

**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ
НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**MODERN APPROACHES TO ASSESSING THE QUALITY
OF THE SOCIAL ENVIRONMENT**

Д.В. ЧАЙКОВСКИЙ, Е.В. РОДИОНОВА
D.V. CHAYCOVSKIY, E.V. RODIONOVA

(Муромский институт (филиал),
(Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых)
(Murom Institute (branch);
Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs)
E-mail: rod_elena@mail.ru

В статье рассматривается актуальная проблема развития инновационного потенциала работников предприятий текстильной промышленности. Раскрывается взаимосвязь между качеством социальной среды предприятия и уровнем развития инновационного потенциала работников. Предлагается методика оценки качества социальной среды, апробированная на конкретном предприятии.

The article considers actual problem of development of innovative potential of employees of the enterprises of the textile industry. Shows the relationship between the quality of the social environment of the enterprise and the level of development of innovative potential of employees. The methodology of evaluation of the quality of the social environment, tested at a particular enterprise.

Ключевые слова: оценка качества, социальная среда, промышленные предприятия.

Keywords: the quality assessment, the social environment, and industrial enterprises.

Текстильная промышленность занимает наибольший удельный вес (45%) в структуре легкой промышленности. В целях повышения конкурентоспособности российских предприятий Правительство Российской Федерации приняло стратегию развития легкой промышленности России на период до 2020 года. В основу стратегии заложен переход легкой промышлен-

ности на инновационную модель развития, ориентированную на повышение ее конкурентных преимуществ, увеличение выпуска качественной продукции нового поколения.

Повышение конкурентоспособности предприятий текстильной промышленности имеет большое значение для развития отечественного производства, насыщения

внутреннего рынка доступными высококачественными тканями, расширения внешнеэкономических связей.

В результате реализации стратегии доля продукции отечественного производства на российском рынке должна составить не менее 50%. Не менее 80% продукции должны иметь инновационный характер и находиться под патентной защитой. Это будет способствовать обеспечению экономической, оборонной и экологической безопасности России, развитию регионов, созданию новых рабочих мест [4].

Одной из важнейших проблем, требующих безотлагательного решения, является формирование нового типа работника с высоким уровнем развития инновационного потенциала. Инновационный потенциал включает креативные способности, потребности и способность к самореализации, инициативу, воображение, систему ценностей, мотивацию. Работник с высоким уровнем развития инновационного потенциала обладает изобретательностью, активностью, предприимчивостью, эрудированностью, преданностью организации, самодисциплинированностью, интуицией, оригинальностью мышления, высоким уровнем нравственной культуры.

Каждое предприятие должно иметь программу развития инновационного потенциала работников. Процесс развития должен стать составной частью всего, что делается на предприятии, образом мышления и, что еще важнее, образом поведения работников, побуждающим к творчеству, инициативе, поиску инновационных идей и их реализации. Этому способствует реализация гуманистической концепции социального управления.

При гуманистической концепции социального управления центром внимания на предприятии является человек, удовлетворение его потребностей, что в конечном итоге способствует всестороннему и гармоничному развитию личности. Концепция социального управления гуманистического направления – это общечеловеческое движение в сторону создания производственной среды, препятствующей процессу отчуждения работника от результатов

производства. Она способствует восстановлению целостности производства и культуры, возвышению человека как самостоятельной творческой личности [1].

Объектом социального управления является социальная среда организации.

Социальная среда предприятия представляет собой окружающие человека общественные, экологические, материальные, нематериальные и духовные условия его существования, формирования и деятельности на работе [2].

Таким образом, социальная среда предприятия охватывает все этапы трудовой деятельности человека. Ее качество определяется совокупностью характеристик, таких как график работы, возможность достойного заработка, наличие социальных льгот, безопасность работы, возможность применения своих знаний и способностей и т.д.

Качество социальной среды существенным образом влияет на экономические результаты деятельности предприятия, так как:

- 1) существует прямая зависимость между качеством социальной среды и степенью удовлетворенности работников;
- 2) чем выше степень удовлетворения потребностей, тем значительнее уровень инновационного потенциала работников;
- 3) уровень инновационного потенциала работника определяет результаты его труда;
- 4) чем лучше результаты труда работников, тем выше экономическая эффективность;
- 5) чем эффективнее функционирует предприятие, тем больше прирост собственных средств, часть которых можно направить на совершенствование качества социальной среды.

Оценка качества социальной среды может проводиться с помощью методики, включающей в себя следующие этапы:

- определение факторов, влияющих на формирование и удовлетворение социальных потребностей работников предприятия;

- разработка анкеты для опроса мнений работников по степени удовлетворения их потребностей в сложившихся условиях;
- проведение социологического опроса;
- обработка результатов;
- разработка рекомендаций по управлению социальным развитием организации [3].

К факторам, влияющим на формирование и степень удовлетворения социальных потребностей работников, можно отнести следующие.

1) Общие условия организации труда на предприятии: эффективность действующего режима труда и отдыха, возможность достойного заработка, разнообразности и объемы социальных льгот и их доступность, наличие и реализация планов деловой карьеры работников, условия для повышения квалификации, общественное признание и полезность результатов труда работников.

2) Условия организации рабочего места: соблюдение требований техники безопасности и охраны труда, производственной санитарии.

3) Организационно-технические условия труда: уровень технической оснащенности, соблюдение требований эргономики и психофизиологии труда. Прогрессивность технологического процесса, ритмичность труда.

4) Организация оплаты труда: эффективность действующих систем оплаты труда и премирования, системы участия в прибылях.

5) Организация работы социальной инфраструктуры предприятия: жилищное обеспечение, наличие и качество работы столовой, медицинского обслуживания, состояние бытовых помещений, возможность получения путевок в санатории и т.д.

6) Отношения между людьми: уровень сплоченности. Стабильность коллектива, качество межличностных отношений.

7) Духовно-нравственный климат в коллективе: традиции предприятия, обычаи, нравы.

Достоинства этой методики состоят в том, что она универсальна, проста в при-

менении. Не требует серьезных финансовых, технических и трудовых затрат.

Исследование качества социальной среды с помощью данной методики было проведено на швейном предприятии ООО "Славянка". В трудовом коллективе этого предприятия среди рабочих нет мужчин, а также рабочих в пожилом возрасте. В социологическом опросе участвовали 42 работницы. В целом по предприятию все респонденты дали отрицательную оценку состоянию социальной среды, особенно категоричными были незамужние молодые работницы, имеющие среднее специальное образование. Работницы с высшим образованием, напротив, высказали удовлетворение качеством социальной среды предприятия. Более всего работниц не устраивает отсутствие на предприятии возможности продвижения по службе, элементов управления в содержании труда, а также работа столовой. Наибольшее удовлетворение было отмечено графиком работы и характером общения с коллегами на работе и вне ее.

Однако эти усредненные показатели не совпадают с некоторыми индивидуальными мнениями респондентов. Так, если замужние работницы более всего не удовлетворены содержанием труда и работой столовой, то незамужние – отсутствию возможности продвижения по службе и повышения квалификации.

Мнения существенно различаются и в зависимости от образования работниц. Те из них, которые имеют среднее образование, дали самую низкую оценку отсутствию элементов управления в работе, среднее специальное – отсутствию возможности продвижения по службе, а для работниц с высшим образованием проблемой является отсутствие возможности повышения квалификации.

Возраст работниц также вносит определенную дифференциацию в оценку уровня удовлетворения респондентов качеством социальной среды. Если для молодых работниц критическим является отсутствие возможности повышения квалификации и элементов управления в содержании работы, то работницы в зрелом воз-

расте не удовлетворены отсутствием новых интересных проблем в содержании работы.

Таким образом, социальные потребности работников носят индивидуальный характер, каждый человек по-своему расставляет приоритеты. Чаще всего эти приоритеты выходят за рамки тех, которые получены усредненным путем либо с учетом мнений большинства. Если руководствоваться сводными данными, то за пределами внимания руководства предприятия, то есть неудовлетворенными, остаются социальные потребности работников с высшим образованием.

Помимо структурного и социального факторов на дифференциацию степени удовлетворенности работников влияют размер предприятия, место его расположения, демографический фактор, финансовое положение предприятия, развитость социальной сферы региона и социальной инфраструктуры предприятия.

Результаты, полученные в ходе исследования, служат основой для разработки рекомендаций по улучшению качества асоциальной среды, которые могут быть использованы при разработке внутрифирменного плана социального развития предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федосова Р.Н. Управление социально-экономическими процессами на предприятиях. – 3-е изд., стер.перераб. и доп. – Владимир: Владим. гос. ун-т., 2001.
2. Философский энциклопедический словарь/Редкол.: С.С. Аверинцев, Э.А. Араб-Оглы, Л.Ф. Ильичев и др. – 2-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1989. С.624
3. Федосова Р., Родионова Е., Хейфиц Б. Социальная среда организации. – Собор, 2009.
4. http://www.ossps.ru/experts/otrasli_MB/legkaaya_prom/

Рекомендована кафедрой менеджмента и маркетинга. Поступила 02.07.14.