



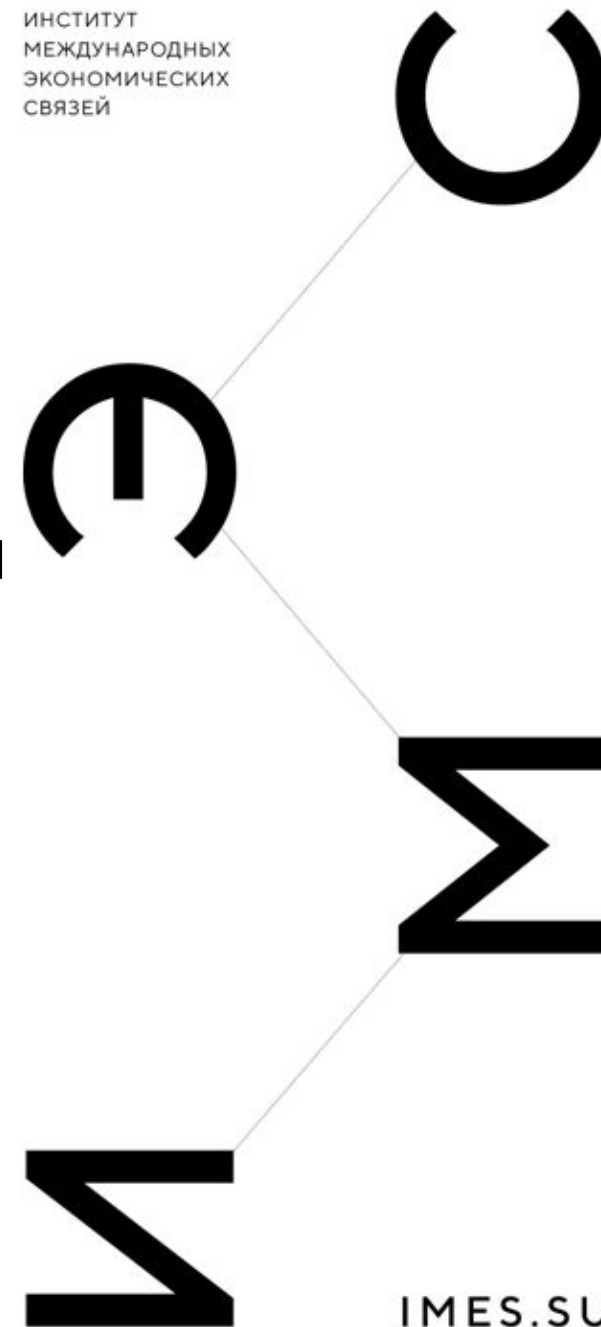
Дисциплина: Стратегический менеджмент

Лекция 2. Разработка и выбор стратегии развития организации

2.3. Разработка стратегии предприятия по отношению к обществу

**Железнова Галина
Евгеньевна**

старший преподаватель кафедры
экономики, управления и права
ИМЭС





Стратегия компании – это сфера развития предприятия, которая раскрывает область деятельности организации, инструменты для достижения сформированных целей, область внешнего и внутреннего сотрудничества, миссию предприятия, ее реакцию на различные помехи, а также систему долгосрочных мероприятий для достижения установленных прогнозов.

План изучения темы

Вопрос 1. Необходимость разработки стратегии организации

Вопрос 2. Алгоритм разработки и выбора стратегии

Вопрос 3. Разработка стратегии предприятия по отношению к обществу



Требования к стратегии



- Реальность
- Логичность
- **Этичность (нравственность) – реализация стратегии не должна предполагать противоречащие нормам морали и права действия**
- **Совместимость со средой, обеспечивающая возможность взаимодействия с ней (стратегия находится под влиянием изменений в окружении фирмы и сама может формировать эти изменения)**
- Оправданная рискованность
- Направленность на создание конкурентных преимуществ и успеха в целом
- **Учет интересов общества в целом, местных властей, акционеров, деловых партнёров, персонала, особенности отрасли и позиции фирмы в ней**

Этика бизнеса – деловая этика, базирующаяся на честности, открытости, верности данному слову, способности эффективно функционировать на рынке в соответствии с действующим законодательством, установленными правилами и традициями

Социальные нормы

Виды социальных норм	Примеры социальных норм
Обычаи	<i>Празднование Нового года в ночь на 1 января</i>
Традиции	<i>Регулярные встречи выпускников учебного заведения</i>
Правовые нормы	<i>« Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства» (Конституция РФ ст. 29)</i>
Моральные нормы	<i>Поступай по отношению к другому так, как хочешь, чтобы поступали по отношению к тебе</i>
Эстетические нормы	<i>Представления о прекрасном и безобразном</i>
Религиозные нормы	<i>Никому не отдавайте злом за зло</i>
Правила этикета	<i>Помоги маленькому, старому, женщине</i>
Мода	<i>Мода на одежду спортивного покроя</i>



Мораль и рыночные отношения

В условиях рыночной экономики должны соблюдаться «правила игры», диктуемые современной культурой рыночных отношений. Эти правила и есть этические нормы, которые регулируют отношения между предпринимателями, а также их отношение к



Социальная ответственность бизнеса

- это добровольный, выходящий за рамки законодательного минимума вклад компании в развитие общества, включающий ответственность делового партнера, работодателя, гражданина и участника социальных отношений.

Три уровня социальной ответственности бизнеса

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер:

Базовый (первый) уровень

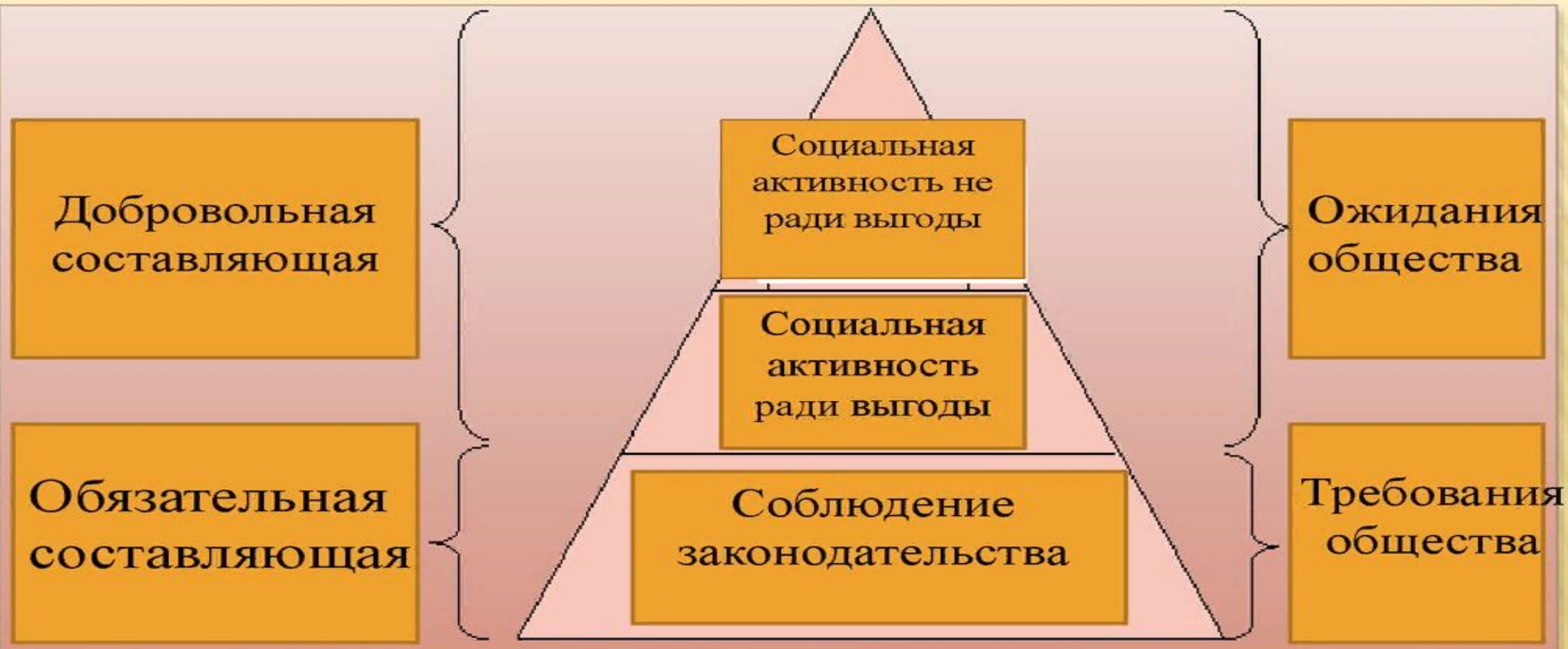
- своевременная оплата налогов,
- выплата заработной платы,
- по возможности — предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

Второй уровень

- обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни;
- повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы.

Третий, высший уровень

- благотворительная деятельность.



**УРОВНИ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА**

Стратегия ведения дел организации не может строиться только на «денежной» основе и должна включать, наряду с коммерческими аспектами, политические и социальные.

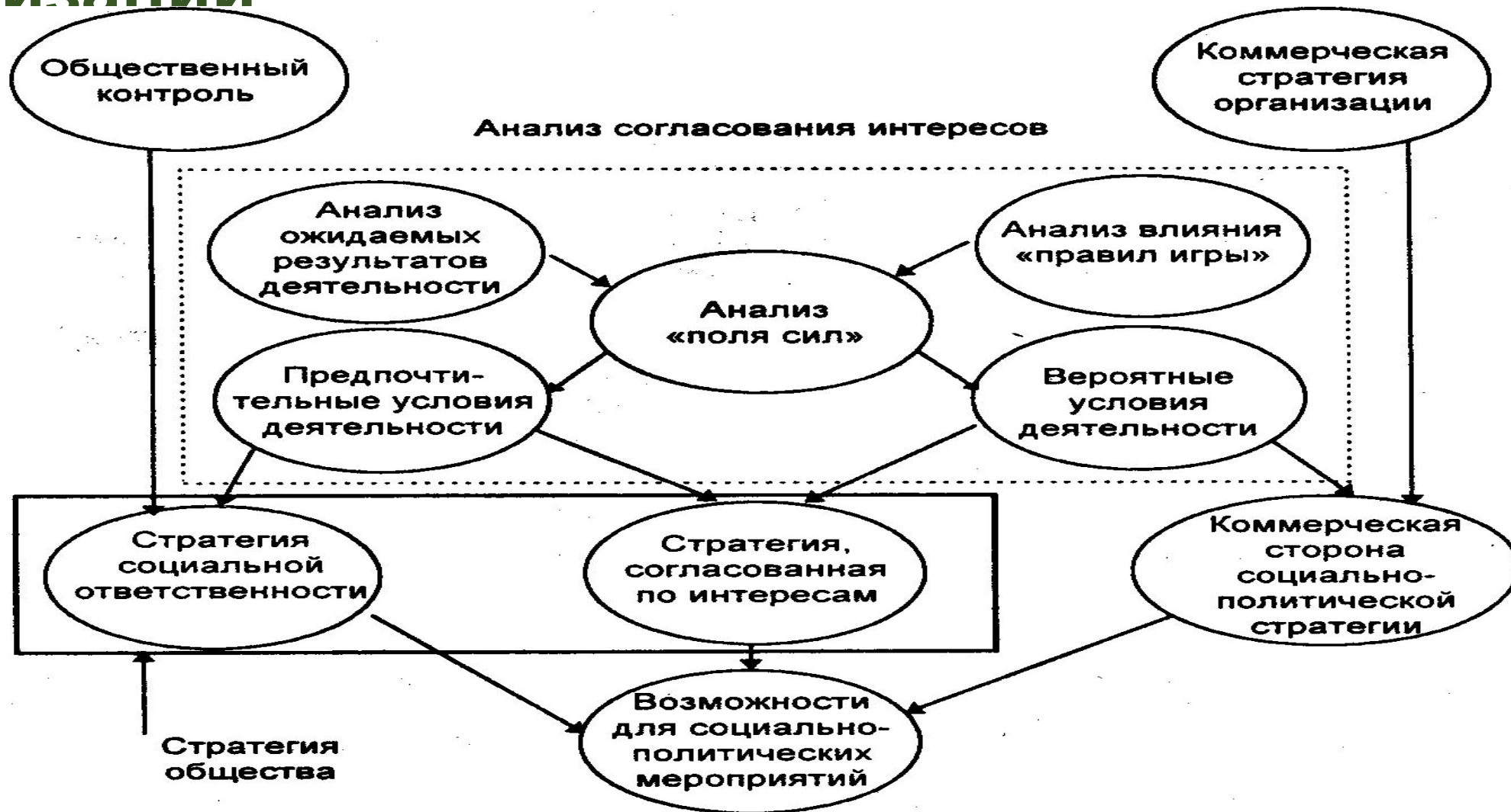


Рис. 4.5. Согласование по интересам стратегии организации по отношению к обществу

Согласование по интересам стратегии организации по отношению к обществу



Анализ социально-политических мероприятий организации



Если организация собирается решать свои проблемы в обществе, ей необходимо развивать соответствующие возможности и способность действовать в социальной сфере, что предусматривает следующее:

- **1. Идеологическую переориентацию.** Менеджеры должны быть готовы признать целесообразность участия организации в процессе определения ее собственной будущей роли в обществе.
- **2. Расширение истока жизненно важной для существования организации информации,** охватывающей не только коммерческую, но и социально-политическую сферы, использующей «язык» других социальных групп и институтов общества, «переводящей на их язык» предпринимательскую деятельность. Эта информация должна быть открытой для внешней среды, доступной всем заинтересованным группам и институтам вне и внутри организации.
- **3. Понимание политических процессов и мастерство политического поведения.** Менеджеры должны понимать различия между согласованными, базирующимися на единой идеологии процессами принятия решений внутри организации и процессами принятия решений, в которых представлены различные идеологии и ни одна из сторон не имеет решающей власти. Они должны накопить опыт и умения в области подготовки политических решений, в лоббировании, создании коалиций, ведении переговоров и использовании пропаганды.

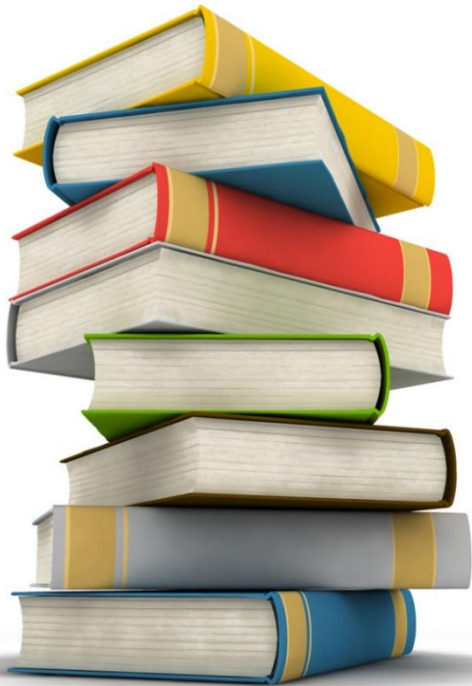
4. **Установление системы отношений и создание структур**, в рамках которых организациями предпринимаются политические действия; им следует определить свое место в политике точно так же, как они нашли свои ниши на рынке.

5. **Совершенствование системы стимулов и вознаграждений** с целью поощрения эффективной и своевременной реакции на социальные проблемы и возможности.

6. **Изменения в системах и структурах организации**, которые



Список основной литературы



Ознакомиться с литературой можно
через электронную среду

1. Долгов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. И. Долгов, Е. А. Прокопенко. – 5-е изд., стереотип. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 278 с. – (Экономика и управление). – Режим доступа: по подписке. –
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145> Фомичев, А. Н.
2. Стратегический менеджмент : учебник : [16+] / П. А. Михненко, Т. А. Волкова, А. Л. Дрондин, А. В. Вегера ; под ред. П. А. Михненко. – Москва : Университет Синергия, 2017. – 305 с. : ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. –
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455434>
3. Левушкина, С. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / С. В. Левушкина ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Секвойя, 2017. – 80 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485035>
4. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 468 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=406068>

Список дополнительной литературы



Ознакомиться с литературой можно
через электронную среду



1. Елисеева, Е. Л. Стратегический менеджмент: шпаргалка : учебное пособие : [16+] / Е. Л. Елисеева, Т. А. Лейни ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 48 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578408>

1. Киселев, А. А. Основы стратегического менеджмента и сущность стратегического планирования в организациях : учебник : [16+] / А. А. Киселев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 336 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599192>

2. Стратегическое управление : учебник / И. К. Ларионов, А. Н. Герасин, О. Н. Герасина и др. ; под ред. И. К. Ларионова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 235 с. : ил. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496214>

3. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 468 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068>



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

УСПЕХОВ В ОБУЧЕНИИ!

Железнова Галина Евгеньевна

эл. почта: guniashka@yandex.ru

