

При определении коэффициента, характеризующего глубину залегания конкретного участка недр, необходимо учитывать, что затраты на добычу и доведение до требований ГОСТа газа сеноманских залежей и сухого отбензиненного газа различаются в 1,6–1,9 раза. Для добычи газа на месторождениях с глубиной залегания свыше 1900 метров ставка НДС может быть снижена в 1,67 раза (т. е. коэффициент, характеризующий глубину залегания конкретного участка недр принимаем равным 0,6). Начиная с января 2011 года ступенчатое повышение базовой ставки НДС по природному газу позволит избежать выпадения доходов бюджета [5].

Предложенные в статье меры позволяют перераспределить налоговую нагрузку внутри газовой отрасли, несколько сблизив экономическую эффективность добычи газа горючего природного на разных типах месторождений.

Библиографические ссылки

1. Энергетическая стратегия Российской Федерации до 2030 года.
2. Павлова Л. П., Понкратов В. В. Налогообложение добычи природного газа в Российской Федерации. – М. : Оргсервис-2000, 2007. – 232 с.
3. О внесении изменений в статьи 342 и 361 части второй Налогового кодекса Российской Федерации : Федеральный закон от 27 ноября 2010 г. № 307-ФЗ.
4. Понкратов В. В. Горная рента в нефтедобывающей промышленности: экономическая сущность и инструменты изъятия // Вестник ИжГТУ. – 2011. – № 1. – С. 94.
5. Понкратов В. В. Совершенствование налогообложения добычи нефти и газа в Российской Федерации // НефтьГазПраво. – 2011. – № 3.
6. О газоснабжении в РФ : Федеральный закон от 31 марта 1999 года № 9-ФЗ.
7. Понкратов В. В. Базовые критерии дифференциации ставки НДС по природному газу // Финансы. – 2006. – № 2.
8. Налогообложение недропользования в Российской Федерации : монография / Л. П. Павлова [и др.]. – М. : Воентехиздат, 2009. – 496 с.

V. E. Ponkratov, Candidate of Economics, Taxation Policy Centre of the Institute of Financial and Economic Investigation, Financial University Affiliated to the Government of Russian Federation, Moscow

Improving Taxation of Natural Gas Extraction in Russian Federation

The analysis of taxation of natural gas extraction is made and its shortcomings in Russian Federation are defined. It also suggests improvements in the taxation for stimulating the full extraction of natural gas and changing the extraction structure in order to match the reserve structure and interests of business and government.

Key words: gas production taxation, mineral resources recovery tax, differentiation of taxes, natural gas.

УДК 658.5.011

Ф. П. Зотов, кандидат технических наук, доцент, Уральский государственный лесотехнический университет, Екатеринбург

УПРАВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПО ГЛАВНОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЦЕЛИ

Исследуются краткосрочный и долгосрочный аспекты управления хозяйственной деятельностью на российском промышленном предприятии. Формируется методика управления по главной стратегической цели. Рассматриваются управленческие технологии, поддерживающие развитие предприятия в стратегической перспективе.

Ключевые слова: промышленное предприятие, формирование главной стратегической цели, управление по главной стратегической цели, управленческая технология.

По определению, организацией называют объединение людей для достижения стратегических целей. Цель выступает способом объединения в организацию различных разрозненных действий людей. Деятельность без стратегических целей не имеет «здорового смысла». Представляется, что главная стратегическая цель является ключевой позицией для руководства каждой конкретной организации при развертывании хозяйственной деятельности.

Формирование методики управления по главной стратегической цели

Представители европейской теории менеджмента П. Друкер, Р. Каплан, Д. Нортон называют видение долгосрочной перспективы главной стратегической целью деятельности организации [1, 2]. Воспользуемся четырехкомпонентной моделью главной стратегической цели, разработанной корпорацией «Тойота» (табл. 1) для промышленного предприятия [3].

Таблица 1. 4-компонентная модель главной стратегической цели для промышленного предприятия

Компонент	Внутренний	Внешний
Люди	К: умелый персонал Д: обучение с целью совершенствования	К: надежные партнеры Д: обучающаяся организация
Бизнес	К: отлаженные процессы Д: совершенствование потока создания потребительской ценности	К: достижение максимального финансового капитала Д: прирост пользы обществу от деятельности и продукта

Примечание: Д – долгосрочный аспект; К – краткосрочный аспект

В этой модели главная стратегическая цель отобрана в виде 4 компонентов. Цель составляют не только бизнес, но и люди в бизнесе. Она предусматривает также краткосрочный и долгосрочный аспекты.

Выделим краткосрочный и долгосрочный аспекты управления по главной стратегической цели.

Управление по краткосрочной цели

По определению, принятому в статье 50 Гражданского кодекса РФ, краткосрочный аспект главной стратегической цели организации понимается как «извлечение прибыли» [4]. Этот аспект называют еще предназначением, смыслом существования организации или миссией. Если организации удалось приблизить и удерживать этот аспект цели до уровня достижения максимального финансового капитала, ее деятельность следует признать успешно завершённой. С позиций финансового анализа оптимальным достижением краткосрочной цели считается распродажа активов организации целиком или по частям.

С такой целью продолжает существовать подавляющая часть российских промышленных предприятий, подвергая себя риску ее не достигнуть.

В модели «Тойота» (табл. 1) краткосрочный аспект цели помимо достижения максимального финансового капитала предусматривает также отладку основных процессов, совершенствование труда персонала, наработку надежных связей с партнерами.

Практика свидетельствует, что деятельность руководства предприятия по достижению краткосрочной цели достаточно поддерживать управленческой технологией, основанной на финансово ориентированном менеджменте [5].

Управление по долгосрочной цели

По результатам обследования отечественных предприятий, проведенного еще в 1997 г. «Российским экономическим барометром», не более 25 % руководителей пытались разобраться с главной стратегической целью собственного предприятия. Примерно половина из них отказались от ее формирования, сославшись на нестабильные экономические условия. Директора просто не понимали, что это такое. В ответ на вопрос о наличии на предприятии

разработанной стратегии, отвечали: «Стратегия? Конечно, есть, к тому же простая – выжить» [6].

В настоящее время на сайтах многих промышленных предприятий можно найти опубликованными главные стратегические цели так, как они понимаются руководством этих компаний. Очень часто стандартными фразами руководство провозглашает свою стратегическую перспективу, как-то: вывести бренд на лидирующие позиции в мире, ответственно выполнять свою роль перед обществом, повышать конкурентоспособность продукции, максимально удовлетворять запросы заказчиков и пр. Не менее часто подобные декларации не имеют ничего общего с реальностью. В итоге декларации становятся бессмысленными и оказывают на персонал деморализующее воздействие.

В табл. 2 представлен анализ видения стратегической перспективы руководством известных российских промышленных предприятий по компонентам модели «Тойота» (табл. 1). В частности для этой работы были привлечены информационные материалы у 3 российских промышленных предприятий из разных отраслей:

- ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» (пищепром) [7];
- ООО «УГМК-холдинг» (цветная металлургия) [8];
- ОАО «АЗ «УРАЛ» (автопром) [9].

Результаты анализа свидетельствуют, что краткосрочный аспект в части наращивания финансового капитала весьма четко прослеживается у всех 4 компаний. Касательно долгосрочного аспекта главной стратегической цели ни одна компания не охарактеризовала прирост пользы обществу от своей деятельности и выпускаемого продукта. Только руководство ОАО «АЗ «УРАЛ» продекларировало деловое совершенствование в качестве главной стратегической цели и заявило о себе как об обучающейся организации [9].

Следует признать, что в долгосрочном аспекте сложнее добиться выстраивания главной стратегической цели. Сложность определяется развитостью философии и культуры управления в организации.

Представляется полезным пояснить понимание этих категорий применительно к рассматриваемой теме.

Философия управления

Такая философия понимается как совокупность взглядов и принципов руководства [10]. В основу ее закладываются собственные традиции предприятия, традиции отраслевых лидеров, нарабатанная мировая практика. Она становится образом жизни на всех уровнях управления, последовательно исповедуется изо дня в день высшим руководством. Руководство демонстрирует ей подлинную приверженность. Предприятие без устойчивой управленческой философии неминуемо будет уступать «идейным» компаниям. Яркое свидетельство тому есть в мировом автопроме. Так, с 80-х годов XX в. американские автостроительные гиганты начали уступать рыноч-

ные позиции азиатским автомобильным компаниям, в частности компании «Тойота», где принципы управления оказалась устойчивее и сильнее, и где

руководство демонстрировало, по выражению Э. Деминга, «постоянство и преемственность главной стратегической цели».

Таблица 2. Анализ главной стратегической цели промышленного предприятия по ее компонентам

Декларирование главной стратегической цели	Анализ по компонентам «персонал», «процессы», «партнеры» и «бизнес» (см. табл. 1)
1. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» [7]	
<i>Мы создаем качественный продукт, который дарит людям радость общения, делает их жизнь ярче и интереснее</i>	Сформировано средство достижения максимального финансового капитала по компоненту «бизнес». Прирост пользы обществу достаточно спорный
<i>Постепенно увеличивать долю на пивном рынке России при сохранении высокой прибыльности.</i> <i>Вывести бренд «Балтика» на лидирующие позиции в мире</i>	Охарактеризованы другие средства достижения максимального финансового капитала по компоненту «бизнес»
<i>Фокус на построении сильных брендов, премиализации и инновациях. Лидерство во всех ценовых сегментах, регионах и каналах продаж. Поиск дополнительных источников прибыльного роста за счет географической экспансии и развития смежных направлений</i>	Уточнены средства достижения максимального финансового капитала по компоненту «бизнес»
<i>Повышение эффективности бизнес-процессов и операционное совершенствование</i>	Непонятно, за счет чего будет совершенствоваться компонент «процессы»
<i>Создание и постоянное развитие лучшей команды профессионалов</i>	Непонятно, за счет чего будет развиваться компонент «персонал»
Выводы Руководство ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» сформировало видение перспективы только по 3 компонентам модели из 4, а именно по компонентам «процессы», «персонал» и «бизнес». Абсолютно не затронут компонент «партнеры». Компонент модели «бизнес» сформирован только для краткосрочного аспекта. У компании не сформирован долгосрочный аспект стратегической перспективы по компоненту «бизнес». В частности компания не видит для себя перспективы стать обучающейся организацией. Отсутствует философия бизнеса	
2. ООО «УГМК-холдинг» [8]	
<i>За счет эффективной работы своих предприятий повышать конкурентоспособность отечественной промышленности</i>	По компоненту «бизнес» продемонстрировано обязательство работать на пользу обществу. Однако по компоненту «процессы» непонятно, что понимается под эффективной работой
<i>Ответственным отношением к собственному персоналу и обществу способствовать максимальной реализации человеческого потенциала и улучшению основных сфер жизни наших сограждан.</i> <i>Компания активно реализует следующие стратегические направления своей деятельности:</i>	Одно только ответственное отношение руководства не является методом реализации потенциала людей. Также ответственное отношение руководства не является мероприятием по улучшению основных сфер жизни людей
<i>работает в интересах национальной экономики и выступает ответственным партнером государственных структур, федеральной и региональных властей;</i>	Продемонстрировано ответственное партнерство перед государственными структурами по компоненту «партнеры»
<i>проводит масштабную реконструкцию и модернизацию действующих мощностей, оптимизирует затраты, сокращает издержки и повышает производительность;</i>	Показан путь совершенствования компонента «процессы», но не сформированы методы его достижения
<i>обеспечивает собственную сырьевую безопасность и развивает производство продукции повышенной степени готовности;</i>	Можно определить перечисленные направления только лишь как средства для достижения максимального финансового капитала по компоненту «бизнес»
<i>последовательно сокращает техногенную нагрузку на окружающую среду и стремится к экологической безопасности своих производств;</i>	
<i>постоянно находится в поиске новых направлений развития бизнеса;</i>	
<i>стремится выступать технологическим и инновационным лидером в своей отрасли;</i>	
<i>совершенствует маркетинговую и сбытовую политику для укрепления своих позиций на всех рынках;</i>	
<i>постоянно улучшает качество продукции, внедряет современные системы менеджмента качества и управления производственными процессами;</i>	
<i>создает условия для активного привлечения инвестиций;</i>	
<i>внедряет современные принципы корпоративного управления и корпоративной культуры;</i>	Непонятно, на каких ценностях, установках и нормах будет создаваться корпоративная культура

Декларирование главной стратегической цели	Анализ по компонентам «персонал», «процессы», «партнеры» и «бизнес» (см. табл. 1)
<i>за счет эффективной системы организации и мотивации труда, предоставления широкого набора социальных гарантий создает своим сотрудникам возможности для наиболее полной реализации профессиональных навыков и творческого потенциала;</i>	Продемонстрированы методы реализации человеческого потенциала по компоненту «персонал»
<i>ответственно выполняет свою роль перед обществом, в том числе и через участие в решении социальных проблем регионов, в которых расположены ее предприятия</i>	Участие в решении социальных проблем регионов можно признать как стремление приносить пользу обществу
Выводы Руководство ООО «УГМК-холдинг» направляет видение своей компании на сочетание роста собственного бизнеса с интересами национальной экономики. Заявлено о готовности решать экологические и социальные проблемы территорий, где разворачивается деятельность компании. Недостаточно развито видение по компоненту «партнеры». У компании не сформирован долгосрочный аспект стратегической перспективы в бизнесе. Отсутствует видение в качестве обучающейся организации	
3. ОАО «АЗ «УРАЛ» [9]	
<i>Удовлетворять потребности общества в автотехнике большой массой от 12 до 44 тонн и создавать условия поддержания работоспособности автомобилей в процессе эксплуатации</i>	Охарактеризовано средство достижения максимального финансового капитала. Можно согласиться, что это средство станет средством прироста пользы обществу.
<i>Чтобы избежать потерь и создать бережливое производство, которое позволит предприятию выйти на качественно новый уровень, на АЗ «Урал» принят новый подход, который основывается на четырех категориях принципов:</i> • философия долгосрочной перспективы; • правильный процесс дает правильные результаты; • добавляй ценность организации, развивая своих сотрудников и партнеров; • постоянное решение фундаментальных проблем стимулирует непрерывное обучение	Охарактеризованы долгосрочные аспекты в 3 компонентах главной стратегической цели, а именно по компонентам «процессы», «персонал» и «партнеры»
<i>Постоянное повышение конкурентоспособности продукции за счет повышения ее качества, совершенствования конструкции, технологии изготовления и развития сервиса</i>	Уточнены средства достижения максимального финансового капитала по компоненту «бизнес»
<i>Сочетание лидерства руководителей всех уровней и командной работы коллектива</i>	
<i>Вовлечение персонала в постоянное совершенствование процессов, развитие корпоративной культуры и улучшение условий труда</i>	
<i>Целенаправленное повышение квалификации работников</i>	Сформирован краткосрочный компонент «персонал»
<i>Постоянное улучшение процессов системы менеджмента на основе стандартов ГОСТ Р ИСО серии 9000</i>	Можно согласиться, что сформирован компонент «процессы» и определено средство для его достижения
<i>Совершенствование системы менеджмента</i>	Непонятно, как будет совершенствоваться менеджмент
<i>Оптимизация бизнес-процессов на основе внедрения современных информационных систем</i>	Уточнено средство по компоненту «процессы» в краткосрочном аспекте цели
<i>Развитие взаимовыгодных, партнерских отношений с поставщиками и потребителями</i>	Сформирован компонент «партнеры» в краткосрочном аспекте цели
Выводы Следует признать, что руководство ОАО «АЗ «УРАЛ» сформировало стратегическую перспективу достижения «делового превосходства» в бизнесе. Руководство выразило прирост пользы обществу от своей деятельности и выпускаемого продукта. Принятие нового подхода к управлению, выраженного в четырех принципах, представляется достаточным для закрытия остальных 3 компонент главной стратегической цели	

Философия нужна каждому руководителю и на каждом предприятии. Если на предприятии работают 5–10 человек, кажется, что вопрос философии не является проблемой. Руководитель самостоятельно и непосредственно доносит до персонала свое мировоззрение на бизнес. Как правило, философия при этом остается все той же: зарабатывать деньги. Согласно статистике 90 % предприятий и более прекращают свое существование, не достигая 5-летнего возраста, основываясь на такой философии [11].

Культура управления

Культура управления в организации понимается как совокупность ценностей, убеждений, установок руководителей, сложившихся на основе собственных традиций или привнесенных извне. Известны следующие образцы культуры управления, наработанные мировой управленческой практикой:

- достигать цели с наименьшими затратами, с наилучшим качеством и в минимальные сроки;
- максимально удовлетворять клиентов;
- в центре внимания – процесс производства;

- рабочие – главные действующие лица процесса;
- партнерские отношения между руководителями и рабочими;
- ежедневные, небольшие улучшения, в которых участвует весь персонал.

Следует отметить, что имеется достаточно свидетельств, когда руководство российских промышленных предприятий достаточно охотно декларирует такие установки. В частности это можно видеть в рекламных буклетах и статьях, в докладах руководителей предприятий на конференциях и совещаниях. Однако традиционно на российских предприятиях продолжают сохраняться следующие убеждения руководства:

- слушать указания сверху: «что делать» и «как делать»;
- производить как можно больше без внимания к самому процессу производства;
- творческий потенциал рабочих во внимание не принимать;
- в центре внимания – процесс принятия решений;
- увеличивать прибыль за счет новых капитальных вложений.

Мотивы для применения

новых управленческих технологий

Первый принцип Э. Деминга из его знаменитых 14 пунктов призывает руководителей сохранять приверженность главной стратегической цели в каждом управленческом решении и действии [12]. Представляется, что такую приверженность следует сохранять как в краткосрочном, так и в долгосрочном аспектах управления по главной стратегической цели. Логика подсказывает, что руководителям предприятий целесообразно придерживаться только таких действий и решений, которые ускоряют достижение главной стратегической цели. Тогда применение той или иной современной управленческой технологии становится необходимым инструментом поддержки управленческой деятельности. Имеет ли «здравый смысл» вводить современные управленческие технологии в оперативную деятельность руководства, т. е. в управление по краткосрочному аспекту деятельности? Очевидно, имеет смысл пробовать применять такие технологии, особенно в периоды, когда предприятие встречается с трудностями при развертывании хозяйственной деятельности, например, долгое время сохраняет статус убыточного предприятия или теряет рынок сбыта. Представляется, что будет чрезвычайно выгодно опробовать именно те технологии и отдельные управленческие инструменты из богатого практического арсенала менеджмента, которые поддержат именно краткосрочный аспект деятельности.

Очевидно, стоит обратить внимание на богатый опыт, накопленный успешной мировой практикой применения управленческих технологий. На такие технологии претендуют в частности современные модели всеобщего управления качеством, система сбалансированных показателей, управление по результатам, функционально-стоимостный анализ, «бережливое производство», концепция «шесть сигм» и прочие.

Попытаемся сопоставить две управленческие технологии, достаточно известные и опробованные мировой практикой, а именно: TQM [10] и метод управления по результатам [1]. Принципиальное отличие модели всеобщего управления качеством – TQM – состоит в том, что она поддерживает действия руководства по достижению главной стратегической цели предприятия, когда цель – достижение делового превосходства. У метода управления по целям более узкая направленность, он применяется, когда предприятие стремится завоевать лидерство и могущество на рынках.

Разрешить вопросы, касающиеся полезности той или иной технологии, может подсказать успешная мировая практика их применения.

TQM (Всеобщее управление качеством)

Современная модель всеобщего управления качеством и в частности модель, основанная на требованиях международных стандартов ИСО серии 9000 версии 2008 года (МС ИСО 9000:2008), предоставляет руководству предприятия системную поддержку в его деятельности по достижению главной стратегической цели [12]. Помимо системной поддержки модель TQM содействует становлению философии и культуры управления. Если после применения на практике модели TQM не наблюдается ускорения в направлении достижения главной стратегической цели, то ее применение следует признать малоэффективной. Нередко руководство ожидает, что модель TQM сама по себе будет улучшать показатели деятельности предприятия. Однако ее особенностью является то, что примененная на практике модель всего лишь поддержит действия руководства в достижении главной стратегической цели, если руководство все-таки обратится к возможностям этой технологии. Модель подскажет, «что надо делать» для достижения цели. Однако «как это делать» и тем более «почему это надо делать» модель не детализирует.

Метод управления по результатам (целям)

Метод управления по результатам, во-первых, призван формировать на предприятии такие категории, как «стратегическая цель» и «стратегическое планирование»; во-вторых, содействует развертыванию цели по иерархическим уровням организации; в-третьих, призван гармонизировать цели персонала и стратегические цели организации. Именно на счет этого метода относят достигнутое американскими корпорациями лидерство во многих сферах бизнеса [1]. Метод управления по результатам выдвигает постулат, согласно которому управление в любой социально-экономической системе лишь тогда эффективно, когда цели четко определены, степень их достижения поддается количественному и качественному измерениям, а целеуказание доминирует во всех управленческих функциях и на всех уровнях.

Заключение

В настоящей статье сделана попытка обосновать основополагающую роль главной стратегической цели для развития промышленного предприятия.

Представляется возможным считать отсутствие главной стратегической цели основной причиной низкой эффективности управления на российских предприятиях. Низкая эффективность проявляется в полной разнонаправленности в действиях и решениях руководства.

Формирование главной стратегической цели можно считать началом преобразований в менеджменте российского промышленного предприятия. В дальнейшем эти преобразования обеспечат координацию всех управленческих действий строго в направлении сформированной цели.

Только главная стратегическая цель может стать мотивом и естественной потребностью для применения новых управленческих технологий. Подбирается та управленческая технология, которая должным образом обеспечит поддержкой усилия менеджмента по достижению главной стратегической цели. Очевидно, вероятность успеха применения новой управленческой технологии будет возрастать, если она будет иметь системную основу и базироваться строго на философии и культуре управления.

Библиографические ссылки

1. Друкер П. Управление, нацеленное на результаты : пер. с англ. – М. : Технологическая школа бизнеса, 1992.
2. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей : пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2004.
3. Лайкер Дж. Практика ДАО «Тойота»: Руководство по внедрению принципов менеджмента «Тойота» : пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации. – URL: <http://www.garant.ru/main/10064072-004.htm#par352> (дата обращения: 19.08.2011).

5. Рубаник Ю. Т. Российские корпорации выбирают траекторию организационного развития. – URL: http://www.cntu.mbq.ru/Statyi/Ros_Kor_Vib_Tr.html (дата обращения: 03.08.2011).

6. Российский экономический барометр. – URL: <http://www.imemo.ru/ru/period/barom/about.php> (дата обращения: 19.07.2011).

7. Web-сайт ОАО «Пивоваренная компания «Балтика». – URL: http://corporate.baltika.ru/m/2584/strategy_baltika_breweries.html (дата обращения: 01.08.2011).

8. Web-сайт ООО «УГМК-холдинг». – URL: <http://www.ugmk.com/ru/company/mission> (дата обращения: 01.08.2011).

9. Web-сайт ОАО «АЗ «УРАЛ». – URL: <http://www.uralaz.ru/company.php?id=13> (дата обращения: 01.08.2011).

10. Иняц Н. Малая энциклопедия качества. – Ч. 3. Современная история качества : пер. с хорватского. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2003.

11. Почему выгодно покупать готовый бизнес. – URL: <http://www.spb-mb.ru/index.php?page=17> (дата обращения: 19.07.2011).

12. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами : пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007.

13. ISO 9001:2008. Системы менеджмента качества. Требования. – URL: http://www.iso.org/iso/ru/iso_catalogue/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=46486 (дата обращения: 23.07.2011).

F. P. Zotov, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Ural State Forestry University, Ekaterinburg

Management of an Industrial Enterprise by Main Strategic Goal

Long-term and short-term management aspects of the main activity of a Russian industrial enterprise is examined. The management method based on the main strategic goal is formed. The management technologies of enterprise development as a strategic prospect are regarded.

Key words: industrial enterprise, main strategic goal, management based on the main strategic goal, management technology.

УДК 005.35

А. А. Колесникова, аспирант, Ижевский государственный технический университет

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Рассмотрены основные принципы формирования стратегии промышленного предприятия на основе социальной ответственности бизнеса, которая определяется через выявление заинтересованных в деятельности данной организации групп и их ожидания. Проведен анализ методических подходов к оценке социальной ответственности бизнеса, а также представлены методические рекомендации по оценке социальной ответственности бизнеса промышленной организации.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, комплексная оценка уровня социальной ответственности, заинтересованные группы.

Современный этап социально-экономического развития России находится в состоянии поиска дальнейшего эволюционного пути. Не

вызывает сомнения, что одним из главных ресурсов экономического рывка в нашей стране являются промышленные предприятия, которым необходимо