

УДК 339.138

ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КОНСАЛТИНГА КАК КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИ ДЕТЕРМИНИРОВАННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ

Роздольская И.В., Осадчая С.М., Ледовская М.Е.

*АНО ВПО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»,
Белгород, e-mail: osad_star@inbox.ru*

Указано на актуализацию проблемы формирования социально ориентированных установок хозяйствующих субъектов, а также происходит постепенное осознание факта конструктивности их социальной политики. Определено, что в современном мире все большее влияние на репутацию и имидж организации оказывает занимаемая ею социальная позиция. В современных условиях российской действительности получили развитие и активно используются управленческими консультантами социальные технологии. На наш взгляд, именно при помощи социальных технологий в виде социального брендинга, социальной рекламы, консалтинга и др. происходит созидание или, быть может, разрушение социальной среды. Социальный консалтинг играет важную роль в управлении основными сферами жизнедеятельности современного общества. Социальные аспекты консалтинга связаны с качественным преобразованием управления социальными организациями в соответствии с их основными целями и задачами. В практике консалтинговой деятельности, в контексте современных российских проблем социальный консалтинг, являясь культурно-исторически детерминированной социальной технологией, связан с качественным преобразованием управления социальными организациями в соответствии с их основными целями и задачами.

Ключевые слова: консалтинг, социальные технологии, социальный консалтинг

SOCIAL CONSULTING APPLICATION PRACTICE AS CULTURALLY AND HISTORICALLY DETERMINED SOCIAL TECHNOLOGY

Rosdolskaya I.V., Osadchaya S.M., Ledovskaya M.E.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Belgorod, e-mail: osad_star@inbox.ru

The paper stresses the actualization of the problem of businesses' socially oriented viewpoints formation problem with the gradual realization of the fact of their social policy constructiveness. The paper states that social position of a company in the modern world produces ever more influence on its reputation and image. In modern Russian conditions managerial consultants actively use social technologies. We believe that exactly with the help of social technologies in the form of social branding, social advertising, consulting etc. there occurs the development or maybe destruction of social environment. Social consulting plays an important role in the management of the main spheres of the activities of modern society. Social aspects of consulting are connected with qualitative transformation of social organizations' management in accordance with their main goals and objectives. In the practice of consulting activities, in the context of present Russian problems social consulting being a culturally and historically determined social technology is connected with the qualitative transformation of social organizations' management in accordance with their main goals and objectives.

Keywords: consulting, social technologies, social consulting

В современных условиях актуализируется проблема формирования социально ориентированных подходов хозяйствующих субъектов, а также происходит постепенное осознание факта конструктивности их социальной политики.

Мы разделяем позицию Логачева В.А. о том, что социальную ориентацию деловых организаций целесообразно рассматривать как необходимое следствие изменения институциональных характеристик современного менеджмента в неразрывной связи с новой ролью менеджмента в структурировании социокультурного пространства [2].

Как утверждают ученые, занимающиеся проблемами социальной направленности [2], постепенно происходит осознание того факта, что конструктивная социальная политика фирм – это инвестиции в персонал, в социальный потенциал производства, значимость которой для будущего развития и предприятия, и общества трудно переоценить.

Как показывает практика, на репутацию и имидж организаций значительное влияние оказывает занимаемая ими социальная позиция, реализующаяся в социальной стратегии.

Стратегическое развитие хозяйствующих субъектов во многом зависит от степени сформированности их социальной ответственности, которая лежит в основе механизма формирования социальной зрелости субъектов управления [5].

Именно развитие социальной ответственности в управленческой практике выступает критериальным показателем, наличие которого позволяет обеспечить социальное развитие организации.

В условиях современной действительности проблема социальной ответственности приобрела характер отдельного научного направления.

Рассматривая социальную ответственность бизнеса как комплексное, интегриро-

ванное понятие, следует отметить, что оно включает в себя три основных элемента:

– принципы социально ответственного поведения;

– процесс социальной восприимчивости;

– результаты поведения организации (рис. 1).

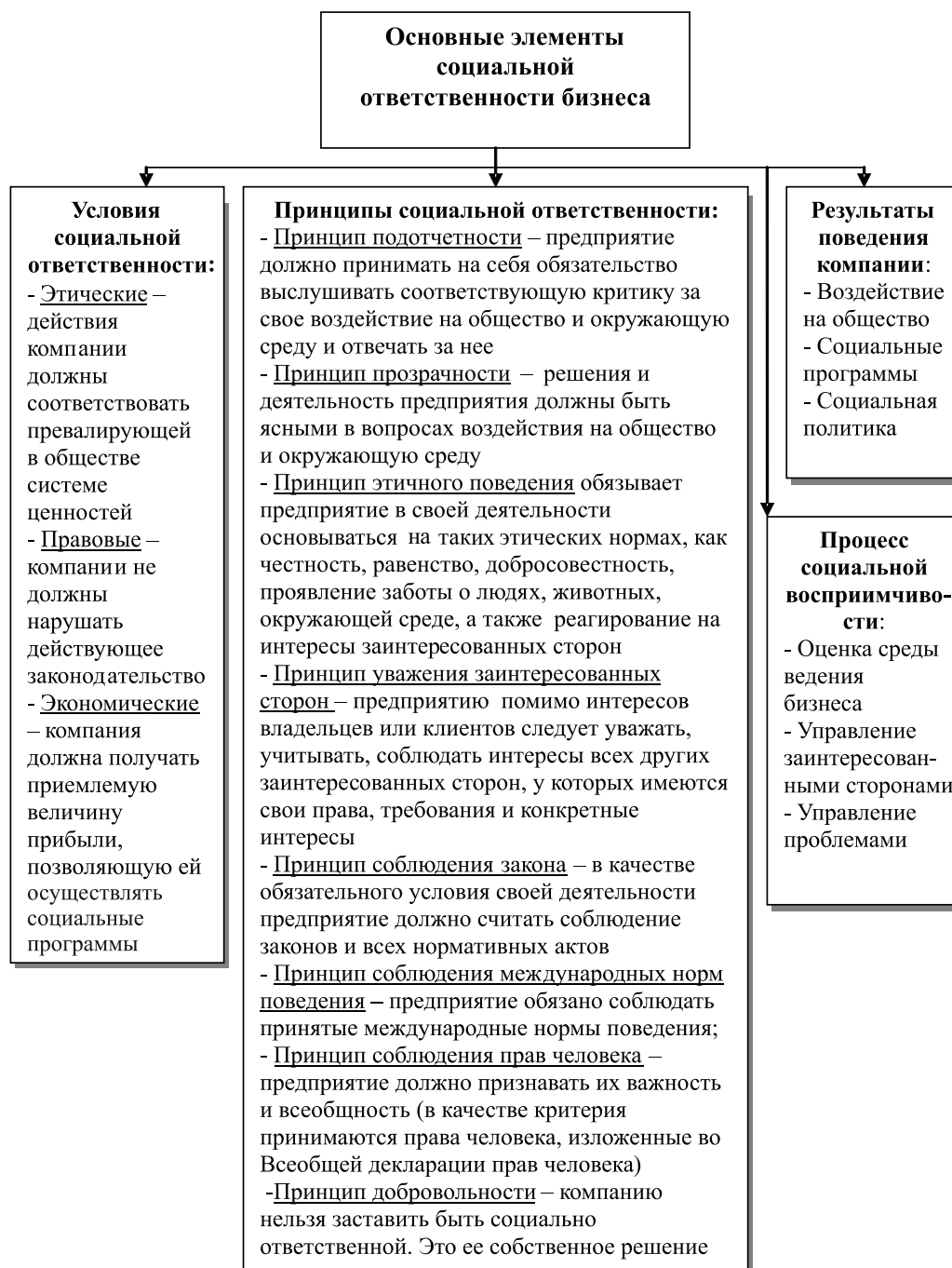


Рис. 1. Модель социальной ответственности бизнеса

Образец социально ориентированного развития на протяжении длительного исторического периода априори дает кооперативное движение.

Действуя в целях защиты интересов своих пайщиков потребительская кооперация как социально ориентированная система

реализует политику адресной социальной помощи сельскому населению, направленную на сглаживание экстерналий глобализационного процесса.

Поскольку по своей природе потребительская кооперация максимально приближена к населению, эффективность деятельности по

реализации социальных задач напрямую зависит от того, насколько полно учитываются региональные и местные особенности хозяйствования: уровень доходов населения и покупательского спроса, структура сырьевой базы и трудовых ресурсов, производственный потенциал региона и прочие.

Потребительская кооперация способствует улучшению экономического и социального положения сельских жителей посредством их активного вовлечения в кооперативный бизнес, формирования различного рода интегрированных структур с участием индивидуальных и ассоциированных сельскохозяйственных товаропроизводителей, реализации социальной функции через расширение кооперативной

деятельности посредством открытия новых видов кооперативов, создание рабочих мест и гарантирования минимального уровня доходов и др. [4].

Выступая как один из стабилизаторов рыночной экономики, потребительская кооперация поддерживает социальное равновесие в обществе.

Управленческая наука всесторонне обосновывает важность и необходимость применения управленческих технологий и возможности их качественного изменения за счет актуализации их социальной составляющей. Данное обстоятельство ведет к необходимости акцентирования внимания на специализацию и профессионализацию в этой области.

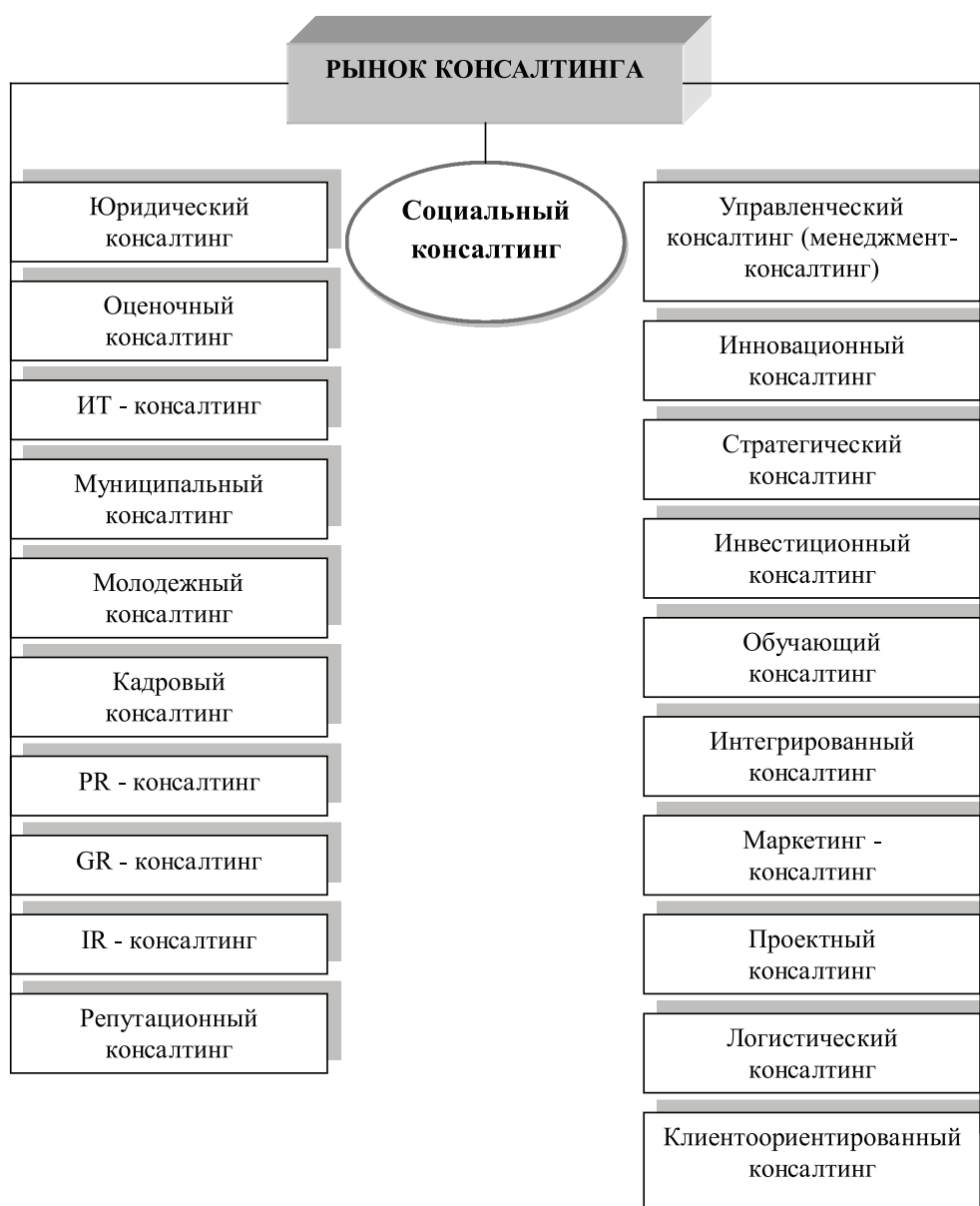


Рис. 2. Рынок консалтинговых услуг

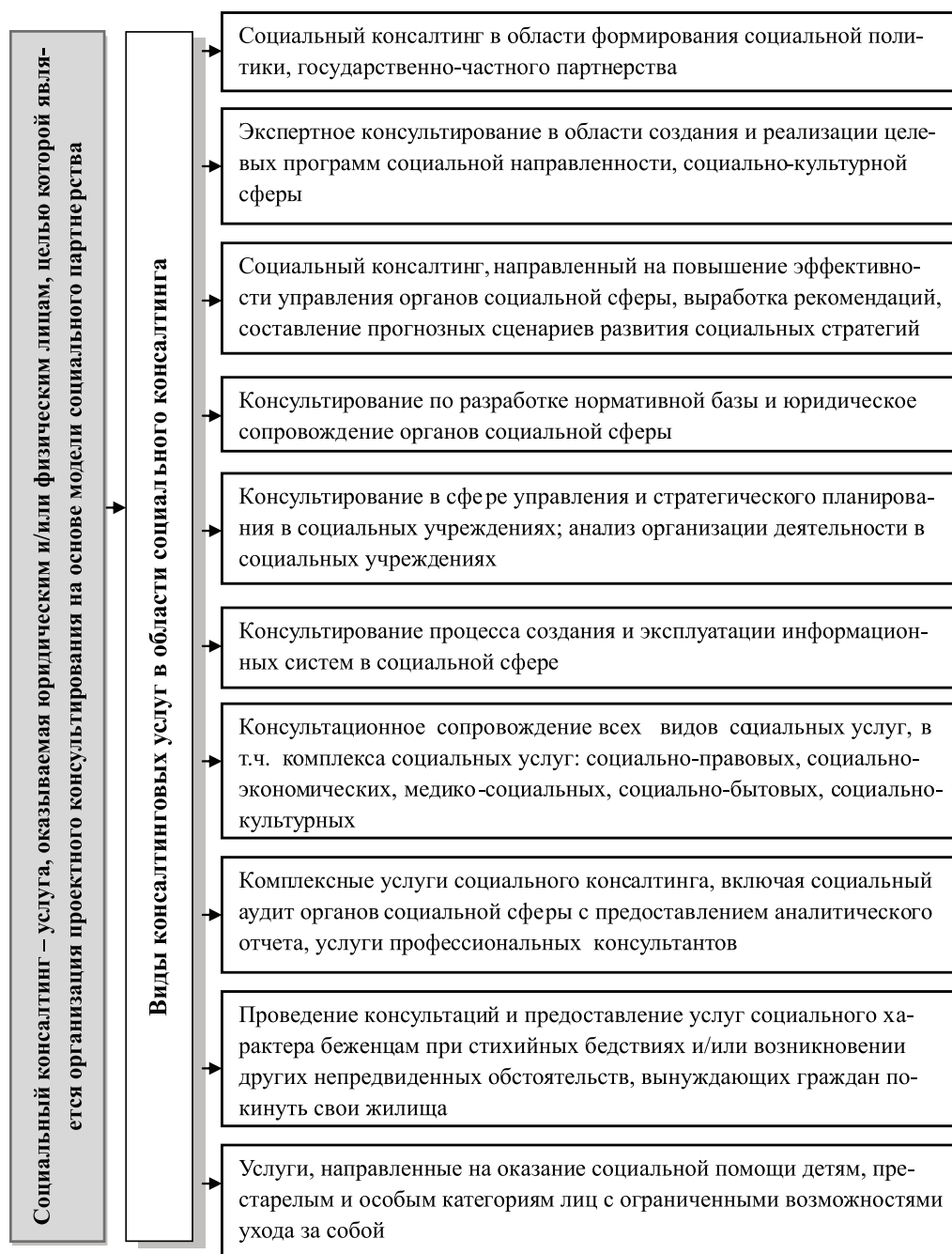


Рис. 3. Основные виды консалтинговых услуг в области социального консалтинга

Важно отметить осознание практической значимости исследования корпоративной социальной ответственности, что во многом способствует активной консалтинговой деятельности.

Следует заметить, что руководитель не в состоянии охватить все стороны управленческого процесса и периодически вынужден обращаться за помощью к профессиональным консультантам в различных областях.

В отечественной теории и практике происходит становление консалтинга как теории, социальной технологии и профессионального сообщества [1].

Рынок консалтинга весьма разнообразен (рис. 2), а это придает оценке содержания современного консалтинга новое функционально-управленческое значение.

В условиях инновационно ориентированной российской действительности получили развитие и активно используются

консультантами социальные технологии, направленные на решение социальных проблем и поддержание стабильности социальных систем, управление, регулирование и планирование социальных процессов.

На наш взгляд, именно при помощи социальных технологий как нового и достаточно эффективного, а соответственно и востребованного инструмента в виде социального брендинга, социальной рекламы, социального консалтинга и др. происходят изменения в социальной среде.

Следует отметить, что исследованием и изучением социальных технологий занимались различные ученые, среди которых Антонюк Г., Дудченко В., Иванов В., Котляров И., Курбатов В., Макаревич В., Резник Ю., Поппер К., Фурдел С., Шепель В. и другие. С учетом подходов, изложенных в их трудах, можно утверждать о том, что разработка концепций социальных технологий способствует рассмотрению консалтинга как социальной технологии.

Под социальным консалтингом понимается услуга, которая может оказываться юридическим и/или физическим лицам, основной целью которой является организация консультирования на основе модели социального партнерства. Следует заметить, что данная услуга осуществляется в рамках Конституции РФ (статья 7), согласно которой политика российской государственности направлена на создание условий, обеспечивающих достойные качественные условия жизни человека и его свободное развитие. Данное обстоятельство подчеркивает социальную направленность российской государственности. Важно подчеркнуть, что термин «социальный консалтинг» зарегистрирован Экспертно-аналитической и информационно-рейтинговой компанией «ЮНИПРАВЭКС».

Социальный консалтинг играет важную роль в управлении основными сферами жизнедеятельности современного общества, реализуясь через следующие основные виды (рис. 3).

Таким образом, с учетом вышеизложенного можно с уверенностью утверждать, что в условиях современной реальности социальный консалтинг как один из видов в практике консалтинговой деятельности, являясь культурно-исторически детермини-

рованной социальной технологией, связан с качественным преобразованием управления социально ориентированных организаций в соответствии с их социальными целями и задачами.

Список литературы

1. Кулапина Г. Консалтинговые услуги как механизм антикризисного управления // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 12.
2. Логачев В.А. Тенденции и условия процесса институализации социальных функций современного российского менеджмента: диссертация кандидата социологических наук: 22.00.04. – Волгоград, 2006. – 136 с.
3. Роздольская И.В., Ледовская М.Е. Методические основы управления развитием социального потенциала организаций потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2009. – № 1. – С. 26–33.
4. Роздольская И.В., Осадчая С.М., Мозговая Ю.А. Социальная ответственность организаций: проблемы формирования, области реализации, проектная направленность: монография. – Курск: Изд-во «Деловая полиграфия», 2012. – 223 с.
5. Социальная политика бизнеса в российских регионах: Сб. науч. тр. // РАН. ИНИОН. Центр науч-информ. исслед. глобал. и регионал. пробл. – М., 2005.

References

1. Kulapina G. Konsaltingovye uslugi kak mehanizm antikrizisnogo upravlenija // Problemy teorii i praktiki upravlenija, no. 12, 2009.
2. Logachev V.A. Tendencii i uslovija processa institucionalizacii social'nyh funkcij sovremennogo rossijskogo menedzhmenta: dissertacija kandidata sociologicheskikh nauk: 22.00.04. – Volgograd, 2006. 136p.
3. Rozdol'skaja I.V., Ledovskaja M.E. Metodicheskie osnovy upravlenija razvitiem social'nogo potenciala organizacij potrebitel'skoj kooperacii // Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperacii, jekonomiki i prava. 2009. no. 1, pp. 26–33.
4. Rozdol'skaja I.V., Osadchaja S.M., Mozgovaja Ju.A. Social'naja otvetstvennost' organizacij: problemy formirovani-ja, oblasti realizacii, proektnaja napravlennost': Monografija: Kursk: Izda-tel'stvo «Delovaja poligrafija», 2012. 223 p.
5. Social'naja politika biznesa v rossijskikh regionah: Sb. nauch. tr./ RAN. INION. Centr nauch-inform. issled. global. i regional. probl. M., 2005.

Рецензенты:

Снитко Л.Т., д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономики Белгородского университета кооперации, экономики и права, г. Белгород;

Макринова Е.И., д.э.н., профессор, зав. кафедрой сервиса и туризма Белгородского университета кооперации, экономики и права, г. Белгород.

Работа поступила в редакцию 16.04.2013.