

## Инновационные социальные технологии в системе управления регионом

С.А. Туменова<sup>1</sup>, Т.А. Нотов<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ФГБУН Институт информатики и проблем регионального управления Кабардино-Балкарского научного центра Российской академии наук, Нальчик

<sup>2</sup>ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М.Кокова», Нальчик

**Аннотация:** В статье рассмотрены вопросы интеграции инновационных социальных технологий в систему регионального управления как процесса коммерциализации знаний и их материализации в экономических, производственных, социальных технологиях, ориентированных на эффективное использование социальных ресурсов. Особое внимание уделено не только характеристике различных видов социальных технологий, но и прикладным проблемам, объективным и субъектным детерминантам их реализации.

**Ключевые слова:** управление, регион, технологии управления, инновационные социальные технологии, факторы внедрения социальных технологий, алгоритм, HR-бренд.

Возрастание глобальных вызовов современного этапа мирового общественного развития, а также происходящие трансформации всех сфер жизнедеятельности отечественного социума, курс российского государства на инновационный путь развития, необходимость выхода из финансово-экономического кризиса, решения проблем импортозамещения актуализирует поиск наиболее эффективных инструментов, форм, методов и технологий менеджмента, позволяющих содействовать повышению эффективности производственной деятельности. Практика успешно развивающихся экономик демонстрирует, что в условиях высокой динамики социально-экономических изменений в менеджменте все в большее значение приобретает инновационный метод/подход к реализации социальных процессов, а именно, их технологизация [1]. По сути, технологизация знаний (социально-технологический подход) позволяет получать сознательное выражение отношения людей к организации собственной деятельности по реализации поставленных перед ними личных и общественно-значимых целей и задач.

Инновационные социальные технологии менеджмента (ИСТМ) как результат человеческого творчества (наукоемкий ресурс), представляют собой систему инновационных методов выявления и использования латентных потенциалов социально-экономических систем (СЭС), направленных на повышение результативности труда [2]. Собственно за счет эффективного использования ИСТ возможно обеспечение научно-обоснованного выбора оптимальных способов воздействия субъекта управления на объекты с тем, чтобы формировать благоприятные условия жизнедеятельности для всего социума.

В современный период проблема социологического анализа регионов как специфически организованного социально-экономического пространства, в котором реализуются ИСТМ, приобретает особую актуальность, поскольку здесь происходит преломления конкретных экономических, социальные, национальных, религиозных и иных особенности территории.

Под технологией регионального управления предлагается понимать упорядоченную, целенаправленную и обусловленную средой функционирования, совокупность методов и средств управленческой деятельности, предусматривающих предвидение возможных результатов деятельности и планирование путей их достижения [3]. Следует отметить, что региональное управление представляет собой творческий процесс, который не поддается строгому регламентированию, поскольку каждый регион/хозяйствующий субъект, как правило, применяет собственные технологии управления, основанные на выборе и комбинировании определенных форм и видов управления. Управление регионом как сложный многоконтурный процесс, направлен на упорядочение и координацию функционирования и развития всех составляющих его элементов в интересах достижения обозначенных целей и охватывает, по существу, весь комплекс задач, функций и видов управления региональным развитием (рис. 1).

---



Рис. 1. - Классификация видов регионального управления (составлено автором)

Представленная на рисунке 1. модель - это модель состава, которая изображает элементы (подсистемы) из которых она состоит, причем, в предоставленной модели СТМ разделены на пять взаимосвязанных групп.

- управление структурой (практически совпадает с управлением порядком функционирования);
- управление составом (управление расстановкой, обучением и развитием кадров);
- институциональное управление (управление административное, командное, ограничивающее, принуждающее, нормирующее);
- мотивационное управление - управление целями и предпочтениями (побуждающее);
- информационное управление (управление информацией, которой обладают участники СЭС на момент принятия решений: убеждающее, основывающееся на сообщении информации и формировании убеждений и представлений) [4, 5].

Социальные технологии регионального управления, как правило, детерминированы определенными общественными проблемами и направлены на их разрешение через реализацию процессов социальной диагностики с последующей их технологизацией. В силу этого ИСТМ не

может быть абстрактной, логика ее построения должна отражать суть конкретных отношений и явлений. При этом разнообразие социальных объектов и постоянное возникновение требующих своего решения социальных проблем и задач, создают условия для появления и существования различных видов социальных технологий (рис. 2).



Рис. 2. - Социальные технологии регионального менеджмента [4-7]

Акцентируя внимание на инновационном аспекте социальных технологий, следует отметить, что инновации здесь представляя собой нововведения именно в человеческую культуру и человеческие отношения,

иными словами, в коммерциализацию знаний и их материализацию в экономических, производственных, социальных технологиях, ориентированных на эффективное использование социальных ресурсов. ИСТМ демонстрируют одновременно и общественную, корпоративную, коллективную востребованность науки, и ее независимый характер, концептуальную/интеллектуальную власть. Таким образом, с одной стороны ИСТМ, выступают в виде связующего звена между методологией и теорией социологии, а с другой – социальной практикой, позволяя не только изучать ее, но и активно регулировать, за счет использования различных методов стимулирования и мотивации людей к труду для получения эффективного прогнозируемого социального результата.

Следует отметить, что процесс использования ИСТМ в региональном управлении, обусловленный необходимостью воплощения теоретико-методологических основ воспроизводства социальных качественных характеристик явлений и отношений в конкретные прикладные организационные методы и приемы достаточно сложен и динамичен. Реализация ИСТМ требует и высокого уровня знаний субъектов ответственных за технологизацию социальных процессов, преодоления объективных трудностей, связанных с ограниченностью их экономического потенциала. Как правило, данный процесс включает:

- высокую профподготовку отдельных специалистов или групп исполнителей;
  - организацию и координацию деятельности данных исполнителей в соответствии технологическими требованиями к реализации определенной (конкретной) социальной технологии;
  - оказание теоретико-методической, информационной и иной помощи исполнителям;
  - контроль деятельности субъектов внедрения социальных технологий;
-

– анализ целей и задач процессов технологизации и их корректировку в случае необходимости и др. [8,9].

На рисунке 3 представлены как объективные, так и субъективные факторы, влияющие на внедрение социальных технологий.

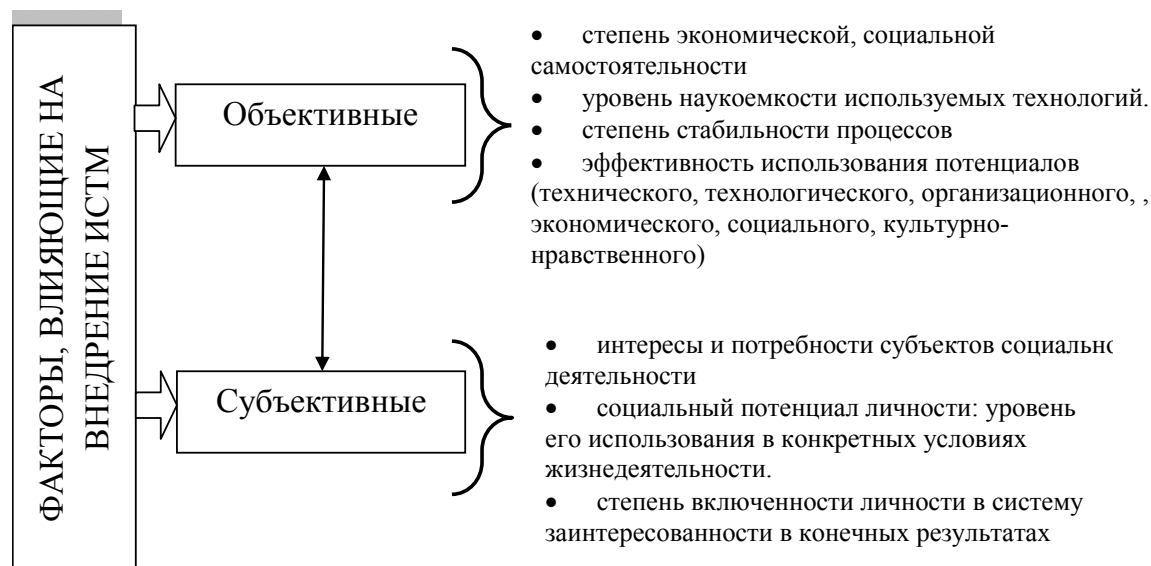


Рис. 3. - Факторы, влияющие на внедрение ИСТМ (составлено автором)

В контексте вышеизложенного рассмотрим потенциал внедрения такой инновационной социальной технологии как HR-бренд, интегрирующей инструменты менеджмента и маркетинга для достижения целей развития и управления человеческими ресурсами.

HR-бренд как деятельность по выработке системы мер, направленных на формирование позитивного имиджа (репутации) СЭС – работодателя и значимый элемент системы управления конкурентоспособностью СЭС, а также факторы, оказывающие определяющее влияние на результативность построения системы HR-бренда, взаимосвязь ее подсистем в рамках персоналоориентированного подхода были рассмотрены нами в работах [10-11].

Указав, что формированию сильного и успешного HR-бренда, будет способствовать всесторонний учет его междисциплинарного характера, проявляющегося в тесной взаимосвязи технологий маркетинга, менеджмента

персонала и психологии, а также понимание специфики и вклада каждого из указанных элементов в общую концепцию управления развитием человеческих ресурсов, ниже представим систему ключевых ценностей формируемых HR-брендом (рис. 4).

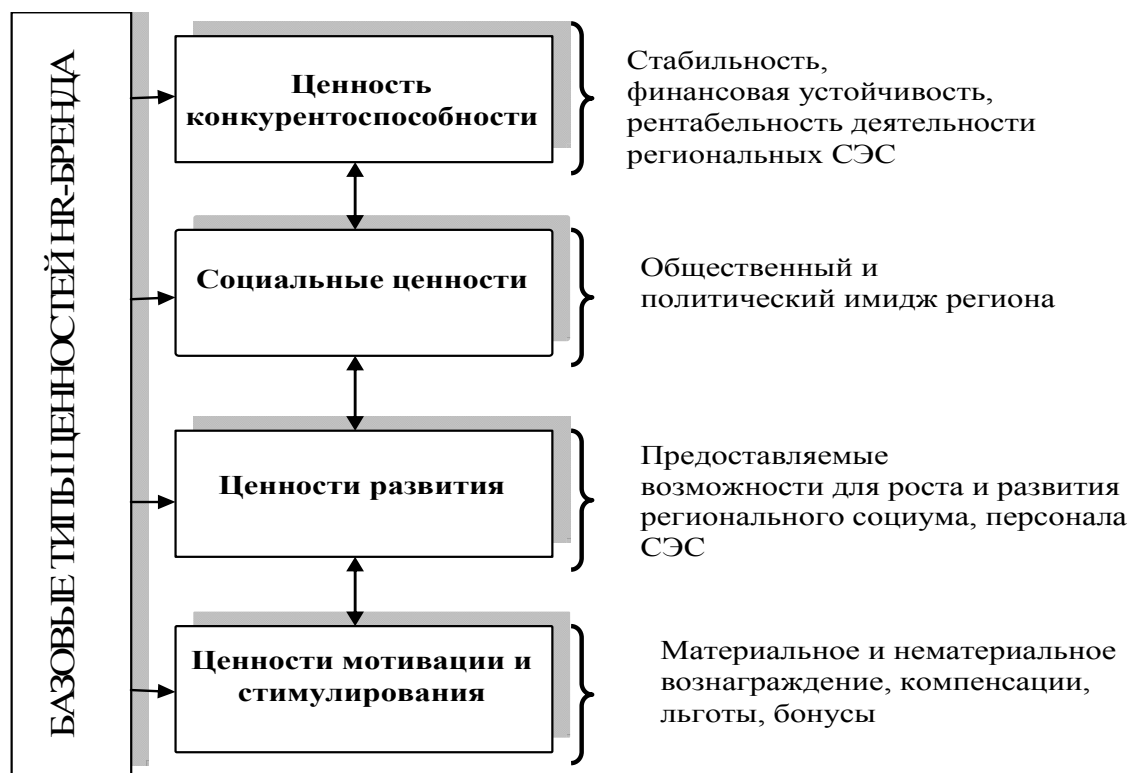


Рис. 4. - Базовые ценности HR-бренда региона (составлено автором)

При этом разработка системы ценностей HR-бренда должна осуществляться в рамках общих закономерностей менеджмента СЭС с одной стороны, а с другой - подчиняясь специфике ее функционирования, сложившейся организационной культуре, стилю и действующей системе управления кадрами и пр.

Принимая во внимание изложенное, предложим алгоритм разработки позитивного HR-бренда, внедрение которого в систему регионального управления будет содействовать повышению ее кадрового имиджа, востребованности на рынке труда, созданию условий для эффективной деятельности и др. (рис. 5).

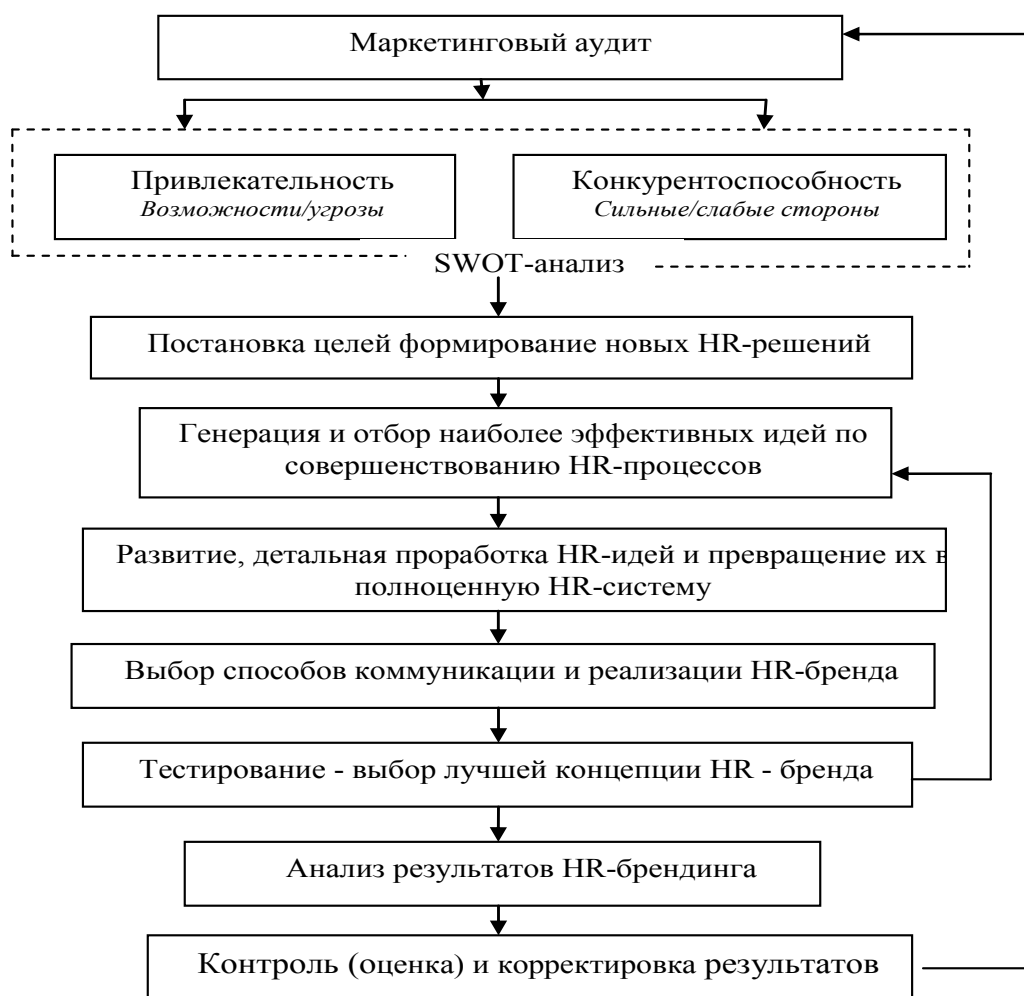


Рис. 5. - Алгоритм (схема) формирования привлекательного HR-бренда (составлено автором)

Таким образом, ИСТМ выступая, как своеобразная форма самопознания общества (осмысление социальных ролей, статуса, процессов самоорганизации, оптимизации социальных процессов и др.), являются важным элементом человеческой деятельности, направленной на совершенствование механизмов общественного производства за счет роста результативности и качества труда. При этом роль и значение разработки и внедрения ИСТМ в систему регионального управления, вступающих эффективным стратегическим направлением повышения конкурентоспособности и качественных характеристик жизнедеятельности населения региона, будет постоянно возрастать.



## Литература

1. Туменова С.А. Роль индивидуального человеческого капитала в обеспечении конкурентоспособности экономических систем // Современные технологии управления. 2014. №11(47). URL: sovman.ru
2. Буторина А. А., Соловьева Н. А., Кошелева А. А. Инновационные социальные технологии. Ярославль: ЯрГУ, 2013. 148 с.
3. Борукаев А.З. Управленческие приоритеты регионального социально-экономического развития // Инженерный вестник Дона. 2011. № 3. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2011/464.
4. Князева Е.Н. Вращивать социальные инновации - значит управлять креативно. URL: spkurdyumov.narod.ru/progi.htm.
5. Социальные технологии управления обществом: региональный уровень /под ред. Я. А. Маргуляна. СПб.: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010. 436 с.
6. Туменова С.А., Созаева Т.Х. Системная модернизация как императив устойчивого развития территорий // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 8. С. 10-15.
7. Туменова С.А., Созаева Т.Х. Повышение региональной конкурентоспособности в условиях перехода на инновационный путь развития // Экономические науки. 2012. №7(92). С.28-31.
8. Amber T., Barrow S. The employer brand // Journal of brand management. 2010. Vol. 4. № 3. P. 185.
9. Love L.F., Singh P. Workplace Branding: Leveraging Human Resources Management Practices for Competitive Advantage Through “Best Employer” Surveys // Journal of Business and Psychology. 2011. Vol. 26. pp. 175-181



10. Туменова С.А., Толгурова З.Х. Бренд-менеджмент дестинаций в стратегии конкурентного развития региона // European Social Science Journal. 2015. №3. С. 36-44

11. Туменова С.А., Кандрокова М.М. Территориальный брендинг как инструмент развития рекреационного комплекса региона // Инженерный вестник Дона. 2015, №2/2. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2p2y2015/2990](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2p2y2015/2990)

### References

1. Tumenova S.A. Sovremennyye tekhnologii upravleniya, 2014. №11 (47). URL: [sovman.ru](http://sovman.ru)

2. Butorina A. A., Solov'yeva N. A., Kosheleva A. A. Innovatsionnyye sotsial'nyye tekhnologii [Innovative social technologies]. Yaroslavl': YarGU, 2013. 148 p.

3. Borukaev A.Z. Inzhenernyj vestnik Dona (Rus), 2011. № 3. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2011/464](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2011/464).

4. Knyazeva Ye.N. Vzrashchivat' sotsial'nyye innovatsii - znachit upravlyat' kreativno [To cultivate social innovations - means to operate creatively]. URL: [spkurdyumov.narod.ru/progi.htm](http://spkurdyumov.narod.ru/progi.htm).

5. Sotsial'nyye tekhnologii upravleniya obshchestvom: regional'nyy uroven' [Social technologies of management of society: regional level] pod red. YA. A. Margulyana. SPb.: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskoy akademii upravleniya i ekonomiki, 2010. 436 p.

6. Tumenova S.A., Sozayeva T.KH. Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika. 2014. № 8. pp. 10-15 .

7. Tumenova S.A., Sozayeva T.KH. Ekonomicheskiye nauki. 2012. №7 (92). pp. 28-31.



8. Amber T., Barrow S. Journal of brand management. 2010. Vol. 4. № 3. P. 185.
9. Love L.F., Singh P. Journal of Business and Psychology. 2011. Vol. 26. pp. 175-181
10. Tumenova S.A., Tolgurova Z.KH. European Social Science Journal. 2015. №3. pp. 36-44
11. Tumenova S.A., Kandrokova M.M. Inženernyj vestnik Dona (Rus), 2015. №2/2. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2p2y2015/2990](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2p2y2015/2990)