

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ, ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ**

И.К. НИЗАМУТДИНОВ, В.В. МАЛАЕВ

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

Учебно-методическое пособие

**КАЗАНЬ
2022**

УДК 316.334.23(075.8)

ББК 60.54я73

Н61

*Печатается по рекомендации
кафедры проектного менеджмента и оценки бизнеса
Института управления, экономики и финансов
Казанского (Приволжского) федерального университета
(протокол № 6 от 12 марта 2022 г.)*

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор **А.М. Туфетулов;**

доктор экономических наук, профессор **А.Л. Ельшин**

Низамутдинов И.К.

Н61 Управление социальным развитием: учебно-методическое пособие / И.К. Низамутдинов, В.В. Малаев. – Казань: Издательство Казанского университета, 2022. – 36 с.

Учебно-методическое пособие «Управление социальным развитием» затрагивает широкий спектр вопросов по социальному развитию отдельной личности, по характеру формирования процессов социального развития в рамках организации. Управление социальным развитием основано на знании таких дисциплин, как «Основа менеджмента», «Управленческие решения», «Социология».

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Управление социальным развитием», могут быть использованы в практической деятельности в рамках формирования корпоративной культуры организации, в рамках совершенствования качества человеческого капитала, при решении вопросов социального развития организации в современных условиях хозяйствования.

УДК 316.334.23(075.8)

ББК 60.54я73

© Низамутдинов И.К., Малаев В.В., 2022

© Издательство Казанского университета, 2022

Содержание

<i>Введение</i>	4
Тема 1. Сущность социального развития персонала	5
Тема 2. Социальная ответственность бизнеса	8
Тема 3. Социальная инфраструктура	15
Тема 4. Социализация личности	20
Тема 5. Социальное проектирование	26
Тема 6. Проблемы оценки рисков при развитии организации	30
Список литературы	35

Введение

Необходимость подготовки по предмету «Управление социальным развитием», обусловлена следующими обстоятельствами:

1. Управление социальным развитием в последнее время выделилось в самостоятельное направление науки управления;
2. Профессиональное управление стало самостоятельной специализацией в практике менеджмента, в управлении изменениями.

Целью курса является подготовка специалистов в сфере менеджмента, в сфере управления организацией как комплексом процессов и ресурсов.

Дисциплина ориентирована на подготовку менеджеров-практиков и должна раскрывать специфику и общую методологию управления, как программы реализации изменений.

Методы и технологии программно-целевого управления развитием организации составляют предметную часть курса. Содержание и последовательность изложения материала позволяют проследить динамику развития функций и методов управления развитием во взаимосвязи с изменением объекта управления.

ТЕМЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ (вводная часть курса).

Тема 1. Сущность социального развития персонала.

Управление социальным развитием персонала является составной частью процесса социального управления и развития персонала. Представляет собой узкое направление по развитию социальных навыков работников (например, взаимодействие с клиентами), необходимых для эффективной работы.

Для понимания этих процессов остановимся подробнее на ключевом процессе – социального управления и развития персонала.

Это понятие включает следующее:

признание важности создания команды сотрудников-единомышленников, когда интересы работников взаимосвязаны с интересами компании;

личные успехи руководителя предопределены эффективностью и результативностью совместной работы всех сотрудников;

саморазвитие работника – это составляющая и условие социального развития компании.

Задачи социального управления и развития сотрудников организации:

кадровое планирование, анализ и оптимизация организационной структуры, повышение качества персонала;

расширение полномочий исполнителей и совершенствование форм контроля их деятельности;

развитие социального партнерства и создание атмосферы доверия;

повышение социальной защиты работников, расширение прав и функций профсоюзов;

совершенствование механизмов планирования карьеры и создания условий для сохранения наиболее ценных работников;

улучшение условий труда и развитие системы стимулирования и трудовой мотивации;

формирование корпоративной культуры инновационного типа.

В исследованиях последних лет указывается на то, что как в государственных, так и в коммерческих организациях управление персоналом становится организованным и системным процессом. Если рассматривать управление персоналом в социальных организациях, то оно, как правило, реализуется руководителем учреждения. Отдельного структурного подразделения в виде службы персонала в муниципальных организациях нет. Такие подразделения (департаменты или отделы) представлены в региональных и федеральных учреждениях (министерствах, ведомствах). Также как и в коммерческих организациях, департамент кадровой политики какого-либо социального ведомства призван решать следующие задачи:

соблюдение норм трудового законодательства и создание благоприятных условий для трудовой деятельности работников;

разработка и внедрение системы справедливого вознаграждения за труд;

организация социальной защиты и поддержки сотрудников в сложных жизненных ситуациях;

формирование здорового микроклимата в коллективе.

Социально-психологические аспекты управления персоналом.

Социально-психологические аспекты управления персоналом представлены следующим:

ориентация на гуманистические основы (вера в возможности человека, его потенциал, создание условий для саморазвития);

применение методов социально-психологической диагностики персонала (психологическое тестирование, анкетирование, шкалирование);

применение методов социологии в управлении персоналом (опросы, интервью);

психоконсультирование и психокоррекция (например, в отношении первых лиц компании).

Как правило, в крупных организациях для реализации перечисленных направлений создаются социально-психологические службы в структуре департамента управления персоналом.

Социально-психологические методы управления персоналом.

Остановимся подробнее на функциях и методах работы социально-психологической службы предприятия. Функции:

создание условий для изучения и коррекции негативных факторов, влияющих на производственные, социальные, межличностные отношения в компании;

управление конфликтами, возникающими в процессе работы между сотрудниками, подразделениями и сотрудниками.

формирование корпоративной культуры, позитивных внутренних коммуникаций;

социально-психологическое сопровождение корпоративного управления, подготовка руководителей и менеджеров к взаимодействию с партнерами, клиентами;

проведение социально-психологических и маркетинговых исследований персонала в организации и на рынке труда.

Для этого используются следующие социально-психологические методы управления персоналом (в широкой трактовке этого понятия):

1. Социальные (социологические) методы управления персоналом применяют, чтобы определить место и назначение работника в коллективе. А также, чтобы выяснить, кто в группе является неформальным лидером. Кроме того, подобные методы помогают стимулировать персонал работать эффективно, обеспечивают результативные коммуникации и предупреждают развитие межличностных конфликтов в группе. Это следующие методы:

социальное планирование (помогает формировать здоровые социальные отношения, определять необходимые социальные нормы на основе прогнозных планов о темпах развития компании);

социологические исследования (позволяют своевременно диагностировать конфликты, межличностные проблемы, определить их природу и пути преодоления);

воздействие на мотивацию человека (через общественную мораль, в процессе партнерства, соревнования);

управление конфликтами (анализ причин, выявление мотивации конфликтующих сторон и другое).

2. Собственно социально-психологические методы управления персоналом (в узкой трактовке этого понятия) направлены на решение проблем конкретной личности и, как правило, имеют свое индивидуальное выражение. Это методы:

социально-психологической диагностики (помогают выявить скрытые внутренние проблемы человека, трудности его взаимодействия с группой);

психокоррекции (нацелены на устранение или минимизацию внутренних проблем, противоречий работника);

психоконсультирования и другое.

Социальная эффективность управления персоналом.

Социальная эффективность управления персоналом – это один из критериев оценки эффективности управления персоналом (наряду с экономической и организационной эффективностью). Критерий предполагает:

что ожидания работников реализованы, а потребности удовлетворены;

что сотрудники мотивированы на эффективный труд и получают за это справедливое вознаграждение;

что в рабочих группах присутствует здоровый социально-психологический климат.

Для определения социальной эффективности управления персоналом используются следующие показатели:

социально-психологический климат в рабочей группе;

влияние социальных программ компании на результативность работы персонала и компании в целом;

степень удовлетворенности сотрудников своей работой и кадровой политикой компании;

средние затраты на корпоративные мероприятия в расчете на одного сотрудника.

Социально-экономические методы управления персоналом.

Социально-экономические методы управления персоналом предполагают косвенное влияние управленческого воздействия. Подобные методы способствуют материальному стимулированию производственных коллективов и отдельных сотрудников. Реализуются, например, в виде оплаты труда, зависимости оплаты труда от достигнутых предприятием экономических показателей. Другие экономические методы управления персоналом – планирование, хозяйственный расчет, участие персонала в получении прибыли путем покупки ценных бумаг организации.

Тема 2. Социальная ответственность бизнеса.

Способность к социальному взаимодействию власти, бизнеса и общества, более того, потребность в их социальном взаимодействии, не предопределяется изначально. В числе первых, кто поставил вопрос о социальной ответственности бизнеса, был Э. Карнеги. Он сформулировал два основных положения, на которых основывается понятие социальной ответственности. Первое – принцип благотворительности, второе – принцип служения.

В конце 60-х – начале 70-х годов XX в. в США, Великобритании, Японии и Германии стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса. В наиболее общем виде она раскрывается так: бизнес должен не только заботиться о прибыли и уплате налогов, которые распределяются государством на решение социально значимых проблем, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участвуя в экономической адаптации социально незащищенных слоев населения, в охране окружающей среды.

Тогда же возник широкий спектр подходов к трактовке и оценке концепции социально ответственного бизнеса. С одной стороны, это *теория корпоративного альтруизма*, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей, а с другой – *теория корпоративного эгоизма* (М. Фридман, Д. Хендерсон), утверждающая, что бизнес ответствен только за увеличение дохода своих акционеров.

Между этими крайними позициями существует множество промежуточных. Среди них *теория просвещенного эгоизма*, согласно которой, расходуя на социальные и благотворительные программы, корпорация, уменьшая текущую прибыль, создает благоприятную социальную среду для устойчивой прибыли в будущем; и *теория социально ответственного поведения*, основанная на стремлении бизнеса повысить свой социальный статус посредством осуществления благотворительных и социальных программ.

При этом между представителями вышеуказанных концепций идет острая полемика. Так, сторонник теории корпоративного эгоизма Д. Хендерсон называет концепцию социально ответственного бизнеса "обманчивой" и "разрушительной", поскольку она базируется "на сомнительных или ложных допущениях", которые ведут "к росту затрат и ухудшению результатов" деятельности корпораций.

В научной литературе понятие социальной ответственности бизнеса трактуется как добровольный вклад, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума, в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах. Некоторые авторы воспринимают ее как обязанность деловых кругов действовать в соответствии с решениями, которые в той или иной степени выходят за рамки непосредственных экономических интересов корпораций.

Другие – рассматривают социальную ответственность как настоятельную необходимость для корпораций осуществлять в рамках существующей экономической системы операции, которые отвечали бы интересам и потребностям различных социальных кругов и организаций.

Сопоставляя эти различные концептуальные позиции, можно сделать вывод о том, что все они правомерны и отражают разные аспекты сложного процесса взаимосвязи общества, государства, политики и бизнеса.

Социальная ответственность в широком понимании выступает как определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам, с одной стороны, и осознание ими своего долга перед обществом, коллективом, индивидом за свои действия и их социальные последствия – с другой.

Концепция социально ответственного бизнеса рассматривает взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом, тогда как понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) можно трактовать как операционализацию общей концепции. В материалах Европейской комиссии дается следующее определение:

"Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды". Ассоциация менеджеров России дает следующее понимание социально ответственной компании: это компания, действующая по принципам социальной ответственности и осуществляющая комплекс социальных программ в приоритетных для нее направлениях. Крупнейшие ассоциации российского бизнеса – Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей) (РСПП), Торгово-промышленная палата Российской Федерации и Объединение предпринимательских организаций России в своих программах ввели как обязательное понятие "социальная ответственность бизнеса". Для координации усилий в этой области в РСПП был создан пост вице-президента "по социальной ответственности бизнеса".

Государство в лице Президента РФ определило социальную ответственность бизнеса как главный принцип во взаимодействии между государством, бизнесом и обществом, который заключается прежде всего в участии в "социальных программах государства в целом". По словам Президента РФ, особенно активным сотрудничество должно быть в таких сферах, как образование, здравоохранение, экология, регулирование потоков трудовой миграции, а также в обсуждении вопросов ипотечного кредитования и социальных проблем армии.

Дальнейшее развитие отношений бизнеса и государства в области социальной политики, как считают некоторые эксперты, может пойти по одному из трех сценариев. Прежде всего это традиционная для России бюджетозамещающая роль бизнеса, второй сценарий – идеальная модель конкурентного рынка социальных услуг. И третья, более реалистичная модель – бизнес выступает равноправным партнером государства, а государство, в

свою очередь, является администратором и гарантом прозрачности правил игры на рынке социальных услуг.

Западный опыт учит, что введение социальной отчетности ведущими мировыми корпорациями с конца 70-х годов прошлого века и регулярная отчетность западных компаний о расходах на социальные проекты не только существенно улучшили их имидж в глазах клиентов, но и привлекли к ним внимание инвесторов. Сегодня социально-этический маркетинг становится новой составляющей концепции функционирования компаний, для которых социальные инициативы приобретают определенную значимость в числе факторов, предопределяющих их прибыльность и коммерческий успех.

Масштабность этих процессов к началу нового века привела к пониманию необходимости раскрытия в приложениях к бухгалтерским отчетам компаний корпоративной информации об их взаимодействии с окружающей средой и проводимых мероприятиях, направленных на охрану природы. В соответствии с требованиями действующего международного стандарта в области экологического менеджмента, документация по экологической политике компании не должна быть коммерческой тайной и подлежит раскрытию в ее социальном отчете.

Сегодня уже невозможно представить сколько-нибудь значимую западную компанию, которая не была бы проводником принципов корпоративной социальной ответственности, декларирующих добровольное решение компаний участвовать в оздоровлении природы и защите окружающей среды. Этот подход, сформулированный в государственной доктрине социальной ответственности бизнеса, получил широкое распространение в Европе, США, Японии.

Теперь требования к "открытости" отчетности не ограничиваются уже только экологическим блоком. Речь идет о распространении принципов "прозрачности" на два других блока взаимодействия компаний с обществом: экономический (включающий в себя, кроме финансовых показателей основной бухгалтерской отчетности, данные о заработной плате, производительности труда, создании рабочих мест, расходах на новые технологии и научные исследования, а также о затратах на обучение) и социальный, содержащий, например, сведения о безопасности производства, условиях труда, здоровье персонала, текучести кадров, соблюдении трудового права, прав человека и т.п. Все эти блоки в настоящее время служат характеристиками экологической, социальной и экономической эффективности компании.

Учитывая "многоукладность" российской экономики и сосуществование в ней закрытой корпоративной информации, представляется, что факторы социальной ответственности бизнеса неизбежно будут важны, предопределяя и общую рентабельность.

Масштабность этого процесса должна возрастать по мере становления и развития российских стандартов социального бухгалтерского учета и социальной отчетности. Причиной роста значимости факторов "прозрачности" и "открытости" должно стать также повышение роли российских корпораций в

международных инвестиционных процессах и возрастание объективных возможностей для слияния и поглощения отечественными компаниями западных и наоборот.

Анализ практических вопросов реализации российскими компаниями социальных программ позволяет сделать несколько важных выводов. По данным исследований, только 9% топ-менеджеров считают, что публикация ежегодных социальных отчетов демонстрирует обществу открытость компаний, а введение рейтингов социальной ответственности будет стимулировать повышение их конкурентоспособности. Анализ показал отсутствие заинтересованности в развитии социальной ответственности крупного и среднего бизнеса.

Рассмотрение объективных причин добровольного формирования бизнесом социальных программ требует оценки факторов его заинтересованности в социальной активности. Как показало изучение данных Российской ассоциации менеджеров, в 29% случаев побудительным мотивом благотворительных мероприятий оказывается создание взаимовыгодных отношений с властями разных уровней. Однако это не является исключительным свойством отечественных предпринимателей.

Даже в западных странах в условиях низкой зависимости бизнеса от государства компании используют благотворительность и участие в социальных программах, чтобы "заслужить" лояльность со стороны властей, получить определенные социально-психологические преимущества перед конкурентами, налоговые льготы и т.д.

PR-менеджеры отметили благотворительность и социальную активность компаний как важный механизм выстраивания отношений с властями почти в половине случаев (47%). Не секрет, что часто благотворительная акция становится залогом невмешательства властей в реализацию того или иного бизнес-проекта. Более 35% топ-менеджеров при выборе объекта для поддержки ориентируются на приоритеты местной власти.

Несмотря на осознание важности благотворительности для повышения имиджа, во многих корпорациях благотворительность реально не используется для достижения этой цели, первые лица компаний часто вообще не рассматривают благотворительность как возможность для продвижения имиджа компании. По данным Российской ассоциации менеджеров, во многих случаях (34%) благотворительные мероприятия освещаются только внутри компании, а их популяризации в СМИ не придается сколько-нибудь серьезной значимости. Даже в компаниях, где созданы и работают PR-подразделения, о благотворительных мероприятиях широкие слои общественности узнают лишь в 6-8% случаев. Тем не менее, менеджеры убеждены, что освещение благотворительной деятельности компании в СМИ очень важно для формирования отношений между бизнесом и обществом (38%), и стараются использовать благотворительные мероприятия как яркий элемент событийной коммуникации, эффективно позиционирующий компанию в глазах общественности. Освещение своих социальных программ в СМИ они

рассматривают как важный элемент формирования отношений между бизнесом и обществом, а также для обеспечения рекламы и создания привлекательного имиджа компании. В то же время, для крупных компаний внутреннее освещение благотворительных акций порой важнее, чем внешнее, поскольку позволяет улучшить климат в коллективе, создать у персонала ощущение собственной защищенности и т.д.

Одна из причин подозрительности и недоверия к благотворительной деятельности наших предпринимателей заключается в том, что реальные затраты на эту деятельность не достигают ожидаемого эффекта, поскольку в России пока не сформирован к ней профессиональный подход. Дело в том, что кажущаяся на первый взгляд простота и доступность социальных инициатив на деле требует сложного системного научного подхода, так как социальная ответственность бизнеса выступает как элемент управленческой культуры нового общества.

Следующими по важности факторами, после улучшения имиджа и отношений с властями, руководители PR-служб называют "возможность улучшения отношений с местным общественным мнением" (25%) и "возможность улучшить взаимодействие с целевыми рынками (социальный маркетинг)" (23%), в то время как для первых лиц компании следующей по значимости причиной заинтересованности в корпоративной благотворительной деятельности является личная симпатия к организациям-объектам поддержки и работающим в них людям (30%), и этот фактор не менее важен, чем прагматический интерес установления отношений с властями.

В развитых странах посредниками между компаниями и реципиентами давно уже выступают многочисленные фонды. В России же из-за высокой степени недоверия к независимым организациям, профессионально занимающимся распределением благотворительной помощи, к ним относятся как к лишнему звену на этом пути. По данным руководителей PR-служб, только в 3-5% случаев распределение средств на некоммерческие цели передается фонду, созданному самой компанией. О популярной на Западе специализации благотворительных программ по принципу наиболее близких или проблемных для компании областей (например "автомобильные компании – экология") говорить пока рано. Впрочем, в обществе с сильной дифференциацией доходов, большим количеством нерешенных социальных проблем и общим негативным отношением населения к крупному бизнесу компаниям, действительно, разумнее направлять усилия на самые проблемные области, привлекающие постоянное внимание общественности. Очевидно, осознавая это, в 51% случаев директора российских компаний (и в 68% – директора служб) ориентируются на социальные сферы, вызывающие наибольший резонанс в общественном сознании: дети (из них 69% – дети-сироты), пенсионеры, ветераны, малоимущие (71%) и спорт (65%). Менее всего бизнес склонен поддерживать науку, экологию и религиозные организации. Впрочем, как показывают данные исследования, компании далеко не всегда ориентируются на социальный эффект от благотворительной деятельности, зачастую он их и не интересует.

Очень важна как для директоров, так и для специалистов по связям с общественностью сама возможность освещения акта помощи в СМИ (24 и 35% соответственно).

Почти четверть (24%) из опрошенных директоров компаний отметили, что созданию долгосрочных и взаимовыгодных отношений между бизнесом и общественно-социальной сферой препятствует негативный имидж общественных организаций, выступающих посредниками между бизнесом и получателями поддержки.

Сейчас на Западе крупные компании не считают зазорным помогать малым фирмам в своем регионе, ведь это, в конечном счете, благотворно влияет и на социальную среду, улучшая имидж компании-донора, и не требует больших затрат.

Российским бизнесменам поддержка чужого, пусть и малого, бизнеса на безвозмездной основе пока же представляется "пустой затеей". Российская атмосфера недоверия накладывает свой отпечаток и на способы отбора конкретных реципиентов помощи. Основными критериями выбора получателя поддержки (82% – для директоров и 76% -для руководителей PR-служб) являются наличие гарантий целевого использования средств и возможность осуществления финансового контроля. Отсутствие же таких гарантий – решающий фактор для отказа выделить средства на благотворительные цели (16% директоров). Интересно, что при этом размер запрашиваемых средств для директоров компаний вообще не является определяющим критерием.

О слабой ориентации директоров на стратегию компании при выборе объекта для поддержки говорит тот факт, что критерий гарантированного целевого использования средств идет с большим отрывом от фактора, определяющего стыковку благотворительной деятельности со стратегией компании, – "соответствие целей получателя корпоративным целям" (32%).

Многие компании, выбрав объект, предпочитают поддерживать долгосрочное сотрудничество с конкретной организацией (33% директоров и 29% специалистов по связям с общественностью), однако более распространена поддержка определенных мероприятий.

Руководители PR-отделов и представители благотворительных фондов предпочитают поддерживать не столько организации, сколько долгосрочные целевые программы (38 и 60% соответственно), довольно часто компании ограничиваются поддержкой разовых мероприятий (26% директоров и 21% руководителей PR-служб). Таким образом, заинтересованность представителей бизнеса в совершенствовании социальной сферы страны пока находится в стадии развития и на сегодняшний день остается довольно низкой.

Говоря о сегодняшних взаимоотношениях бизнеса с властью и обществом, можно отметить, что ожидания общества несколько иные, чем ожидания власти. Имеющееся количество примеров из практики российского бизнеса позволяет сделать вывод, что в настоящее время существуют четыре общие модели его социального поведения.

Первая модель – это градообразующее предприятие, которое определяет всю жизнь в данном населенном пункте.

Вторая модель – добровольно-принудительная благотворительность. Ее символ в Москве – храм Христа Спасителя. Практически в каждом регионе есть какой-то яркий объект, который служит символом такого рода модели.

Третья модель – это торг. Крупный бизнес торгуется: нефтяная скважина в обмен на северный завоз в больницы и школы.

Четвертая модель – модель социального партнерства. Сегодня она встречается реже, чем три вышеупомянутые.

Разница в понимании социальной ответственности бизнеса российскими и западными деловыми кругами заключается в том, что в России компании выносят на первый план в социальной ответственности и социальной отчетности, как правило, разовые проекты (как инструмент управления репутацией), западные компании рассматривают социальную ответственность и отчетность как длительный и непрерывный процесс конструктивного, взаимовыгодного и устойчиво развивающегося взаимодействия работодателя со всеми участвующими сторонами: наемными работниками, клиентами, общественными организациями и органами власти региона.

Так, многие социально ответственные корпорации в Европе (и не только) создают внутренние комитеты или комиссии по этике или социальной ответственности, задача которых – объединение широкого круга связанных с компанией организаций и людей для участия в разработке стратегии развития корпорации в вопросах корпоративной этики и социальной политики в отношении наемного труда и общества в целом, политики по охране окружающей среды, создания эффективного кодекса корпоративного управления, соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями и персоналом.

Именно такое представление о социальной ответственности бизнеса существует у большинства зарубежных организаций и компаний, популяризирующих и реализующих идеи социальной ответственности и гражданского партнерства

Почему именно сейчас заговорили о социальной ответственности бизнеса? Почему данная проблема становится одной из самых серьезных среди бизнесменов Запада, да и в России к ней в последние годы проявляется значительный интерес? Ответ на эти вопросы можно найти, если проанализировать экономические причины выдвижения проблемы социальной ответственности бизнеса на первый план. Значительная часть российского крупного бизнеса стала осознавать ущербность неолиберальной философии "чистого рынка", ее негативного воздействия не только на состояние общественных отношений, социальную стабильность, но и на чисто экономические результаты деятельности корпораций.

Одна из иллюзий массовых ожиданий в начале экономических реформ в России состояла в том, что "богатство" (предпринимательский доход), накапливаясь на одном "полюсе", затем будет перераспределяться между

остальными членами общества в виде создания рабочих мест, поступлений в бюджет для обеспечения нетрудоспособных граждан и выплаты заработной платы работникам бюджетных отраслей. К сожалению, российская реальность не подтвердила этих ожиданий. В массовом сознании россиян есть понимание того, что огромные состояния, которые были нажиты за несколько лет в процессе разгосударствления собственности, вовсе не являются результатом упорного труда и честной конкуренции, а чаще всего это результат неравного доступа к распоряжению госсобственностью и легализации теневых капиталов, да и крупный бизнес – объект концентрации отрицательных значений и оценок.

Тема 3. Социальная инфраструктура.

Социальная инфраструктура – комплекс объектов (предприятий, учреждений, организаций и сооружений), которые обеспечивают условия функционирования общественного производства и жизнедеятельности населения, формирование физически и интеллектуально развитого, общественно активного индивида.

Главные признаки выделения социальной инфраструктуры в отдельную подсистему:

общие условия процесса общественного воспроизводства, – это ее функциональное назначение;

имеет сложное внутреннее строение – в ней различают части, звенья, объекты.

В самом общем виде социальную инфраструктуру разделяют на социально-бытовую и социально-культурную части. Социально-бытовая инфраструктура направлена на создание условий для воспроизводства человека как биологического существа (через бытовую среду), удовлетворение его потребностей в надлежащих условиях жизни. Социально-культурная инфраструктура способствует воспроизводству духовных, интеллектуальных (через культурно-образовательную среду) и в значительной степени физических свойств индивида, формированию его как экономически активной личности, которая отвечает определенным требованиям общества к качеству рабочей силы.

В составе социально-бытовой инфраструктуры различают следующие компоненты: жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание населения, торговля и общественное питание, пассажирский транспорт и связь для обслуживания населения и т.д. Социально-культурная инфраструктура охватывает здравоохранение, рекреационное хозяйство, физическую культуру и спорт, социальное обеспечение, образование, культуру и искусство, культовые сооружения и т.д.

Социальная инфраструктура играет второстепенную роль относительно базовых отраслей сферы материального производства. Возникновение элементов социальной инфраструктуры связано с развитием производительных

сил и углублением общественного разделения труда, когда природные условия производственной деятельности дополнялись искусственно созданными, обусловленными необходимостью в подготовительно-заключительных процессах и организации оборота произведенного продукта.

Объективной необходимостью для поддержания жизнедеятельности и обеспечения экономического прогресса общества стало также культурно-бытовое обслуживание. Рост роли общих условий процесса общественного воспроизводства обусловило появление понятия «инфраструктура». В процессе исторического развития, с углублением общественного разделения труда возрастает значение общих условий общественного воспроизводства, возникают новые виды деятельности в сфере обслуживания, совокупность объектов социальной инфраструктуры расширяется.

В конце 90-х гг. XX в. возросла роль социальной инфраструктуры в совершенствовании пропорций и формировании качественных факторов общественного воспроизводства, расширении масштабов экономической деятельности, развитии главной производительной силы общества – человека. На долю услуг, которые предоставляют объекты социальной инфраструктуры, в России приходится до 1/4 общего объема потребления материальных благ и услуг. От уровня и темпов развития социальной инфраструктуры зависят создание оптимальных условий быта, труда и отдыха, укрепление здоровья, повышение культурно-образовательного и профессионально-квалификационного уровня населения.

Экономические теории инфраструктуры берут начало из исследований социального капитала, под которым понимали разницу между расходами капиталистов и общественными затратами на производство товаров. Присвоение социального капитала, или внешняя экономия достигается в производстве за счет полезного эффекта от деятельности других учреждений (образования, здравоохранения, науки), то есть социальной инфраструктуры. Утверждалось, что социальный капитал (или социальная инфраструктура) охватывает мощности, без которых невозможно функционирование производственных сфер хозяйства, и предоставление всех общественных услуг, в частности, охрана общественного порядка, воспитание, здравоохранение, транспорт, связь и т.д.

Значительное количество трудов по теории социальной инфраструктуры в зарубежной науке появилась в конце 60-х – начале 70-х гг. Общим в толковании социальной инфраструктуры является подход к ней как к элементу капитала и богатства. К социальной инфраструктуре относят сферы человеческой деятельности, которые являются предпосылкой развития хозяйства страны или региона, поэтому инфраструктурные инвестиции должны опережать производственные.

Необходимое требование к созданию и функционированию социальной инфраструктуры – установление определенных минимальных сроков службы и проектной величины объектов (небольшие сооружения довольно часто неэффективны), а также минимальной концентрации инфраструктурных

сооружений. Степень развитости социальной инфраструктуры – показатель особенностей конкретного хозяйства и важный фактор размещения промышленности.

По мнению зарубежных исследователей, региональная экономическая политика должна концентрироваться вокруг финансовой помощи социальной инфраструктуре. Значительная часть таких мероприятий является чрезвычайно капиталоемкой, обеспечивает окупаемость средств в течение длительного времени, поэтому доля государственного участия в инфраструктурных программах развитых стран мира традиционно высока. Например, именно развитие социальной инфраструктуры было определено важнейшей целью основного плана экономического и социального развития Японии на 1973-77 гг. Вопросы состояния и развития социальной инфраструктуры периодически рассматриваются на заседаниях Конгресса США. По данным слушаний Конгресса США, в состав социальной инфраструктуры относят дороги, мосты, порты, транспорт, искусственные водоемы и водные рекреационные системы, природоохранные объекты, парки, рекреационные объекты, школы, тюрьмы, объекты здравоохранения и психиатрической помощи, здания общественного назначения и правительственных учреждений.

Понятие социальной инфраструктуры в отечественной науке сформировалось на грани отраслей социально-экономических знаний из сферы нематериального производства. Первые основательные работы посвященные исследованию социальной инфраструктуры, появились в 70-х гг. Сначала социальную инфраструктуру часто сводили к сфере услуг, признавая, что она является совокупностью отраслей с общим функциональным назначением, которое заключается в удовлетворении потребностей населения в услугах.

Как экономическая категория, социальная инфраструктура отражает производственные отношения по поводу деятельности различных объектов, направленной на создание комплекса общих условий для обеспечения экономического роста и жизнедеятельности населения страны, то есть процесса общественного воспроизводства.

Возможности социальной инфраструктуры в создании этих условий зависят от мощности ее экономического потенциала, который определяется ее современным состоянием и динамичностью, имеющимися объемами резервов и ресурсов.

Социальная инфраструктура – структурный элемент хозяйственного комплекса, составная его функциональной и территориальной структур. Исходя из понятия социальной инфраструктуры, которую образуют предприятия, учреждения, организации и сооружения, составляющие материально-вещественную основу социальных общественных процессов, финансовые, трудовые и природные ресурсы влияют на развитие социальной инфраструктуры, но не являются ее экономическим потенциалом.

Главный составляющий элемент экономического потенциала социальной инфраструктуры – основные фонды (здания и сооружения, коммуникации (дороги, линии связи и т.п.)), техническое оснащение зданий, сооружений и

коммуникаций. Стоимость основных фондов социальной инфраструктуры составляет более трети стоимости основных фондов экономики.

Социальная инфраструктура является структурным элементом хозяйственного комплекса, составляющей его функциональной и территориальной структур. Функциональная структура отражает состав и соотношение групп объектов, выполняющих определенные функции в хозяйственном комплексе. Территориальная структура представлена различными формами пространственного сосредоточения объектов и их территориальных сочетаний (комплексов, центров и т.д.). Поскольку развитие социальной инфраструктуры, прежде всего, имеет территориальный аспект, создавая условия для обеспечения потребностей населения и производства на определенной территории, эта категория получила широкое распространение в региональной экономике.

Социальную инфраструктуру как комплекс обслуживающих отраслей трактуют с точки зрения макроэкономической модели всего хозяйственного комплекса. Исследование комплекса объектов и комплекса отраслей взаимосвязано, поскольку связи отраслей на упомянутом уровне отражаются во взаимосвязях объектов, входящих в конкретную территориальную систему. В пределах отраслей решаются кардинальные проблемы развития социальной инфраструктуры, в частности, повышение социально-экономической эффективности процессов предоставления услуг, без чего невозможно предложить оптимальную стратегию развития локализованных на определенной территории объектов.

Существует территориальная общность в размещении объектов социальной инфраструктуры и размещении населения. Система расселения непосредственно обуславливает территориальную организацию социальной инфраструктуры, которая локализуется в поселениях, где происходит жизнедеятельность людей, или является средством преодоления расстояний.

По распространенности отдельных элементов различают линейную (сеть железных дорог, автомобильных дорог, линии связи и т.п.) и точечную (отдельные объекты – школы, клубы, больницы и др.) формы социальной инфраструктуры. Как территориальная подсистема хозяйственного комплекса, тесно связанная с системой расселения, социальная инфраструктура является иерархическим образованием, которое разделяют на инфраструктуру:

внутригосударственную или магистральную (единого хозяйственного комплекса);

региональную (региональных хозяйственных комплексов – экономического района, экономической зоны, области, административного района, территориально-производственного комплекса, промышленного узла и т. п.);

локальную (отдельных поселений сельского и городского типа).

Состояние социальной инфраструктуры определяет бытовую привлекательность поселений. Необоснованные региональные различия в жизненном уровне населения уменьшают социально-экономическую

эффективность территориального разделения труда, замедляют развитие производительных сил регионов и страны в целом.

Размещение социальной инфраструктуры играет важную роль в пространственной организации общественного производства, в частности, в формировании территориально-производственных комплексов, создавая предпосылки для стабилизации трудовых ресурсов, расширения сферы приложения труда, регулирования миграционных процессов.

Одно из главных требований к социальной инфраструктуре как территориальной подсистеме – абсолютная комплексность, то есть необходимость одновременного взаимосогласованного развития всех звеньев. Поскольку социальная инфраструктура создает условия для удовлетворения совокупных потребностей населения, территориальные различия касаются не состава, а масштабов и пространственной сосредоточенности на территории социальной инфраструктуры.

Эффективность социальной инфраструктуры определяется в социальных показателях развития общества и отражается в создании надлежащих условий жизнедеятельности человека и совершенствовании совокупной рабочей силы для роста производительности общественного труда и экономической эффективности производства.

Различают взаимосвязанные экономический и социальный аспекты эффективной территориальной организации социальной инфраструктуры. В экономическом аспекте рациональное расположение социальной инфраструктуры создает условия для эффективного использования всей совокупности ресурсов, которые являются базой социального развития в целом. В свою очередь, наиболее полный учет потребностей населения дает возможность улучшать обеспеченность культурно-бытовыми услугами, создавать максимально возможные при определенных экономических условиях удобства в их получении, увеличивать фонд и улучшать структуру свободного времени. Удовлетворение определенных потребностей отдельных территорий требует различных по объему затрат, поэтому формирование региональных типов социальной инфраструктуры – актуальная задача ее реорганизации. В обобщенном виде критерием оптимальности размещения социальной инфраструктуры является, прежде всего, территориальная доступность объектов.

Все факторы, влияющие на размещение и развитие социальной инфраструктуры, в зависимости от происхождения и социально-экономического содержания объединяют в такие группы: экономические, демографические, социальные, градостроительные, природно-климатические и нетипичные (случайные или конъюнктурные) условия жизнедеятельности. Совокупность разнообразных факторов, которые предопределяют региональные различия социальной инфраструктуры, разделяют на такие, что непосредственно определяют создание сети объектов, и такие, которые определяют потребность в услугах социального назначения, то есть влияют косвенно, в частности через потребности людей и систему распределительных

отношений. Ведущую роль в развитии социальной инфраструктуры играют факторы, которые освещают степень сформированности систем расселения и уровень развития материального производства.

Исходя из необходимости создания полноценной жизненной среды и повышения эффективности функционирования хозяйственного комплекса, территориальная организация социальной инфраструктуры должна соответствовать следующим критериям:

сбалансированность определенной подсистемы регионального хозяйственного комплекса с другими структурными образованиями;

поддержание территориальных и отраслевых пропорций между ее звеньями;

комплексность на уровне региона и на уровне отдельного поселения в зависимости от количества и поло-возрастной структуры населения, особенностей системы расселения;

иерархичность, то есть связь между составом объектов в поселении и его размером и административно-хозяйственным значением.

Уровень развития социальной инфраструктуры региона или страны, который характеризует материально-техническую базу, потенциал и внутренние резервы соответствующих отраслей, отражают в виде обобщенного показателя через применение определенной процедуры агрегации относительных величин. Его составляющими являются материально-техническое состояние, уровень обеспечения и использования населением объектов социальной инфраструктуры.

Тема 4. Социализация личности.

Социально-психологическая социализация – это процесс вхождения индивида в общество, социализации личности, активного усвоения им социального опыта, социальных ролей, норм, ценностей, необходимых для успешной жизнедеятельности в данном обществе.

В процессе социализации у человека формируются социальные качества, знания, умения, соответствующие навыки, что дает ему возможность стать дееспособным участником социальных отношений. Социализация происходит как в условиях стихийного воздействия на личность разных обстоятельств жизни, так и при условии целенаправленного формирования личности.

Благодаря активности человека его жизненный путь, отражение его социально-психологической реальности, превращается в сложную двустороннюю систему взаимодействия личности и социальной жизни. Сложный процесс взаимовлияния друг на друга и является источником развития и становления индивида.

С точки зрения социальной психологии активность индивида обусловлена человеческой потребностью принадлежать к социуму, воспринимать, оценивать и осмысливать его, идентифицировать себя со своим народом, конкретной

социальной группой. На стадии перехода взаимоотношений и связей стереотипные требования группы к поведению индивида побуждают его к выработке соответствующей линии поведения личности и выбора конкретного ее варианта.

Итак, основа социально-психологического понимания социализации личности основывается на характеристике социально-психологического типа личности как специфического образования, обеспечения социально-психологического отражения социальной жизни, социальных отношений.

Социально-психологическая реальность, социально-психологические явления возникают как отражение различных форм общения. Но формирование социально-психологического типа происходит прежде всего при помощи собственного опыта общения в непосредственных социальных контактах, где человек испытывает влияние микросреды, а через него – и макросреды, культуры, социальных норм и ценностей.

Человек присоединяется к той или иной группе зачастую именно ради того, чтобы стать ее частью, что избавляет от одиночества, дает ощущение силы и уверенности, побуждает к влиянию на социальную жизнь в группе в процессе межличностных контактов, способствует приобретению индивидуального опыта.

Двусторонний процесс социализации предполагает усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, систему социальных связей и активное воспроизведение этих связей. То есть человек не только адаптируется к условиям социума, элементам культуры, норм, которые формируются на различных уровнях жизнедеятельности общества, но и превращает их в собственные ценности, ориентации, установки благодаря собственной активности.

Социализация в узком смысле – это процесс привлечения человека к социальной жизни путем активного усвоения норм, ценностей и идеалов. Исходя из толкования социализации как результата усвоения человеком условий социальной жизни и активного воспроизводства им социального опыта, ее можно рассматривать как типичный и единичный процессы.

Первый определяется социальными условиями, зависит от классовых, этнических, культурных и других различий и связан с формированием типичных для определенного сообщества стереотипов поведения.

Социализация как единичный процесс связана с индивидуализацией личности, выработкой ею собственной линии поведения, приобретением личного жизненного опыта и как результат – становлением индивидуальности.

Сказанное позволяет выделить философский, социологический, психологический, социально-психологический, психолого-педагогический аспекты социализации.

С точки зрения социально-психологического подхода социализация заключается в формировании социального опыта индивида, которое

осуществляется в процессе его взаимодействия со своей ближайшей средой и окружением.

Следует отметить, что наиболее полную и объективную характеристику социализации можно получить лишь в результате междисциплинарного исследования этого процесса, проведение которого требует соблюдения основных методологических принципов: социальной детерминации (социально-экономическое развитие общества детерминирует условия существования ближайшего окружения и влияет на процесс социализации); самодетерминации (индивид в процессе социализации рассматривается как активное начало в преобразовании материальных и духовных ценностей); действенного опосредования (основным способом усвоения индивидом социального опыта является его активное взаимодействие со своим ближайшим окружением, которое осуществляется в процессе общения и деятельности); двустороннего процесса социализации – вхождения индивида в систему межличностных отношений и одновременное воспроизведение этих отношений, которое реализуется в структуре семейных, школьных, товарищеских и других связей).

Междисциплинарный подход к изучению процесса социализации предусматривает выделение и разделение в нем двух взаимосвязанных направлений: содержательной и функциональной, где первый представлен личностными достоинствами и образованиями, а второй характеризует то, как и под действием каких социально-психологических механизмов происходит их формирование.

Большинство исследователей утверждают, что адаптацию можно рассматривать как составляющую социализации и как ее механизм.

Поэтому различается два вида адаптации – психофизиологическая и социально-психологическая, находящихся во взаимосвязи.

Адаптация является лишь одним из элементов социализации наряду с другим, не менее важным – активностью личности, ее творческим выборочным отношением к среде, активным воспроизводством социального опыта, преобразованием имеющихся социальных условий и форм.

Относительно понятия «формирование», то до недавнего времени в анализе социальной среды доминировали явления о формировании человека как совокупность процессов взаимодействия личности и общества, при которых индивиды развивают в себе те или иные качества.

В таком широком смысле данное понятие приравнивалось с социализацией и между ними признавалось определенное равенство. Причем воспитание здесь выступало как часть этого процесса, а именно – осознанное, целенаправленное влияние на индивида.

Узкое толкование понятия «формирование» сводилось к копированию индивидом внешних организованных воздействий. При любых условиях, при всей широте понятия «формирование», оно уже социализировано и часто не воспроизводит очень важного своего аспекта – активности индивида, избирательности его собственных реакций на воздействия, идущие извне.

Именно поэтому формирование личности и ее социализация могут направляться по траекториям, которые не совсем совпадают. Ведь социализация осуществляется как под воздействием целенаправленных усилий, так и в результате непосредственного воздействия социальной среды, что имеет элементы стихийности, неорганизованности.

Этот вывод является достаточным и для разграничения понятий «социализация» и «воспитание» (под воспитанием понимается целенаправленный и сознательно осуществляемый процесс влияния на личность всего общества и его социальных институтов с целью организации и стимулирования активной деятельности личности). Социализация шире воспитания, она является как организованным, так и стихийным, не всегда осмысленным процессом.

Есть взаимосвязь между понятиями «социализация», «становление» и «развитие». Если в социализации личности понимают процесс, в ходе которого человеческое существо с определенными биологическими задатками приобретает качества, которые необходимы ему для жизнедеятельности в обществе, то в таком понимании социализация – это процесс развития человека как социального существа, становление его как личности.

С другой стороны, развитие личности, приравнивая к социализации, подают как процесс вхождения человека в новую социальную среду и интеграции в ней в результате этого процесса.

Сужает понятие социализации ограничения этого процесса определенным возрастным периодом, приближая его к понятию «рост». Характеризуя реальные биологические, социальные, моральные и другие процессы, следует рассматривать что-то одно (развитие или становление) в качестве приоритетного, ведущего.

Так, с точки зрения физиологического роста индивида, этот процесс рассматривается прежде всего как развитие – моменты становления новообразований здесь выступают как второстепенные, как таковые, с помощью которых осуществляется физиологическое развитие; вместе с тем процесс преобразования человеческого индивида в личность является процессом становления, а потом уже развития. Следовательно, физически человеческий индивид преимущественно развивается, личностно – преимущественно становится.

Такая логика изложения материала может быть приемлема и в рассмотрении соотношения «социализация» и «развитие». Если в качестве приоритетного, рассматривать развитие личности, то данное понятие можно считать несколько шире по смыслу, поскольку оно охватывает не только социально-моральные, но и психофизиологические характеристики.

Развитие – это процесс непрерывных изменений в психике и организме человека, что происходит не только под влиянием социальных факторов, но и по четкой обусловленности биологическими факторами: закономерностями созревания, функционирования и старения организма.

Таким образом, общим признаком социализации и развития является их обусловленность социальными, внешними факторами, а различия заключаются в том, что для развития свойственно еще и наличие внутренних движущих сил (противоречий, которые возникают на границе внутреннего и внешнего мира индивида, за несоответствия потребностей и возможностей, ожидаемого и получаемого, желаемого и реального т.п.) и психофизиологических изменений.

В целом понятие «социализация» и «развитие» не противопоставляются и не отождествляются, а взаимно дополняются друг другом: именно психологические особенности развития детерминируют процесс избирательности личности к разного рода взаимодействиям с окружением; знание этих особенностей помогает успешно осуществлять процессы обучения, воспитания и формирования социально зрелой личности.

Что касается самого понятия «становление», то оно широко используется учеными в современной литературе. Так, в философской справочной литературе оно представлено как единство бытия и небытия, возникновения и уничтожения.

Выражая состояние незавершенности существования, становление раскрывает переход возможности в действительность и может рассматриваться как промежуточное звено между ними.

Другое значение становления имеет конкретное содержание, связанное с обозначением развития таких явлений, феноменов, качеств, образований, процессов отличающихся от определенного начального состояния относительно завершенности.

Характеризуя процесс направления становления, акцент делается прежде всего на том, что это – процесс диалектического взаимодействия человеческого индивида, наделенного определенными задатками и способностями, с социальным окружением, с учетом его саморазвития, самодвижения.

Происходит индивидуальная трансформация социального опыта, культуры человечества, которая проявляется двояко: с одной стороны, человек, опираясь на конкретные условия жизни, личные качества, по-разному усваивает социальный опыт, а с другой – своеобразие, индивидуальность которую приобретает этот опыт у каждой личности, становятся одним из источников изменения привычных схем поведения и отношений, которые сложились.

Такое понимание данной дефиниции снимает в принципе всякую разницу между понятиями «социализация» и «становление». Одновременно в рамках общего процесса социализации становление выступает как более частичный момент, составными компонентами которого является воспитание, формирование и развитие.

Целенаправленное воспитание в идеале предполагает максимально управлять процессом социализации. Однако полное устранение стихийного начала из процесса социализации личности представляется невозможным, а установка на возможность этого – ошибочной и иллюзорной, ведь развитие и становление общества и его членов всегда сохраняет особенности природно-

исторического процесса, который включает в себя сложную диалектику сознательного и стихийного.

Социализация человека разворачивается по конкретным условиям жизнедеятельности индивида. Этот процесс охватывает все аспекты приобщения личности к культуре, обучению и воспитанию, с помощью которых человек приобретает способность участвовать в общественной жизни.

Успешной социализации способствует действие таких факторов, как ожидание, изменение поведения и стремление соответствовать этим ожиданиям. Приобщаясь в процесс исторической практики, индивид проявляет свою социальную сущность, формирует социальные качества, приобретает личный жизненный опыт. Объективно, формируя и развивая собственное «Я», человек не может существовать без общения и деятельности.

Следовательно, основными сферами социализации можно считать деятельность, общение и самосознание. В деятельности человек выражает себя как общественный индивид, проявляет личностные качества, самостоятельность, инициативу, творчество и профессионализм, усваивает новые виды проявления собственной активности.

Под способами социализации ученые преимущественно понимают конкретные виды взаимодействия индивида со средой, с помощью которых он активно приобщается к общественной жизни и усваивает социальный опыт. Способы зависят как от особенностей самой личности, так и от социальной ситуации, в которой индивид оказывается.

Вышесказанное позволяет говорить о внешнем и внутреннем проявлении отношения личности к условиям жизнедеятельности, которые не всегда совпадают, т.е. содержание социализации не будет полным, если его оценивать только по внешним признакам. Речь идет также о внешних и внутренних критериях процесса социализации.

Среди критериев социализированности личности выделяют:

содержание сформированных установок, стереотипов, ценностей, картин мира;

адаптируемость личности, ее типичное поведение, образ жизни;

социальная идентичность, независимость личности, уверенность, самостоятельность.

В условиях демократических форм взаимодействия возможны такие способы социализации, как: индивидуализация; актуализация «Я»; самореализация (проявление собственного «Я», превращения потенциальных возможностей в актуальные, удовлетворение потребности в самореализации, уверенность в высказывании мнений, самостоятельность в решении проблем, инициативность); интеграция (приобщение личности к нормам и ценностям сообщества, мировых социальных институтов и к цивилизации за счет развития и обогащения национальной культуры); конструктивное взаимодействие (усвоения индивидом идеалов, ценностей социальной жизни путем саморазвития и воспитания).

Тема 5. Социальное проектирование.

В настоящее время вопрос социального развития персонала организации в современном обществе и конкретно в организациях играет огромную роль. Все больше работодателей осознают важность и высокую значимость социальной составляющей предприятия, а также то, что без управления, которое в полной мере учитывает и реализует в своем функционировании социальный фактор, невозможно выживать и успешно развиваться при условии постоянного развития внешней среды.

Современные условия существования организаций предполагают необходимость построения принципиально новых способов управления социальным развитием персонала организаций, одним из которых является социальное проектирование.

Актуальность развития социального проектирования в организации обусловлена, тем, что оно имеет обширную область применения практически на каждом уровне деятельности современной организации, и проектные технологии социального развития определяют повышение имиджа организации и высокую конкурентоспособность ее персонала на рынке труда.

Управление социальным развитием представляет собой некоторую совокупность способов, процедур, а также приемов, которые помогают менеджерам решать существующие в организации социальные проблемы на основе научного подхода, знания определенных закономерностей протекания социальных процессов, точного аналитического расчета и выверенных социальных нормативов. Это своеобразный организационный механизм всестороннего воздействия на социальную среду организации, который является заблаговременно спрогнозированным и продуманным.

Поскольку социальное развитие в организации является предметом изучения достаточно давно, на современном этапе существует большой опыт в разработке социальных показателей.

Выделяют систему показателей социального развития организации, включающую несколько базовых разделов:

Гуманизация труда. Сюда включены такие показатели как коэффициенты квалифицированности; образовательного уровня рабочих и служащих; повышения квалификации кадров.

Условия труда и культурно-бытовые условия. Включает в себя коэффициенты соответствия рабочих мест установленным нормативам (по уровню шума, вибрации, света, загазованности); обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями; условий производственного быта.

Оплата и дисциплина труда. Содержит коэффициенты соотношения среднемесячной заработной платы персонала в организации и в регионе; соотношения зарплаты руководителя организации и низкооплачиваемой категории работников; уровня трудовой дисциплины.

Социальная инфраструктура, которая включает состояние объектов социальной инфраструктуры. Данный раздел содержит коэффициенты

обеспеченности персонала жильем; обеспеченности детскими учреждениями; обеспеченности лечебно-оздоровительными учреждениями; обеспеченности культурными учреждениями; обеспеченности спортивными сооружениями.

Данные показатели являются определяющими в процессе управления социальным развитием персонала организации.

В процессе управления социальным развитием организации и ее персонала социальное проектирование позволяет определить стратегию и тактику поведения, способы воздействия на объект, методы постепенного и планомерного осуществления изменений.

Рассмотрим более подробно особенности проектирования социального развития организаций в различных сферах деятельности.

Социальное проектирование можно рассматривать как последовательное движение по следующим этапам.

Анализ социального состояния и постановка проблемы.

Данный этап является первоочередным и самым важным в управлении проектами социального развития персонала. Главная цель данного этапа – собственно определение необходимости внедрения социальных изменений. Также еще на первом этапе определяются возможные последствия той ситуации, когда проект не будет разработан и реализован в организации.

Именно на этом этапе выявляется актуальность проекта. Здесь определяется его проблемное поле и целевая аудитория, которой и требуются его результаты. Затем выявляются основные потребности целевой аудитории и формулируется главное противоречие, которое необходимо разрешить в процессе реализации проекта.

Отметим, что выявление и постановка проблемы происходит на основе комплексного анализа объекта социального проектирования, который подкреплен количественными и качественными показателями, полученными посредством различных источников информации: публикаций, конференций, анализа документации, оценкой уровня социального развития персонала и др. Данные, полученные в результате анализа также используются на этапе мониторинга и контроля за реализацией проекта.

На данном этапе необходимо определение сильных и слабых сторон объекта социального развития в достижении поставленной цели на момент разработки проекта. Затем определяются возможные ограничения, возникающие при реализации проекта, а также способы их преодоления.

На основе проведенных исследований были выделены основные особенности социального развития в организациях. Например, сфера торговли характеризуется часто неэффективной структурой коллектива, низким уровнем корпоративной культуры, часто неэффективной организацией системы премирования.

Особенности социального развития персонала организации сферы финансовых услуг характеризуются большим уровнем текучести кадров, причиной чего достаточно часто может быть неблагоприятный социально-

психологический климат в коллективе, частые конфликты, отсутствие организационной культуры.

Что касается социального развития организаций сферы промышленности, то они характеризуются возможным наличием опасных условий труда, и как следствие, высоким уровнем травматизма и профессиональных заболеваний.

Планирование проекта. Данный этап подразумевает подробное описание всех мероприятий по проектированию с указанием целей и задач проекта, методов его реализации, требуемого бюджета и ресурсов, сроков реализации предполагаемых результатов и способов их достижения, дающих представление о том, что необходимо выполнить в ходе реализации социального проекта.

Цель представляет собой описание результатов, которых необходимо достичь в результате наивысшей степени реализации проекта. Но, в то же время, цель должна быть реалистичной, качественно и количественно измеряемой. В общем виде, цель представляет собой уникальное решение, поставленной на предыдущем этапе проблемы, посредством использования имеющихся знаний, умений, навыков, а также ресурсов.

На данном этапе важным пунктом является уточнение того как цель и задачи проекта соотносятся с миссией и задачами организации.

Задачи социального проекта представляют собой конкретные промежуточные пункты, которые необходимо выполнить на пути к достижению главной цели проекта. Они, так же как и цель, требуют конкретности, реалистичности, временной определенности.

К тому же, все задачи должны:

- быть последовательными и логически связанными между собой;
- быть подчиненными цели;
- быть индикаторами измерения в промежуточных пунктах реализации проекта.

При проектировании социального развития персонала в организациях различных сфер определена главная цель проекта. Она определяется как разработка и реализация комплекса мероприятий, которые обеспечивают гармоничное и всестороннее повышение качества жизни сотрудников организации в быту и качества условий их трудовой деятельности.

Далее для организации каждой из сфер определяются конкретные задачи, которые нацелены на преодолении отрицательных сторон в сфере социального развития организации.

В целях повышения качества жизни работников организаций различных сфер были выделены определенные задачи и действия, необходимые для их достижения. Основными из них является:

1) Оптимизация социально-демографической структуры коллектива.

Для решения этой задачи требуется разработать определенные требования к существующим и будущим вакансиям в зависимости от отделов, в которых будут работать сотрудники. Эти требования могут содержать основные характеристики. Среди них:

- Социально-демографические требования к сотрудникам (пол, возраст);
- Профессиональные знания, умения, навыки, а также опыт работы;
- Личностные качества сотрудника и особенности его характера в зависимости от занимаемой должности.

2) Формирование системы премирования работников.

3) Формирование и оптимизация корпоративной культуры.

4) Повышение трудовой активности персонала в работе. Для реализации этой задачи необходимо обеспечить определенную степень самостоятельности персонала, привлечь его к участию в управлении.

5) Повышение лояльности персонала к организации.

6) Поддержание благоприятного социально-психологического климата.

7) Снижение уровня текучести.

8) Снижение уровня травматизма и профессиональных заболеваний.

Сфера промышленности характеризуется высоким содержанием опасного труда, что необходимо учитывать при разработке проекта социального развития персонала. Для решения данной задачи необходимо обеспечить разработку оптимального режима рабочих смен, организовывать медицинские осмотры сотрудников, организовать систему страхования жизни и здоровья персонала, проводить инструктаж по технике безопасности, использовать защитную спецодежду.

Также следует отметить, что на протяжении всего времени (в случае реализации проекта) требуются определенные затраты денежных средств и ресурсов. Поэтому, следующим шагом этапа планирования будет разработка и описание бюджета и необходимых ресурсов. Здесь необходимо описать мероприятия по проекту и дать комментарий того, какие ресурсы необходимы для реализации проекта, на что тратится бюджет, сколько средств имеется в организации, каковы источники поступления ресурсов.

Источники финансирования проекта социального развития персонала организации могут быть разными. Например, это может быть поддержка из фонда, выделяемого на реконструкцию, фондов развития производства. Также источниками могут быть кредиты банка или часть амортизационных отчислений, идущих на капитальный ремонт.

Завершающим пунктом плана социального проекта является разработка критериев эффективности проекта социального развития персонала организации, а также описание предполагаемых результатов в количественном и качественном выражении.

Результатом данного этапа является наличие высококачественного информационного описания мероприятий для достижения желаемого результата социального проекта.

Формирование проектной группы. На данном этапе происходит формирование команды для реализации проекта социального развития, инструктаж ее членов, предоставление им плана проекта, описание и представление целевой группы на которую направлены мероприятия по проекту. На этом этапе необходимо помнить, что при командной работе

существует вероятность появления нежелательных моментов групповой деятельности.

Реализация проекта социального развития. Предполагает последовательное исполнение действий по проекту согласно плану членами проектной группы.

Контроль и оценка результатов. Социальный проект требует контроля и оценки на всех этапах реализации мероприятий для своевременного выявления и устранения ошибок. Система контроля и оценки должна быть эффективно разработана с подробным описанием количественных и качественных критериев.

Подводя итоги, отметим, что управление проектами социального развития персонала организаций обеспечивает достижение важнейших положительных результатов. Это: постепенное и гибкое внедрение в социальную сферу организации определенных изменений; обеспечение выхода на качественно новый уровень развития организации, и соответственно, преимущество в конкурентной борьбе; повышение лояльности персонала к организации как к гаранту социальной поддержки; эффективная система мотивации приводит к тому, что в организации остаются лучшие сотрудники, обладающие высоким уровнем квалификации и ответственности, способные к творчеству и инициативе. Из этого следует существенное повышение эффективности работы персонала организации, и, как следствие, рост эффективности и конкурентоспособности организации.

Тема 6. Проблемы оценки рисков при развитии организации.

Риск это вероятностная категория, и наиболее обоснованно точно характеризовать и измерять его как вероятность возникновения некоторого уровня потерь. Соответственно, при оценке риска логично было бы определять для каждого относительного или абсолютного значения величины возможных потерь соответствующую вероятность возникновения данной величины.

Построение кривой вероятностей является начальным этапом оценки риска. Но относительно к предпринимательству это обычно очень сложная задача. Поэтому обычно приходится ограничиваться упрощенными подходами, оценивая риск по одному или нескольким показателям, представляющим некоторые обобщенные характеристики, наиболее важные для суждения о приемлемости риска. В тоже время, данные обобщенные характеристики, упрощая рыночную ситуацию, не могут дать точного представления о рисках организации и данный момент также необходимо учитывать при принятии и реализации любого управленческого решения.

Рассмотрим некоторые из основных показателей риска. С этой целью первоначально выделим определенные области или зоны риска в зависимости от величины потерь (рис.6.1.).



Рис. 6.1. Схема зон риска.

Область, в которой потери не ожидаются, называется безрисковой зоной, ей соответствуют нулевые потери или отрицательные потери (превышение прибыли).

Под зоной допустимого риска понимают область, в пределах которой конкретный вид предпринимательской деятельности сохраняет свою экономическую целесообразность, то есть потери действительно могут существовать, но они меньше ожидаемой прибыли.

Граница зоны допустимого риска соответствует уровню потерь, равному расчетной прибыли от предпринимательской деятельности.

Следующую, более опасную область называют зоной критического риска. Это область, характеризующаяся возможностью потерь, которые превышают величину ожидаемой прибыли, вплоть до величины полной расчетной выручки от деятельности организации, представляющей сумму затрат и прибыли. Таким образом, зона критического риска характеризуется опасностью потерь, которые абсолютно точно превышают ожидаемую прибыль и при максимальном значении могут привести к невозмещаемой потере всех средств, вложенных предпринимателем в дело. В данном случае предприниматель (организация) не только не получает от сделки никакого дохода, но несет убытки в сумме всех затрат.

Кроме критического риска, имеет смысл рассмотреть еще более негативный катастрофический риск. Зона катастрофического риска представляет область потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и при максимальном значении могут достигать размеров, равных имущественному состоянию предпринимателя. Катастрофический риск может привести к банкротству предприятия и к его ликвидации.

К категории катастрофического риска следует фактически также относить, вне зависимости от денежного или имущественного ущерба, любой риск,

связанный с непосредственной опасностью для жизни людей или возникновением экологических катастроф.

Наиболее точное представление о риске дает кривая распределения вероятностей потерь. Чтобы установить вид стандартной кривой вероятности потерь, рассмотрим прибыль как случайную величину и построим первоначально кривую распределения вероятностей получения определенного уровня прибыли (рис.6.2.).

При построении кривой распределения вероятностей получения прибыли целесообразно принять следующие предположения.

1. Наиболее вероятно получение прибыли, равной расчетной величине – $ПР_p$. Вероятность (V_p) получения такой прибыли максимальна и, таким образом, значение $ПР_p$ можно считать математическим ожиданием прибыли. Вероятность получения прибыли, меньшей или большей, по сравнению с расчетной, тем ниже, чем больше такая прибыль отличается от расчетной, то есть значения вероятностей отклонения от расчетной прибыли монотонно убывают при росте отклонений.

2. Потерями прибыли ($\Delta ПР$) считается ее сокращение в сравнении с расчетной величиной $ПР_p$. Если реальная прибыль равна $ПР$, то $\Delta ПР = ПР_p - ПР$.



Рис. 6.2. Кривая вероятностей получения определенного уровня прибыли.

3. Вероятность исключительно больших потерь практически равна нулю, так как потери абсолютно точно имеют верхний предел (исключая потери, которые не представляется возможным оценить количественно).

На основе данной кривой вероятностей получения прибыли, построим кривую распределения вероятностей возможных потерь прибыли, которую и называют кривой риска. Фактически это та же самая кривая, но построенная в другой системе координат (рис. 6.3.).

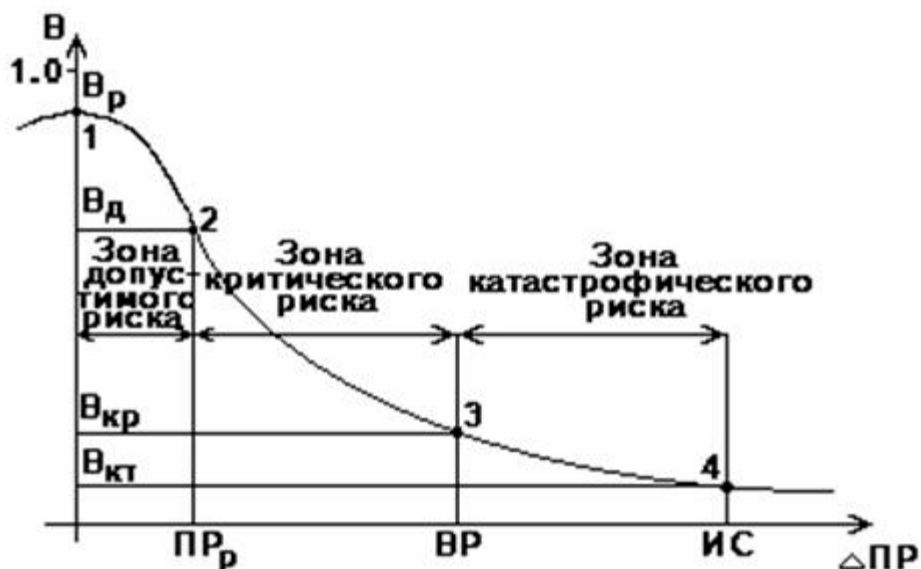


Рис. 6.3. Кривая распределения вероятностей возникновения определенного уровня потерь прибыли.

Рассмотрим на изображенной кривой распределения вероятностей потерь прибыли (дохода) ряд особо значимых точек.

Первая точка определяет вероятность нулевых потерь прибыли. В соответствии с принятыми допущениями вероятность нулевых потерь максимальна, хотя и меньше единицы.

Вторая точка характеризуется величиной возможных потерь, равной ожидаемой прибыли, то есть полной потерей прибыли. Данные точки 1 и 2 являются граничными, определяющими положение зоны допустимого риска.

Третья точка соответствует величине потерь, равных расчетной выручке V_p . Вероятность таких потерь равна $V_{кр}$. Точки 2 и 3 определяют границы зоны критического риска.

Четвертая точка описывается потерями, равными имущественному состоянию предпринимателя, вероятность которых равна $V_{кт}$. Между точками 3 и 4 определяется зона катастрофического риска.

Потери, превышающие имущественное состояние предпринимателя, не рассматриваются, так как их фактически невозможно компенсировать реально.

Вероятности определенных уровней потерь являются наиболее значимыми показателями, позволяющими судить об ожидаемом возможном риске и его приемлемости, поэтому построенную кривую можно называть кривой риска.

Таким образом, если при оценке риска деятельности организации удастся построить не всю кривую вероятностей риска, а только определить четыре наиболее значимые точки (наиболее вероятный уровень риска и вероятности допустимой, критической и катастрофической потери), то задачу подобной оценки риска можно считать решенной в достаточной (имеющей практическое значение) степени. Данных параметров вполне достаточно, чтобы в большинстве случаев идти на обоснованный риск.

Наличие кривой вероятности потерь дает также возможность ответить на вопрос о допустимости риска путем определения среднего значения вероятности в заданном интервале потерь.

В процессе принятия предпринимателем решений о целесообразности и допустимости риска ему необходимо представлять не столько вероятность некоторого уровня потерь, сколько вероятность того, что потери не превысят определенного уровня. По смыслу именно это и есть основной параметр риска. Вероятность того, что потери не превзойдут некоторого уровня, есть показатель надежности и уверенности.

Предположим, организации удалось определить, что вероятность потерять 100000 руб. равна 0,1%, т. е. относительно невелика, и она готова к данному риску.

Здесь важно то, что организация опасается потерять не именно 100000 руб. Она согласна идти на любую меньшую величину потерь и никак не готова на большую. Это стандартная психология поведения организации в условиях риска.

Знание показателей риска – V_p , V_d , $V_{кр}$, $V_{кт}$ – позволяет выработать суждение и принять решение об осуществлении тех или иных действий в рамках функционирования организации. Но для подобного решения недостаточно оценить значения допустимого, критического и катастрофического риска. Необходимо также установить или принять предельные величины этих показателей, выше которых они не должны увеличиваться, чтобы не попасть в зону неприемлемого риска.

Обозначим предельные значения вероятностей формирования допустимого, критического и катастрофического риска соответственно K_d , $K_{кр}$, $K_{кт}$. Величины этих показателей сама организация вправе устанавливать, полагаясь на свои собственные предельные уровни риска, которые она не намерена превышать. Обычно в практике предполагается, что можно ориентироваться на следующие предельные значения показателей риска $K_d=0,1$; $K_{кр}=0,01$, $K_{кт}=0,001$, т. е. соответственно 10 %, 1% и 0,1%. Это означает, что не следует идти на риск, если в 10 случаях из ста можно потерять всю прибыль, в одном случае из ста потерять выручку и хотя бы в одном случае из тысячи потерять имущество.

Список литературы.

3. Аблязова, Н.О. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.О. Аблязова, М.Г. Аверкин, И.В. Гуськова и др. . – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 416 с.
4. Ахмедуев.А.Ш., Рабаданова, А.А. Стратегическое управление социально-экономическим развитием региона / Рабаданова А.А. Ахмедуев.А.Ш.. – М.: Экономика, 2013. – 307
5. Гринева, Н.В. Индикативное планирование и управление устойчивым инновационным развитием региона / Н.В. Гринева, Н.М. Абдикеев, Н.В. Кузнецов. – М.: Русайнс, 2015. – 194 с.
6. Захаров, Н.Л. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов. – М.: Инфра-М, 2018. – 416 с.
7. Какаева, Е.А. Инновационный бизнес: стратегическое управление развитием: Учебное пособие / Е.А. Какаева, Е.Н. Дуненкова. – М.: Дело АНХ, 2016. – 176 с.
8. Рисин, И.Е. Стратегическое управление развитием человеческого капитала субъектов РФ / И.Е. Рисин и др. – М.: Русайнс, 2015. – 320 с.
9. Старцева, Т.Е. Экономика и управление инновационным развитием предприятия / Т.Е. Старцева, Т.С. Бронникова. – М.: Русайнс, 2018. – 304 с.
10. Харин, А.А. Управление развитием инновационной деятельности в регионах России: Монография / А.А. Харин, И.Л. Коленский, А.В. Рождественский. – М.: Инфра-М, 2017. – 192 с.

Учебное издание

Малаев Владимир Валентинович

Низамутдинов Ирек Камилевич

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

Учебно-методическое пособие

Подписано в печать 04.04.2022.

Бумага офсетная. Печать цифровая

Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 2,09

Уч.-изд. л. 2,03. Тираж 100 экз. Заказ 3/4.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37

тел. (843) 233-73-59, 233-73-28