

ЭКОНОМИКА

Тоцкая Юлия Александровна

аспирант

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский

Томский государственный университет»

г. Томск, Томская область

РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ДОКУМЕНТОВ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ПАРАДИГМЫ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ: НА ПРИМЕРЕ КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ПАО «СБЕРБАНК» И ОАО «ГАЗПРОМ»

Аннотация: вследствие перехода современного общества в новую постиндустриальную/информационную стадию, произошла смена ключевых параметров социального управления. В статье рассматриваются признаки новой парадигмы социального управления, а также их отражение в организационных документах, таких как положение о структурном подразделении и Корпоративный кодекс. Анализируются существующие корпоративные кодексы двух крупнейших российских компаний ПАО «Сбербанк» и ОАО «Газпром», на основании чего предлагается схема соотношения параметров социального управления и разделов Положения о структурном подразделении и Корпоративного кодекса, где данные параметры находят свое отражение.

Ключевые слова: постиндустриальная социальность, управление, организационные документы.

Постиндустриальное (постбуржуазное, посткапиталистическое, постмодернистское, постцивилизационное, постэкономическое, постнефтяное и пр [12, с. 149]) общество возникло вследствие изменения производительных сил: переходе от сырья и энергии к знаниям и информации как основным производ-

ственным ресурсам. Его социальная структура характеризуется появлением нового среднего класса, получивший название меритократического [11], информационного [5], креативного [2, с. 62]. Его составляют лица, занятые высококвалифицированным интеллектуальным, творческим трудом, добивающиеся собственного благополучия и статуса благодаря личным способностям. Поскольку в постиндустриальном обществе производительные силы (знания, интеллект, креативность) оказались в руках самих работников, это обусловило самостоятельность личности, ее независимость от владельцев собственности и капитала, что было характерно для общества индустриального. Таким образом, личность стала сама определять и реализовывать собственную жизненную траекторию. Роль органов управления – в обществе в целом и в организации в частности – трансформировалась из патерналистской в «сервисную», нацеленную на создание условий для самореализации граждан, удовлетворения их потребностей путем предоставления им публичных услуг.

Изменения социума мотивируют необходимость смены парадигмы социального управления. Вслед за Дж. Гэлбрейтом, ученые пришли к выводу о том, что постиндустриальной социальности нужны новые принципы управления [9, с. 68].

Опираясь на характеристики современной социальности, С.Э. Мартынова в своей статье [Концепция «сервисного» государства...] выделяет следующие признаки новой парадигмы социального управления.

1. Множество авторов признают центральную роль личности в постиндустриальном социуме. Данная посылка логически подводит к мысли о том, что роль субъекта управления постепенно переходит к такому актору.

2. Объект управления – социальные процессы, которые коллективный субъект стремится привести к результату, удовлетворяющему всех его членов.

3. Цели социального управления должны способствовать раскрытию творческого потенциала человека, формированию всесторонне развитой личности, удовлетворению социальных потребностей.

4. В многосубъектном обществе выдержать принцип жесткой централизации и иерархии уже проблематично. Требуется расширение патисипативных начал в управлении, которые основываются на активном включении сотрудников и их представителей в процессы выработки, принятия и реализации управленческих решений.

5. Ценности, на основе которых достигается согласие относительно принятия решения – морально-нравственные и культурные, альтруистические ценности, а не экономическая или политическая выгода, традиция, этикетные нормы – все то, что ограничивает свободу самореализации.

6. В связи с тем, что из-за отсутствия субординации и иерархии снимается вопрос о запуске функционирования социальной системы запускается кем-то «сверху», жизнедеятельность системы обеспечивается за счет самоорганизации. Выделяется характер процессов управления – независимый, инициативный, основывающийся именно на самоорганизации и саморегулировании.

7. «Коллективное» управление предусматривает и наличие ресурсов, которые принадлежат обществу. В этой связи самоорганизация подразумевает новые принципы распоряжения ресурсами – совладение и сораспоряжение.

8. Появляются организационные структуры нового типа, которые имеют сетевой характер. Они основаны на равноправном положении их членов, совместном партнерском взаимодействии.

9. Технологии управления носят инновационный характер, позволяют благодаря интеллекту и креативности субъектов управления быстро адаптировать социальную систему к изменяющимся условиям.

Таким образом, произошедшие в обществе социальные изменения обусловили смену ключевых параметров социального управления.

Парадигма социального управления может быть реализована только в случае, если она подтверждена документально. Говоря о сегодняшних реалиях управленческой деятельности и ее документировании, необходимо отметить, что ключевые признаки новой парадигмы социального управления находят свое отражение именно в организационных документах.

Организационные (организационно-правовые) документы – это документы, устанавливающие порядок создания организации и ее работы, организующие коллективную деятельность в рамках организации [12, с. 48].

На наш взгляд, наличие ключевых признаков социального управления максимально можно проследить именно в определенных разделах устава или положения и корпоративного кодекса, т.к. они включают в себя информацию об организации в целом или ее структурном подразделении.

Поскольку в дальнейшем автором планируется разработка положения о структурном подразделении конкретной организации и отражение в нем ключевых параметров социального управления, для начала необходимо рассмотреть данный документ с точки зрения содержания.

В настоящее время не существует строго установленных требований к содержанию положения. Однако в соответствии со сложившейся практикой на основе ГСДОУ текст включает в себя следующие разделы: «Общие положения»; «Цели и задачи»; «Функции»; «Права и ответственность»; «Руководство»; «Взаимоотношения (служебные связи)» [4].

В разделе «Общие положения» указываются точное наименование структурного подразделения, место в структуре организации, степень самостоятельности, подчиненность – орган управления (или должностное лицо), в распоряжении которого находится структурное подразделение. Дается перечень основных правовых, директивных, нормативных и методических материалов, которыми руководствуется в своей деятельности данное структурное подразделение [4, с. 79].

В разделе «Цели и задачи» в обобщенном виде формулируется главная цель деятельности структурного подразделения и его основные задачи [4, с.79]. Здесь же отражается главная цель социального управления – реализация человеческого потенциала, удовлетворение многообразных социальных потребностей [9, с. 68].

Раздел «Функции» – основной в положении, он должен включать всестороннюю характеристику деятельности структурного подразделения, подробный перечень всех функций, которые должны обеспечить решение основных задач

[4, с. 79]. Также здесь перечисляются принципы распоряжения ресурсами, подразумевающие совладение и сораспоряжение, а также организационные структуры управления [8, с. 167].

В разделе «Права и ответственность» перечисляются права, которыми наделяется подразделение для реализации возложенных на него задач, а также ответственность, которую подразделение несет перед организацией в процессе своей деятельности [4, с. 79]. При этом раздел позволяет определить характер процессов управления в организации посредством урегулирования прав и ответственности между субъектами социального управления.

Раздел «Руководство» содержит наименование должности руководителя подразделения, указываются основные должностные обязанности руководителя, а также для разграничения прав подразделения и его руководителя в разделе устанавливаются персональные права руководителя [4, с. 79]. Здесь важно отразить субъект управления, а также основной принцип принятия решений (патисипативность) [9, с. 68].

В разделе «Взаимоотношения» определяются направления взаимосвязей с другими подразделениями, возникающие в результате деятельности [4, с. 80].

Таким образом, в положении о структурном подразделении находит свое отражение только часть ключевых параметров социального управления. В связи с этим необходим другой документ, позволяющий в полной мере отразить современную парадигму социального управления, в качестве которого и выступает корпоративный кодекс [10, с. 118] или кодекс корпоративной культуры [3, с. 135].

«Корпоративный этический кодекс – составленный и утвержденный в фирме регулятивный документ, который включает положения, отражающие принципы корпорации, правила поведения, ответственность администрации по отношению к своим работникам и потребителям» [1, с.417].

Рассмотрим примерные структуру и содержание, (таблица 1) а также оформление такого Кодекса, взяв за основу Кодексы корпоративной этики таких крупных российских организаций как Сбербанк и ОАО «Газпром».

Содержание Кодексов корпоративной этики
Сбербанка и Газпрома [6; 7]

Кодекс корпоративной этики Сбербанка России	Кодекс корпоративной этики ОАО «Газпром»
<ol style="list-style-type: none"> 1. Обращение президента 2. Введение 3. Наш банк-Сбербанк России (в т.ч. миссия) 4. Ценности Банка 5. Нормы и правила поведения сотрудников Банка (в т.ч. взаимоотношения) 6. Предотвращение конфликта интересов 7. Корпоративная социальная ответственность (в т.ч. соблюдение законодательства) 8. Соблюдение кодекса 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение 2. Миссия и корпоративные ценности 3. Взаимоотношения общества и работников, охрана труда 4. Защита окружающей среды 5. Конфликт интересов 6. Совместная работа родственников 7. Подарки 8. Использование активов и ресурсов общества. Обращение с информацией 9. Отношения с конкурентами и контрагентами 10. Отношения с акционерами и инвесторами 11. Взаимоотношения с государством и обществом 12. Противодействие коррупции 13. Отношения с подконтрольными юридическими лицами 14. Корпоративный имидж и стиль 15. Требования к личному поведению 16. Механизм применения кодекса 17. Ответственность 18. Заключительные положения

Поскольку правила оформления корпоративных Кодексов нигде не зафиксированы, каждая организация самостоятельно определяет как содержательную часть, так и наличие, и расположение определенных реквизитов.

Обращаясь к содержанию Кодексов корпоративной этики Сбербанка и ОАО «Газпром» необходимо отметить, что оно практически идентично. Так, большинство пунктов из Кодекса «Газпрома» фактически включено в те или иные части Кодекса «Сбербанка» (таблица 1).

По мнению доцента кафедры экономики и управления Орловского государственного института искусства и культуры А.В. Михайлиной, первой ошибкой

при создании Кодекса является «отсутствие понимания того, с какой целью создается корпоративный кодекс, и какой смысл в него вкладывается» [10, с. 120].

Анализируя Кодексы вышеупомянутых компаний можно увидеть, что они, так или иначе, начинаются с введения, которое и включает в себя цель создания Кодекса и направление его содержания, а также на кого он распространяется.

Далее в документе Сбербанка идет раздел «Наш банк-Сбербанк России», включающий в себя миссию и главные преимущества, за которым следуют «Ценности банка». Фактически, Газпром объединяет данные пункты в один: «Миссия и корпоративные ценности». Эти разделы позволяют отразить ценности, на основе которых достигается согласие между суверенными акторами относительно принятия решений.

При разработке Кодекса важно понимать принципиальное отличие миссии от цели компании, которое заключается в направленности: цель направлена вовнутрь, миссия – во внешний мир. То есть цель – это то, что хочет организация для себя, своего благополучия. А миссия в буквальном смысле есть ответ на вопрос: «Как, достигая своей цели, организация встраивается в общество и для чего она (компания) нужна этому обществу: клиентам, партнерам, государству в целом?» [10, с. 120].

Такие разделы Кодекса Сбербанка, как «Ценности Банка» и «Нормы и правила поведения сотрудников Банка» отражают основные принципы взаимоотношений с клиентами, акционерами и сотрудниками. В то же время, Газпром разделяет это направление деятельности на несколько пунктов: «Взаимоотношения общества и работников, охрана труда», «Отношения с подконтрольными юридическими лицами», «Отношения с акционерами и инвесторами», «Взаимоотношения с государством и обществом», «Отношения с конкурентами и контрагентами», «Совместная работа родственников». Такие разделы позволяют указать на объект управления. Также здесь отражаются организационные структуры управления.

Отражение признаков постиндустриальной социальности, в частности, самостоятельности личности, в том числе, можно четко проследить в следующих положениях Кодексов:

– Газпром: «Общество ценит в своих работниках: способность предлагать новые подходы и идеи; творческий подход к работе; активность и самостоятельность мышления; готовность и способность брать на себя ответственность»;

– Сбербанк: «Банк приветствует развитие сотрудники следующих качеств: нацеленность на результат; профессионализм; инновационность».

Такие положения, на наш взгляд, необходимо объединить в отдельный раздел, который отсутствует в большинстве кодексов: «Самореализация сотрудников». Сюда следует включить возможности самореализации для каждого, которые может предоставить организация.

Отдельным разделом необходимо выделить «Нормы и правила поведения сотрудников Банка» и «Требования к личному поведению», который отражает желательные этические стандарты поведения сотрудников, ограниченные временными и пространственными рамками, а также поощрение здорового образа жизни.

Также в Кодексах предусмотрены статьи о разрешении конфликта интересов. В том числе приводятся ситуации, в результате которых может возникнуть конфликт интересов, однако «перечень не является исчерпывающим» [6].

В этом же разделе Сбербанк определяет «Информационную открытость и соблюдение конфиденциальности информации» в своей деятельности. Газпром же расширяет содержание аналогичного пункта, включая «Использование активов и ресурсов общества» сотрудниками в личных целях. Соответственно, подобные разделы позволяют отразить принципы распоряжения ресурсами в организации.

Поскольку речь идет о Кодексе корпоративной этики, в данное понятие также входит и «Корпоративный имидж и стиль», включающий, по желанию организации, положения о соблюдении как официально-делового, так и единого стиля в одежде сотрудников.

Сбербанк и Газпром в своей деятельности руководствуются нормами законодательства, стремятся соблюдать социальную ответственность, что находит отражение в разделах их Корпоративных кодексов: «Корпоративная социальная ответственность», «Взаимоотношения с государством и обществом», «Подарки», «Защита окружающей среды» и пр. Последний из вышеперечисленных разделов присутствует только у ОАО «Газпром», исходя из чего можно сделать вывод, что содержание Кодексов во многих случаях варьируется от направлений деятельности организаций.

Заключительными положениями Кодексов являются необходимость его соблюдения, наличие экземпляра у каждого сотрудника, ответственность за нарушение этических принципов.

Однако один из ключевых параметров социального управления не нашел свое отражение ни в одном из пунктов вышеупомянутых документов. В связи с этим, необходимо ввести отдельным разделом «Инновационные принципы организации», на основании которых реализуются инновационные технологии управления организацией.

Проанализировав содержание Кодексов корпоративной этики Сбербанка России и ОАО «Газпром» можно выделить следующие основные положения:

- 1) введение: цель создания Кодекса; на кого распространяется;
- 2) миссия и корпоративные ценности;
- 3) инновационные принципы организации;
- 4) взаимоотношения с сотрудниками, акционерами, клиентами, государством, обществом и пр. – в зависимости от направлений деятельности организации. Данный раздел, в отличие от аналогичного в положении о структурном подразделении, включает в себя не направления, а принципы взаимоотношений;
- 5) самореализация сотрудников;
- 6) нормы и правила поведения: на рабочем месте; в рабочее время; при взаимодействии с коллегами/клиентами от лица организации;
- 7) конфликт интересов: примеры возникновения конфликта; возможные пути разрешения;

8) обращение с информацией: сохранение конфиденциальности информации/использование ресурсов организации; право выступать от имени организации;

9) корпоративный имидж и стиль;

10) соблюдение законодательства и социальная ответственность;

11) заключительные положения: необходимость соблюдения Кодекса; ответственность за нарушение его положений; наличие экземпляра у каждого сотрудника.

Подводя итог, можно составить следующую схему соотношения параметров социального управления и разделов Положения о структурном подразделении и Корпоративного кодекса, где данные параметры находят свое отражение (таблица 2).

Таблица 2

**Параметры социального управления и их отражение
в организационных документах**

Параметры социального управления	Разделы Положения о структурном подразделении, где параметры находят отражение	Разделы Корпоративного кодекса, где параметры находят отражение
1. Субъект управления	«Руководство»	
2. Объект управления		«Взаимоотношения»
3. Цель социального управления	«Цели и задачи»	
4. Принцип принятия решений	«Руководство»	
5. Ценности, на основе которых достигается согласие		«Миссия и корпоративные ценности»; «Нормы и правила поведения»
6. Характер процессов управления	«Права и ответственность»	
7. Принципы распоряжения ресурсами	«Функции»	«Обращение с информацией: сохранение конфиденциальности информации/использование ресурсов организации»
8. Организационные структуры управления	«Функции»	«Взаимоотношения»
9. Технологии управления		«Инновационные принципы организации»

Перед любым руководителем организации всегда стоит задача повышения эффективности ее работы. Переходом общества в стадию постиндустриального был обусловлен новый ориентир на качественную сторону изменений в организации, командный потенциал работников, творческий процесс деятельности, нематериальные ценности и пр. Очевидно, что эффективность и результативность функционирования организации определяется опытом, знаниями, навыками руководителя. Произошедшие изменения стимулируют пересматривать принятые ранее формы и методы управления, которые обязательно должны находить свое отражение в документировании деятельности организации.

В организационных документах отражены нормы и правила профессиональной деятельности, соответствующие ценностям организации. В свою очередь, цели организации также являются отражением ценностей, вырабатываются в соответствии с ними и зависят от них. Такие документы, как Положение о структурном подразделении и Корпоративный кодекс формулируются в соответствии с целями организации, а значит, цели определяют их содержание. Таким образом, данные документы регламентируют деятельность и конкретизируют способы достижения организационных целей. Они способствуют установлению и поддержанию организационного порядка.

Список литературы

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учебник для вузов / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремин. – М: ЮНИТИ, 2002. – 560 с.
2. Волков Ю.Г. Креативный класс в российском обществе: тенденции и перспективы гуманистической идеологии // Власть. – 2012. – №1. – С. 61–64.
3. Волобуева А.В. Проблемы разработки кодекса корпоративной культуры российских предприятий // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2012. – №13–1. – С. 134–136.
4. Делопроизводство (Организация и технологии документационного обеспечения управления): учебник для вузов / Кузнецова Т.В [и др.]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 359 с.

5. Жабин А.П. Организации, лидеры и бизнес-процессы в управленческих парадигмах XXI века [Электронный ресурс] // Электронная библиотека Социологического ф-та МГУ им. М.В. Ломоносова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.socio.msu.ru>

6. Кодекс корпоративной этики ОАО «Газпром» [Электронный ресурс] // ОАО «Газпром». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/f/posts/60/091228/2012-07-30-codex-of-corporate-ethics.pdf>

7. Кодекс корпоративной этики Сбербанка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/normative_docs/corporate_ethics_code.pdf

8. Мартынова С.Э. Концепция «сервисного» государства в контексте постиндустриальной парадигмы социального управления // Вестник Тюменского гос. ун-та. Социология. – 2013. – №8. – С. 165–173.

9. Мартынова С.Э. Постиндустриальная социальность как основа новой парадигмы социального управления // Актуальные проблемы управления и экономикоматериалы Всерос. науч.-практ. конф. (с международным участием). (Томск, 26–27 апреля 2013 г.). – Томск, 2013. – С. 66–71.

10. Михайлина А.В. Теоретические аспекты управления корпоративной культурой // Ученые записки Орловского гос. ун-та. – 2013. – №4(54). – С. 117–122.

11. Новейший философский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://enc-dic.com/new_philosophy/Informacionnoe-Obschestvo-519.html

12. Сологуб О.П. Делопроизводство: составление, редактирование и обработка документов: учеб. пособ. / О.П. Сологуб. – М.: Омега-Л, 2013. – 206 с.

13. Социально-гуманитарные проблемы современности: человек, общество и культура / М.К. Арчаков [и др.]. – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2011. – 202 с.