

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

УДК 316.334.23

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ВОСТРЕБОВАННОСТЬ В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

© 2016 г. Л. И. Щербакова, О. Е. Лабадзе

*Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ)
имени М. И. Платова*

В работе обосновывается востребованность внедрения новых социальных технологий в управление малым предпринимательством, раскрываются его институциональные функции и роль в ускорении социально-экономического развития общества. Проводится сравнительный анализ теоретических подходов западных и отечественных ученых к определению сущности социальных технологий как элементов управленческой деятельности. Анализируются качественные характеристики малого предпринимательства как объекта социально-технологического воздействия на микро- и макроуровнях, описывается явление самоорганизации в малом предпринимательстве в контексте процессов личностного и системного саморазвития и самообновления. Доказывается продуктивность общественно-ценностного подхода в описании динамики социальных функций малого предпринимательства как нарождающейся совокупности креативного класса российского общества.

Ключевые слова: малое предпринимательство; социальные технологии; креативный класс; общественно-ценностный подход.

The role of the small enterprises in acceleration of the social and economic development of the society is proved in the article. Basing on the works of the Western and Russian scientists, we reveal the essence of theoretical approaches to determination of the social technologies as an element of a management activity. We analyze the quality characteristics of the small entrepreneurship as an object of the social and technological impact at the micro and macro levels; describe self-organization in the small entrepreneurship in the context of the processes of personal and system self-updating. Productivity of the public and valuable approach in the description of dynamics of the small entrepreneurship's social functions is proved.

Key words: small entrepreneurship; social technologies; creative class; social value approach.

В настоящее время все большее признание в российском обществе получает малое предпринимательство, которое входит в число хозяйствующих субъектов, лидирующих в области реализации широкого спектра информационных, социальных, консультационных, сервисных услуг, а также в области внедрения наиболее рискованных инноваций

и коммерциализации научно-инновационных идей. Нацеленность на освоение новых технологий, позволяющих производить продукцию и оказывать услуги более высокого качества и с наименьшими затратами — это не только один из решающих факторов в успешном функционировании современного малого предприятия [1], но и важнейший эле-

мент перехода российской экономики на новый технологический уклад, обеспечивающий расширение сектора занятости трудоспособного населения, влияющий на социальную структуризацию общества. В связи с этим особую значимость и исследовательский интерес для ученых представляют следующие проблемы: ресурсы развития малого предпринимательства — технические, экономические, социальные, совершенствование системы управления, в том числе технологизация управления и создание благоприятных условий для саморегуляции и самоуправления в секторе малого предпринимательства.

Известно, что система предприятий, способных к воспроизводству новых идей и эффективному участию в глобальных рыночных процессах, является ядром любой конкурентоспособной экономики. В свою очередь, глобализация рынков и усиление государственного влияния на отношение российского общества к производственным и управленческим инновациям увеличивает спрос на особые виды деятельности, обеспечить которые способны лишь малые предприятия. В сложившихся условиях создание адекватной системы управления развитием промышленного сектора на всех уровнях, представленного, в том числе, владельцами малых предприятий, является одним из факторов ускорения социально-экономического прогресса в состоянии крайней неопределенности внешней среды, переходной стадии экономико-социального организма [2].

Укрепление и дифференциация кадрового потенциала страны в зависимости от видов деятельности, ориентация на импортозамещение продукции и связанное с этим расширение сферы научного труда, рост потребности в гражданской самоорганизации потребовали реформирования властно-управленческих отношений на всех уровнях социально-экономической системы. Развитая в современных условиях разветвленная сеть иерархий социально-экономических потребностей и интересов значительно усложняет процесс построения эффективной системы управления [3], обуславливает необходимость постоянного исследования, наблюдения и внесения корректив с учетом ее изменяющихся структурно-функциональных особенностей. Как отмечал известный советский

философ и социолог, специалист в области управления Д. М. Гвишиани, «в условиях научно-технической революции, когда все без исключения области социальной деятельности все больше и больше опираются на научную основу, недопустимо, чтобы управленческая деятельность, имеющая жизненно важное значение, базировалась на стихийно складывающемся повседневном, в немалой степени рутинном опыте...» [4]. Стоит отметить, что портфель управленческих технологий, применяемых в настоящее время, достаточно велик, тем не менее, до сих пор остается нереализованным потенциал применения социально-технологического управления, актуальный в особенности для развития малого и среднего предпринимательства, и требующий специализированного научного междисциплинарного подхода.

Исследованию социальных технологий в управлении посвящен ряд трудов ученых XX–XXI вв. Среди социологов, изучающих социальные технологии, сформировались два подхода к трактовке сущности этого понятия: как способы применения теоретических выводов той или иной науки в решении практических задач, связанных с функционированием и совершенствованием состояния социальных объектов (социальных явлений, процессов), т. е. в виде проекта, содержащего процедуры и операции; и как комплекс социальных действий по целенаправленному преобразованию социальных субъектов, т. е. в виде деятельности, организованной в соответствии с проектом. Некоторые исследователи предпочитают рассматривать социальные технологии как науку, являющуюся частью социального управления.

К приверженцам первой смысловой трактовки социальных технологий можно отнести К. Манхейма, который под «социальной технологией» понимал совокупность методов, оказывающих влияние на поведение человека и служащих в руках правительства сильным средством социального контроля [5]. Значительная часть исследователей, разрабатывающих проблемы социальных технологий, опирается на подход Марко Маркова, который трактует социальную технологию как способ реализации конкретного сложного процесса путем расчленения его на систему последовательных взаимосвязанных

процедур и операций, которые выполняются однозначно [6]. Среди отечественных ученых современной социологической школы следует выделить В. Н. Иванова, в трудах которого социальные технологии определены как «системы инновационных способов, средств разрешения сущностного противоречия взаимодействия и самореализации социальных субъектов в диалоге человека и природы» [7], а также В. В. Щербину, утверждающего, что «социальные технологии представляют собой способ организации и упорядочения целесообразной практической деятельности, совокупность приемов, направленных на определение или преобразование (изменение состояния) социального объекта, достижение заданного результата» [8].

Второй вариант трактовки социальных технологий используется Н. Стефановым, Ж. Т. Тощенко, В. Г. Афанасьевым и др. Монография Н. Стефанова стала первым трудом, известным российской научной общественности, в котором была проанализирована сущность социальных технологий, определенных автором как «деятельность, в результате которой достигается поставленная цель и изменяется объект деятельности» [9], рассмотрено многообразие форм, разработаны рекомендации по внедрению их в общественную практику. Социальная технология как комплекс социальных действий предстает в трудах одного из наиболее видных исследователей технологизации управленческих процессов Ж. Т. Тощенко, который определял социальную технологию как «совокупность последовательных операций, процедур целенаправленного воздействия и реализации ранее намеченных планов (программ, проектов) и получения оптимального социального результата» [10]. В. Г. Афанасьев трактует социальную технологию как «элемент механизма управления и средства перевода абстрактного языка науки... на конкретный язык... достижения поставленных целей» [11].

Малое предпринимательство, как относительно новое явление в российской экономике, в качестве объекта социального управления начало привлекать внимание исследователей-социологов в конце 1990-х гг. прошлого века. Данный аспект управленческой деятельности отражен в трудах Ф. Э. Шереги, Я. А. Маргуляна В. Б. Бокаревой, П. М. Козы-

ревой и др. Этому предшествовали попытки ученых исследовать явление предпринимательства, в частности малого, как элемента социальной системы общества. Как социальное явление оно нашло отражение в функциональном подходе Й. Шумпетера [12], но, как отмечает В. В. Радаев [13], использование данного подхода затруднено ввиду особого понимания предпринимательской функции как явления неустойчивого и ограниченного во времени. Сама «социальная группа предпринимателей» постоянно обновляется, обладает свойствами текучести, подвижности. Состав этой социальной группы включает непрерывно меняющихся, функционально изолированных друг от друга единичных индивидов. Другой подход к анализу группы предпринимателей — структурный, определяет место предпринимателей в социально-экономической структуре общества и в системе экономических институтов. При этом надо иметь в виду, что выделенный по особым критериям формирования выборочной совокупности слой респондентов, обладая определенными характеристиками и по статусу относящийся к предпринимателям, может на протяжении всей жизни ни разу не реализовать свою предпринимательскую функцию.

Реализация социально-технологического управления развитием малого предпринимательства как сложным социоэкономическим явлением требует особых комплексных подходов к его изучению. Поэтому, наиболее предпочтительным, в этом случае, является системный подход, позволяющий рассматривать субъект и объект управления как единое целое и во взаимосвязи с внешней средой. В этом случае реализация социально-технологического управления малым предпринимательством подразумевает образование специфической системы управления, включающей следующие компоненты: объект управления, субъект управления, управленческое воздействие, обратную связь и влияние внешней среды на систему и ее подсистемы. Теоретико-методологический конструкт, ядром которого являются основные инструментальные понятия: малое предпринимательство, социальные технологии, социальное управление, система управления, объект и субъект управления и т. д. [14], строится

на ряде теорий и концепций, описывающих как объекты и субъекты управления как общественные подсистемы, так и саму систему управления и внешнюю среду. Используя базисные теоретические основания, мы имеем возможность выделить закономерности развития малого предпринимательства, определить его структурные и функциональные особенности, складывающиеся под влиянием ряда факторов, в том числе отраслевого и территориального деления.

Прежде всего, на эффективность реализации технологического управления влияет четкое определение характеристик объекта управления. Рассматривая малое предпринимательство как объект социально-технологического воздействия в системе, необходимо отметить, что оно может быть выражено:

— как функция субъекта управления, заключающаяся в непрерывном внедрении инноваций, основанном на активном взаимодействии с внешней средой;

— как объект управления на микроуровне — внутри организации, для развития которого необходимо создавать соответствующие структуры, отделенные от рутинных функций, осуществляемых в бизнесе;

— как объект управления на макроуровне, нуждающийся, с одной стороны, в формировании благоприятных условий для развития, во всесторонней поддержке, а, с другой стороны, призванный осуществлять ряд социальных функций [15].

Одним из условий успешного функционирования и развития малого предпринимательства на любом уровне является сбалансированное сочетание эффективного государственного управления и предпринимательской активности. Поэтому поход к реализации социально-технологического управления должен учитывать особую специфику объекта управления, находящую отражение в парадигме синергетической концепции самоорганизации. Синергетика, в понимании создателя концепции Г. Хакена, занимается изучением систем, состоящих из многих подсистем самой различной природы, включая общественные системы, что обусловило возникновение на стыке естественнонаучного и социального направления концепции самоорганизующегося общества, являющей собой естественнонаучную попытку познания соци-

альной действительности, рассматривая ее с позиции связей между элементами системы, которые образуются в ней благодаря процессам самоорганизации в обществе, обмену веществами и энергией с окружающей средой в неравновесных условиях. При этом «самоорганизация наделяет системы способностями, которые в противном случае потребовали бы больших рабочих и управленческих затрат» [16].

Явление самоорганизации в малом предпринимательстве обусловлено спецификой личностных характеристик предпринимателя: по своей сути, предприниматель — это личность, наделенная определенными качествами и испытывающая потребность в достаточной степени свободы своей творческой деятельности, которая исключается жестким государственным контролем. Самоорганизация — это прогрессивное явление, способное вывести общество на качественно новый этап развития, что в итоге приводит к расширению пространства для свободной деятельности индивида [17]. Позиции Г. Хакена придерживается и ряд современных российских авторов. Например, Л. А. Колесникова определяет предпринимательство с позиций синергетической концепции самоорганизующегося мира как «процесс личностного, организационного или системного самообновления и самоорганизации через развитие идей как по созданию новых, так и по развитию действующих предприятий, включающий производство новых продуктов и услуг, освоение новых рынков, внедрение организационных новшеств» [18].

Второй концепцией, в парадигме которой можно оценить процесс формирования и развития предпринимательства, является концепция «креативного класса», разработанная в научных трудах одного из основателей ростовской социологической школы Ю. Г. Волковым. Он обосновал социальную значимость «креативного класса», утверждая, что в современной социологии, выделяющей особое место динамичности социальных отношений, это социальное образование воплощает переход к новым формам социальности, сопряженным с признанием роли творческого труда в качестве приоритетного. Идентификация принадлежности предпринимателей к выделенному ученым «креативному клас-

су» заключается в детерминировании соответствия предпринимательства основным признакам среднего класса, таким как творческая самомотивация, связь креативного класса с инновационными сферами экономики и общественной жизни, престиж, авторитет как статусный признак, профессионализм и социальная инициативность [19].

Определить направленность и интенсивность самоорганизационных процессов, возможность прироста предпринимательского сектора за счет инициативы «креативного класса» позволяет особый подход к формированию управленческой модели малого предпринимательства — общественно-ценностный, рассматривающий малое предпринимательство и как социально-экономическую систему — носителя определенных общественных функций, и как объект управления в проекции социоэкономической полезности. Подход позволяет отчасти «гуманизировать» управленческие механизмы, обеспечить теоретический плацдарм для формирования концепции роста роли предпринимательства в решении социальных, политических и других важных общественных проблем государства. В рамках данного подхода отправной точкой для проектирования социально-технологического управления являются особенности социального функционала малого предпринимательства, которые необходимо учитывать при построении управленческих моделей:

— неспособность продукции малых предприятий конкурировать с товарами крупных производителей обозначает два основных стратегических экономических приоритета малого предпринимательства: малое промышленное предприятие ориентировано либо на выпуск дефицитных форм товаров, либо представляет собой источник промышленного субконтрактинга для крупного бизнеса;

— малое предпринимательство служит точкой увеличения занятости, обеспечивая снижение уровня безработицы. С увеличением малого предпринимательства связан рост среднего класса [20];

— развитие малого предпринимательства способно сглаживать социальное напряжение в обществе, обеспечивая развитие конкурентной социальной среды, социальную

справедливость, определяемую равным доступом к ресурсам, правам и собственности, самореализации;

— малое предпринимательство предоставляет возможности самореализации представителей «креативного класса», ориентированных на ведение собственного бизнеса. В. А. Рубе видит основные функции малого предпринимательства в его способности «...быстро и с минимальными затратами создавать новые рабочие места, способствовать развитию тех способностей человека к предпринимательской деятельности, которые не могут проявиться ни в крупной фирме, ни в государственном учреждении...» [21].

Таким образом, для достижения положительного эффекта управление малым предпринимательством должно основываться на принципах системности и комплексности, на принципах пространственной и временной интеграции деятельности, принципах «общественной полезности», и требует разработки гибких социально-управленческих технологий [22], нацеленных на решение фундаментальных проблем развития государства: повышение эффективности промышленного производства и переход на импортозамещение, увеличение среднего класса в структуре российского общества.

Литература

1. Кондратова Н. В. Малые инновационные предприятия: ключевой ресурс. / Кондратова Н. В., Сумина О. Е. // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — №8. — С. 125–131.
2. Gailly B. Developing innovative organisations: a roadmap to boost your innovation potential. — Houndmills; Basingstoke; Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2011. — 256 p.
3. Щербakov Д. С. Стратегическая трансформация инновационного предприятия в условиях кризиса. // Эффективное антикризисное управление. — 2011. — №4 (67). — С. 58–67.
4. Гвишиани Д. М. Избранные труды по философии, социологии и системному анализу. — М.: Канон + РООИ «Реабилитация», 2007. — 672 с.
5. Манхейм К. Избранное: Диагноз нашего времени. / Пер. с нем. и англ. — М.: Изд-во

«РАО «Говорящая книга», 2010. — 744 с.

6. *Марков М.* Технология и эффективность социального управления. / Пер. с болгар. — М.: Прогресс, 1982. — 272 с.

7. *Иванов В. Н.* Социальные технологии в современном мире. — М.: Славянский диалог, 1996. — 220 с.

8. *Щербина В. В.* Проблемы технологизации социоинженерной деятельности. // Социологические исследования. — 1990. — №8. — С. 79–80.

9. *Стефанов Н.* Общественные науки и социальная технология. — М.: Прогресс, 1976. — 251 с.

10. *Тоценко Ж. Т.* Социология управления. Учебник. — М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2011. — 300 с.

11. *Афанасьев В. Г.* Человек в управлении обществом. — М.: Прогресс, 1977. — 384 с.

12. *Шумпетер Й. А.* Теория экономического развития. / Пер. с нем. — М.: Прогресс, 1982. — 440 с.

13. *Радаев В. В.* Экономическая социология: учебник для вузов. — М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. — 603 с.

14. *Дринова Е. М.* К вопросу о методологическом конструкте исследования религии и политического процесса. // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». — 2012. — №5 (19). — С. 134–136.

15. *Левченко Т. П.* Формирование концептуальных подходов к исследованию предпринимательства как социально-экономической системы. / Т. П. Левченко, А. Ю. Яковлева-

Чернышева. // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). — 2012. — №5 (13). — С. 2–19.

16. *Хакен Г.* Самоорганизующееся общество. // Будущее России в зеркале синергетики. — М., 2006. — С. 194–208.

17. *Власенко Е. Е.* К вопросу естественнонаучных оснований современной социологии на примере анализа концепции «Самоорганизующегося общества» Германа Хакена. // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2014. — №8. — С. 59–60.

18. *Колесникова Л. А.* Порядок для хаоса: государство и предпринимательство в переходной экономике. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. — 276 с.

19. *Волков Ю. Г.* Креативный класс в российском обществе: тенденции и перспективы гуманистической идеологии. // Власть. — 2012. — №1. — С. 61–64.

20. *Шереги Ф. Э.* Социология предпринимательства: прикладные исследования. — М.: Центр социального прогнозирования, 2002. — 536 с.

21. *Рубе В. А.* Малый бизнес: История. Теория. Практика. — М.: Изд-во ТЭИС, 2000. — 360 с.

22. *Щербакова Л. И.* Роль социальных технологий в повышении эффективности управления институтом малого бизнеса. / Л. И. Щербакова, О. Е. Сумина. // Вестник ЮРГТУ (НПИ). — 2015. — №2. — С. 120–127.

Поступила в редакцию

12 мая 2016 г.



Лидия Ильинична Щербакова — доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой «Социология и психология» Южно-Российского государственного политехнического университета (Новочеркасского политехнического института) им. М. И. Платова. Автор исследований по проблемам социоструктурных изменений в сфере наемного труда, социального управления в сфере молодежной политики и формирования новой профессиональной группы — специалистов по работе с молодежью.

Lidia Ilyinichna Shcherbakova — Ph.D., Doctor of Sociology, professor, head of Southern Russia State Polytechnic University (Novocherkassk Polytechnic Institute) of M. I. Platov name «Sociology and Psychology» department. Author of numerous works on the actual problems of the wage employment social structure changing, social management for the youth policy, and formation of a new professional group: specialists on working with the young people.

346428, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132
132 Prosveshcheniya st., 346428, Novocherkassk, Rostov reg., Russia
Тел.: +7 8635 25 54 20; e-mail: socis_srstu@mail.ru



Олеся Евгеньевна Лабазде — ведущий инженер управления по научной работе и инновационной деятельности ЮРГПУ (НПИ), директор ООО «Малое инновационное предприятие «Стратегия».

Olesya Evgeniyevna Labadze — leading engineer of the SRSPU (NPI) Research Work and Innovation Activities office, director of the «Small Innovation Enterprise «Strategiya» LLC.

346428, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132
132 Prosveshcheniya st., 346428, Novocherkassk, Rostov reg., Russia
Тел.: +7 8635 25 54 20; e-mail: socis_srstu@mail.ru