

2. Харский, К. Клиентоориентированность как она есть / К. Харский // Управление сбытом. 2007. № 3. С. 34-40.

3. Гулей И.А., Шавырина И.В. Социокультурная модель развития организационной культуры вуза в условиях повышенной конкуренции выпускника // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. №5. С. 91-96.

4. «О стратегии развития России до 2020 года» // Российская газета. Федеральный выпуск № 4585 2008. 9 февраля.

## **ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КОМПАРАТИВНО-СОСТЯЗАТЕЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ В ОРГАНИЗАЦИИ**

**Питка С.Н.**

*к.с.н., доцент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ БелГУ*

**Хашаева С.В.**

*к.с.н., доцент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ БелГУ*

Применение компаративно-состязательной технологии направлено на решение следующих задач:

- формирование компаративно-состязательных ориентаций персонала организации;
- регулирование предметной сферы компаративно-состязательных ориентаций (содействие выбору предмета, релевантного для сравнения, подражания и соревнования);
- регулирование направленности, продолжительности, эффективности компаративно-состязательных ориентаций;
- изменение компаративно-состязательных отношений по указанным параметрам;
- обеспечение соблюдения организационно-технологических принципов, методов и процедур.

Для оценки практики применения компаративно-состязательных технологий в организации воспользуемся результатами социологического исследования, проведенного в ОАО «Холдинговая компания «Энергомаш-Строй»<sup>1</sup>. В частности, выяснялось,

---

<sup>1</sup> В ходе исследования (руководитель М. Страхов) проведены анкетный опрос рабочих и служащих холдинговой компании (n=730), руководителей структурных подразделений (n=30), а также

в какой мере соблюдаются организационные принципы соревнования и насколько важно их соблюдение. Важность соблюдения организационных принципов гласности результатов, сравнимости результатов и обмена опытом достаточно высоко оценена экспертами – соответственно в 4,3 балла, 4,2 балла и 4,4 балла. Несколько скромнее оценки линейных руководителей – соответственно, 4,1 балл, 4,0 балла, 4,2.

Данные о степени соблюдения рассматриваемых принципов представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Соблюдение организационных принципов соревнования в  
оценке экспертов и линейных руководителей**

№ № п/п	Принципы организа- ции	Оценочная шкала							
		в достаточ- ной мере		в недостаточ- ной мере		совсем не соблюда- ются		затруд- няюсь ответить	
		э	р	э	Р	э	р	э	р
1.	Гласность результатов	30,0	43,3	60,0	20,0	10,0	20,0	-	16,7
2.	Сравнимость результатов	30,0	33,3	50,0	23,3	20,0	20,0	-	23,4
3.	Обмен опы- том	10,0	46,7	70,0	26,7	20,0	6,7	-	20,0

*Примечание: э – эксперты, р – линейные руководители.*

Заметим, что значительная часть линейных руководителей (от 16,7% до 23,4%) затруднилось с оценкой того, как применяются на практике организационные принципы соревнования, что свидетельствует об их нечувствительности к этому важному управленческому ресурсу и технологии. Вместе с тем, в ответах линейных руководителей преобладает вариант «в достаточной мере», тогда как в ответах экспертов – вариант «в недостаточно мере». Эксперты сравнительно более критичны к оценке практики обмена опытом, руководители к оценке гласности результатов.

Выяснялось также мнение экспертов и линейных руководителей в вопросе того, насколько важно и актуально использование

---

экспертный опрос руководителей предприятий, входящих в состав холдинга.

организационных методов соревнования и в какой мере они уже используются. При этом показатель важности и актуальности определялся на основе балльной оценки (максимальное значение = 5), показатель использования методов – по шкале «в достаточной мере», «в недостаточной мере», «совсем не используются», «затрудняюсь ответить». Данные сравнительной оценки важности и актуальности соревновательных методов представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Сравнительная оценка важности и актуальности организационных принципов соревнования (в баллах)**

№№ п/п	Методы оптимизации	Оценка в баллах	
		э	р
1.	Конкурсный метод	4,3	3,8
2.	Метод конкуренции	3,4	3,6
3.	Метод значимого сравнения	4,2	4,1
4.	Метод направленного подражания	4,0	3,9
5.	Метод личного примера	4,4	4,3
6.	Метода психологического «вызова»	3,8	4,0

*Примечание: э – эксперты, р – линейные руководители.*

Обе группы опрошенных солидарны в высокой оценке значимости и актуальности методов значимого сравнения и личного примера, в относительно скромной оценке методов конкуренции, психологического вызова и направленного подражания. Эксперты придают значительно большее значение важности и актуальности конкурсного метода.

Данные об использовании методов соревнования в практике управления и мотивации персонала представлены в табл. 3.

Таблица 3

**Сравнительная оценка практики применения соревновательных методов**

№№ п/п	Организационные методы соревнования	Оценочная шкала							
		в достаточной мере		в недостаточной мере		совсем не соблюдаются		затрудняюсь ответить	
		э	р	э	р	э	р	Э	р
1.	Конкурсный метод	60,0	16,7	40,0	46,7	-	16,6	-	20,0

2.	Метод конкуренции	-	13,3	20,0	-	80,0	53,3	-	33,4
3.	Метод значимого сравнения	50,0	33,4	50,0	40,0	-	13,3	-	13,3
4.	Метод направленного подражания	10,0	-	60,0	16,7	30,0	33,3	-	50,0
5.	Метод личного примера	30,0	40,0	50,0	26,7	20,0	16,7	-	6,6
6.	Метода психологического «вызова»	-	-	-	33,3	50,0	33,3	50,0	33,4

*Примечание: э – эксперты, р – линейные руководители.*

Оценки экспертов и линейных руководителей сходятся в сравнительно высокой оценке практики применения методов значимого сравнения и личного примера, а также в относительно низкой оценке методов конкуренции и психологического «вызова». Эти расхождения связаны, на наш взгляд, во-первых, с привычностью применения двух первых методов, во-вторых, с непривычностью и сомнительностью применения методов конкуренции, в-третьих, с недостаточной понятностью метода психологического вызова. Вместе с тем оценки расходятся в отношении конкурсного метода и метода направленного подражания. Если эксперты склонны думать, что указанные методы применяются недостаточно полно и, соответственно, следует устранить этот недостаток, то половина линейных руководителей вообще затрудняется с определением и оценкой практики применения этих методов. Последнее свидетельствует или о невосприимчивости руководителей к этим методам или, действительно, об их слабом применении.

#### **Список литературы**

1. Ильницкий В.Г. Социальный капитал организации: диагностика и управление / В.Г. Ильницкий, В.И. Логинов; под ред. проф. Н.С. Данакина. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2010. – 168 с.

2. Хрусталеv А.Н. Социальные ресурсы управления производственной организацией / А.Н. Хрусталеv; под ред. проф. Н.С. Данакина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2007. – 136 с.

3. Хашаева, С.В. Состязательный механизм социальной регуляции: Моногр. / С.В. Хашаева; под ред. проф. Н.С. Данакина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2009. – 148 с.

4. Страхов М.В. Оптимизация коммуникационного взаимодействия в управлении организационными инновациями на предприятиях: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. Белгород – 2016.

## **ПРАКТИКИ РЕЦИПРОКНОСТИ В ВУЗОВСКОЙ СРЕДЕ (ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ)**

**Реутова М.Н.**

*канд. соц. наук, доцент*

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

**Шавырина И.В.**

*канд. соц. наук, доцент*

*Белгородский государственный технологический университет  
им. В. Г. Шухова*

*Статья подготовлена при финансовой поддержке Отделения по гуманитарным и общественным наукам РФФИ. Грант «Реципрокность в воспроизводстве практик взаимопомощи в местных сообществах» № 17-03-00196 (рук. М.Н. Реутова)*

Реципрокность представляет собой механизм формирования и воспроизводства относительно прочных и устойчивых сетей взаимопомощи, поскольку предполагает установку на относительно регулярное взаимодействие и взаимность обязательств. Развитие практик взаимопомощи является одним из механизмов восстановления «социальной ткани» локальных сообществ, усиления коллективной идентичности, формирования социальной солидарности.

Согласно результатам исследования «Клиентоориентированная организационная культура вуза как фактор эффективного социально-экономического развития региона» (N=801), изучая практики реципрокности в вузовской среде, нами анализировалось реальное взаимодействие между акторами в вузовском пространстве.