

SOCIOLOGY

Copyright © 2017 by the Kalmyk Scientific Center of the Russian Academy of Sciences



Published in the Russian Federation
Bulletin of the Kalmyk Institute for Humanities
of the Russian Academy of Sciences
Has been issued since 2008
ISSN: 2075-7794; E-ISSN: 2410-7670
Vol. 31, Is. 3, pp. 182–191, 2017
DOI 10.22162/2075-7794-2017-31-3-182-191
Journal homepage: <http://kigiran.com/pubs/vestnik>

UDC 316.354

Social Technologies for the Development of Russian Managers’ Creative Potential as a Backbone Factor of Efficient Business Management

Alexander P. Gorbunov¹, Larisa H. Gazgireeva², Lyudmila A. Burnyasheva³

¹ Ph.D. in Economics (Doct. of Economic Sc.), Professor, Principal of Pyatigorsk State University (Pyatigorsk, Russian Federation). E-mail: gorbunov@pgu.ru

² Ph.D. in Philosophy (Doct. of Philosophical Sc.), Professor, Pyatigorsk State University (Pyatigorsk, Russian Federation). E-mail: gazgireevalarisa@yandex.ru

³ Ph.D. in Philosophy (Doct. of Philosophical Sc.), Professor, Pyatigorsk State University (Pyatigorsk, Russian Federation). E-mail: luda-3331@yandex.ru

Abstract. Changes in the external environment, processes in the society and country, new economic conditions lead to changes in all spheres of activity, including the sphere of production that promotes the emergence of new requirements and approaches to business management. In the modern world of promptly developing information and communication technologies, managers of Russian commercial organizations cannot be guided only by experience in their administrative activities. In view of changes in the professional structure, an increase in the share of university lecturers and philosophers accompanied by a decrease in the share of experts there is a need to define an entity and the significance of creative potential of the Russian managers as a basic factor determining a development strategy of an enterprise.

The paper analyzes social technologies as a set of methods, receptions, ways and interactions applied to achievement of goals in the field of management, and provides a comparative analysis of attitudes to the phrase ‘social technologies’ during the Soviet and Post-Soviet periods. The technology of individual creative activity does not consists that much in search of some new original idea but rather in the ability to find non-standard goal achievement methods, to carry out its implementation plan under certain conditions within logically built stages.

Results of the concept interpretation (‘social technologies’) have the following distinctive features as of the above-named periods: in the Soviet period this term contacted the first attempts of the contents detection and a binding of specifics to management as the only field of reformative social practice. The Post-Soviet period is characterized by the general reduction of interest in the phenomenon of social technologies (in particular on behalf of the participants), fast decrease in amount of newly created technologies, emergence of new types of technologies in the field of policy and management. Authors have received also interesting results of sociological poll: 65,5% of respondents would elect

the manager applying new ways of the working process organization offering the new, non-standard ideas; 73,5% are convinced that the manager's figure in key within an organization.

Applying the system approach it is possible to investigate the social organization as a part of the general social system which organizational development depends either on elements of all social system, or on its internal processes and changes. The activity of leaders creating conditions for realization of personal and business qualities of managers with moral contents respectively improves activity of employees and also qualities of organization labor life in general.

Keywords: manager, creative manager, social technologies, Russian commercial organizations, organizational development, model of social organization.

В настоящее время необходимым условием успешной деятельности российской коммерческой организации является эффективное управление. Для раскрытия понятия коммерческой организации рассмотрим множество походов и парадигм, существующих в социологии организаций.

По мнению В. В. Щербиной, указанная отрасль социологического знания представляет не простой, а продолжительный и многоэтапный процесс смены разнообразных исследовательских парадигм, в границах которых по различным методологическим основаниям существуют разные взгляды на природу организаций: досистемный, системный и антисистемный; экзогенный и эндогенный; нормативистский и антинормативистский; естественнонаучный и антиестественнонаучный. Кроме того, в рамках одной парадигмы могут быть методологические противоречия в исследовании организации. К примеру, в пределах системного подхода различия в изучении организации закрепляются в следующих дихотомиях: закрытая и открытая (либо избирательно открытая), равновесная и конфликтная, искусственная и естественная, консервативная и пластичная, адаптирующая и адаптивная [Щербина 2015: 142].

Зачастую системная природа социальной организации исследователями раскрывается посредством анализа таких её моделей, как «закрытая система» и «открытая система».

На организацию как закрытую систему не оказывают влияние изменения внешней среды, но такие организации могут эффективно функционировать только в стабильной внешней среде с низким уровнем социальной неопределённости.

На организацию как открытую систему огромное влияние оказывает внешняя среда, при этом её эффективность проявляется даже в условиях неопределённости и не-

стабильности внешней среды. Эта модель организации является максимально приспособленной к высокому уровню неопределённости и нестабильности [Алиева и др. 2009: 142].

На основании изложенного следует констатировать, что посредством системного подхода исследовать социальную организацию можно как часть общей социальной системы, организационное развитие которой зависит либо от элементов всей социальной системы, либо от её внутренних процессов и изменений.

В данном случае организационное развитие определяется моделью коммерческой организации как системы, которое, по мнению В. В. Щербиной, может рассматриваться как процесс положительных и направленных структурных изменений организаций, способствующий увеличению способности организации к выживанию в динамично изменяющейся внешней среде [Щербина 2015: 143].

Для каждого общества в разный период развития характерна открытая либо закрытая модель организации, но на данном этапе развития российского и мирового общества самой эффективной является организация как открытой системы, в наибольшей степени соответствующей вызовам повседневной действительности, включающей риски и неопределённость.

В особенности это актуально для современного российского общества с высокой степенью рискогенности и социальной неопределённости. Под воздействием этих факторов внешняя среда организации становится нестабильной, наполненной рисками, неподдающаяся прогнозированию.

Можно сделать логичное заключение, что в настоящее время эффективная российская коммерческая организация представляет открытую системную модель организации, адаптирующуюся к динамично

изменяющимся условиям внешней среды. Закрытая модель организации на сегодня не эффективна, поскольку она не учитывает факторы изменений внешней среды.

В данном исследовании моделью социальной организации будет модель организации как открытая система с соответствующим типом организационного развития, направленным на креативные и инновационные стратегии адаптации к динамично изменяющейся повседневной действительности. Эта позиция обуславливает рассмотрение организационного развития как процесса организационных изменений, способствующего росту адаптации потенциала организации, эффективности её деятельности в динамично изменяющейся, нестабильной, наполненной рисками и неопределённо-стью внешней среде.

Помимо системных моделей организаций закрытого и открытого типа, существуют такие модели организации, как естественная и рациональная (искусственная).

В. В. Щербина полагает, что модель организации как естественная система предполагает рассмотрение организации в качестве социальной системы, выполняющей функции и совершенствующейся согласно своим законам, имеющей свою исключительную природу. Модель организации как искусственная система создаётся и преобразуется посредством управленцев, она не имеет своей природы [Щербина 2015: 44].

Рациональная модель организации создаётся искусственно под конкретную цель, а естественная основывается на стихийном формировании организации и её структуры, возникающей снизу.

Существует третий подход, который объединяет указанные теоретические подходы о моделях организации, заключается он в двойственной природе организации, при которой менеджерами направляется деятельность организации посредством разработок стратегии, бизнес-процессов, достижения поставленных целей, обусловленная стремлением создать максимально прогнозируемые и поддающиеся контролю процессы.

Однако реальная практика не совпадает с искусственными наработками, причину взаимодействия саморазвивающихся и механистических процессов в деятельности организаций, по нашему мнению, следует искать в закономерностях развития организации и механизмах её функционирования, адаптации во внешней среде.

В эффективной организации сознательно создаваемое и регулируемое начало, так называемое рациональное, искусственное синтезируется с самоорганизационным, что проявляется в её деятельности, процессе формирования структуры отношений и связей внутренней среды организации при взаимодействии с внешней средой, в характере «социокультурного репертуара» организации.

По мнению В. В. Щербиной, «социокультурный репертуар» — это совокупность образцов и норм поведения, которые вырабатываются либо осваиваются организацией, способствуя её адекватному реагированию на изменчивость внешней среды [Щербина 2015: 45], что и означает эффективность организации.

В случаях существенных изменений внешней среды организации стремятся расширить социокультурный репертуар, способствующий успешной адаптации к динамичным и непредсказуемым изменениям внешней среды.

Эффективность организации характеризуется способностью к адаптации или «пластичностью», способствующей гибкой и адекватной реакции на изменения внешней среды посредством внутренних структур через преодоление структурной инерции и консерватизма.

К определению эффективности организации имеется несколько подходов. Согласно экономическому подходу, целью организационной деятельности в организациях является получение прибыли. Главными целями социального подхода представляются не экономические, а социальные, так как только при достижении социальных целей можно воплотить цели организационные.

К социальным факторам, определяющим результативность и эффективность деятельности организации, относят психологические факторы: степень участия в процессах внедрения инноваций, удовлетворенность работой, улучшение качества организационной деятельности, мотивацию и т. п.

Исследователи социального подхода эффективности организации полагают, что деятельность организации должна способствовать улучшению трудовых условий для её сотрудников, выражающихся в карьерных перспективах, уровне удовлетворённости заработной платой, реализации социальных программ, в психологическом климате в коллективе.

С точки зрения многих российских исследователей, «социальная организация фирмы» заключается во взаимодействии технологической, экономической и социальной систем.

По мнению О. Харари, успешность эффективной организации в долгосрочной перспективе определяется гибкостью, оперативностью, внимательностью, ответственностью, знаниями, воображением, новаторством [Харари 2011: 124].

На основании анализа позиций и мнений можно сделать вывод, что эффективность российской коммерческой организации определяется сочетанием её экономической и социальной эффективности.

Под коммерческими организациями понимаются организации, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли [Дикинов и др. 2015: 81].

Гражданским законодательством Российской Федерации предусмотрено создание коммерческих организаций в форме хозяйственных товариществ и обществ, крестьянских (фермерских) хозяйств, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий [Гражданский кодекс 1994].

В условиях динамично изменяющейся внешней среды, неопределённости и нестабильности, основными задачами управления организациями являются:

- гибкость организационных структур, нацеленность на разрешение проблемных ситуаций, готовность к изменениям;
- приоритетность полуавтономных самообучающихся структур в отличие от централизованных образований;
- ориентированность на готовность оперативного реагирования на изменения, акцент на изменчивость в целях повышения эффективности организации, уход от жёсткого структурирования;
- переход к самообучающейся развивающейся организации в качестве единого целого;
- приоритет становления целей организации с достижения максимальной прибыльности на результативность, обоснованную в социальном аспекте; переход от решения определенных задач к развитию системы, от выгоды экономической к развитию согласно потребностей социальной среды.

К. Нордстрем делает вывод о том, что в начале XX в. лучшие организации ориентировались на технологии, с середины XX в. — акцент был сделан на стандарты менеджмента, конец XX — начало XXI вв. ознаменовался ориентацией внимания на генерацию новых идей, реализуемых в оригинальные, высококонкурентные услуги и товары [Нордстрем и др. 2008: 9].

Представители школы человеческих отношений (К. Арджирис, М. Фоллет, Д. Мак-Грегор, Э. Мейо и др.) главным фактором эффективности организации считали человеческий фактор. Как отмечал К. Арджирис, межличностная профессиональная компетенция членов организации представляет её эффективность [Коргова 2007: 176].

А. Файоль, основатель школы административного управления, акцентировал внимание на зависимости успеха организации от личности руководителя [Файоль 1992: 21]. Среди основных принципов управления, присущих передовым организациям, Б. Талган также справедливо отмечал роль руководителя [Талган 2009: 3].

В системе управления организацией деятельность менеджера определяется как организационная, стратегическая, обеспечивающая, специализированная, ориентированная на развитие и повышение эффективности. Менеджер должен применять в управлении ситуационный подход, то есть действовать по ситуации, а не по предписанию [Васьков и др. 2016: 97].

Ситуационный принцип в менеджменте был обоснован в 70-х гг. XX в. (Т. Бернсом, Г. М. Сталкером) и заключался в умении действовать в каждой конкретной ситуации, представляющей собой взаимодействие в определённый период времени среды и субъекта управления. Каждая ситуация отличается своей идентичностью, уникальностью, несмотря на некоторую общность форм. Поэтому в управлении невозможно применить единую технологию решения всех ситуаций.

Ситуационный принцип стал применяться как альтернатива традиционным принципам, применение которого позволяет достичь наилучших результатов.

Г. Кунц и С. О'Доннел (теоретики ситуационного подхода) отмечают, что процесс управления включает применение науки в соотношении с любой конкретной ситуацией. Они акцентируют внимание на отсутствии единого лучшего способа достижения

результата при разных обстоятельствах. Эффективность управления они видят в ситуационном управлении [Кунц и др. 1981: 28].

В. М. Глад под менеджером понимает профессионального управляющего, владеющего технологией производства товаров, с высшим специальным образованием, обладающего навыками взаимодействия с людьми в условиях рыночной экономики [Глад 2008: 21].

В определении понятия «менеджер» авторы придерживаются данной позиции.

Под креативным менеджером мы понимаем руководителя высшего или среднего должностного положения, генерирующего и внедряющего оригинальные идеи, применяющего нестандартные подходы в управлении.

Повышение эффективности коммерческой организации достигается посредством управленческой деятельности креативных менеджеров, в связи с чем актуализируется вопрос развития индивидуального и командного креативного потенциала российских менеджеров.

По результатам проведенных авторами социологического опроса 65,5 % респондентов выбрали бы менеджера, применяющего новые способы организации рабочего процесса, предлагающего новые, нестандартные идеи; 73,5 % убеждены, что фигура менеджера в организации является ключевой.

Управленческая деятельность менеджера тесно вплетена в производственные и управленческие циклы, а также в корпоративную жизнь сотрудников организации.

П. В. Бурцев в целях формирования креативного потенциала выделяет три главных условия: «общий контекст социальности; событийность; способность коллективных акторов выступать в качестве носителей, креативных субъектов». По его мнению, «креативный потенциал представляет состояние социальности, определяемое возникновением социальной субъектности» [Бурцев 2012: 157].

К сожалению, образовательные процессы в России не нацелены на развитие креативности менеджеров, также отсутствуют специализированные центры, поэтому формирование индивидуального и командного креативного потенциала менеджеров в российской коммерческой организации представляется возможным посредством социальных технологий.

Зарубежные философско-социологические источники термин «технология» трактуют как «применение любого научного знания для решения практических задач» [Поппер 1992: 56]. В литературе по менеджменту под технологией понимается «средство преобразования исходных материалов(люди, информация, материальные объекты) в желаемые продукты или услуги» [Мескон и др. 1992: 303].

В широком смысле под технологией понимается объём знаний, применяемый в целях производства товаров и услуг из экономических ресурсов. В узкой интерпретации технология представляет способ преобразования материалов, информации, энергии в процессе производства продукции, сборки составных частей, контроля качества, управления.

Социология во многом остаётся описательной наукой. Она с трудом обретает статус объяснительной дисциплины. Обнаружить существование социального порядка, лидерства, социальных норм, правил, социальных неравенств, описать все эти феномены — не значит их объяснить. Чтобы сохранить социальный порядок, социальную организацию, необходимо знать механизм их порождения, поддержания, изменения.

По мнению Н. Стефанова, саму технологию следует понимать как специфическую «деятельность», ориентированную на достижение поставленной цели. Условием её использования он считал существование сфер деятельности, где имеет место активное и целенаправленное отношение человека к социальной среде [Стефанов 1976: 83].

Применение технологий позволяет совершенствовать деятельность людей во всех сферах, улучшая процессы, достигая намеченных целей.

Как считают В. Н. Иванов и В. И. Пятрушев, процесс, либо деятельность подлежит рассмотрению как технология при наличии следующих признаков: имеется возможность разделить процесс, деятельность на отдельные взаимосвязанные этапы, операции; имеется возможность выполнения последовательных действий в целях достижения намеченного результата [Иванов 2001: 208].

Этапы и последовательность операций выстраиваются посредством логики функционирования и развития процесса, при этом существует возможность его изменения посредством корректировки последовательности и совершенствования.

Главным признаком технологии является неукоснительное выполнение всех входящих в процесс этапов и операций, отклонения от которых могут изменить процесс, а соответственно и результат. Технологии социальной деятельности по сравнению с производственными технологиями могут иметь гораздо больший интервал отклонений, однако в любом случае очень высокий уровень отклонений может привести к критическим последствиям.

В социологии труда и индустриальной социологии технология рассматривается в качестве главного фактора в организации труда. Выделяют технологии научно-промышленные и социальные.

Социальная технология управления в современной отечественной науке рассматривается в качестве программы и деятельности, содержащей методы и способы воздействия на социальные процессы и системы для достижения целей. Социальные технологии используют для управления социальными явлениями, людьми, социальными процессами или системами.

В широком смысле социальные технологии означают вид социальной теории, изучающей «специфические операции с результатами познавательной деятельности», в узкой интерпретации они выступают в качестве инструмента изменения социального пространства в целях исключения операций, не применяемых для достижения социального результата.

Социальная технология оказывает разнородное воздействие.

И. Я. Мацевич, например, под креативными технологиями понимает способы взаимодействия креативных субъектов, объектов, на которые они воздействуют, и средств их преобразования, производства новых объектов и услуг в процессе реализации креативного социального потенциала [Мацевич 2012: 86].

Первые упоминания о социальных технологиях относятся к 1920-м гг. и связываются с трудами К. Симкина, однако широкое их распространение берёт начало с работ К. Р. Поппера в 1940–1950-е гг.

Социальные технологии определялись К. Р. Поппером в качестве любых форм (или способов) применения теоретических выводов, полученных обществоведами в практических целях [Поппер 1992: 401].

Публикация на русском языке книги болгарского философа Н. Стефанова «Обще-

ственные науки и социальная технология» послужила началом процесса осмысления и внедрения термина «социальная технология». При уточнении или конструировании содержания термина необходимо соотносить два исходных понятия — «технология» и «социальность» [Стефанов 1976: 137].

Н. Стефанов при определении социальных технологий исходил из того, что:

- социальные технологии представляют разновидность технологии;

- под технологией необходимо понимать специфическую «деятельность», направленную на достижение поставленной цели;

- цель должна рассматриваться в качестве ориентира предопределённых изменений либо состояния социального объекта, процесса;

- специфика социальных технологий понималась как связанная с целенаправленными изменениями реально протекающих социальных процессов как объектов технологизации.

Условием применения социальных технологий учёный считал существование сфер деятельности, где имеет место активное (в противовес созерцательному) и целенаправленное отношение человека к социальной среде.

В дальнейшем развитие взглядов о содержании термина «социальная технология» проходило поэтапно и связывалось с двумя факторами:

- 1) с приспособлением содержания термина к двум совершенно различающимся по социально-экономическим характеристикам реальностям — советской и постсоветской;

- 2) с вовлечением в процесс обсуждения содержания термина «социальная технология» новых групп специалистов, представляющих разные виды деятельности и разные тематики поведенческих наук.

Первый этап работы с термином в целом приходится на советский период (с середины 1970-х до середины 1990-х гг.), который связывался с первыми попытками выявления содержания и привязки специфики к управлению как единственной области преобразующей социальной практики.

В указанный период над пониманием термина работали две группы специалистов. К первой группе относили академических учёных и социальных философов, интерес которых был умозрительным (Г. А. Антонюк, В. Г. Афанасьев, Л. Г. Ионин, Н. Стефанов).

Вторая группа включала практикующих специалистов, работавших с крупными предприятиями по тематике управления и относивших себя к практикующим социологам и психологам, интерес которых к социальным технологиям связывался с постепенным переходом от положения исследователей к позиции специалистов-практиков, работавших в области управления. Представителей этой группы можно разделить на две категории:

1) заводские социологи и психологи (выпускники вузов по непрофильным специальностям, к началу 1980-х гг. осуществлявшие трудовую деятельность на предприятиях в качестве полноценных функциональных инновационно-ориентированных специалистов, обязанности которых обозначаются, а их деятельность — связывается «с задачами активизации человеческого ресурса и рационализацией управления») [Щербина 2015: 49].

2) управленческие консультанты (преподаватели вузов, учёные, работающие в академических институтах и совмещающие практическую деятельность на предприятиях со своей основной деятельностью; эта группа по численности была значительно меньше первой, но они имели учёные степени и звания, отличались более высоким уровнем квалификации: Т. М. Дридзе, А. П. Посадский, С. В. Хайниш, А. И. Пригожин, В. К. Тарасов, А. Я. Лейман.

В области управленческого консультирования сами создатели являлись разработчиками и пользователями социальных технологий, которые были умеренно формализованными и не слишком жёсткими — такие средства ими иногда обозначались как «авторские технологии».

В области заводской социологии и психологии к началу 1980-х гг. произошло разделение труда между разработчиками технологии — «социальными технологами» и их пользователями — функциональными управленцами. Такие социальные технологии направлялись на разрешение повседневных рутинизированных задач, были жёсткими и формализованными, ими пользовались специалисты-практики, окончившие вузы и не обладающие высоким уровнем квалификации.

Второй этап включает постсоветский период России — с середины 1990-х гг. и длится по настоящее время. Данный период характеризуется общим уменьшением

интереса к явлению социальных технологий (в особенности со стороны практиков), быстрым снижением количества вновь создаваемых технологий, появлением новых видов технологий в области политики и управления.

Происходят изменения в структуре специалистов, увеличивается процент преподавателей вузов и философов, и, напротив, уменьшается количество специалистов-практиков, имеющих непосредственное отношение к их разработке и использованию. Заводские социологи и психологи, являвшиеся основными потребителями формализованных управленческих технологий, исчезают из состава участвующих в этом обсуждении, реализуя себя в службах персонала некоторых бизнес-организаций.

Теперь различные виды средств именуются социальными технологиями: 1) разнотипные средства в пределах одной и той же области практики; 2) сформированные в разных областях социальной практики — политической сфере и области управления.

По сравнению с советским периодом в значительной степени увеличивается несоответствие взглядов в понимании сущности, функций и признаков социальных технологий.

Для К. Поппера, основателя термина, это фактически метафора, термин им вводился в целях определения любой деятельности, связанной с применением положений социальной теории в области практики [Поппер 1992: 57].

Близка к этому мнению позиция Н. Стефанова, рассматривающего социальные технологии в качестве практической деятельности, связанной с изменением социальных процессов в обществе, где первоначально поставленная цель определялась согласно ориентиру преобразований [Поппер 1992: 92].

В понимании М. Маркова социальные технологии представляются не деятельностью в пределах практики, а способом (либо формой) её организации и технологизации. Согласно его логике, специфика социальных технологий обуславливается направлением на совершенствование социального объекта или на корректировку его поведения [Васьков и др. 2016: 93].

В. В. Щербина считает, что социальные технологии представляют вид технологии и результат проектно-технологической деятельности, воспринимаемый в

качестве стандартизированного средства организации и совершенствования управленческой деятельности, связанного с улучшением способов социальной регуляции деловой организации. Учёный рассматривает социальные технологии как компонент системы решений, обеспечивающих стандартные задачи управления, позволяющие гарантированно достичь запланированного результата [Щербина 2015: 48].

В понимании Л. Г. Ионина социальные технологии представляют собой совокупность приёмов, способов и взаимодействий, используемых для достижения поставленных целей в ходе социального планирования и разрешения разнородных социальных проблем [Ионин 1990: 154].

В итоге, следует сделать вывод о существовании на сегодняшний день под одним и тем же названием нескольких типов социальных технологий, существенно различающихся по содержательной части, свойствам, функциям, целям, объекту воздействия, области применения. Унификация различных трактовок этого термина не представляется возможной.

Социальная технология оказывает разноуровневое воздействие: на уровне отдельного сотрудника предполагается изменение показателей удовлетворённости трудовой деятельностью, самореализации, самоидентификации с организацией; на командном уровне формируется благоприятная социально-психологическая среда, активизируются внутренние взаимодействия, уменьшается количество конфликтов; на уровне организации в целом формируется культура, соответствующая специфике управления и целям развития сотрудников. Современная коммерческая организация представляет собой открытую системную модель организации, адаптирующуюся к динамично изменяющимся условиям внешней среды и преодолевающую структурную инерцию и консерватизм.

В итоге следует заключить, что креативный потенциал менеджера в российской коммерческой организации предполагает выделение в качестве самостоятельных исследовательских процедур индивидуального и командного креативного потенциала. Социальные технологии развития индивидуального креативного потенциала направлены на выявление и развитие креативности российского менеджера, что представляет на уровне теории применение специали-

зированных тестов и диагностик, а также организационного научения. Социальные технологии развития командного креативного потенциала направлены на развитие креативного потенциала команды в российской коммерческой организации, что достигается посредством наиболее приоритетной культуры.

Литература

- Актуальные экономические и экологические проблемы стратегии развития КМВ: коллективная монография. Алиева С. В., Килинкарова С. Г., Рудь Н. Ю., Слепаков С. С., Шведова Е. Ю., Фадеев В. А., Мельник Е. А., Базикалова Ю. В., Грясова Е. А., Касаева Т. В. и др. Пятигорск: Пятигорский лингвистический ун-т, 2009. 241 с.
- Бурцев П. В. Теоретико-методологические проблемы анализа креативного потенциала в социологическом дискурсе // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 2 (12). С. 156–158.
- Васьков М. А., Коргова М. А., Ильева Ю. М. Управленческое консультирование субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе России. Москва: Русайнс, 2016. 162 с.
- Глад В. М. Основные качества современного менеджера // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Психологические науки». 2008. № 1. С. 145–151.
- Гражданский кодекс Российской Федерации. П. 2 ст. 50 (часть первая) от 30.11.1994. № 51-ФЗ (ред. от 22.06.2017 № 16-П).
- Дикинов А. Х., Касаева Т. В., Цалоева М. К. Математические модели прогнозирования сложных социально-экономических систем и процессов: особенности практического применения // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2015. № 5 (67). С. 80–87.
- Иванов В. Н., Патрушев В. И. Инновационные социальные технологии государственного и муниципального управления. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЗАО «Экономика», 2001. 324 с.
- Ионин Л. Г. Современная западная социология. Словарь. М.: Политиздат, 1990. 432 с.
- Коргова М. А. Теория менеджмента: учебное пособие. Пятигорск: ПГЛУ, 2007. 284 с.
- Кунц Г., О'Доннел С. Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. В 2-х т. Т. 1. М.: Прогресс, 1981. 495 с.

- Мацевич И. Я. Формирование и развитие концепции креативной индустрии в современной социальной теории // Журнал Белорусского ун-та. Социология. 2012. № 3. С. 80–93.
- Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1992. 701 с.
- Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2008. 311 с.
- Попнер К. Р. Открытое общество и его враги. В 2-х т. Т. 1: Чары Платона / пер. с англ. под общ. ред. В. Н. Садовского. М.: Феникс, Международный фонд «Культурная инициатива», 1992. 448 с.
- Стефанов Н. Общественные науки и социальная технология / пер. с болг. М.: Прогресс, 1976. 251 с.
- Талган Б. Не всем достанется приз: как управлять поколением Y / пер. с англ.; пер. с франц. М.: Акварариновая Книга, 2009. 196 с.
- Файоль А. Общее и промышленное управление / пер. с фр. М.: Контроллинг, 1992. 111 с.
- Харари О. Эффект Мадонны: стратегии опережения в подражательной экономике. СПб: Бест Бизнес Бук, 2011. 360 с.
- Щербина В. В. Популяционно-селекционная модель организационного развития: содержание, сфера и перспективы применения // Социологические исследования. 2015. № 6 (374). С. 78–86.
- small businesses engaged in Russia's tourism sector]. Moscow, Rusayns Publ., 2016, 162 p. (In Russ.).
- Glad V. M. *Osnovnye kachestva sovremennogo menedzhera* [The modern manager and his basic qualities]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya «Psikhologicheskie nauki»* (Bulletin MGOU. Series 'Psychological Sciences'), 2008, No. 1, pp. 145–151 (In Russ.).
- Grazhdanskiy kodeks Rossiyskoy Federatsii. P. 2 st. 50 (chast' pervaya) ot 30.11.1994 № 51-FZ (red. ot 22.06.2017 № 16-P)* [The Civil Code of the Russian Federation ...] (In Russ.).
- Dikinov A. Kh., Kasaeva T. V., Tsaloeva M. K. *Matematicheskie modeli prognozirovaniya slozhnykh sotsial'no-ekonomicheskikh sistem i protsessov: osobennosti prakticheskogo primeneniya* [Mathematical models of forecasting complex socio-economic systems and processes: specifics of practical application]. *Izvestiya Kabardino-Balkarskogo nauchnogo tsentra RAN* (News of the Kabardino-Balkarian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences), 2015, No. 5 (67), pp. 80–87 (In Russ.).
- Ivanov V. N., Patrushev V. I. *Innovatsionnye sotsial'nye tekhnologii gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya. 2-e izd., pererab. i dop.* [Innovation social technologies of state and municipal management. 2nd ed., rev. and suppl.]. Moscow, Ekonomika Press Ltd., 2001, 324 p. (In Russ.).
- Ionin L. G. *Sovremennaya zapadnaya sotsiologiya. Slovar'* [Modern western sociology: a dictionary]. Moscow, Politizdat Publ., 1990, 432 p. (In Russ.).
- Korgova M. A. *Teoriya menedzhmenta: uchebnoe posobie* [Theory of management: a textbook]. Pyatigorsk, Pyatigorsk State Linguistic University Press, 2007, 284 p. (In Russ.).
- Koontz H., O'Donnel C. *Upravlenie: sistemnyy i situatsionnyy analiz upravlencheskikh funktsiy. V 2-kh t. T. 1* [Principles of management: an analysis of managerial functions. In 2 vol., vol. 1]. Moscow, Progress Publ., 1981, 495 p. (In Russ.).
- Matsevich I. Ya. *Formirovanie i razvitie kontseptsii kreativnoy industrii v sovremennoy sotsial'noy teorii* [The concept of creative industry in modern social theory: its formation and development]. *Zhurnal Belorusskogo un-ta. Sotsiologiya* (Journal of Belarusian State University), 2012, No. 3, pp. 80–93 (In Russ.).

References

- Alieva S. V., Kilinkarova S. G., Rud N. Yu., Slepakov S. S., Shvedova E. Yu., Fadeev V. A., Melnik E. A., Bazikalova Yu. V., Greyasova E. A., Kasaeva T. V. et al. *Aktual'nye ekonomicheskie i ekologicheskie problemy strategii razvitiya KMV: kollektivnaya monografiya* [The Development Strategy of the Caucasian Mineral Waters: topical economic and environmental problems. A multi-authored monograph]. Pyatigorsk, Pyatigorsk Linguistic University Press, 2009, 241 p. (In Russ.).
- Burtsev P. V. *Teoretiko-metodologicheskie problemy analiza kreativnogo potentsiala v sotsiologicheskoy diskurse* [Theoretical and methodological problems in analyses of creative potential: a perspective from sociological discourse]. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl' (Historical and Social-Educational Idea journal)*, 2012, No. 2 (12), pp. 156–158 (In Russ.).
- Vaskov M. A., Korgova M. A., Iliava Yu. M. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie sub"ektov malogo biznesa v turistsko-rekreatsionnom komplekse Rossii* [Management consulting of

- Mescon M., Albert M., Khedouri F. *Osnovy menedzhmenta* [Management]. Moscow, Delo Publ., 1992, 701 p. (In Russ.).
- Nordstrom K., Ridderstrale Y. *Biznes v stile fank* [Funky business]. Moscow, Mann, Ivanov and Ferber Publ., 2008, 311 p. (In Russ.).
- Popper K. R. *Otkrytoe obshchestvo i ego vragi. V 2-kh t. T. 1: Chary Platona / per. s angl. pod obshch. red. V. N. Sadovskogo* [The open society and its enemies ...]. Moscow, Feniks Publ., 1992, 448 p. (In Russ.).
- Stefanov N. *Obshchestvennye nauki i sotsial'naya tekhnologiya / per. s bolg.* [Social sciences and social technology]. Moscow, Progress Publ., 1976, 251 p. (In Russ.).
- Talgan B. *Ne vsem dostanetsya priz: kak upravlyat' pokoleniem Y / per. s angl.; per. s frants* [How to manage Gen Y ...]. Moscow, Akvamarinovaya Kniga Publ., 2009, 196 p. (In Russ.).
- Fayol H. *Obshchee i promyshlennoe upravlenie / per. s fr.* [General and industrial administration]. Moscow, Kontrolling Publ., 1992, 111 p. (In Russ.).
- Kharari O. *Effekt Madonny: strategii operezheniya v podrazhatel'noy ekonomike* [The effect of Madonna...]. St. Petersburg, Best Business Book Publ., 2011, 360 p. (In Russ.).
- Shcherbina V. V. *Populyatsionno-selektionnaya model' organizatsionnogo razvitiya: sodержanie, sfera i perspektivy primeneniya* [A population-selection model of organizational development ...]. *Sotsiologicheskie issledovaniya (Sociological Studies journal)*, 2015, No. 6 (374), pp. 78–86 (In Russ.).

УДК 316.354

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКИХ МЕНЕДЖЕРОВ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Александр Павлович Горбунов¹, Лариса Хасанбиевна Газгиреева²,
Людмила Александровна Бурняшева³

¹ ректор, доктор экономических наук, профессор, Пятигорский государственный университет (Пятигорск, Российская Федерация). E-mail: gorbunov@pgu.ru

² доктор философских наук, профессор, Пятигорский государственный университет (Пятигорск, Российская Федерация). E-mail: gazgireevalarisa@yandex.ru

³ доктор философских наук, профессор, Пятигорский государственный университет (Пятигорск, Российская Федерация). E-mail: luda-3331@yandex.ru

Аннотация. В статье раскрываются социальные технологии развития креативного потенциала российских менеджеров для эффективного управления коммерческой организацией. Авторами статьи доказывается то, что организационная система может достичь своих целей, используя различные комбинации ресурсов и стратегий. Как правило, для решения возникающих в организации проблем необходимо опираться на разнообразные формы и способы, а не выбирать один из проверенных и «оптимальных» выходов, приводящих к быстрым результатам. Доказано, что в настоящее время эффективная российская коммерческая организация представляет собой открытую системную модель организации, адаптирующуюся к динамично изменяющимся условиям внешней среды и преодолевающую структурную инерцию и консерватизм. В решении поставленной проблемы авторы статьи подчёркивают значимость социальных факторов, которые определяют эффективность и результативность деятельности организации — это психологические факторы, такие как степень участия в процессах внедрения инноваций, удовлетворенность работой, улучшение качества организационной деятельности, мотивацию. Важным звеном в управлении коммерческой организацией является личность креативного менеджера. В статье представлены результаты социологического опроса, в результате чего подтверждается мысль о том, что креативный менеджер должен обладать определенными личностно-деятельностными качествами, поскольку управленческая деятельность является не только профессией, но и образом жизни, а также возможностью подняться на высший социальный уровень с более благоприятными карьерными и материальными перспективами.

Ключевые слова: менеджер, креативный менеджер, социальные технологии, российская коммерческая организация, организационное развитие, модель социальной организации.