

*Демененко И.А., ст. препод.
Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова
Папанова О.А., канд. псих. наук, доц.
Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

РЕИНЖИНИРИНГ МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИАЛЬНОГО КОНСАЛТИНГА

inna12manager@gmail.com

Трансформации социально-экономических отношений управления оказали непосредственное влияние на формирование и развитие подсистем менеджмента отдельной компании [3]. В современных условиях менеджеры руководят высококвалифицированным персоналом, способным не только к монотонной трудовой деятельности, но и к активной творческой и инновационной деятельности. Именно поэтому основной аспект системы управления сменяется от авторитарно-демократического стиля к системной модели построения мотивационного кодекса, развитию командообразования и неформального лидерства посредством психофизиологических и социальных особенностей отдельного работника.

Ключевые слова: менеджмент, консалтинг, персонал, консультант, реинжиниринг.

Введение. На сегодняшний день у российских бизнесменов сложилось представление о консалтинге как о непосредственной деятельности **системных интеграторов**. Конечно, данная позиция рассматривает различные аспекты реинжиниринга крупных коммерческих структур как фактора экономического показателя развития. В данном случае прогнозируются изменения бизнес-процессов организации, внедряемые с учетом тактических и стратегических целей для достижения роста социально – экономической эффективности.

В условиях масштабных социально-политических и экономических изменений в России актуализировалась повышенная объективная потребность в высококачественных консалтинговых услугах. Поиск оптимальных форм социального взаимодействия всегда был и продолжает оставаться предметом научного осмысления [3]. Современные менеджеры руководят высококвалифицированными работниками, способными не только к рутинному труду, но и готовыми к творческой деятельности. Поэтому центр тяжести методики управления смещается от грубого принуждения и примитивного стимулирования к тщательно продуманной мотивации и внимательному отношению к неформальной структуре организации и личностям ее сотрудников. В целом изменяется тип и характер управления социальными организациями.

Суть социального консалтинга, в отличие от консалтинга производственного и экономического, в объекте преломления предлагаемых технологий. Объектом социального консалтинга являются все социальные аспекты жизнедеятельности организации. Заблуждением является мнение, что социальный консультант предоставляет пакет услуг, увеличивающих эффективность работы персонала и с персоналом.

Помимо персонала, социальные аспекты жизнедеятельности организации равномерно распределены по всему циклу ее существования. Социальный консалтинг призван решать как внутренние проблемы организации (организационная культура, организационная структура, организационный наполнитель - персонал, организационное руководство), так и внешние (имидж организации, отношения с внешней средой, отношение с представителем внешней среды – клиентом и др.).

Методология. По справедливому замечанию Ф.Д. Кадария, социальный консалтинг является культурно-исторически детерминированной социальной технологией, заключающейся в управлении организационными изменениями со стороны профессиональных внешних консультантов в интересах организации-клиента, содержательно он представляет собой единство профессиональной активности и управления менеджментом, обладающее свойствами инновационности, клиентоориентированности, системности, субъект-субъектности, адаптивности [2].

Данная позиция позволяют определить, теоретически генерировать и дифференцированно исследовать показатели верификации консалтинговой деятельности и практикоориентированность направлений развития консалтинговых услуг.

Основная часть. Отношение к социальному консалтингу в Российском предпринимательском мире не однозначное и, можно сказать, на рынке потребителей представлены два противоположных мнения по этому вопросу. На основе сформированного отношения к социальному консалтингу существует четкое деление всего предпринимательского сообщества на две большие группы:

1) приветствующие консалтинг, тратящие большие деньги на консультантов, использующие все консультационные новинки на своих фирмах;

2) отрицающие консалтинг, не представляющие его технологий, желающие жить по старинке, ориентироваться на свое субъективное мнение в управлении организацией, не желающие выкидывать деньги на ветер.

Помимо этих основных групп можно выделить так называемые переходные группы: потенциально готовые к социальному консалтингу, потенциально неготовые к нему. Эти переходные группы пополняют ряды приветствующих и отрицающих консалтинг, но это происходит независимо от их первоначального настроения. Каким станет отношение такой организации к консалтингу, будет ли оно пользоваться услугами консультанта или навсегда откажется от подобно-

го рода инноваций зависит от двух основных причин:

1) успешность первого опыта обращения в консалтинговое агентство;

2) наличие достаточных средств для постоянной оплаты услуг консультанта.

Благоприятное сочетание этих факторов приводит переходные организации в первую группу (положительное отношение), неблагоприятное - во вторую (отрицательное отношение).

Эти две большие группы организаций (точнее сказать, руководителей таких организаций) обладают специфическими характеристиками, которые позволяют предположить, как данный субъект предпринимательской деятельности будет относиться к социальному консалтингу. Наборы этих полярных характеристик приведены в таблице 1.

Таблица 1

Характеристики организаций, имеющих полярное мнение о социальном консалтинге

| | Организации, приветствующие социальный консалтинг | Организации, отрицающие социальный консалтинг |
|----|---|---|
| 1. | Большинство располагается в социальных центрах, столицах (материальных и духовных) в больших городах с развитой социальной сферой | Большинство располагается на периферии, в провинции, в городах с слабо развитой социальной сферой |
| 2. | Большинство используют зарубежные технологии производства и продажи товаров и услуг | В основном используют современный арсенал по производству товаров и услуг |
| 3. | Имеют большой штат персонала, задействованный в социальных коммуникациях | Имеют небольшой штат персонала или слабо задействуют его в коммуникациях |
| 4. | Чаще всего, организация относится к социальной сфере | Чаще всего организация относится к производственной сфере, с выходом на сбыт |
| 5. | Личность руководителя отличается высокой инновационной активностью и мотивацией достижения | Личность руководителя отличается большой консервативностью и боязнью неудач |

По своей численности вторая группа организаций на данный момент является лидирующей. Это объясняется новизной данного вида услуг на Российском рынке, не устоявшейся системой цены и качества, большого количества лже-специалистов и лже-технологий. Недоверие к системе социального консультирования серьезно затрудняет работу специалистов в этой области и, как следствие, пропаганду эффективного и конструктивного подхода к работе с персоналом. Поэтому на данном отрезке времени, миссией всех консалтинговых компаний (особенно в провинции) можно провозгласить отсутствие компенсации за свои интеллектуальные вложения, а приобщение к передовому опыту отбора, организации и стимулирования российского предпринимательства.

Для достижения цели введения инновационного знания на рынок России необходимо оформить принципиальные основы социального консультирования.

Выполнение минимума предложенных принципов позволит социальному консультанту

составить первоначальный устав своего агентства и сформировать этические нормы своей индивидуальной деятельности:

1) постоянное повышение уровня знаний, освоение новых технологий;

2) решение задач в пределах своей компетенции;

3) правильное соотношение цены и качества услуг, цены и объема услуг, цены и дохода населения города (населенного пункта);

4) реальная оценка своих возможностей;

5) адекватное прогнозирование результата деятельности.

Социальный консалтинг организации может быть представлен в виде следующих технологических этапов:

1) социальный аудит - диагностика социальных процессов, социальной структуры и социального потенциала организации;

2) прогностический комплекс - определение тенденции социального развития организации при неизменных переменных;

3) моделирование социальных процессов, социальной структуры и повышение социального потенциала организации;

4) сопровождение социальной реорганизации организации.

Каждый из этапов технологического пакета несет в себе максимально полные, объективные фундаментальные, практические и технологические портфели мероприятий.

Создание полного технологического пакета социального консультирования организации требует не только материальных и временных затрат. Специалисты, пользующиеся данным пакетом должны обладать достаточными специальными знаниями, так как каждый из этапов социального консалтинга имеет вид сложного алгоритма.

Сложность проведения социального консалтинга усугубляется скоростью возникновения новейших методов осуществления его технологических составляющих. Так, на данном этапе развития этого рода деятельности, помимо общепринятых и общеизвестных социологических, психологических и статистических методов появился новый, психоаналитический метод консультирования организаций.

Выводы. Таким образом, основу успеха деятельности социального консультанта составляет, прежде всего:

1) наличие эффективного технологического пакета проведения диагностических, прогностических, моделирующих и корректирующих процедур;

2) наличие навыка и умения свободно манипулировать методическим аппаратом всех этапов консультирования;

3) возможность и активная мотивация постоянного обновления и усовершенствования технологического пакета;

4) умение доказать и наглядно показать эффективность консультативной деятельности.

Для успешного продолжения своей деятельности на рынке, поддержания высокого уровня конкурентоспособности, руководителям малых предпринимательских структур, при принятии решений, полезно применять на практике такие принципы как: установление четких границ, понимание последствий и принятие ответственности, качественный подход, своевременность, косвенная коллегиальность [1].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гулей И.А., Целютина Т.В. От стратегического управления до современных принципов принятия управленческих решений в малом бизнесе // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2015. №2. С. 188–191.

2. Кадария Ф.Д. Социальный консалтинг в управлении основными сферами жизнедеятельности современного российского общества: автореф. дис. ... докт. соц. наук. Ростов – на – Дону. 2004. 33с.

3. Ключник И.В. Формирование толерантности молодежи в современных условиях: автореф. дис. ... канд. соц. наук. Белгород. 2005. С. 1–2.

4. Avilova Z.N., Gulei I.A., Shavyrina I.V. Formation of the Customer-Centric Organizational Culture of the University as a Factor of Effective Social and Economic Development of the Region // Mediterranean Journal of Social Sciences. June 2015, Vol. 6, No 3 S5, p. 207–215.

Demenenko I.A., Papanova O.A.

REENGINEERING THE COMPANY'S MANAGEMENT THROUGH THE PRISM OF SOCIAL CONSULTING

Transformation of socio-economic relations management have a direct impact on the formation and development of subsystems separate management company. In modern conditions the managers led by highly qualified personnel, able not only to monotonous work, but also to the active and creative innovation. That is why the main aspect of the control system is replaced by an authoritarian style to a democratic system model of construction Code motivational, team-building and the development of informal leadership through psycho-physiological and social peculiarities of the individual worker.

Key words: management, consulting, staff, consultants, reengineering.

Демененко Инна Арамовна, старший преподаватель кафедры социологии и управления Института экономики и менеджмента.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова.

Адрес: Россия, 308012, Белгород, ул. Костюкова, д. 46.

E-mail: inna12manager@gmail.com

Папанова Ольга Анатольевна, доцент кафедры управления персоналом Института управления

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Адрес: Россия, 308015, Белгород, ул. Победы, д. 85.

E-mail: papanova@bsu.edu.ru