

Дырин С.П., д-р социол. наук
sdyrin@yandex.ru

Аюпова В.К., канд. педагог. наук
sdyrin@yandex.ru

Набережночелнинский филиал
УВО «Университет управления «ТИСБИ»,
Кафедра менеджмента и экономико-математических
ДИСЦИПЛИН
Набережные Челны, Россия

DOI: 10.24153/2079-5912-2018-9-5-13-16

СОСТОЯНИЕ ИНФОРМИРОВАННОСТИ РАБОТНИКОВ НА СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация: Проблемы информированности сотрудников в организации в современной российской управленческой литературе обсуждаются преимущественно с нормативных позиций, то есть описывается, какой она должна быть в современных условиях. Вопрос же о реальном состоянии информированности исследован крайне недостаточно. Эти обстоятельства обусловлены, на наш взгляд, с одной стороны, несформированностью российской модели управления персоналом, с другой, крайним недостатком эмпирических исследований в этой области.

Ключевые слова: информация, уровень информированности персонала, информационные коммуникации, информационная политика предприятия.

В рамках данной работы хотелось бы коснуться состояния информированности, опираясь при этом на материалы исследований, проведенных нами в 2016-17 гг. на базе 52 предприятий г. Набережные Челны, имеющих различную организационно-правовую форму.

Результаты исследования показали, что с точки зрения информированности персонала коммуникации на российских предприятиях сложно назвать эффективными. С состоянием дел на предприятии хорошо знакомы 43,2 % работников, а со стратегией развития предприятия — 28,8 %.

Исследование зафиксировало следующие формы информирования персонала на обследованных предприятиях:

- общеорганизационные собрания (обычно они проводятся по итогам года, квартала или месяца);
- собрания для отдельных категорий сотрудников (встречи с бригадирами, мастерами, цеховые собрания и т. д.); производственные совещания (оперативки);
- приемные часы у менеджеров организации (на КАМАЗе, скажем, введены единые дни и часы приема работников по личным вопросам);
- неформальные встречи руководителя с работниками. Относительно последней 73 % опрошенных рядовых сотрудников отметили, что руководителя организации часто можно увидеть непосредственно на рабочих местах. Некоторые руководители считают эту форму коммуникаций наиболее эффективной, поскольку она, по их мнению, позволяет руководителю получать оперативную информацию о настроении коллектива и его проблемах, оперативно реагировать на возникающие трудности в работе организации. В качестве неформальных встреч практикуются утренние обходы руководителя, поездки руководителя на вахтовых автобусах на работу или с работы и т. д. — информационные стенды, пресс-центры и т. д.;
- корпоративные средства массовой информации (радио, газеты, бюллетени).

Проведенные нами исследования позволяют сделать вывод, что по своему характеру внутриорганизационные коммуникации на российском предприятии больше напоминают японскую модель управления. Они строятся преимущественно на неформальном взаимодействии менеджера и подчиненных — так происходит в большинстве организаций. 90,9 % менеджеров отмечают, что работник имеет возможность заходить в кабинет руководителя организации по мере необходимости и без предварительной записи. В целом также считает и большинство работников (68,6 %). В этом смысле результаты исследования подтверждают выводы авторов национальной программы «Российская деловая культура», которые считают, что российский предприниматель ставит личные неформальные отношения выше формальных, контрактных [3]. Добавим также, что на подавляющем большинстве анализируемых предприятий коммуникации носят регулярный характер. Руководитель организации встречается с трудовым коллективом если и не ежедневно, то, по крайней мере, один раз в неделю.

Вместе с тем вряд ли можно рассматривать отмеченную нами в ходе исследования практику неформальных встреч руководителей со своими подчиненными исключительно как проявление демократического стиля руководства. По мнению многих экспертов, необходимость бывать непосредственно на рабочих местах вызвана не столько демонстрацией своего расположения к рядовым работникам, сколько недоверием к информации, которую они получают от своих нижестоящих руководителей. Характерно при этом, что чаще всего обходы рабочих мест совершают руководители предприятий с выраженными характеристиками социалистической модели УП. Вот типичный ответ эксперта — заместителя директора по производству крупного промышленного предприятия: *«В цехах приходится бывать, а как же... Есть плановые обходы, раз в неделю, но реально бываю чаще. К примеру, сломалась линия, производство встало. Ну, идешь, разбираешься, куда денешься. Когда сам не бываешь, врут ведь много, иной раз ремонта на час, а оборудование будет стоять сутки, а то и двое. Пока сам не придешь, не разберешься...»*.

Таким образом, весьма часто практика неформальных встреч, распространенная на российских предприятиях, направлена не столько на привлечение работников к принятию решений (как может показаться на первый взгляд), сколько на пересмотр (хотя бы временный) ранее утвержденного порядка делегирования полномочий в пользу их централизации. В условиях социалистической модели УП руководитель бывает на рабочих местах прежде всего в силу своего недоверия к подчиненным и

отсутствием эффективной информационной системы о реальном положении дел на местах. В условиях традиционной модели УП частое посещение рабочих мест обусловлено как недоверием к подчиненным, так и характерной для этой категории предприятий гиперответственностью первого руководителя за все происходящее в организации. Результатом подобных посещений рабочих мест являются дисциплинарные наказания менеджеров среднего и нижнего звена, где выявлены недостатки, но еще чаще (особенно на предприятиях с социалистической моделью УП) руководитель сам принимает решения, направленные на исправление выявленных им недостатков, тем самым отбирая (временно или навсегда) у нижестоящего руководителя некогда делегированные ему управленческие полномочия.

Говоря о нетрадиционных для российских предприятий формах информационного взаимодействия, можно выделить попытки внедрения в практику обращений генерального директора к сотрудникам организации. Эта форма вертикального взаимодействия достаточно типична для западных корпораций форма и направлена на информирование персонала о достижениях и стратегических задачах организации. Обычно эта форма взаимодействия практикуется через использование электронных средств массовой информации). Еще один интересный опыт заключается в использовании мировых аналогов информирования персонала в кризисных условиях. Отдельные (немногие) предприятия практикуют оперативное информирование всех работников о финансовом и хозяйственном состоянии предприятия через информационные стенды (это могут быть, например, бюллетени с использованием доступных для понимания диаграмм, рисунков и т. д.).

Несмотря на отдельные попытки отечественных предприятий использования зарубежного опыта, российская модель все же продолжает оставаться в некоторых аспектах информационного взаимодействия уникальной. Назовем ее основные отличительные особенности. Во-первых, это касается содержания процесса. Если в зарубежных корпорациях основной акцент в информационном диалоге руководителя и подчиненных делается на стратегические вопросы, то в российских — на текущие. Впрочем, и в целом российские менеджеры ориентированы преимущественно на решение текущих вопросов, а не планирование стратегии. По данным исследования, коэффициент информированности персонала о состоянии дел в организации составил 0,54, а коэффициент информированности, например об экономической стратегии организации, — 0,15.

Следующей особенностью информационной политики отечественных предприятий является ее отклонение от основных принципов. Наиболее распространенными являются отклонения от трех принципов: оперативности, достоверности подаваемой информации и доступности языка подачи информации. Подаваемая информация, по мнению персонала, в большинстве случаев является достоверной (63,6 %) и понятной (65,3 %). В меньшей степени выдерживается принцип оперативности (48,3 %). Складывается достаточно парадоксальная ситуация — коммуникации происходят регулярно, однако обсуждаемая в процессе взаимодействия информация часто, по мнению персонала, является неактуальной (запоздалой).

О том, что информационные процессы на предприятии не имеют оперативного характера, свидетельствует «вмешательство» в политику внутриорганизационных коммуникаций городских органов власти. О том, что предоставляемая руководителями предприятий информация часто бывает недостоверной, свидетельствует низкий уровень доверия персонала представителям администрации предприятий. С принципом достоверности в определенной степени связан и принцип доступности языка изложения. Недоверие подаваемой информации происходит, в частности, потому, что невысокий уровень экономической и правовой компетенции персонала делает его неспособным проверить степень правдивости информации. Можно много говорить о преимуществах и недостатках системы информирования на предприятии, однако нельзя не признать, что важнейшим критерием эффективности данной системы является уровень информированности персонала. С этой точки зрения систему внутриорганизационных коммуникаций можно охарактеризовать как неэффективную.

Достаточным уровнем информированности обладает в среднем лишь каждый третий опрошенный работник (31,8 %). Наибольшие «провалы» наблюдаются в знании стратегических моментов деятельности предприятия (особенно экономической и технологической стратегий). Достаточно серьезным (в 2 раза) является «разрыв» в уровне информированности персонала и руководителей. Хотя подобная ситуация не является уникальной, «отсев» информации — явление естественное и достаточно распространенное и в зарубежных компаниях. Впрочем, низкий уровень информированности работников по поводу стратегии своего предприятия может объясняться не только закрытостью этой информации, но и ее элементарным отсутствием.

Резюме.

Можно констатировать, что в области информирования персонала о текущем и стратегическом положении практика российских и зарубежных предприятий существенно расходится, поскольку зарубежный опыт предполагает высокую информированность работников по всем важнейшим вопросам. Содержание коммуникаций на российском предприятии предполагает обсуждение прежде всего текущих вопросов деятельности предприятия. В значительно меньшей степени обсуждаются вопросы стратегического характера. То есть, с одной стороны, значительная часть энергии российских менеджеров уходит на «выживание», и данное обстоятельство не может не определять содержание коммуникаций. С другой стороны, нестабильная внешняя среда не способствует формированию у менеджеров уверенности в завтрашнем дне. Вероятно, в том числе и поэтому они избегают разговоров с персоналом о будущем организации. Таким образом, внутриорганизационные коммуникации осуществляются, как правило, по текущим проблемам. Целостного и четкого представления ни о состоянии предприятия, ни о его будущем у большинства работников нет.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Арсланова, С.К. Изменение предпринимательской активности населения моногорода (на материалах исследований в г. Набережные Челны 2001-2015 гг.) // Научное обозрение. - 2016. - № 22. - С.125-129.
2. Дырин С.П., Егорова Н.Д. Ценностные ориентации и характер самооценки современных российских менеджеров // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2017. - № 1. – С. 30-34.
3. Сикевич З.В. Русский менталитет и базовые ценности. Под знаком неуверенности и фатализма // <http://www.s-talker.com/lib/rus.php>

Dyrin S.P.

Doctorate in Sociology
University of management of "TISBI", Branch in Naberezhnye Chelny
Russia, Naberezhnye Chelny
sdyrin@yandex.ru

Ayupova V.K.

Cand. ped. Sci.
University of management of "TISBI", Branch in Naberezhnye Chelny
Russia, Naberezhnye Chelny
sdyrin@yandex.ru

AS THE AWARENESS OF WORKERS AT MODERN RUSSIAN ENTERPRISES

In the article the author, based on the materials of sociological research conducted at 52 enterprises of Naberezhnye Chelny, the authors analyze the state of awareness of employees of enterprises of different spheres of activity and forms of ownership. The article concludes that the practice of informing employees at Russian enterprises has significant differences in comparison with Western and Japanese experience. According to the authors, the content of communications in the Russian company involves discussion, primarily current issues of the enterprise, and strategic issues are discussed to a much lesser extent. As a result, the authors state, the staff of Russian enterprises insufficiently represents the strategic prospects of their enterprises.

Keywords: information, level of staff information, information communications, information policy of the enterprise.

Resume: It can be stated that in the field of informing staff about the current and strategic situation, the practice of Russian and foreign enterprises differs significantly, since foreign experience implies a high awareness of workers on all major issues. The content of communications at a Russian enterprise presupposes a discussion above all of the current issues of the enterprise's activities. To a much lesser extent, issues of a strategic nature are discussed. That is, on the one hand, a significant part of the energy of Russian managers is spent on "survival", and this circumstance cannot but determine the content of communications. On the other hand, an unstable external environment is not conducive to the formation of managers' confidence in the future. Probably including, therefore, they avoid talking with staff about the future of the organization. Thus, intra-organizational communications are carried out, as a rule, on current problems. Most employees do not have a holistic and clear understanding of the state of the enterprise or its future.

Literature:

1. Arslanova, S.K. Izmenenie predprinimatel'skoj aktivnosti naseleniya monogoroda (na materialax issledovanij v g. Naberezhny'e Chelny` 2001-2015 gg.) // Nauchnoe obozrenie. - 2016. - № 22. - S. 125-129.
2. Dy`rin S.P., Egorova N.D. Cennostny`e orientacii i xarakter samoocenki sovremenny`x rossijskix menedzherov // Kazanskij social'no-gumanitarny`j vestnik. - 2017. - № 1. - S. 30-34.
3. Sikevich Z. V. Russkij mentalitet i bazovy`e cennosti. Pod znakom neuverennosti i fatalizma // [http: //www.s-talker.com/lib/rus.php](http://www.s-talker.com/lib/rus.php)