

Исследования, проводимые на кафедре теории управления, развивают ранее выполнявшиеся преподавателями кафедры теоретические работы. Грант, полученный кафедрой от министерства образования, способствовал подготовке и выпуску учебника, практикума и сборника в таблицах и схемах по дисциплине «Организационное поведение». В развитие этого направления был подготовлен и выпущен учебник по обновленной дисциплине «Теория организации и организационное поведение». Все это обусловило необходимость модернизации теоретико-методического обеспечения освоения компетенций, преподаваемых кафедрой учебных дисциплин, содержание которой представлено в настоящей публикации.

Ключевые слова:

теоретико-методическое обеспечение, организационное поведение, виртуальная организация, репутация, корпоративная социальная ответственность.

Gromova O.N.

Doctor of Economic Sciences, Profes-
sor, State University of Management,
Moscow

e-mail: olg.gromova2011@yandex.ru

Theoretic and Methodological Supplying of Organizational Behavior

Abstract

Investigations carried out at the Department of the theory of management, are the development of theoretical works previously performed by teachers of the Department. The grant received by the Department from the Ministry of education, facilitated the preparation and production of tutorial, workshop and collection of tables and diagrams on the subject "Organizational behavior". In the development of this area was prepared and released an updated textbook on discipline "The theory of organization and organizational behavior". All this caused the necessity of modernization of the theoretical-methodological support the development of competences, taught by the Department of educational basis, the contents of which is presented by this article.

Keywords:

theoretical and methodological support, organizational behavior, virtual organization, reputation, corporate social responsibility.

Современные изменения в окружающей среде, глобализация экономики, внедрение второго поколения информационных технологий, управление качеством с ориентацией на потребителя, признание существующего многообразия интересов работников и устойчивое стремление менеджеров к управлению ими привели к изменению парадигмы управления. Новый подход состоит в признании первенства личности в организации, ее знаний, навыков для эффективной деятельности.

Индивид, пришедший на работу в организацию, принимает ряд ограничений своего поведения в ней, диктуемых регламентом, нормами этой организации, корпоративным кодексом поведения. В XX в. работодатель заключал с работником моральный контракт, в соответствии с которым в обмен на лояльность к организации и готовность выполнять предусмотренные инструкциями положения работ-

ник получал гарантии занятости, карьерного роста, материального вознаграждения.

Сегодня работодателю современные профессиональные знания становятся намного нужнее, чем простая исполнительская дисциплина. В свою очередь, умение учиться начинает цениться выше преданности. В результате появляется новый тип организационного контракта, имеющий характер коммерческого партнерства: стороны обязуются взаимодействовать до тех пор, пока это выгодно каждой из них, но сотрудничать с максимальной отдачей в виде творчества со стороны работника и создания условий для этого творчества со стороны организации. В результате меняются отношения внутри организации, в них усиливается рыночная составляющая (компонента), которая представляет более жесткую форму взаимоотношений, требующую адекватного поведения и работника, и работодателя.

Данное положение делает особенно актуальной разработку современных подходов преподавания организационного поведения при подготовке специалистов к работе в изменяющихся условиях. Организационное поведение как учебная дисциплина представляет собой сложную область знаний, исследующую различные явления и процессы, охватывающие большой объем специфических терминов и понятий, связанных со многими общественными и естественно-научными дисциплинами. Для их изучения нужна определенная система, облегчающая процесс освоения дисциплины. Поведение индивидов существенно определяется целью и задачами, которые ставит перед собой организация, ограничениями, которые она накладывает на личность.

Сущность «организационного поведения» (ОП) заключается в систематическом, научном анализе поведения индивидов, групп, организаций с целью понять, предсказать и усовершенствовать индивидуальное исполнение и функционирование организации с учетом воздействия внешней среды. ОП предполагает изучение и формирование поведения индивидов, групп для достижения организацией поставленных целей и повышения эффективности ее деятельности. ОП представляет собой мультидисциплину (кросс-дисциплину), поскольку использует принципы и методы, заимствованные из других дисциплин: теории организации, психологии, социальной психологии, менеджмента, управления персоналом. В свою очередь, организационное поведение составляет основу для изучения комплекса управленческих дисциплин. ОП имеет четкую ориентацию на личность внутри группы, ее поведение: люди внутри группы, их чувства, ощущения, восприимчивость к новому, реакция на окружающую среду. Предметом ОП выступает взаимосвязь системы управления на всех уровнях с ориентацией на разработку результативных методов управления в условиях конкурентной среды функционирования (рис. 1).



Рис. 1. Предмет изучения дисциплины ОП

По существу, термин «организационное» имеет два значения: одно относится к «обособленному социальному коллективу, другое — к организационным особенностям коллективов». Наука об организационном поведении подразделяется на основании ряда критериев на более специализированные предметы. Главные критерии: уровень агрегирования (обобщения) и анализа, специфические аспекты организационной жизни, особенности, связанные с целями компаний, с продуктами или услугами, критерии деления организации на части и пр. Однако подразделы этой науки не могут быть обособлены, чтобы достаточно полно рассмотреть один из специализированных подразделов, надо обращаться к другим. Эта необходимость объясняется взаимозависимостью разделов, их взаимообусловленностью.

На кафедре теории управления в течение ряда лет проводятся научные исследования по направлениям «Организационное поведение в современных условиях», «Исследование развития теории и практики менеджмента» в продолжение ранее выполнявшихся теоретических работ в направлениях развития научной школы теории управления [1]. Коллектив кафедры в 2003–2005 гг. принял участие в конкурсе Министерства образования РФ и Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ) и завоевал грант. В рамках этого проекта был разработан комплекс учебно-методических материалов, в том числе обеспечивающих конструктивное освоение ОП:

- учебно-методическое пособие «Организационное поведение в таблицах и схемах» [5];
- учебник «Организационное поведение» [7];
- практикум «Организационное поведение» [6].

Дисциплина ОП берет свое начало с отчета американских специалистов по управлению Р.Гордона и Д.Хауелома, которые в 1959 г., опубликовали результаты своих исследований, включавшие анкетирование студентов и преподавателей бизнес-школ. Их выводы свидетельствовали, что преподавание таких дисциплин, как управление, психология бизнеса, не в полной мере отражают потребности руководителей. Соотношение организационного поведения с родственными дисциплинами, в рамках которых долгое время развивались её основные идеи и теории, помогает полнее уяснить предмет этой науки, её возможности и значение.

Основными направлениями исследования ОП в настоящее время выступают прагматический, культурологический и институциональный подходы. В рамках их постановки и применения в освоении организационного поведения конструктивно ис-

пользуются различные методы изучения деятельности работников:

- опросы – интервью, анкетирование, тестирование – измерение уровня удовлетворенности трудом, организационным климатом коллектива, интервью могут проводиться по телефону;
- сбор фиксированной информации – изучение документов, существующих в организации и регламентирующих деятельность работников и групп (устав организации, корпоративный кодекс поведения, контракты, должностные инструкции, положения о подразделениях);
- наблюдения – изучение обстановки, состояния рабочего места, внешнего облика сотрудников в соответствии с требованиями организационной культуры.

Изменения во внешней и внутренней средах организаций, появление новых видов организаций, современных знаний о человеческом поведении обуславливают необходимость разработки и реализации на практике моделей ОП, отвечающих требованиям времени. В этих моделях находят воплощение идеи партнерства, командной работы, вовлечения, самоконтроля, ориентации на удовлетворение потребностей более высокого порядка, самореализации.

Все мы и все, что нас окружает, так или иначе организованы. Более того, все планируемые и осуществляемые действия человека, их непосредственные и опосредованные результаты также выражают суть организации. Наконец, наше сознание, вся совокупность представлений об окружающем мире могут формироваться, сохраняться, развиваться и использоваться только при условии достижения определенной самоорганизации. Этим обусловлены фундаментальное значение науки организации в теории и практике функционирования и развития цивилизации, непреходящая актуальность исследований организации и применения их результатов в науке и практике. Одновременно в организациях формируется особый тип поведения человека, группы, которые определяет дальнейшее эффективное (или не очень) поведение и организации, и каждого ее сотрудника. Структура курса приведена на рис. 2.

Постановка и применение междисциплинарного формата освоения и закрепления управленческих компетенций обусловили кооперацию двух направлений: теории организации и организационного поведения в рамках самостоятельного модуля «Теория организации и организационное поведение» (ТОиОП). Задача этого модуля – перенос, развитие и дополнение законов существования организаций на функционирование работников и групп в этих организациях для повышения общей эффективности.



Рис. 2. Структура курса ОП

Для конструктивного обеспечения освоения нового модуля кафедра «Теории управления» подготовила и издала первый самостоятельный учебник ТОиОП [10]. Задача учебника – интегрировать разрозненное единство таких дисциплин, как теория организации и организационное поведение. Это позволило авторам по-новому подойти к изложению ряда разделов, усилить теоретическую часть учебника в части законов и принципов теории организации, классификации организаций, раскрыть практическую направленность происходящих в организациях изменений, их влияние на поведение сотрудников организаций.

Одновременно коллектив кафедры подготовил первое специализированное издание теории менеджмента, объединяющее основополагающие начала профессионального руководства организацией в формате государственных образовательных стандартов третьего поколения [9]. Многие положения учебника основаны на опыте практической деятельности и применения ресурсов современного менеджмента в организации процессов и систем управления ряда ведущих отечественных корпораций.

В рамках разработки учебно-методического обеспечения освоения управленческих компетенций на кафедре был подготовлен учебник «Теория и искусство управления» для студентов, обучающихся по программам «Мастер делового администрирования» и «Магистр менеджмента». Это издание сразу привлекло внимание слушателей и магистрантов, получило много положительных отзывов от практических действующих менеджеров. В этой разработке комплексно реализуется идея взаимосвязанности теоретических подходов и искусства решения проблем управления в экономике, основанной на знаниях [8].

Развитие современного общества характеризуется резким ростом потребления услуг, уменьшением доли материального производства в экономи-

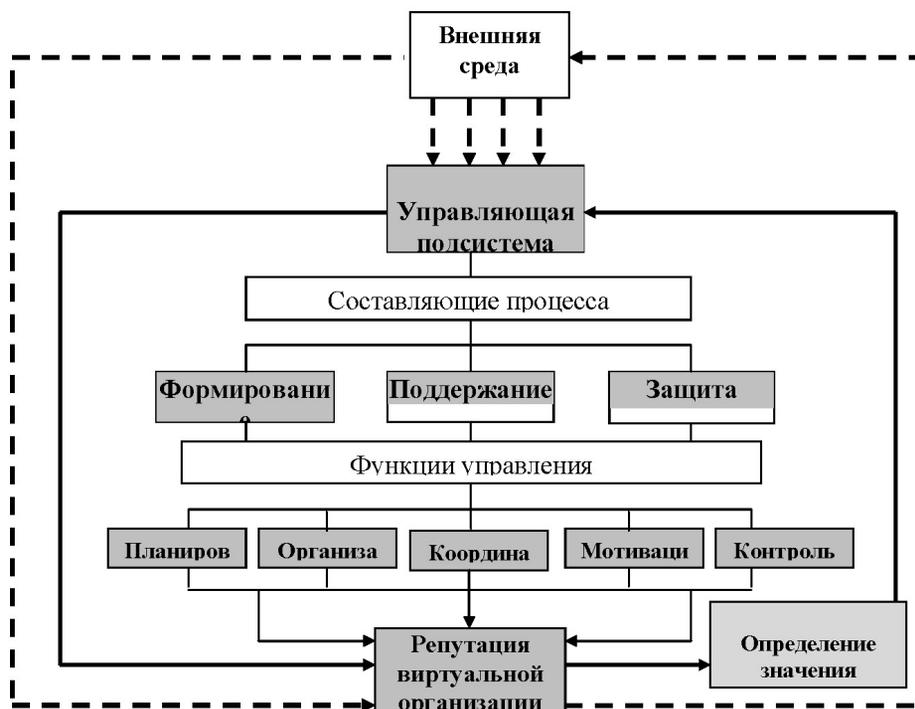


Рис. 3. Система управления репутацией виртуальной организации

ке развитых стран, изменением характера и структуры занятости, повсеместным распространением Интернета. Быстро развивающиеся информационно-коммуникационные технологии принципиально изменили нашу среду существования, погрузили нас в виртуальную реальность.

Виртуальные организации (ВО) представляют новейшую и потенциально наиболее важную форму бизнес-организаций из появившихся в последние десятилетия и все активнее входящих в нашу жизнь независимо от нашей воли и сознания. Все это порождает множество возможностей, но и множество проблем, начиная от дополнительных затрат на технологии и заканчивая совершенно новыми методами управления.

Организационное поведение и ряд других дисциплин выделили феномен понятия «репутация», который определяет, что многие решения принимаются с учетом значения репутации или репутационных индексов. Репутация организации – многоаспектное понятие, во многом определяемое восприятием данной организации, ее продукции на рынке контрагентами (покупателями, клиентами, поставщиками, конкурентами), видением этой организации со стороны ее создателей, владельцев, работников. Сложность формирования репутации состоит в том, что она создается внутри организации (ее сотрудниками, участниками), а оценивается внешними контрагентами, на поведение которых влиять достаточно слож-

но. Управление репутацией – это сложная система, реализующая различные мероприятия по формированию, поддержанию и защите репутации виртуальной организации. Без постоянной активной работы по данным направлениям невозможна положительная репутация организации.

В последнее время вопросам управления репутацией уделяется достаточно много сил ученых и практиков в области общественных отношений. Такое повышенное внимание привело к пониманию того, что подходы к данному процессу существенно различаются в зависимости от специфики объекта управления: коммерческие организации или организации государственного сектора. Для управления репутацией коммерческих виртуальных организаций сложилось направление SERM (search engine reputation management) – одно из направлений маркетинговой стратегии, которое разрабатывает определенные технологии защиты репутации (например, моделирование первой страницы Яндекса, написание и размещение пресс-релизов, управление мнением аудитории). Разработан и применяется автоматизированный мониторинг репутации виртуальных коммерческих организаций, т.е. существуют работы по отслеживанию количества отзывов (положительных или отрицательных) деятельности организации, в соответствии с чем разрабатываются различные механизмы по управлению репутацией организаций в сети.

Управление репутацией организаций государственного сектора существенно отличается по подходам и методам. Система управления представлена на рис. 3.

Развитие менеджмента, выход организаций на международные рынки для российских компаний означает необходимость освоения и развития множества новых практик и правил игры. Эти нововведения касаются не только изменений в рамках внутреннего менеджмента организации, построения эффективных взаимоотношений с иностранными участниками бизнес-процессов, выстраивания грамотной коммуникации. Необходимо быть готовым удовлетворять ожидания местных сообществ, заинтересованных лиц, потребителей, контрольных органов. Это особенно трудно в случае, когда жизнь бизнеса по «новым» правилам отличается от привычной, а сами эти правила часто обусловлены обычаями, повсеместно распространенными стандартами делового поведения, не сформулированными в конкретном законе или инструкции.

Именно к такой трудной, но исключительно важной задаче, связанной с выходом предприятия на зарубежные рынки, относится необходимость освоить европейские правила корпоративной социальной

ответственности. Данный подход нашел отражение в тематике научных исследований и разрабатываемых на основе получаемых результатов инновационных тем, дисциплин, модулей, преподаваемых на кафедре теории управления. Так сформировалось направление Корпоративная социальная ответственность (КСО), обеспечивающее освоение науки и практики особого поведения предприятия на основе представления и применения теоретического свода принципов и стандартов, которые необходимо знать предпринимателю. Данное направление в преподавании дисциплин нашло отражения в деятельности кафедры теории управления, начались исследования по корпоративной социальной ответственности, результатом чего стал выпуск специализированного учебного пособия [4]. Бизнесмен осуществляет деятельность, принимает решения или следует линии поведения, которые отвечают целям и ценностям общества. Эти положения заложили основу проявления социальной ответственности бизнеса. КСО осознается как насущная необходимость для бизнеса, становится одним из существенных факторов экономической и политической стабильности в обществе, приобретает форму обязательной составляющей в корпоративных структурах.

Литература

1. Козлова О.В., Румянцева З.П. Интенсификация управления производством. – М.: Экономика, 1984.
2. Громова О.Н., Никоненко А.Г. Поведение виртуальной организации. – М.: ГУУ, 2007.
3. Громова О.Н., Шала Е.А. Управление репутацией виртуальной организации в сфере государственного управления: монография. – М.: ГУУ, 2014.
4. Громова О.Н. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие. – М.: ГУУ, 2015.
5. Организационное поведение в таблицах и схемах / Под науч. ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой. – М.: Айрис-Пресс, 2002.
6. Организационное поведение: Практикум / Под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой. – СПб.: Питер, 2006.
7. Организационное поведение: учебник для вузов / Под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010.
8. Теория и искусство управления: учебник для студентов, обучающихся по программам «Мастер делового администрирования» и «Магистр менеджмента» / Под ред. А.М. Лялина, З.П. Румянцевой. – М.: ГУУ, 2009.
9. Теория менеджмента: учебник для вузов / Под ред. А.М. Лялина. – СПб.: Питер, 2010.
10. Теория организации и организационное поведение: учебник для магистров / Под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. – М.: Юрайт, 2014.

References

1. Kozlova O.V., Romyantseva Z.P. *Intensifikatsiya upravleniya proizvodstvom* [Intensification of production management]. Moscow, Ekonomika Publ., 1984.
2. Gromova O.N., Nikonenko A.G. *Povedenie virtual'noy organizatsii* [The behavior of the virtual organization]. Moscow, GUU Publ., 2007.
3. Gromova O.N., Shala E.A. *Upravlenie reputatsiyey virtual'noy organizatsii v sfere gosudarstvennogo upravleniya* [The virtual organization reputation management in public administration]. Moscow, GUU Publ., 2014.
4. Gromova O.N. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'* [Corporate social responsibility]. Moscow, GUU Publ., 2015.
5. Latfullin G.R., Gromova O.N. *Organizatsionnoe povedenie v tablitsakh i skhemakh* [Organizational Behavior in tables and charts]. Moscow, Ayris-Press Publ., 2002.
6. Latfullin G.R., Gromova O.N. *Organizatsionnoe povedenie: Praktikum* [Organizational Behavior: A practical work]. St. Petersburg, Piter Publ., 2006.
7. Latfullin G.R., Gromov O.N. *Organizatsionnoe povedenie* [Organizational behavior]. St. Petersburg, Piter Publ., 2010.
8. Lyalin A.M., Romyantseva Z.P. *Teoriya i iskusstvo upravleniya* [Theory and art of management]. Moscow, GUU Publ., 2009.
9. Lyalin A.M. *Teoriya menedzhmenta* [Management Theory]. St. Petersburg, Piter Publ., 2010.
10. Latfullin G.R., Gromova O.N., Raychenko A.V. *Teoriya organizatsii i organizatsionnoe povedenie* [The theory of organization and organizational behavior]. Moscow, Yurayt Publ., 2014.