

TISHKINA Anna Serafimovna, postgraduate student at the Institute of Economics and Management, Belgorod State National Research University (85 Pobedy St, Belgorod, Russia, 308015; TishkinaAS@yandex.ru)

THE NEED TO DEVELOP SOCIAL MANAGEMENT IN RUSSIAN ORGANIZATIONS IN THE CONTEXT OF SANCTIONS RESTRICTIONS

Abstract. *The topic of this study is the need to develop social management in Russian organizations. This issue is extremely relevant against the backdrop of a changed external environment, sanctions pressure, the need for dynamic development, growth of domestic production, as well as increasing the competitiveness of domestic products. The aim of the study is to find opportunities and ways to develop social management in Russian organizations in changed external conditions.*

The paper reveals the relationship between the effectiveness of an organization and the level of social management and discusses the practical significance of the measures for improving the quality of social management, as well as the need to create a social development plan on management in organizations.

Keywords: *business climate, social management, social development plan, planning in organization, management efficiency*

КРИВЦОВ Артем Игоревич — доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности им. И.Н. Герчиковой Московского государственного института международных отношений (МГИМО) (университета) МИД России (119454, Россия, г. Москва, пр-кт Вернадского, 76; 2030202@gmail.com)

СОЦИОЛОГИЯ В УПРАВЛЕНИИ: ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Аннотация. *В статье рассматриваются вопросы продуктивного социального взаимодействия с точки зрения его практической значимости для ведения бизнеса как сложного процесса, несущего в себе конфликтный потенциал, являющийся одновременно негативным фактором организационного развития и стимулом к обновлению организационной системы и к внедрению инноваций. Автор подчеркивает, что уровень готовности к продуктивному социальному взаимодействию определяется уровнем развития когнитивного компонента, а также уровнем практических способностей менеджеров к урегулированию сложных межличностных ситуаций, возникающих в процессе управления бизнесом. Автор приходит к выводу, что социологические знания являются важнейшей чертой и предпосылкой профессионализма современного менеджера, позволяя принимать практические решения для ведения бизнеса, в частности в такой важной области, как управление конфликтами.*

Ключевые слова: *управление, социология, социальное взаимодействие, конфликт, организация, готовность*

Введение

В современном социологическом дискурсе социология управления рассматривается как специальная социологическая теория, которая тесно

связана с такими специальными социологическими теориями, как социология организаций, социология труда, социология менеджмента, социология конфликта, изучающая социальные аспекты взаимодействия в области социального управления, а также исследующая управленческие процессы в больших и малых социальных системах с учетом социокультурных и социально-экономических характеристик данных систем (общество, организации)¹.

Знания в области социологии управления необходимы современному менеджеру в связи со специфическими аспектами ведения бизнеса, а именно в связи с необходимостью формировать эффективно функционирующие организационные структуры, отвечающие целям ведения бизнеса и позволяющие эффективно управлять трудовыми коллективами, проектными командами и различными бизнес-процессами.

Соответственно, исследование отдельных аспектов социального взаимодействия как основания социологического подхода к управлению позволяет не только наметить теоретические направления исследования современного менеджмента, но и предложить практические решения для ведения бизнеса.

Таким образом, целью данной статьи является осмысление социологической проблематики управления современными организациями в контексте разработки практических решений в области социального взаимодействия, являющегося основанием ведения бизнеса.

Обзор теоретических подходов к исследуемой проблеме

Социальное взаимодействие как форма связей между людьми имеет сложную иерархическую структуру, которая обусловлена разнообразными мотивами и целями как индивидуального, так и общественного характера, основанными на человеческих потребностях и интересах. Именно эта взаимосвязь между людьми, которая осуществляется в силу осознания ими необходимости удовлетворять свои потребности и интересы через поиск вариантов установления определенных взаимоотношений друг с другом, становится основой формирования той или иной системы управления и определяет характер социальных взаимоотношений между субъектом и управлением.

В социальном взаимодействии происходит идентификация мотивов поведения людей, интерпретация когнитивных особенностей участников взаимодействия, формируются коллективные идентичности, и это, по нашему мнению, становится предметом исследования в области управления бизнес-организациями, хотя сама проблема социального взаимодействия имеет междисциплинарный характер.

Данная проблема является центральной областью таких социально-философских и социологических теорий, как структурный функционализм, теория социального обмена, теория коммуникативного действия и др.

Если же рассматривать социальное взаимодействие через призму научных исследований различной направленности, то можно отметить, что существенное внимание уделялось теоретическому осмыслению феноменологического содержания процесса социального взаимодействия [Гуссерль 1999] и его герменевтической составляющей [Хайдеггер 2018].

Именно на стыке феноменологии и герменевтики сформировалось понимание того, что влияние социальных, культурных и других аспектов опосредует качество и специфику феномена социального взаимодействия, его сущ-

¹ Социология управления. Доступ: <https://sovman.ru/article/top/osnovy-upravleniya/sotsiologiya-upravleniya/> (проверено 30.08.2024).

ность и предопределяет определенную координацию поведения его участников путем установления образцов/стереотипов поведения.

В свою очередь, понимание сущности социального взаимодействия как коммуникативной деятельности исследовались в работах М. Бубера, Ф. Эбнера, Ж. Бодрийяра, которые рассматривали двусторонний характер социальных коммуникаций как основание для организации эффективного взаимодействия личности с социальным окружением. М. Бубер писал по этому поводу: «Социальная общность между людьми возникает вследствие пребывания нашего “Я” в отношениях с Другим и нахождения Себя в социальной структуре общества, состоящего из множества Других» [Buber 2000: 119].

Следовательно, категория «социальное взаимодействие» в научном дискурсе выражает характер и содержание отношений между людьми и социальными группами как постоянными носителями качественно разных видов социальной деятельности, различающихся по социальным позициям (статусам) и социальным ролям (функциям). Независимо от того, в какой сфере жизнедеятельности общества (в политике, экономике, в бизнесе и т.п.) имеет место взаимодействие, оно всегда является социальным по своему характеру, поскольку выражает связи между индивидами и группами индивидов, имеющими свою цель, которая формирует групповые интересы и спланирует представителей социальной общности.

Соответственно, важнейшим практическим основанием современной социологии управления следует считать формирование оптимальной модели готовности менеджеров к продуктивному социальному взаимодействию в процессе управления бизнесом.

Социальное взаимодействие в решении проблем управления бизнесом

Современная социологическая мысль выделяет различные структурные модели социального взаимодействия, протекающего на уровне межличностных контактов (межличностного взаимодействия). В то же время основной подход, который сложился в современной теории социальной коммуникации, ориентирован в основном на два вида социального взаимодействия [Бабосов, Трус 2015; Деловые коммуникации 2018; Потемкин, Вельмисова 2023]: сотрудничество и соперничество.

Указанные виды взаимодействия могут включать в себя противоречивые аспекты развития ситуации, которые при соответствующих условиях могут перерасти в конфликт, которым следует управлять таким образом, чтобы его негативные, деструктивные последствия были минимизированы, а конструктивный потенциал использовался в полной мере.

Переходя к анализу содержания и структуры готовности менеджеров к взаимодействию в условиях конфликта, отметим, что предлагаемый ниже подход представляет собой творческое преломление идей ряда авторов [Дыкина 2019; Кашапов 2024; Федорова 2019]. Их авторская интерпретация позволяет предложить структурную модель готовности менеджеров к социальному взаимодействию в сложных условиях ведения бизнеса (см. рис. 1).

Рассмотрим далее элементы данной модели подробно. Структурная составляющая характеризует готовность менеджера к взаимодействию в сложных условиях ведения бизнеса как устойчивое, многоаспектное социально-психологическое образование, раскрывает его содержание и может быть представлена как комплекс взаимообусловленных и функционально связанных компонентов — когнитивного, операционного и личностного.

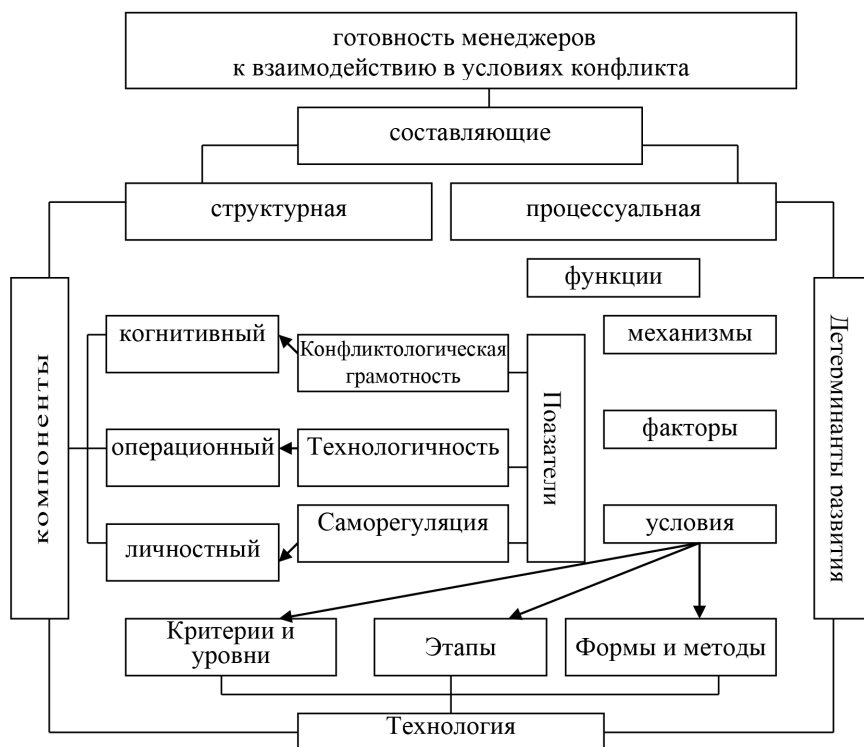


Рисунок 1. Структурная модель готовности менеджеров к продуктивному социальному взаимодействию в процессе управления бизнес-организацией (составлено автором)

Когнитивный компонент представляет собой совокупность знаний менеджеров (как форма профессиональных знаний), связанных с процессами управления социальным взаимодействием в бизнес-организации.

Операционный компонент представляет собой совокупность управленческих умений и навыков, позволяющих направлять ситуацию в позитивное русло на основе предыдущего опыта управления процессом социального взаимодействия внутри трудового коллектива.

Показателем сформированности операционного компонента выступает технологичность, которая обеспечивает взаимосвязь между знаниями и реальной управленческой ситуацией и направлена на применение менеджером оптимальной стратегии поведения в конфликте, определяет готовность сознательно превращать деструктивный конфликт в конструктивный.

Личностный компонент представляет собой совокупность конструктивных качеств менеджера, которые характеризуют особенности его конфликтно-компетентного поведения и определенным образом отражаются в управленческой деятельности менеджеров в ситуации конфликта.

Показателем сформированности личностного компонента выступает саморегуляция профессионального поведения, определяющая способность менеджера противостоять давлению внешних обстоятельств и самостоятельно, ответственно, с опорой на собственный опыт решать проблему.

Заключение

Таким образом, проведенное исследование позволяет говорить о том, что социологические знания являются важнейшей чертой и предпосылкой профессионализма современного менеджера, позволяя принимать практические решения в процессе ведения бизнеса, в частности в такой важной области, как управление процессами социального взаимодействия.

В этом аспекте важнейшей задачей является формирование готовности менеджеров управлять процессами социального взаимодействия на основе социологических знаний и сформированного опыта в разрешении конфликтов.

Список литературы

Бабосов Е.М., Трусъ А.А. 2015. Особенности коммуникации в организационных моделях различных типов. — *Вестник Московского университета*. Сер. 18. Социология и политология. № 3. С. 95-114.

Гуссерль Э.И. 1999. *Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии* (пер. с нем. А.В. Михайлова). М.: ДИК. 489 с.

Деловые коммуникации (под. ред. Т.Ю. Анопоченко). 2018. М.: КноРус. 248 с.

Дыкина С.З. 2019. *Управление трудовыми конфликтами в производственной сфере деятельности организации*: дис. ... к. экон.н. Сочи. 221 с.

Кашапов М.М. 2024. *Основы конфликтологии*. М.: Юрайт. 117 с.

Потемкин В.К., Вельмисова Д.В. 2023. *Корпоративные социальные инновации*: монография. СПб: Инфо-Да. 418 с.

Федорова А.В. 2019. *Конфликтология. Для экономистов и менеджеров*. М.: КноРус. 212 с.

Хайдеггер М. 2018. *О существе человеческой свободы. Введение в философию*. СПб: Владимир Даль. 416 с.

Buber M. 2000. *I and Thou*. Scribner Book Company. 128 p.

KRIVTSOV Artem Igorevich, Dr.Sci. (Econ.), Professor of the Chair of Management, Marketing and Foreign Economic Activity named after I.N. Gerchikova, Moscow State Institute of International Relations, University of the Ministry for Foreign Affairs of Russia (76 Vernadskogo Ave, Moscow, Russia, 119454; 2030202@gmail.com)

SOCIOLOGY IN MANAGEMENT: PRACTICAL SOLUTIONS FOR DOING BUSINESS

Abstract. The article examines the issues of productive social interaction from the point of view of its practical significance for doing business as a complex process that carries a conflict potential, which is simultaneously a negative factor in organizational development and an incentive to update the organizational system and implement innovations. The author proves that the level of readiness for productive social interaction is determined by the level of development of the cognitive component, as well as the level of practical abilities of managers to resolve complex interpersonal situations that arise in the process of business management. As a result, the author concludes that sociological knowledge is the most important feature and prerequisite for the professionalism of a modern manager, allowing him to make practical decisions for doing business, in particular in such an important area as conflict management.

Keywords: management, sociology, social interaction, conflict, organization, readiness