

УДК 338.46

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНД УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СЕРВИСНОГО ТИПА

С.В. ПЕТРОВ

(Санкт-Петербургский государственный университет)

Предложен комплекс принципов формирования команд управления сервисными организациями. Описана модель трёхстороннего обмена, основанная на инновационной организационной среде.

Ключевые слова: сервисная среда, команда управления, командообразование, модель трёхстороннего обмена.

Введение. В современных условиях повышение конкурентоспособности предприятий, которое необходимо для их успешного функционирования в рамках рыночной экономики, уже невозможно только за счёт материальных ресурсов. Одним из востребованных подходов становится поиск путей формирования команды управления организацией. При этом в силу повсеместной сервисизации экономики формирование команд в предпринимательских структурах сервисного типа вызывает особый исследовательский интерес.

Выбор и обоснование метода формирования команды управления организацией. Выбор метода, по мнению автора, должен быть основан на следующих исходных условиях: 1) достаточность данных; 2) количество времени, отведённого на формирование команды; 3) компетентность экспертов (владение тем или иным методом).

Кроме того, базовым является подход, основанный на комплексе принципов формирования команд управления организациями сервисного типа:

1) системные принципы, позволяющие структурировать разрозненные элементы знания и действий в формировании команд: синергизм; единство целевой установки при допустимой конфликтности прочих целей; процессная совместность в деятельности; автономность; устойчивость и способность к устойчивому развитию; высокая степень личностной и коллективной ответственности;

2) принципы, основанные на человекоцентрическом подходе, актуальны в связи с тем, что основной частью формируемой системы (команды) – человек [1. С.143-165] Это такие принципы, как признание приоритетной роли человека как главного компонента любой социальной системы, включая и отдельную организацию; формирование такой стратегии развития предприятия, которая учитывала бы необходимость повышения группового капитала; повышение качества мотивации персонала за счёт дифференциации потребностей и возможности самореализации;

3) принципы, отличающие развитие группового капитала в рамках команды (напомним, что групповой капитал – это персонифицированный «отношенческий» механизм снижения затрат социальных трансакций, а значит, и механизм мобилизации ресурсов в рамках группы): ориентация на создание дополнительного источника ресурсов, доступных для всех членов группы; зависимость развития группового капитала от развития капитала индивидуальных акторов и социального капитала; синергизм воздействия эндогенных и экзогенных факторов; снижение трансакционных издержек за счёт действия персонифицированных механизмов, в том числе и персонифицированного доверия; направленность на облегчение социальных взаимодействий.

4) принципы, выявляющие особенности командообразования на основе управленческих инноваций: соответствие миссии, стратегии, стадии жизненного цикла предприятия, выявленным проблемам и вариантам развития в условиях согласованности ценностей различных социальных групп; подчинение общесистемному разумному поведению предпринимательской структуры ради своей целостности; деятельность инновационных групп существенно зависит от факторов восприимчивости инновационных групп организации; способность организации к развитию посредством выявления близких к групповым интересам новых индивидуальных капиталов акторов, стремящихся стать сотрудниками организации и удовлетворяющих общим кадровым требованиям.

5) принципы инвестирования в групповой капитал: объект инвестирования – знания, опыт, квалификация, мотивация персонала, организационные возможности, каналы коммуникации команды, где все члены ориентированы на развитие сервисного сознания; направленность инвестиций в материальные и нематериальные вложения; цель инвестирования – увеличение знаний, опыта, повышение квалификации, улучшение мотивации персонала, увеличение организационных возможностей, развитие каналов коммуникации организации; эффект сетевого взаимодействия; основной целью стратегии инвестирования в групповой капитал является создание эффективной системы коммуникаций с потребителями, поставщиками и партнерами для укрепления отношений с ними и привлечения новых постоянных клиентов; перекрёстный характер инвестирования в организационный, групповой и потребительский капитал.

Указанные принципы тесно связаны с различными аспектами формирования команд управления предпринимательских структур сферы сервиса: система, процесс, менеджмент, психология (рис.1).

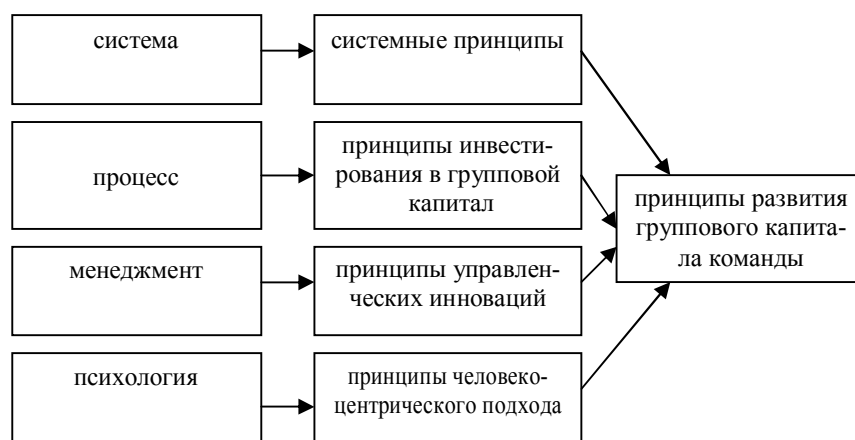


Рис. 1. Взаимосвязь принципов формирования команд управления предпринимательских структур сферы сервиса с различными аспектами этого процесса

Отметим, что рисунок наглядно демонстрирует значимость принципов развития группового капитала команды. При этом комплекс принципов формирования команды в значительной степени корректируется в различных организационных системах. Так, часть сервисных организаций является полиструктурными, то есть это «адаптивная социально-экономическая система, представляющая собой единое целое, состоящее из неоднородных, взаимодействующих, интеллектуальных коллективных агентов, находящихся в различных местах, каждый из которых сформирован по своим правилам и выполняет свои функции, обеспечивая устойчивость системы в целом» [2, с. 34-55].

Вышеизложенные принципы формирования команд управления организациями сервисного типа совмещаются и с частными принципами формирования полиструктурных систем, к которым В.И. Перовым отнесены [2]:

1) принцип минимизации ступеней управления: чем меньше ступеней в структуре, тем более гибко и оперативно будут приниматься меры на случай любых осложнений, и в итоге эффективнее будет работа организации в целом;

2) сосредоточение на каждой ступени всех необходимых функций управления;

3) принцип рационального сочетания централизации и децентрализации выполнения функций. При децентрализации руководства повышается активность низовых звеньев управления, которые ближе находятся к производству. При централизации создаются условия для эффективного применения современных средств управленческой техники, специализации подразделений и исполнителей, однако, при этом может пострадать оперативность принятия и реализации решений, значительно понизятся активность и ответственность нижестоящих звеньев;

4) принцип гибкости (в том числе, желание модифицировать себя, так как система сопротивляется изменениям, касающимся способа организации) и экономичности, реализация которых позволяет реагировать на изменения внешней и внутренней среды с наименьшими затратами.

Выделенные частные принципы являются необходимым методологически целесообразным обоснованием формирования и своевременной реорганизации полиструктурной социально-экономической системы, важными условиями её эффективного функционирования.

С учётом вышеизложенного мы считаем возможным говорить о типовой модели формирования команды управления организацией сервисного типа. Данная модель обозначается нами как *модель трёхстороннего обмена, основанная на инновационной организационной среде* (рис. 2).

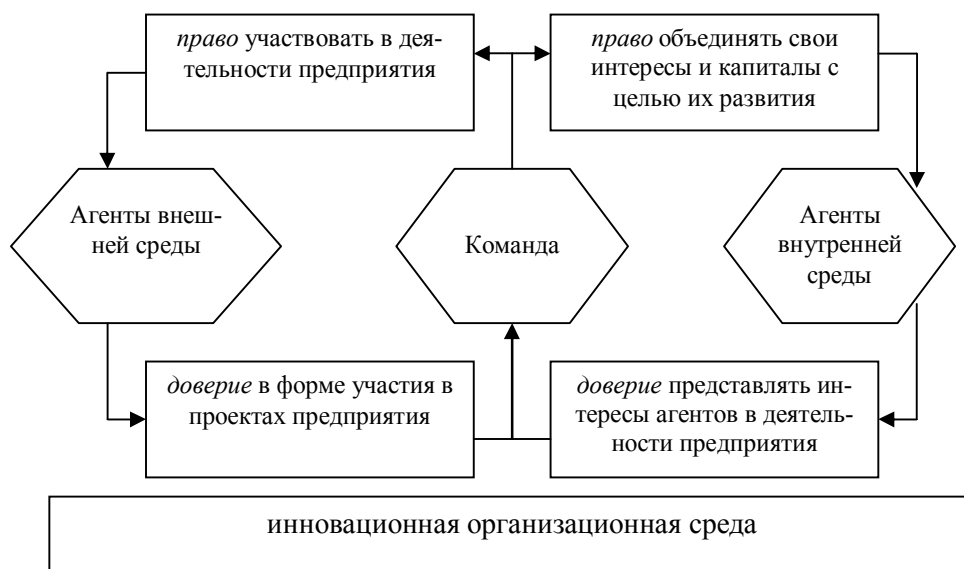


Рис. 2. Модель трёхстороннего обмена формирования команды управления организацией сервисного типа

На рис. 2 видно взаимодействие, осуществляемое посредством связи через команду управления, между внутренней и внешней средой. Если внутренняя среда команды сервисной организации – это иной персонал организации, то внешняя среда корпорации – это силы, внешние по отношению к команде управления, которые воздействуют на неё.

В предложенной модели *система команды* – это целостная система, образуемая состоянием и процессами организованного социального взаимодействия между её элементами. *Процесс формирования команды* может быть определён как последовательная смена состояний, стадий развития системы, совокупность последовательных целенаправленных действий субъектов, приводящих к изменению в объекте действий команды.

Акторами (действующими субъектами, участниками взаимодействий) процесса в команде выступают: команда, агенты внутренней среды (другой персонал), агенты внешней среды (официальные органы, поставщики, потребители). *Объектом в модели* является конкретный индивид, группа людей, организация, сфера жизнедеятельности.

Особый интерес для исследования представляет механизм социального взаимодействия акторов в команде. Нам представляется, что это ролевое взаимодействие участников команды, где можно выделить интересы участников, что даёт возможность выявить характеристики взаимодействия, в конечном итоге транслирующиеся на групповой и личностный уровень.

В модели трёхстороннего обмена речь идёт о процессе обмена ценностями или символами между внутренней и внешней средой команды. Модель *трёхстороннего обмена основана на инновационной организационной среде для формирования команд управления организацией в сервисной среде*: для агентов внешней среды команда предлагает *право участвовать* в своей деятельности, для агентов внутренней среды – *право объединять* свои интересы и капиталы с целью

их развития, в обмен от агентов внешней среды команда получает *доверие* в форме участия в её проектах, а от участников внутренней среды – *доверие* представлять их интересы в своей деятельности.

Таким образом, *в обмене команды с прочими агентами огромную роль играет доверие*, конститутивная функция которого заключается в том, что оно выступает как фундаментальное свойство жизнедеятельности любого общества. Само название этой функции происходит от латинского слова *constitutus* («утвердившийся, установленный»), которое здесь употреблено для того, чтобы обозначить ключевую роль доверия в обществе. Как отмечает Ф. Фукуяма, «доверие есть возникающее в рамках определённого сообщества ожидание того, что члены данного сообщества будут вести себя честно, проявляя готовность к взаимопомощи в соответствии с общепринятыми нормами. Последние могут относиться к сфере «фундаментальных ценностей» – о природе Господа или справедливости, но они охватывают и вполне светские понятия, такие как профессиональные стандарты и кодексы поведения.

Общественный капитал – это возможности, возникающие из наличия доверия в обществе или его частях. Общественный капитал отличается от других форм человеческого капитала постольку, поскольку он обычно создаётся и передаётся посредством культурных механизмов – через религию, традиции и исторические обычаи. В таких сообществах не требуется широкого договорного и правового регулирования отношений, поскольку между их членами существует предварительный морально-нравственный консенсус как основа для взаимного доверия» [3, с. 134]. Хотя нормы доверия в повседневной практике обычно выступают как неписанные правила поведения, их значение в жизни общества и группы можно сравнить со значением конституции государства, которой должны подчиняться все действия и правовые акты граждан и организаций. Результативность управленческих действий государства и других субъектов общества напрямую зависит от доверия или недоверия к ним со стороны членов общества. Не менее важную роль играет доверие и в конструировании групповых отношений. Некоторые из самых мощных и разветвленных институций современности возникли из структур, первоначально придуманных для создания дружественной атмосферы и доверия.

Отметим ещё одну важнейшую роль доверия в современном мире – это упорядочивание и уравнивание социальных и культурных разнообразий. Плюрализм современных обществ находит выражение во фрагментации стилей жизни и культур, в разрушении старых форм социальных идентичностей и актуализации новых. Наблюдается повсеместное стремление к сохранению культурной самобытности и индивидуальности на основе таких критериев самоотнесения, как этничность, религия, пол, стиль жизни, общность разделяемых эстетических взглядов и оценок действительности. В результате социально-культурное пространство современных обществ стало более мозаичным. Отдельные индивиды и группы могут ощущать себя «чужими», ежедневно сталкиваясь с культурным разнообразием. Развитие «доверия к знаковости» является тем фактором, который должен уравнивать различия и гарантировать отношения сотрудничества между разными группами. Тем самым доверие выступает в качестве необходимого компонента отношений толерантности.

Доверие по своей природе – амбивалентное социальное явление. Его возникновение обусловливается прошлым личным и общественным опытом, а действие направлено на будущее. Доверие к лидеру обусловлено его предшествующими действиями, а ждут от него позитивных результатов в настоящем и будущем. Доверие можно представить в виде своеобразного механизма, который позволяет обеспечивать транслирование прошлых обязательств и обещаний в сегодняшние и будущие ожидания. Таким образом, следует отметить транслирующую функцию доверия.

Доверие есть обязательный атрибут любого общества. Но уровень доверия в различных обществах и странах неодинаков. По мнению того же Ф. Фукуямы, в мире существуют общества с высоким уровнем доверия и общества с низким уровнем доверия. В обществах, в которых объединение происходит преимущественно на основе родственных союзов, семей, добровольные объединения являются слабыми, поскольку люди, не связанные кровным родством, не склонны доверять друг другу. В обществах с достаточно высоким уровнем общественного доверия быстрее укореняются новые организационные формы, и появляются они значительно раньше, чем в обществах, которые ощущают недостаток доверия.

Кроме того, для понимания сущности управления командой сервисной организации важно, что она выступает *катализатором, посредником интересов участников процесса*. Социальные группы, в частности команда управления, формируют внутри организации относительно долгосрочные и стабильные цели, образы и нормы поведения, регулирующие отношения между ними и руководством. Иными словами, мы можем говорить об особой структуре взаимодействия в модели трёхстороннего обмена формирования команды управления организацией сервисного типа (рис. 3).

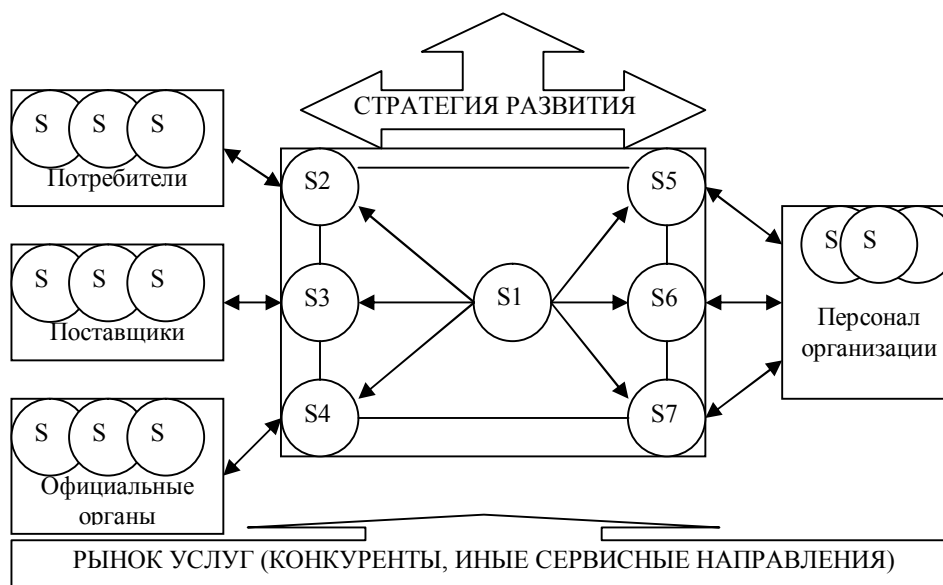


Рис. 3 Структура взаимодействия субъектов-членов команды в модели трёхстороннего обмена:
S5 – канал кадровой работы; S6 – канал управления связями (руководство подразделениями);
S7 – канал внутреннего PR

На рис.3 представлено авторское понимание особенностей взаимодействия агентов формирующейся команды управления с агентами внешней и внутренней среды. Мы выделяем в этом процессе ряд существенных каналов взаимодействия:

- канал взаимодействия руководителя команды и его участников (это линии S1→S2, S1→S3, S1→S4, S1→S5, S1→S6, S1→S7). Это стратегический уровень обмена;
- канал взаимодействия между всеми членами команды;
- канал взаимодействия членов команды с агентами внешней среды (это линии S2→потребители, S3→поставщики, S4→официальные органы); несмотря на общепринятое мнение о высокой роли клиентоориентированности всех структур сервисной организации, связи с прочими агентами внешней среды имеют иной характер;
- канал взаимодействия членов команды с агентами внутренней среды (это линии S5, S6, S7→персонал организации).

Таким образом, при формировании команды управления важно учитывать наличие всех вышеуказанных связей. Не обязательно отдельный субъект должен отвечать за отдельное направление, возможно совмещение функций, но их игнорирование ведет к неудачам в командной работе.

Заключение. Таким образом, мы предлагаем использовать модель трёхстороннего обмена, основанную на инновационной организационной среде для формирования команд управления организацией в сервисной среде: для агентов внешней среды команда предлагает право участвовать

в своей деятельности, для агентов внутренней среды – право объединять свои интересы и капиталы с целью их развития, в обмен от агентов внешней среды команда получает доверие в форме участия в её проектах, а от участников внутренней среды – доверие представлять их интересы в своей деятельности.

Библиографический список

1. Шелудько Г.В. Онтология сервисной реальности: дис. ...д-ра филос. наук. – М., 2008.
2. Перов В.И. Управление полиструктурными социально-экономическими системами: теория и методология: дис. ...д-ра экон. наук. – Ставрополь, 2008.
3. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния / Ф. Фукуяма // Новая индустриальная волна на Западе: Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999.

Материал поступил в редакцию 14.12.10.

References

1. Shelud'ko G.V. Ontologiya servisnoi real'nosti: dis. ... d-ra filos. nauk. – M., 2008. – In Russian.
2. Perov V.I. Upravlenie polistrukturnymi social'no-ekonomicheskimi sistemami: teoriya i metodologiya: dis. ... d-ra ekon. nauk. – Stavropol', 2008. – In Russian.
3. Fukuyama F. Doverie. Social'nye dobrodeteli i sozidanie blagosostoyaniya / F. Fukuyama // Novaya industrial'naya volna na Zapade: Antologiya / pod red. V.L. Inozemceva. – M.: Academia, 1999. – In Russian.

CHOICE AND VALIDATION OF TEAMBUILDING MODEL OF SERVICE ORGANIZATIONS MANAGEMENT

S.V. PETROV

(St. Petersburg State University)

A complex of teambuilding principles for the service organizations management is offered. A model of tripartite exchange based on the innovative organizational environment is described.

Keywords: *service environment, management team, team-building, model of tripartite exchange.*