

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

искать и находить новые формы взаимодействия со всеми участниками бизнеса. В этой связи возникает необходимость изучения зарубежного и отечественного опыта наиболее успешных организаций, на практике доказавших умение адаптироваться и развиваться в самых сложных экономических условиях.

Анализ современных экономических тенденций развития промышленных организаций свидетельствует о возрастающей роли социальной ответственности бизнеса, как в зарубежных странах, так и в отечественной экономике. Основные причины этих тенденций кроются в примерах успешного развития промышленности ряда социалистических стран и всевозрастающего профсоюзного движения за права работников промышленных организаций.

Ценность социальной ответственности бизнеса заключается в минимизации негативных последствий производственной деятельности организаций, в формировании атмосферы предсказуемости, доверия и общих ценностей в обществе. Бизнес, благодаря социальной ответственности становится более устойчивым в экономическом и социальном плане, получает возможность увеличения своих нематериальных активов. В этой связи изучение проблем, связанных с реализацией и оценкой социальной ответственности бизнеса на отечественных промышленных предприятиях нам представляется своевременным и весьма актуальным.

Проблема развития и формирования социальной ответственности бизнеса разрабатывалась и обсуждалась многими учеными-экономистами.

Среди отечественных трудов, вышедших в последнее время и посвященных исследованию вопросов социальной ответственности, можно выделить работы Андропова В. В., Басовского Л. Е., Боткина О. И., Волгиной Н. А., Гринюк Ж. В., Даниловой О. В., Комаровского В. С., Котлярова Д. А. и др. А также ряда зарубежных авторов таких, как Маквильямс, М. Макинтош, Майкл Мескон, Джон Мун и др.

Анализируя имеющиеся научные работы, освещающие вопросы эффективности концепции социальной ответственности для организации, можно сделать вывод, что в них в равной степени уделяется внимание как общетеоретическим вопросам, таким как модели и структура социальной ответственности, основные направления реализации программ социальной ответственности, основные заинтересованные участники внешнего окружения организации, так и практическому опыту ведущих зарубежных и отечественных компаний.

В то же время анализ существующих методических разработок в области социальной ответственности бизнеса [1–6] и практика их использования показали, что промышленные организации испытывают потребность в методических и практических рекомендациях по вопросам эффективного внедрения социальной ответственности в повседневную деятельность российских компаний.

В табл. 1 представлен анализ существующих методических рекомендаций по оценке социальной ответственности бизнеса и определены их особенности.

Таблица 1. Анализ существующих методик социальной ответственности бизнеса

Группировка методик	Особенности
Методики, основанные на оценке уровня социальных инвестиций	Методики определяют уровень инвестиционных вложений по социальным направлениям, но при этом не позволяют оценить их результативность
Узкоспециализированные методики, предназначенные для оценки определенных типов организаций в отдельной отрасли (производственные кооперативы, банковские структуры, рекламные агентства и т. п.)	Данные методики позволяют сопоставить однородные организации по специфическим показателям в рамках одной отрасли
Методики, не адаптированные для рыночной экономики	Методики содержат показатели, характерные для функционирования организаций в советский период (например, определяющие обеспеченность работников организаций объектами социальной инфраструктуры)
Методики, основанные на оценке социальной ответственности перед персоналом и потенциальными сотрудниками и имеющие недостаточно глубокую проработку показателей внутри каждой заинтересованной группы	Не позволяют дать комплексную оценку социальной ответственности организации, поскольку предлагается определение уровня социальной ответственности без глубокой формализованной оценки всех составляющих показателей

Следует отметить, что существующие оценки и методические разработки основываются в основном:

- 1) на критерии социальных инвестиций,
- 2) либо являются узкоспециализированными,
- 3) либо предлагается определение уровня социальной ответственности бизнеса без глубокой формализованной оценки всех составляющих показателей, что не позволяет дать комплексную оценку социальной ответственности бизнеса промышленных организаций. Поэтому задача поиска новых путей

повышения социальной ответственности поведения субъектов рыночных отношений, на наш взгляд, остается нерешенной.

Анализ понятия «социальная ответственность бизнеса» выявил, что это понятие неразрывно связано с заинтересованными в деятельности компании субъектами бизнеса и должно рассматриваться через призму стейкхолдерского подхода, который предполагает обеспечение их интересов. Как показывает практика, социальная ответственность бизнеса обеспечивает компании повышение прибыли, повышает

имидж компании и формирует благоприятное общественное мнение, позволяет обеспечить долгосрочные партнерские отношения, повышает эффективность и производительность труда, формирует приверженность работников и потребителей как к продукции и услугам, так и к самой компании.

В этой связи был проведен анализ основных заинтересованных групп, который позволил выявить основные группы стейкхолдеров и их ожидания.

На основе ожиданий заинтересованных групп нами выявлены направления оценки социальной ответ-

ственности промышленных организаций. По каждому направлению с учетом анализа автором были разработаны показатели и определены социальные ориентиры.

Суть методических рекомендаций заключается в том, что по каждому показателю определяется индекс достижения, который показывает, на сколько фактическое значение показателя соответствует социальному ориентиру. Структура предложенных методических рекомендаций представлена на рис. 1.

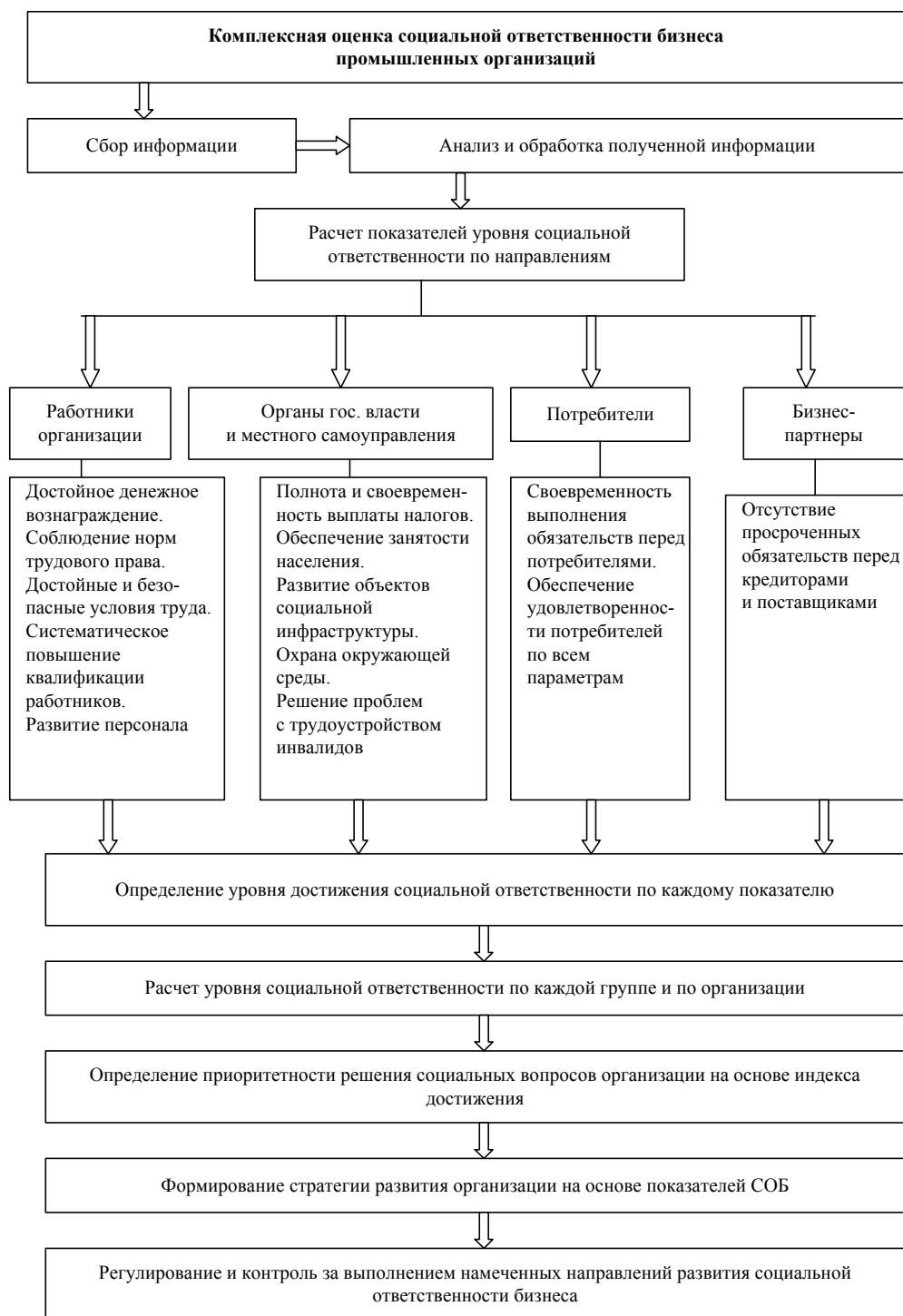


Рис. 1. Структура методических рекомендаций по комплексной оценке социальной ответственности бизнеса

На основе индексов достижения и обобщающих индексов социальной ответственности внутри групп определяются приоритетные направления развития организации и дается комплексная оценка уровня социальной ответственности бизнеса промышленной организации.

Полученная на основе методических рекомендаций информация может послужить основой для разработки стратегических планов развития организации и отслеживать динамику их изменения.

Кроме этого методические рекомендации позволяют проводить мониторинг уровня социальной ответственности бизнеса разных организаций, различных направлений деятельности и определять их степень социальной ответственности перед обществом и государством.

Методические рекомендации нашли практическое применение в деятельности крупной промышленной организации УР. Результаты расчетов представлены в табл. 2, где определены и рекомендованы направления социального развития данной организации.

Таблица 2. Индексы социальной ответственности ОАО «Х»

Уровень социальной ответственности по группам	2008 г.	2009 г.	2010 г.
1. Работники организации	0,8456	0,8452	0,8433
2. Органы государственной власти и местного самоуправления	0,5354	0,5318	0,7000
3. Потребители	0,9695	0,9852	0,9810
4. Бизнес-партнеры	0,9889	0,9639	0,9663
5. Общий уровень социальной ответственности организации	0,8348	0,8315	0,8726

На основе полученных индексов промышленной организации ОАО «Х» можно сделать следующие выводы: самый низкий уровень социальной ответственности в группе «органы государственной власти», что видно из рис. 2.

В 2010 г. произошел рост данного показателя, но он оказался недостаточным для достижения социального ориентира.

Это означает, что компания должна выстроить свою стратегию таким образом, чтобы в первую очередь удовлетворить ожидания органов государственной власти и местного самоуправления.

Вторая по уровню отклонения идет группа «работники организации». Затем идут «бизнес-партнеры», а самый высокий уровень соответствия, близкий к значению 1, в группе «потребители».

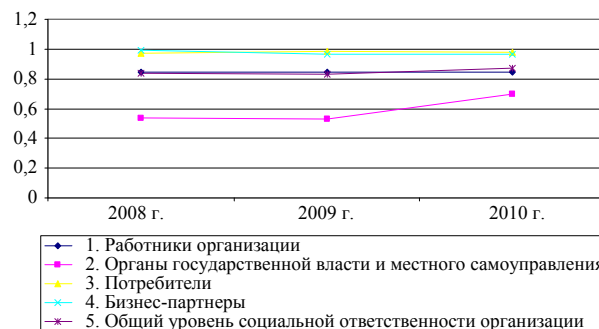


Рис. 2. Динамика индексов социальной ответственности ОАО «Х»

Такой же анализ проводится по каждому направлению внутри группы, и выстраивается стратегия повышения уровня социальной ответственности. Если в какой-то группе интегральный показатель равен 1, то необходимо осуществлять меры по поддержке данного показателя на этом уровне.

Таким образом, организация может отслеживать динамику своей социальной ответственности по каждой группе в отдельности во времени, учитывать отклонения и по каждому направлению и вовремя реагировать на изменения, корректируя стратегию развития промышленной организации.

Библиографические ссылки

1. Бахметьев В. А. Методика оценки социальных инвестиций как инструмент социального менеджмента промышленных предприятий : дис. ... канд. экон. наук. – М., 2009. – 147 с.
2. Вязовой В. Б. СОБ и развитие человеческих ресурсов промышленного предприятия : дис. ... канд. экон. наук, – М., 2005. – 165 с.
3. Камзабаева М. С. Стратегическое планирование социальной ответственности предприятий : дис. ... д-ра экон. наук. – Новосибирск, 2007. – 317 с.
4. Котляров Д. А. Статистическая оценка социальной ответственности промышленных предприятий : дис. ... канд. экон. наук. – М., 2006. – 175 с.
5. Кравченко Е. Ю. Социальная ответственность организаций потребительских коопераций и методические подходы к ее оценке : дис. ... канд. экон. наук. – Белгород, 2006. – 238 с.
6. Шевчук Я. А. Корпоративная социальная ответственность как фактор повышения трудовой мотивации персонала : дис. ... канд. экон. наук. – М. : Научно-исследовательский институт труда и социального страхования, 2009. – 288 с.

A. A. Kolesnikova, Postgraduate Student, Izhevsk State Technical University

Formation of Strategy of an Industrial Enterprise on the Basis of Social Responsibility of Business

The main principles of formation of strategy of an industrial enterprise on the basis of social responsibility of business which is defined through revealing some business groups interested in activity of the given organization are considered. The analysis of methodical approaches to an estimation of social responsibility of business is carried out, and methodical recommendations are presented according to social responsibility of business of the industrial organization.

Key words: social responsibility of business, complex estimation of social responsibility level, interested groups.