

Научная статья

УДК 336.714

doi: 10.22394/2079-1690-2021-1-4-54-59

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ

**Владимир Викторович Тарновский¹, Андрей Витальевич Полянин²,
Людмила Ивановна Кулакова³**

¹Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Саратов, Россия, vladimir-tarnovskiy@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1855-7523>

²Среднерусский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Орел, Россия, polyanin.andrei@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1158-6898>

³Дальневосточный филиал Всероссийской академии внешней торговли Министерства экономического развития РФ, Петропавловск-Камчатский, Россия, milakul2606@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4130-5954>

Аннотация. Авторами сформирована схема группового организационного поведения в социально ориентированной предпринимательской структуре, в которой все компоненты тесно взаимосвязаны между собой, и их необходимо рассматривать в едином комплексе элементов и параметров, дающих представление о поведении всех сотрудников организации. Несколько групп, сформировавшихся в социально ориентированной предпринимательской структуре совместно с групповым и межгрупповым коммуникационным взаимодействием, функционирующими взаимосвязями отдельных участников и целых групп образуют групповую структуру организационного поведения. Авторами проведена трансформация базовых элементов на основе «пирамиды Эдгара Шейна» по формированию организационной культуры в организации, осуществляющей предпринимательскую деятельность. Структурированы формы и виды коммуникационного взаимодействия в социально ориентированной предпринимательской структуре. Сформирована авторская матрица парадигм управления в экономической и социальной системах, которая наглядно демонстрирует, что в зависимости от трансформации отношения к человеку в кадровой политике и переходе из экономической плоскости в социально-экономическую будет изменяться инструментарий работы с сотрудниками, а соответственно изменится ландшафт организационной культуры, что приведет к преобразованием в организационном поведении и модификациям коммуникационного взаимодействия.

Ключевые слова: организационное поведение, управление, командный менеджмент, организационная культура, предпринимательство

Для цитирования: Тарновский В. В., Полянин А. В., Кулакова Л. И. Особенности организационного поведения в социально ориентированных предпринимательских структурах // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2021. № 4. С. 54–59. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2021-1-4-54-59>.

Problems of Management

Original article

FEATURES OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR IN SOCIALLY ORIENTED ENTREPRENEURIAL STRUCTURES

Vladimir V. Tarnovsky¹, Andrey V. Polyanin², Lyudmila I. Kulakova³

¹Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Saratov, Russia, vladimir-tarnovskiy@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1855-7523>

²Central Russian Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Orel, Russia, polyanin.andrei@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1158-6898>

³Far Eastern Branch of All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, milakul2606@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4130-5954>

Abstract. The authors have formed a scheme of group organizational behavior in a socially oriented entrepreneurial structure, in which all components are closely interconnected, and they must be considered in a single complex of elements and parameters that give an idea of the behavior of all employees of the organization. Several groups formed in a socially oriented entrepreneurial structure together with group and intergroup communication interaction, functioning relationships of individual participants and whole groups form the group structure of organizational behavior. The authors carried out the transformation of the basic elements on the basis of the "Edgar Schein pyramid" for the formation of organizational culture in an organization carrying out entrepreneurial activity. The forms and types of communication interaction in a socially oriented entrepreneurial structure are structured. The author's matrix of management paradigms in economic and social systems has been formed, which clearly demonstrates that, depending on the transformation of attitudes towards a person in personnel policy and the transition from the economic plane to the socio-economic one, the tools for working with employees will change, and accordingly the landscape of organizational culture will change, which will lead to a transformation in organizational behavior and modifications of communication interactions.

Keywords: organizational behavior, management, team management, organizational culture, entrepreneurship

For citation: Tarnovsky V. V., Polyaniin A. V., Kulakova L. I. Features of organizational behavior in socially oriented entrepreneurial structures. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2021;(4):54-59. (In Russ.). <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2021-1-4-54-59>.

Специфика деятельности социально ориентированной предпринимательской структуры заключается в дуальности подходов по получению предполагаемых результатов. С одной стороны, любая предпринимательская структура стремится к максимизации доходов, а, с другой стороны, социальная ориентация предполагает получение социального эффекта и распределение общественных благ [1]. Таким образом, акцент в организации деятельности смещается с управления непосредственно производственным процессом в сторону организационного поведения в деятельности предпринимательской структуры. В частности, на первый план выходят такие элементы организационного поведения, как нематериальное стимулирование и групповое коммуникационное взаимодействие, направленные по получению социального эффекта и оптимизации коммерческий деятельности с целью недопущения снижения прибыльности предпринимательского процесса.

Авторами проведена трансформация базовых элементов на основе «пирамиды Эдгара Шейна» [2] по формированию организационной культуры в организации, осуществляющей предпринимательскую деятельность (рис. 1). Верхний и нижний уровень пирамиды не претерпевают существенных изменений при социальной ориентации предпринимательской структуры. Средний элемент – такой, как «поведение и действие» – существенно трансформируется и будет направлен на создание общественных благ и удовлетворение общественных потребностей. Следует отметить, что существенным отличием социально ориентированных предпринимательских структур от других будет то, что организационное поведение формируется на основе выполнения гражданского долга по производству и распределению общественно полезных благ, а также удовлетворению социальных потребностей индивидов и определенных групп.

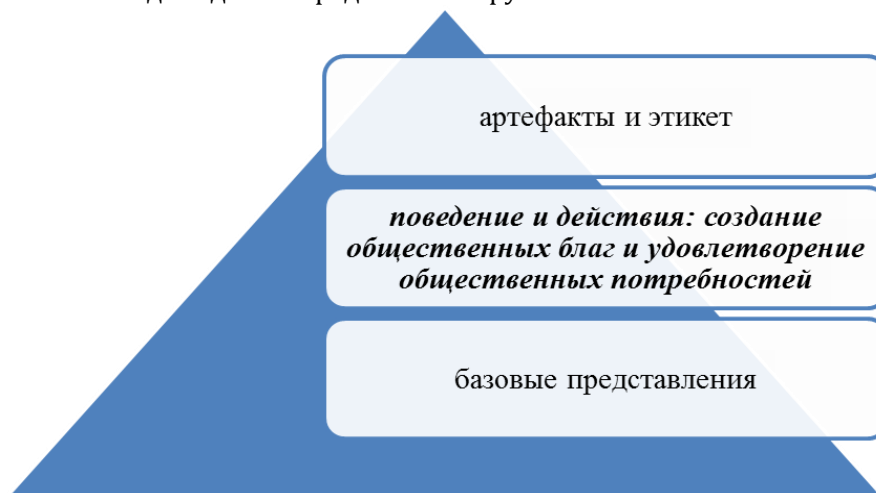


Рис. 1. Организационная культура в социально ориентированной предпринимательской структуре на основе «пирамиды Эдгара Шейна»

Fig. 1. Organizational culture in a socially oriented entrepreneurial structure based on the "Edgar Schein pyramid"

Изменение организационного поведения и действий сотрудников в социально ориентированной предпринимательской структуре формирует иной порядок коммуникационного взаимодействия с трансформированием типовых форм группового поведения в организации. В данном случае группа как общность определенных сотрудников формирует коммуникационное взаимодействие, направленное на удовлетворение общественных благ, при этом в группе каждый сотрудник оказывает влияние на других и находится под их воздействием [3]. При правильном коммуникационном взаимодействии проявляются синергетические и мультиплексные эффекты [4], которые проявляются в том, что группа, объединенная общественно значимой целью, работает лучше, чем любая другая группа, а также внутреннее управление в такой группе может осуществлять неформальными лидерами без координационной роли официального руководителя.

Если рассматривать формы коммуникационного взаимодействия сотрудников предпринимательских структур, то в первую очередь необходимо выделить внутригрупповые и межгрупповые формы (рис. 2). В тоже время существуют системные, внутрисистемные и межличностные формы коммуникационного взаимодействия, которые оказывают незначительное влияние на достижение общественно значимых целей, но в то же время всегда сопутствуют формам, играющим ведущую роль.



Рис. 2. Формы и виды коммуникационного взаимодействия

Fig. 2. Forms and types of communication interaction

Внутригрупповые и межгрупповые коммуникации позволяют участвовать в процессе создания общественных благ, а главное – присутствует признак доступности всех участников к данному процессу, то есть происходит эксплицирование чувств, эмоций и действий по отношению к производственному процессу в предпринимательской структуре. Также следует отметить: есть предметность и рефлексивность в действиях сотрудников, что повышает степень нематериального стимулирования их деятельности в общественно полезном процессе [5]. Все это усиливается ситуативностью, то есть коммуникационное взаимодействие происходит в конкретной ситуации и способствует пониманию воздействия на объект приложения усилий в социально ориентированной предпринимательской структуре посредством взаимодействия индивидов. Таким образом, субъективно процесс коммуникационного взаимодействия относится к осознанным действиям сотрудников по созданию общественных ценностей, а объективная сторона процесса состоит в создании взаимосвязей и взаимозависимости отдельных сотрудников и сформированных ими групп [6]. Также следует

отметить, что в социально ориентированных предпринимательских структурах коммуникационное взаимодействие усиливается, так как к взаимодействию в рамках организационной структуры и в процессе производства для создания социального эффекта добавляются личностно-психологические коммуникации сотрудников, основанные на общих общественных целях. Посредством положительной обратной связи между лицами, участвующими в межгрупповом и внутригрупповом взаимодействии, достигается приращение социального эффекта.

Особо следует отметить, что функции организационного поведения довольно широко представлены в научной литературе. Но в социально ориентированной предпринимательской структуре нами выделяется отдельная, центральная (ядерная) функция в организационном поведении – интегрирующая. Ее суть состоит в формировании у сотрудников чувства единства по достижению общественно значимой цели, общности и принадлежности к организации, создающей общественные блага. Именно интегрирующая функция (в отличие от других предпринимательских структур) выступает основой всех остальных функций организационного поведения в социально ориентированной предпринимательской структуре. Она создает платформу [7] для реализации мотивационной, ориентирующей, охранной, адаптивной, имиджевой и регулирующих функций посредством реализации причастности к достижению общественно значимой цели.

Таким образом, цель и задачи, выполняемые социально ориентированной предпринимательской структурой, выражаются через единую мотивационную сферу организационного поведения посредством группового и межгруппового коммуникационного взаимодействия и являются структурированной общественными потребностями и выраженной в общественной значимости создания благ [8]. Переход из чисто экономической плоскости с социально-экономическую при трансформации отношений от «человек-ресурс» к «человек-личность» формирует новую парадигму управления людьми в организации и строится на принципах социального командного менеджмента (рис. 3)

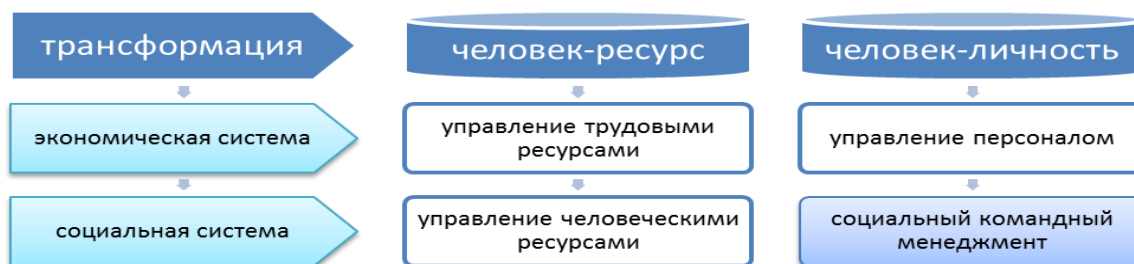


Рис. 3. Матрица парадигм управления в экономической и социальной системах

Fig. 3. Matrix of management paradigms in economic and social systems

Данная матрица имеет теоретическое значение с точки зрения разграничения понятий и формирования категориального аппарата. На практике вышеуказанные системы управления дополняются друг другом и пересекаются, формируя для каждой организации индивидуальные набор элементов из различных систем. Причинами такого практического воплощения являются особенности организационной структуры, стиль руководства, кадровая политика, формы и системы оплаты труда и многое другое [9]. В то же время матрица наглядно демонстрирует, что в зависимости от трансформации отношения к человеку в кадровой политике и перехода из экономической плоскости в социально-экономическую будет изменяться инструментарий работы с сотрудниками, а соответственно, изменится ландшафт организационной культуры, что приведет к преобразованиям в организационном поведении и модификациям коммуникационного взаимодействия. В итоге смещение в правый нижний угол матрицы усилий и средств приведет к ускорению ориентации людей в их служебной деятельности с ориентацией на непрерывное продуктивное изменение личности и в последующем – созданию общественных благ на основе приращения социального эффекта.

Коммуникационное групповое взаимодействие с использованием основного инструментария социального командного менеджмента формирует «групповое организационное поведение» в социально ориентированной предпринимательской структуре (рис. 4).

Все приведенные авторами компоненты группового организационного поведения в социально ориентированной предпринимательской структуре тесно взаимосвязаны между собой, их необходимо рассматривать в едином комплексе элементов и параметров, дающих представление о поведении всех сотрудников организации. Несколько групп, сформировавшихся в социально ориентированной предпринимательской структуре совместно с групповым и межгрупповым коммуникационным взаимодействием, функционирующими взаимосвязями отдельных участников и целых групп образуют групповую структуру организационного поведения. При успешном управлении этой структурой появляется возможность приращения как коммерческого, так и социального эффекта.

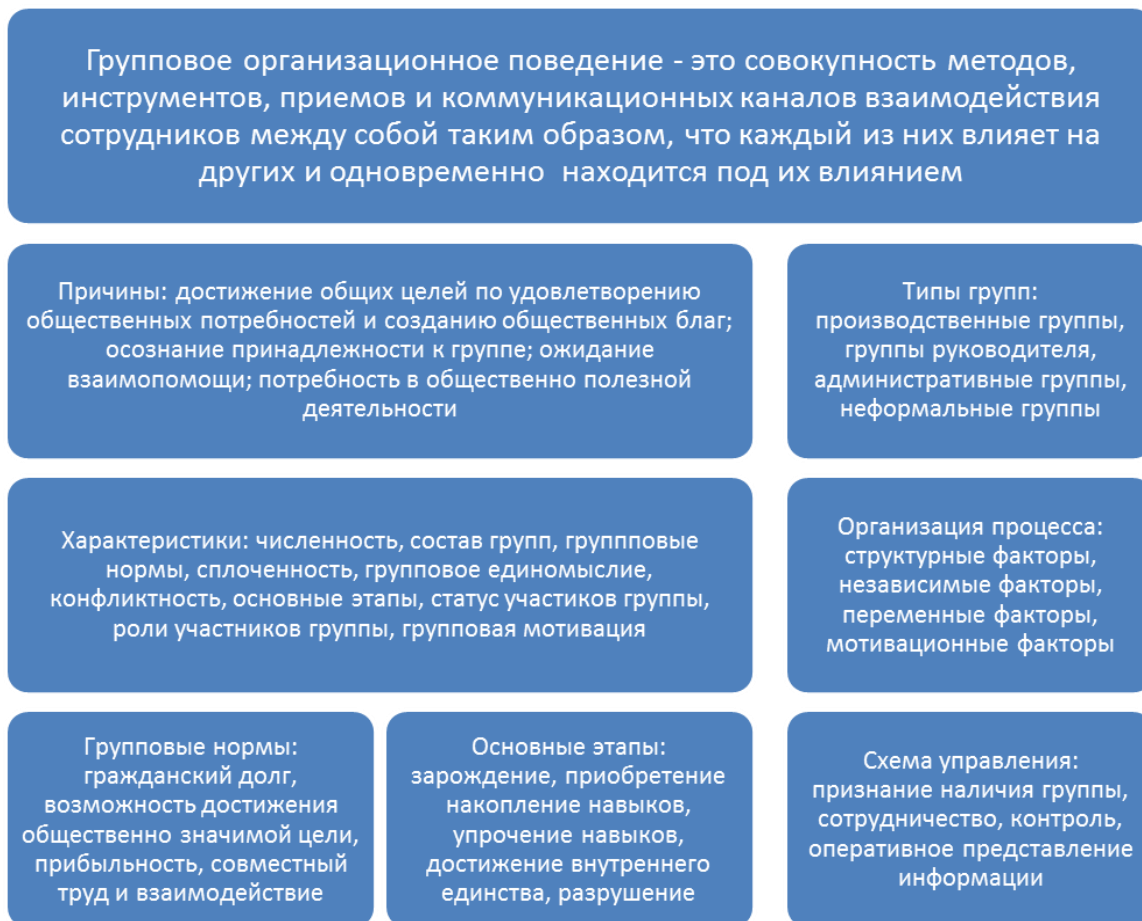


Рис. 4 – Групповое организационное поведение

Fig. 4 – Group organizational behavior

Список источников

1. Авдеева И. Л., Головина Т. А., Полянин А. В. Государственное регулирование приоритетных направлений предпринимательства в условиях цифровой экономики // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 4. С. 13–21.
2. Данилова Н. Е., Караева Е. Н., Коргина О. А. Реализация кадровой политики предприятия в современных условиях // Естественно-гуманитарные исследования. 2018. № 22 (4). С. 45–55.
3. Белолипецкая А. Е., Головина Т. А., Данилова Н. Е. Управление персоналом в условиях цифровизации экономических процессов // Экономика и предпринимательство. 2020. № 1 (114). С. 715–718.
4. Головина Т. А. Методический подход к адаптивному управлению промышленными экономическими системами на основе диагностики слабых сигналов о кризисной ситуации // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2014. № 4-1. С. 160–168.
5. Барсуков Д. П., Полянин А. В., Соболева Ю. П. Алгоритм создания социально ориентированной предпринимательской структуры // Петербургский экономический журнал. 2019. № 2. С. 112–120.
6. Докукина И. А., Полянин А. В., Попова О. В. Формирование механизма управления развитием предпринимательства в условиях создания свободной экономической зоны // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. 2015. № 5 (46). С. 196–199.
7. Суровнева А. А., Полянин А. В., Головина Т. А. Особенности менеджмента некоммерческих организаций // Труд и социальные отношения. 2017. № 4. С. 33–48.
8. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ.: Жильцов С., Чех А. Под ред. В. А. Спивака. СПб: Питер, 2002. 336 с.
9. Третьякова Л. А., Бессонова М. А., Трофименко Е. Н. Сущность категории "трудовой потенциал": социально-экономический аспект // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 34 (361). С. 2–10.

References

1. Avdeeva I. L. State regulation of priority areas of entrepreneurship in the digital economy. In: *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski = State and municipal management. Scholar notes*. 2018;(4):13-21. (In Russ.)
2. Danilova N. E. Implementation of the personnel policy of the enterprise in modern conditions. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural and humanitarian research*. 2018;22(4):45-55. (In Russ.)
3. Belolipetskaya A. E. Personnel management in the context of digitalization of economic processes. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Economics and entrepreneurship*. 2020;1(114):715-718. (In Russ.)
4. Golovina T. A. Methodical approach to adaptive management of industrial economic systems based on diagnostics of weak signals of a crisis situation. In: *Ekonomicheskie i yuridicheskie nauki. Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta = Economic and legal sciences. Bulletin of the Tula State University*. 2014;(4-1):160-168. (In Russ.)
5. Barsukov D. P. Algorithm for creating a socially oriented entrepreneurial structure. *Peterburgskij ekonomicheskij zhurnal = Petersburg economic journal*. 2019;(2):112-120. (In Russ.)
6. Dokukina I. A. Formation of a mechanism for managing the development of entrepreneurship in the context of the creation of a free economic zone. In: *Vestnik Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Novye humanitarnye issledovaniya = Bulletin of the Oryol State University. Series: New Humanities Research*. 2015;5(46):196-199. (In Russ.)
7. Surovneva A. A. Features of the management of non-profit organizations. In: *Trud i social'nye otnosheniya = Labor and social relations*. 2017;(4):33-48. (In Russ.)
8. Shane E. H. *Organizational culture and leadership*. Spivak V. A. (ed.) Transl. by Zhil'tsov S., Chekh A. Sankt-Peterburg: Piter; 2002. 336 p. (In Russ.)
9. Tretyakova L. A. The essence of the category "labor potential": socio-economic aspect. In: *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional economics: theory and practice*. 2014;34(361):2-10. (In Russ.)

Информация об авторах

В. В. Тарновский – канд. экон. наук, доц. кафедры менеджмента организации;
 А. В. Полянин – докт. экон. наук, проф. кафедры менеджмента и государственного управления;
 Л. И. Кулакова – канд. экон. наук, доц., декан экономического факультета.

Information about the authors

V. V. Tarnovsky – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Organization Management;
 A. V. Polyinin – Doctor of Economics, Professor of the Department of Management and Public Administration;
 L. I. Kulakova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Dean of the Faculty of Economics.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 04.10.2021; одобрена после рецензирования 21.10.2021; принята к публикации 23.10.2021.

The article was submitted 04.10.2021; approved after reviewing 21.10.2021; accepted for publication 23.10.2021.