

Н.В. Вяткина

ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО УСПЕХА МЕНЕДЖЕРОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Раскрывается содержание проблематики взаимосвязи социально-статусных характеристик профессиональной группы менеджеров среднего звена коммерческих предприятий России с информатизацией и переходом на путь инновационного развития современного российского общества. На основе перечисления основных факторов социальной динамики рассматриваемой социальной группы производится постановка задач на предстоящее исследование.

Ключевые слова: *социальный успех, социально-статусные характеристики, социальная динамика, менеджеры среднего звена, информатизация общества, инновационное развитие.*

Российская Федерация в XXI веке официально провозгласила целью своего долгосрочного развития вхождение в группу лидирующих мировых государств по геополитическому и социально-экономическому потенциалу. Единственным возможным способом достижения этих целей, согласно «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», является переход экономики на инновационную социально ориентированную модель развития [1]. Для этого, в частности, ставится задача повышения инновационной активности и эффективности отечественных компаний, в том числе государственных. Очевидно, что эффективное функционирование любой организации требует повышенного внимания к разработке и внедрению адекватных концепций управления, к субъектам управленческой деятельности.

В настоящих условиях трансформирующейся экономики в России внедрение инновационных технологий и культуры управления напрямую связано с вопросами кадрового обеспечения инновационной деятельности, что, в свою очередь, взаимоувязано со становлением информационного общества. В таком обществе, по мнению Н.Н. Калинкиной, важнейшим видом деятельности является производство и потребление информации. Соответственно, информация признается наиболее значимым ресурсом, новые информационно-коммуникационные технологии становятся базовыми, а информационная среда наряду с социальной и экологической – новой средой обитания человека [2, с. 494].

© Вяткина Н.В., 2014

Вяткина Наталья Владимировна – аспирант кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: zhcx1@yandex.ru.

На государственном уровне указанные положения нашли свое отражение в «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации» [3], на основе которой реализуется государственная программа «Информационное общество (2011–2020 годы)» [4]. В указанных документах прописаны задачи повсеместного внедрения электронного документооборота, развития информационной и телекоммуникационной инфраструктуры и внедрения информационных технологий в системы управления.

По справедливому замечанию В.Г. Егоркина, государственные инновационные амбиции могут быть синергетически трансформированы в креативные. При этом достижение устойчивого равновесия и продуктивной модернизации в социальном развитии обусловлено коэволюцией рациональных инноваций и социокультурных традиций [5, с. 24].

В связи с этим важно исследовать происходящие в настоящее время процессы трансформации ценностных ориентаций личностей и профессиональных групп, задействованных в управленческой деятельности, так как именно они являются основными акторами инновационных процессов [6, с. 15]. Для этого на основе обзора доступных литературных источников рассмотрим основные понятия социологии управления в контексте стратификации социальной группы менеджеров среднего звена, так как сегодня все более широкое распространение получает теория партисипативного управления или «демократия на рабочих местах». Суть данной теории состоит в расширении полномочий низовых звеньев системы управления – менеджеров среднего и низшего звена [7, с. 513–522].

Главная особенность этой профессии – управление, руководство людьми. В центре деятельности менеджера – принятие управленческих решений. Содержание труда менеджеров составляют организация производственной деятельности, ее планирование, координирование, стимулирование и контроль, в том числе за счет структурных и идеологических методов воздействия.

Менеджеры среднего звена крупных бизнес-организаций составляют достаточно многочисленную общность офисных работников, стиль жизни и практики поведения которой во многом определяют желаемые жизненные горизонты среднего класса в целом. Под менеджерами среднего звена Л.Н. Попкова понимает работающих в бизнес-организациях функциональных руководителей, действующих и принимающих решения на оперативно-тактическом уровне, имеющих подчиненных (прямых или косвенных), но не имеющих право принимать стратегические решения [8, с. 48–49]. На практике менеджеры среднего звена комбинируют качества и компетенции специалистов в определенной области и руководителей с ограниченной ответственностью.

Социальная роль руководителей среднего звена проявляется в процессе взаимодействия с руководством и подчиненными, характеризующееся многоаспектностью, многосторонностью и направленностью на социальные группы,

входящие в конкретную организацию. Социальное воздействие руководителя среднего звена при осуществлении управления персоналом носит сознательный, целенаправленный характер и предусматривает активизацию контрагентов воздействия на основе стимуляции интересов, потребностей, формирования ценностных ориентаций для повышения эффективности результатов взаимодействия. Таким образом, управление на среднем уровне включает в себя социально-психологический, экономический, кадровый, социально-бытовой и корпоративно-культурный аспекты [9, с. 44–48].

По наблюдению В.В. Монахова, к национальным особенностям системы хозяйствования в России относится наличие морально-психологической роли руководителей среднего звена в дополнение к производственно-организаторской при структурировании и функционировании коллектива организации [10, с. 88–92].

Менеджеры среднего звена, составляя информационно-аналитическую среду и медиатор между высшим и низшим уровнями управления, в основном заняты управлением и координацией внутри организации, ими согласуются разнообразные формы деятельности и усилия различных подразделений организации. Однако, по мнению Э.В. Кондратьева, характер их работы скорее определяется содержанием работы подразделения, чем организации в целом [11, с. 297].

Итак, вышесказанное позволяет сформулировать для условий российской социально-экономической реальности следующее рабочее определение: *«Менеджеры среднего звена – это профессиональная социальная группа, члены которой реализуют функции оперативно-тактического управления менеджерами низшего звена на предприятиях различных форм собственности, в рамках стратегий, определяемых высшим менеджментом»*.

Публикации последних лет ярко демонстрируют смещение акцентов в сторону изучения специфики управленческого труда топ-менеджеров, и почти полное отсутствие работ, исследующих особенности социально-управленческой деятельности руководителей среднего звена, от труда которых во многом зависит эффективность функционирования производства. При этом надо учитывать, что и в советский период проблемы руководства в среднем звене управления не были достаточно разработаны.

Назрела потребность в социологическом анализе содержания ролевого потенциала менеджера среднего звена. Происходящая в России трансформация условий социально-экономической жизни актуализирует проблему эффективности управления на всех уровнях. Роль менеджера среднего звена здесь становится одной из ключевых, поскольку от нее зависит результативность производственной и организационно-управленческой коммуникации между менеджерами низшего и высшего уровней. По мнению В. Казакова, социологический базис, с помощью которого можно совершить переход от

субъективно-личностных компонентов потенциала руководителей к обобщенным образцам их социально-ролевого поведения, должен быть опорой исследований данного типа [12, с. 66–72].

В исследовании Э.В. Кондратьева отмечается высокая значимость компетенции кластера «Личность и внутренняя мотивация» для результативности менеджеров среднего звена, особенно ответственность, заинтересованность и самоконтроль [11, с. 297]. Таким образом, социальный успех как социально-статусная и личностная характеристика определенно детерминирует эффективность управления предприятиями различных форм собственности.

Предварительный анализ содержания дефиниции «успех» показывает междисциплинарный характер исследования данного феномена, а также наличие полисемии в употреблении терминов «успех» и «успешность», которые, по нашему мнению, соотносятся как характеристики процесса деятельности и ее цель (результат). Дедуктивное обобщение содержания понятий «личный успех», «успех личности», «индивидуальный успех» применительно к социальным группам, выделенным по однотипности и содержанию профессиональной деятельности, позволяет ввести в рассмотрение следующее определение: «*Социальный успех профессиональной группы (профессии)* – это интегральная характеристика результата совокупной деятельности представителей профессионального сообщества, отражающая общую направленность составляющих эту группу личностей».

Может быть показано, что социальный образ профессии и социальный успех связаны между собой причинно-следственными и функциональными связями, а к ним в рамках предметной области социально-статусных характеристик профессиональной деятельности примыкают понятия «репутация» и «социальный статус» в рамках философской парадигмы «объект–свойство».

Какова же роль социальной группы менеджеров среднего класса в процессах трансформации российского общества по инновационному сценарию? Какова динамика их ценностных императивов? Для ответа на эти вопросы предварительно нужно заметить, что Россия относится к евразийской цивилизации, которая существенно отличается от европейской (атлантической) модели по институциональной структуре и системе ценностей. Раздаточный характер экономики России, определяющий социальную стратификацию на протяжении почти всей ее истории, наконец, начинает меняться в условиях нарастающей глобализации. В начале XXI века в нашей стране прослеживаются черты кризиса ценностно-мировоззренческих оснований общества и его отдельных институтов, проявляющегося в наличии фундаментальных проблем – экономических, экологических, демографических, идеологических, информационных.

Текущее состояние, динамика и направленность адаптации профессиональной группы управленцев среднего уровня определяется инерцией двадцатилетнего специфического становления в России новой социально-экономичес-

кой формации и новыми глобальными вызовами – необходимостью ускоренной модернизации. А.С. Царьков отмечает, что в настоящее время прослеживается консенсус главных социально-политических акторов России с бизнес-сообществом в части направления вектора развития и использования ресурсов. Он пишет: «...реальной глобальной целью сегодня является создание условий запуска и поддержания саморазвивающихся бизнес-процессов, повышающих жизнеспособность и конкурентоспособность территориальных образований за счет инноваций и позволяющих повысить уровень жизни населения». В таких условиях появилась реальная возможность привлечения к принятию решений носителей инноваций из бизнеса [13, с. 217–218].

Переход на активную инновационную модель социально-экономического развития происходит через информатизацию общества, т.е. в результате трех взаимосвязанных процессов [2, с. 496]:

- 1) медиатизации общества, направленной на совершенствование средств и методов сбора, хранения и распределения информации;
- 2) компьютеризации общества с целью совершенствования средств поиска и обработки информации;
- 3) интеллектуализации общества, т.е. развитие способностей людей к восприятию и порождению информации, формированию новых знаний, эффективному взаимодействию с компьютерными системами [14, с. 16–18].

В.Н. Стегний отмечает, что особенностью информационного общества является создание «виртуальных предприятий», не привязанных к конкретному месту или даже государству. Такие предприятия способны быстро перестраивать свою структуру за счет своевременной и быстрой переработки поступающей с рынка информации [15, с. 8]. Очевидно, что основная нагрузка по переработке информации ложится как раз на плечи среднего менеджмента.

Анализ доступных литературных источников позволил обобщить основные навыки и умения, которыми должны обладать современные менеджеры среднего звена и на которые ориентируются работодатели и потенциальные кандидаты на соответствующие должности. Во-первых, это информационно-коммуникационная компетентность, т.е. умение работать с информацией и документацией, анализировать данные и контактировать с сотрудниками и другими менеджерами с использованием компьютеров. Во-вторых, это умение планировать деятельность, знание научных методов управления и принятия решений. В-третьих, это коммуникативные навыки и умение мотивировать сотрудников, организовывать групповую работу. В-четвертых, это способность практически управлять реализацией планов в условиях неопределенности. В-пятых, это навыки контроля выполнения требований и мер безопасности. Высказывая аналогичное мнение, А.М. Лялин в отношении менеджеров отмечает, что они «...обязаны уметь заглядывать за горизонт, определять цели развития, создавать стимулы для их достижения коллективом и каждым сотруд-

ником» [16, с. 74]. А для этого, помимо профессиональных компетенций, менеджерское сословие должно обладать глубоко осмысленными, общесоциальными и профессиональными идеалами.

Таким образом, задачи интеллектуализации, компьютеризации и медиатизации общества при его инновационном развитии пересекаются с основными компетенциями представителей рассматриваемой социальной группы. Следовательно, менеджеров среднего звена можно считать авангардом инноваций. Именно они организуют инновационные проекты, принимают ключевые решения о старте инновации, выделении требуемых ресурсов, прекращении процесса. Типичный управленец среднего звена – менеджер проекта – основная персона, обеспечивающая эффективное управление инновационным процессом. Он осуществляет непосредственную координацию подготовки обоснования и плана реализации проекта; отслеживает потребительский спрос и поведение клиентов; учитывает и регистрирует динамику реализации проекта; предупреждает рассогласования и сбои в инновационном процессе; контролирует качество выполнения всех процедур и сроки выполнения пунктов плана проекта. В случае неудачного хода проекта или его неуспешности менеджер готовит предложения о досрочном финише проекта с целью снижения издержек предприятия [6, с. 16]. Последняя функция чрезвычайно важна.

Российский менеджмент переживает еще период становления, а значит, и самоосмысления своей сущности и задач. При этом социальная динамика менеджеров среднего звена в России определяется следующими факторами:

- институциональным характером недоверия к менеджерам со стороны основной массы населения. Фактически признается беспринципность современного менеджмента как общепризнанной нормы его поведения. Профессия, еще недавно пользовавшаяся высочайшим авторитетом, во многом утратила свою репутацию [16, с. 69];
- рискогенностью современной общественной жизни и нахождением профессиональной группы менеджеров среднего звена на острие процессов инновационного развития отечественной экономики, связанных с высокими социальными и инвестиционными рисками;
- процессами индивидуализации трудовой деятельности на фоне информатизации, что деформирует сложившиеся к настоящему времени системы корпоративного управления;
- наличием консенсуса между отечественным бизнесом и властью по вопросу необходимости экстренной модернизации социально-экономического развития.

Таким образом, формирование инновационного типа общества в России обусловлено типологией и социальной динамикой управленческого состава среднего звена. Признание обществом его социальной значимости и ответственности, т.е. социальный успех менеджеров среднего звена, предопределяет

превалирующие парадигмы управленческой деятельности, оказывающей влияние на динамику инновационного потенциала предприятий и на инновационный процесс в обществе в целом. Исследование всех аспектов указанной предметной области позволит выработать научно обоснованные предложения по интенсификации инновационного процесса в обществе путем воздействия на социально-статусные характеристики личности в системе управления. Предлагается обоснованным эмпирически исследовать социально-статусные, профессиональные, ценностно-мотивационные аспекты деятельности менеджеров среднего звена коммерческих предприятий России.

С целью выявления влияния социально-статусных аспектов профессиональной деятельности менеджеров среднего звена коммерческих предприятий, их социальной динамики и стратификации в условиях трансформирующегося общества России, ориентированного на инновационные процессы (состояние/динамику инновационного потенциала предприятий), предлагается выбрать в качестве *объекта исследования* социально обусловленные ценности, мотивы и ориентации личности в системе управления, а в качестве *предмета* – взаимовлияние социально-статусных факторов профессиональной деятельности менеджеров среднего звена коммерческих предприятий России и процесса перехода к инновационному обществу.

С учетом сформулированных цели, объекта и предмета определим *частные задачи* перспективного исследования:

1. Систематизировать понятийный и теоретический базисы исследуемой предметной области.
2. Обобщить методологические подходы к исследованию социально-статусных аспектов профессиональной деятельности управленческого персонала.
3. Проанализировать проблематику взаимосвязи социально-статусных факторов деятельности управленцев с динамикой инновационного потенциала коммерческих предприятий, определяющих процессы трансформации российского общества.
4. Эмпирически исследовать социально-статусные, профессиональные, ценностно-мотивационные аспекты деятельности менеджеров среднего звена коммерческих предприятий России.
5. Разработать обобщенную модель взаимосвязи социально-статусных аспектов профессиональной деятельности менеджеров среднего звена коммерческих предприятий и состояния/динамики инновационного потенциала предприятий.
6. Апробировать и верифицировать предложенную модель.
7. Разработать научно обоснованные предложения по практическому использованию полученных результатов и перспективам предстоящих исследований.

В дальнейшем предлагается придерживаться заявленного плана исследования в качестве информационной и организационной основы исследования для разрешения проблематики социального успеха, социальной стратификации и социальной динамики менеджеров среднего звена в контексте инновационного развития России.

Список литературы

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 08 дек. 2011 г. № 2227-р. – URL: <http://minsvyaz.ru/common/upload/2227-pril.pdf> (дата обращения: 20.08.2013).
2. Калинкина Н.Н. Контуры формирования информационного общества в России: информатизация общества и развитие информационной инфраструктуры // Вестник Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 3–2. – С. 494–499.
3. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)» [Электронный ресурс]: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 20 окт. 2010 г. № 1815-р. – URL: <http://minsvyaz.ru/common/upload/1815.pdf> (дата обращения: 20.08.2013).
4. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации: утв. Президентом Рос. Федерации 7 фев. 2008 г. № Пр-212 // Российская газета. – 2008. – 16 фев. – [Федеральный выпуск № 4591].
5. Егоркин В.Г. Философия инноваций // Общество. Среда. Развитие. – 2006. – № 1. – С. 14–25.
6. Валиева Г.Р., Сафиуллин Н.А. Особенности работы инновационных менеджеров в АПК // Вестник Казан. гос. аграр. ун-та. – 2012. – Т. 23, № 1. – С. 14–17.
7. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. О.И. Медведь. – 3-е изд. – М.: Вильямс, 2007. – 665 с.
8. Попкова Л.Н., Тартаковская И.Н. Профессиональные стратегии менеджеров среднего звена (гендерный аспект) // Социологические исследования. – 2011. – № 7. – С. 48–57.
9. Дырин С.П. Типологические характеристики российской практики управления персоналом в контексте многоаспектного подхода: дис. ... д-ра социол. наук. – СПб., 2006. – 339 с.
10. Монахов В.В. Институт руководителей среднего звена на современном российском производстве как объект социологического исследования: дис. ... канд. социол. наук. – Волгоград, 2001. – 132 с.
11. Кондратьев Э.В. Профиль менеджера: предпосылки становления и основные детерминанты // Изв. Пенз. гос. пед. ун-та им. В.Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 292–301.

12. Казаков В.В. Ролевой потенциал руководителя среднего звена строительной организации: опыт социологического анализа: дис. ... канд. социол. наук. – Екатеринбург, 2007. – 192 с.

13. Царьков А.С. На пути становления инновационного общества: акторы публичного пространства // Инновационный человек и инновационное общество / под ред. В.И. Супруна. – Новосибирск: Фонд социопрогностических исследований «Тренды», 2012. – С. 207–224.

14. Теоретические и практические основы человекокомпьютерного взаимодействия: базовые понятия человекокомпьютерных систем в информатике и информационной безопасности: моногр. / А.П. Фисун, Л.А. Гращенко, В.В. Митяев [и др.]. – Орел: Изд-во Орл. гос. ун-та, 2004. – 169 с. – Деп. в ВИНТИ 15.10.04. № 1624 –В2004.

15. Стегний В.Н. Информационное общество: отношение личности к информации // Вестник Перм. нац. исслед. политехн. ун-та. Социально-экономические науки. – 2013. – № 19(46). – С. 7–22.

16. Лялин А.М. Менеджеры, которые нам необходимы // Высшее образование сегодня. – 2010. – № 5. – С. 68–75.

Получено 01.11.2013

N.V. Vyatkina

INFORMATIONAL ASPECTS OF SOCIAL SUCCESS OF MIDDLE MANAGERS IN THE CONTEXT OF INNOVATION DEVELOPMENT OF RUSSIA

The article describes the kernel of the interrelation between social status characteristics of a professional group of Russian middle managers and computerization and transition toward innovative development of the Russian society. Based on main factors of the social dynamics of the researched social group, goals for the further investigation are set.

Keywords: social success, social status characteristics, social dynamics, middle managers, social informatization, innovative development.

Vyatkina Natalia Vladimirovna – Postgraduate, Dept. of Sociology and Political Science, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: zxcx1@yandex.ru.