





КОРПОРАТИВНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
САМРУК-КАЗЫНА

26–27 апреля  
The St. Regis Astana

XIII Международная HR-Конференция 2018

# ОРГАНИЗАЦИЯ БУДУЩЕГО





# **Чего следует и чего не стоит ждать от социологических исследований персонала?**

Гуревич Л.Я.

# Несколько безымянных или авторских афоризмов, раскрывающих сущность и особый характер социологии



«Если вы понимаете сами и можете доказать другим, то вы математик  
Если вы понимаете сами, но не можете доказать другим, то вы физик  
Если вы и сами не понимаете, и другим не можете доказать, то вы экономист  
Если вы сами не понимаете, но можете доказать другим, то вы социолог»



«Отличие экономической социологии от экономики: экономист показывает, что  
должен сделать человек в той или иной экономической ситуации, социолог  
показывает, что человек не должен был сделать, и пытается объяснить, почему  
он это все же сделал»



«В отличие от других общественных наук, дающих  
взгляд на общество сверху и со стороны, социология  
дает взгляд снизу и изнутри»

# Типичные реакции заказчика/пользователя на результаты социологических исследований



«Мы это и так знали»



«Так не может быть потому ,  
что мы знаем, что это не так»

«Дайте нам только те  
результаты,  
на исправление  
которых мы можем  
повлиять напрямую,  
то есть в  
рамках своих  
должностных  
функций»



# Сегментация организаций по стимулам проведения и реальному применению социологических исследований в области управления

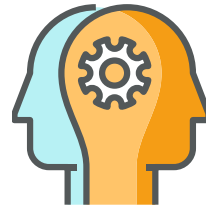
№ п/п	Название сегмента	Описание стимула	Типичный характер использования результатов исследования
1	«Вынужденные заказчики»	Исследования проводятся в связи с требованиями каких-либо законодательных и нормативных актов, правил, программ, а также в связи с решениями вышестоящих органов	Пылятся под сукном
2	«Формальные пользователи»	Исследования проводятся как дань моде, в погоне за «современным стилем менеджмента», за престижем или просто потому, что «так делают все»	По результатам исследований проводятся презентации, обсуждения, могут даже составляться планы мероприятий, но реально в планировании и организации управления результаты исследований, по большей части, не используются
3	«Активные пользователи»	Исследования проводятся, исходя из особенностей и существующих проблем развития организаций	По результатам исследований принимаются реальные меры, например, корректируются система оплаты труда, стиль руководства, модель «обратной связи» руководителей и подчиненных, проводится работа по формированию имиджа и репутации компании, осуществляются специальные меры в выявленных тревожных зонах
4	«Фанаты исследований»	Стремятся проводить исследования к месту и не к месту, даже тогда, когда для понимания ситуации и проблем вполне достаточно профессионального наблюдения и принятых форм контроля	Результаты исследований постоянно обсуждаются, регулярно (а иногда и беспорядочно) обновляются; без опоры на результаты исследований не делается ни один важный шаг в стратегии и политике организаций

# Социологические исследования в категориях «диагностика-лечение»

## Социолог как диагност

Первичная диагностика

(с помощью количественных исследований)



### В медицинских категориях

Измерение температуры, получение анализов, данных УЗИ, МРТ и т.д.

Указание на возможные болезни или отсутствие болезней



### В социальных категориях

Концентрированное и акцентированное описание ситуации – по возможности, в измеряемых категориях, с использованием различных индикаторов

Вскрытие проблем, установление степени их важности и взаимосвязи

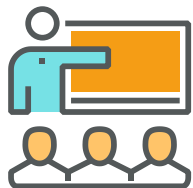


### Углубленная диагностика (с помощью качественных исследований)

Определение источников, причин заболевания и индивидуальных особенностей организма, важных для лечения

Определение источников, причин, факторов, сформировавших социальные настроения; установление стереотипов, слухов, событий, персоналий, повлиявших на ситуацию

# Социологические исследования в категориях «диагностика-лечение»



## Социолог как консультант



Социолог может дать рекомендации, исходя из своих профессиональных знаний в области регулирования социальных процессов .



Возможности социолога ограничены незнанием деталей производственного процесса и специфики условий труда и быта работников

# Какими могут и должны быть рекомендации социологического исследования?

**1**

Чего, как правило, ждут от рекомендаций:

Готовых,  
безальтернативных и  
безвариантных рецептов

**2**

Что должны получить:

Указание на проблемы по степени их  
важности  
Определение направлений и способов  
реагирования

**3**

Что нередко получают:

Документ, напоминающий резолюцию  
собрания или декларацию намерений

**4**

Чего не надо ждать и лучше не  
получать:

Готовый план мероприятий

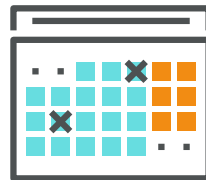


## Социологические исследования в категории «цена-качество»

Затраты на социологические исследования могут быть оптимизированы без обеднения тематики и содержания исследований. Основные ресурсы оптимизации:



Правильный  
выбор объекта  
исследования



Эффективное  
планирование



Разумное сочетание  
регулярных и специальных  
исследований



Координация и  
централизация



Формирование, интеграция и  
эффективное использование  
баз исследовательских данных

## Заключение



В условиях, когда СМИ все больше манипулируют, чем информируют, когда установки власти и управленческие действия все сильнее преломляются индивидуальным, групповым и сетевым сознанием, социологические исследования, при всех их недостатках и ошибках, становятся инструментом наиболее **объективного** описания и наиболее глубокого **понимания** действительности.



Социологические исследования не дают зачеркнуть скрытое и ограничатся только явным, выпятить малозначимые или мнимые проблемы в ущерб наиболее значимым и реальным

БЛАГОДАРЮ ЗА  
ВНИМАНИЕ!

**РАХМЕТ!**