

Большаков Николай Михайлович, Иваницкая Ирина Ивановна

СОЗДАНИЕ СОВОКУПНЫХ ЦЕННОСТЕЙ КАК СУЩНОСТЬ КОРПОРАТИВНО-ОБЩЕСТВЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ

В статье изложены методологические предпосылки нового подхода к формированию системы управления созданием совокупной ценности (стоимости), предполагающей принятие управленческих решений компанией с учетом социальных последствий как для самой фирмы, так и для интересов общества. На основе сбалансированной системы показателей разработана методика расчета эмерджентного эффекта, предложен новый показатель - "эмерджентный капитал" - для оценки деятельности компании при создании совокупной ценности.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2017/2/5.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2017. № 2 (116). С. 22-28. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2017/2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

По результатам проведённых исследований было выявлено, что наибольший коэффициент сходства имеют площадки, расположенные в непосредственной близости друг к другу, находящиеся в одном геоботаническом поясе и в пределах однотипных растительных сообществ.

Список литературы

1. Гроссгейм А. А. Определитель растений Кавказа. М.: Наука, 1949. 376 с.
2. Нефедова М. В., Шальнев В. А. Особенности растительности горного экотона верхней границы леса (на примере среднегорных и высокогорных ландшафтов Западного Кавказа). Ставрополь: СГУ, 2009. 188 с.
3. Шальнев В. А., Колесниченко А. Е. Ландшафтоведение: учебное пособие. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2013. 176 с.

INTRALANDSCAPE DIFFERENTIATION OF GONDARAI LANDSCAPE VEGETATION

Bernikova Ol'ga Pavlovna

Volgin Aleksandr Yur'evich

North Caucasus Federal University

olga.bernikova.95@mail.ru; alex-volgin2010@mail.ru

The article discusses the problem of intralandscape differentiation of vegetation of mid-mountain and high-mountain landscapes. The authors carry out the ecological and geographical analysis of vegetation, according to the results of which Jacquard's coefficient of floristic similarity is calculated and the cluster analysis is conducted. This analysis reveals regularities of intralandscape differentiation of vegetation and explains causes of similarities and differences of both distant and nearby areas.

Key words and phrases: differentiation of vegetation; landscape; ecological and geographical analysis; cluster analysis; Gondarai landscape; Western Caucasus.

УДК 338.470

Экономические науки

В статье изложены методологические предпосылки нового подхода к формированию системы управления созданием совокупной ценности (стоимости), предполагающей принятие управленческих решений компанией с учетом социальных последствий как для самой фирмы, так и для интересов общества. На основе сбалансированной системы показателей разработана методика расчета эмерджентного эффекта, предложен новый показатель – «эмерджентный капитал» – для оценки деятельности компании при создании совокупной ценности.

Ключевые слова и фразы: совокупная ценность; менеджмент заинтересованных сторон; системный подход; корпоративно-общественная интеграция; эмерджентный капитал.

Большаков Николай Михайлович, д.э.н., профессор

Иваницкая Ирина Ивановна, к.э.н., доцент

Сыктывкарский лесной институт (филиал)

Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета имени С. М. Кирова

market@sfi.komi.com

**СОЗДАНИЕ СОВОКУПНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
КАК СУЩНОСТЬ КОРПОРАТИВНО-ОБЩЕСТВЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

Социально ответственное стратегическое управление созданием совокупных ценностей означает не только корпоративное управление с позиций корпоративной социальной ответственности (КСО), но и требует, что представляется особенно важным, системного подхода. Системный подход предполагает осуществление управления процессом создания совокупной ценности с позиции целостности, т.е. проблема рассматривается с разных точек зрения: экономической, социальной, экологической, информационной, технологической, институциональной, инфраструктурной. Понятие целостности основывается на предположении, что система представляет собой нечто большее, а иногда и качественно отличное, чем сумма составляющих частей. Проявление этих свойств принято называть эмерджентностью (от англ. *emergent* – неожиданно возникающий). Схематично явление эмерджентности можно представить следующим образом:

$$\mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \dots + \mathcal{E}_n < \mathcal{E}_0,$$

где $\mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \dots + \mathcal{E}_n$ – эффекты деятельности отдельных частей системы; \mathcal{E}_0 – эффект деятельности системы как целостного явления [4].

Исходя из нашей трактовки совокупных ценностей, вся система управления должна строиться на тех же основаниях уникального позиционирования, что и отношение компании с ее конкурентами, поставщиками и потребителями.

Основным критерием при выборе объекта совокупных ценностей выступает возможность создания ценности как для фирмы, так и для общества. Стратегическая корпоративная социальная ответственность включает в себя два основных измерения, соответствующих отраслевой концепции: воздействие конкурентной среды на фирму, и наоборот, воздействие фирмы на конкурентную среду. Она охватывает, во-первых, стратегическую филантропию, благотворительность, улучшающую конкурентную позицию компании в отрасли; во-вторых, трансформацию цепочки создания ценности, осуществляемую в процессе создания соответствующих инновационных совокупных ценностей. Таким образом, стратегическая корпоративная социальная ответственность подразумевает интеграцию создания совокупных ценностей в корпоративную стратегию, причем интеграцию, способную обогатить эту стратегию за счет повышения потенциала компании в создании совокупной ценности.

Концепция создания совокупной ценности показывает преимущества прагматического подхода как методологической основы анализа отношений бизнеса и общества. Усилия, направленные на поиск совокупных ценностей как в практике ежедневных операций, так и в решении социальных вопросов конкурентной среды, способны не только ускорить экономическое и социальное развитие, но и изменить взгляд компаний и общества друг на друга, перейти от терминологии корпоративной социальной ответственности к корпоративно-общественной интеграции (КОИ). Достижение компанией устойчивых конкурентных преимуществ на основе КОИ требует комплексного подхода, включающего в себя не столько анализ конкурентной среды, сколько развитие соответствующих материальных и нематериальных активов в рамках взаимодействия со всей системой заинтересованных сторон. Соответственно, механизм системы, применяемые методы, средства и инструменты должны быть ориентированы на эту цель, адекватны ей.

В настоящее время концепция создания совокупной ценности не имеет должного теоретического обоснования, отсутствует единый подход к определению понятия совокупной ценности в контексте корпоративно-общественной интеграции. Вопросы интегрированного планирования совокупных ценностей, информационно их поддержки в контексте социальной ответственности не рассматриваются. Недостаточность научной проработанности обусловливаемых требованиями времени проблем КСИ требует их научного обоснования (прежде всего с принципиальных методологических позиций, являющихся основой исследования), интеграции концепции социальной ответственности в модель управления созданием совокупных ценностей, базирующегося на принципах концепции заинтересованных сторон (*stakeholder concept*) [Ibidem]. Эта концепция позволяет персонифицировать и конкретизировать все элементы корпоративной социальной деятельности по созданию совокупной ценности, направленной на удовлетворение ожиданий конкретных заинтересованных сторон (стейкхолдеров).

Методологические предпосылки подхода

к формированию системы управления созданием совокупной ценности

Методологический подход к пониманию стратегического управления в целостной концепции создания совокупной ценности (ССЦ), реализации задач концепции ССЦ базируется на универсальных принципах системности, представленной в тех или иных актуальных трактовках, таких как корпоративное гражданство [5] и корпоративная устойчивость [6]. Причем в условиях турбулентной среды особые преимущества получает концепция динамических способностей к устойчивости. Важно отметить, что концепция корпоративного гражданства воспринимается бизнесом как прагматичная, практико-ориентированная, поскольку «корпорациям» предлагается не столько соглашаться с призывами ученых... становиться более «социально ответственными», сколько формулировать собственную программу того, как стать «хорошим корпоративным гражданином» [5]. Системный подход включает также и другие принципы, в частности выявление сущности взаимодействия, логистической координации и интегрированного стратегического планирования процессов реализации бизнес-целей и задач создания совокупной ценности с использованием интеграционных преимуществ.

Идея логистики здесь реализуется в своей классической интерпретации – минимизация издержек, связанных с обеспечением задач социальной ответственности, обусловленная согласованностью действий, выходом на более высокий уровень интеграции бизнеса и общества, объединением возможностей каждого из них.

Под управлением совокупной ценностью следует понимать процесс целенаправленного воздействия на подсистемы логистической системы, которые связаны с продвижением совокупной ценности от производителя к местам конечного потребления.

Совокупная ценность становится результатом совместных действий производителя, поставщика и потребителей готовой совокупной ценности, проведения ими согласованной политики в ключевых вопросах решения задач по созданию совокупной ценности, выхода их на принципиально новый уровень взаимодействия.

Причем опорная компания в этом случае является не только корпоративным субъектом общества, но и превращается в интегратора совокупной ценности, становится, отвечая на ожидания общества, интеграционным центром, участники создания совокупной ценности превращаются в социально ответственных субъектов, а корпоративно-общественная интеграция (КОИ) – в критерий идентификации и интеграции участников создания совокупной ценности.

Рассмотрение корпоративно-общественной интеграции с позиций системного подхода предполагает необходимость не только определения термина «управление созданием совокупных ценностей», но уточнения и раскрытия сущностей характеристик термина и его атрибутов – субъекта (источника) и объекта. Субъектами создания совокупной ценности являются ее участники, которые посредством различных приемов и способов управленческого воздействия осуществляют целенаправленное обеспечение объекта управления. Объектом управления являются совокупные ценности и экономические отношения между участниками создания совокупной ценности в процессе реализации корпоративно-общественной интеграции.

Экономическая сфера корпоративно-общественной интеграции – это область реализации бизнес-процессов компании. Отклик компании на запросы общества способствует устойчивому ее развитию, т.е. делает КОИ

неотъемлемой частью управления в интересах устойчивого развития. Корпоративно-общественная интеграция выступает как стандартная часть управленческой деятельности компании.

В целом системный подход к управлению процессом корпоративно-общественной интеграции предполагает принятие управленческих решений компанией с учетом социальных последствий как для самой компании (удовлетворение экономических критериев), так и для интересов сообщества.

Возможности корпоративно-общественной интеграции компании выступают как весовые составляющие ее конкурентоспособности, необходимое условие ее устойчивости.

Корпоративно-общественная интеграция – это решения, принимаемые всеми субъектами в интересах каждого ее участника для достижения эмерджентного эффекта управления. С точки зрения данной концепции, процесс реализации КОИ означает для техники, науку и искусство осуществления рациональных затрат на решение социальных проблем общества.

Сущность корпоративно-общественной интеграции позволяет считать эту концепцию управленческой инновацией, так как она предполагает использование принципиально иного подхода к управлению созданием совокупных ценностей и особенно к методологии оценки их функционирования.

Иерархия уровней ответственности участников корпоративно-общественной интеграции включает управление развитием и поддержанием отношенческих активов и превращение их в ключевую концепцию менеджмента как основное средство достижения устойчивого развития. Менеджеры корпорации обязаны знать и уважать все ожидания сообщества. Переход от традиционно трактуемого управления заинтересованными сторонами к менеджменту заинтересованных сторон, подразумевающему активное участие последних в создании совокупных ценностей, позволяет не только глубже осознавать эти ожидания, но и активно влиять на основную деятельность компании. Степень данного влияния можно измерить с помощью оценки ключевых показателей капитализации совокупных ресурсов путем превращения их в процесс создания совокупной ценности, прибыли, показателей экологических и социальных, в частности показателей окупаемости инвестиций, направляемых на создание совокупной ценности. Программа социальной ответственности региона в значительной степени обеспечивается органами государственной власти путем бюджетного финансирования (сформированные инвестиции), социально-значимых проектов развития муниципальных образований). Однако использование корпоративно-общественной интеграции для решения социальных проблем позволит снизить нагрузку на государственные бюджеты всех уровней, что особенно важно в современных условиях экономического кризиса.

Принципы реализации системы управления корпоративно-общественной интеграцией

Реализация корпоративно-общественной интеграции как цепочек создания программы совокупных добавленных ценностей – это стратегический ресурс, обеспечивающий решение важнейших задач социально-экономического развития страны, эффективный инструмент согласования ценностей бизнеса, общества и государства. Трудности решения рассматриваемых проблем КОИ обуславливаются отсутствием в настоящее время у многих российских предприятий единой системы скоординированных стандартов социальной деятельности как части корпоративного менеджмента, отсутствием законодательных актов реализации социальных программ, федеральной методики оценки эффективности социальных проектов, мотивации в реализации задач корпоративно-общественной интеграции.

Реализация концепции управления корпоративно-общественной интеграцией, являющейся важнейшей многоаспектной проблемой, требует теоретического обоснования качественно иного подхода к стратегии взаимодействия бизнеса и общества, предусматривает необходимость решения сложного комплекса технических, технологических и нормативно-правовых вопросов, разработки и поэтапной реализации моделей, алгоритмов и инструментов стратегического и тактического планирования, управления корпоративно-общественной интеграцией.

Стратегия управления КОИ – это долгосрочное прогнозирование, стратегическое планирование, выработка обоснованной концепции и программы, адаптированной к неопределенной ситуации среды, направленной на достижение долговременных целей по управлению корпоративно-общественной интеграцией в условиях воздействия нестабильной внешней среды.

Модели стратегического планирования КОИ представляют собой формализованные и структурированные процедуры разработки интегрированной стратегии бизнес-процессов. Тактика управления КОИ – это организованная совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, моделей, средств, функций, процессов, приемов и программных продуктов, новых эффективных методов управления. Это разработка оперативной политики управления рисками, ресурсами, коммуникациями, обеспечение постоянного мониторинга ключевых целевых параметров взаимоотношений бизнеса и общества, формирование критериев, сбалансированной системы показателей оценки эффективности управления корпоративно-общественной интеграцией. Исследование проблемы управления КОИ осуществляется, в связи с этим, исходя из принципов системного подхода, в различных, определяющих направления исследований, координатных плоскостях: стратегической, функциональной – внешней – и элементной, структурной – внутренней.

Внешний стратегический вектор исследования функционирования системы управления КОИ – это выявление внешних координационных и субкоординационных функций системы, рассмотрение еще на стадии проектирования перспективы создания совокупных ценностей с позиций как бизнес-процессов, так и корпоративно-общественной интеграции.

Элементный структурный вектор исследования – это внутреннее содержание, функционирование цепочек добавленной стоимости с позиций создания совокупной ценности, характеризующие взаимодействие, технологическую интеграцию, межорганизационную координацию и кооперацию контрагентов цепочек добавленной стоимости с достижением максимальной синергии.

Для успешного управления компанией в условиях корпоративно-общественной интеграции необходимо научиться измерять системный эффект. Системный (эмерджентный) эффект (как часть прибыли) достигается оптимальным взаимодействием ресурсных элементов социально-экономической системы компании, которые представлены как предметы труда, труд работников, капитал и предпринимательские способности руководителей (менеджеров), информационные ресурсы и технологии. Экономическая модель компании при социализированном подходе характеризуется следующим выражением:

$$П^c = В^c - \Phi_1^c - \Phi_2^c - \Phi_3^c,$$

где $П^c$ – социализированная прибыль компании за год, руб.;

$В^c$ – социализированная выручка от реализации продукции (услуг), руб.;

Φ_1^c – социализированные переменные издержки производства, руб.;

Φ_2^c – социализированные постоянные издержки, руб.;

Φ_3^c – издержки, связанные с созданием совокупной ценности, руб.

В обобщенном виде использованные ресурсы принимают форму себестоимости продукции (услуг). Основным обобщающим показателем эффективности компании как социально-экономической системы, который отражает все стороны ее хозяйственной деятельности, выступает прибыль. Максимальная прибыль достигается во взаимодействии внутренних и внешних факторов деятельности компании.

Примем, что отдача (прибыль) совокупности ресурсных элементов равна банковскому проценту (r), умноженному на себестоимость производства (стоимость использованных ресурсов).

Тогда системный (эмерджентный) эффект управления процессом создания совокупной ценности можно выразить следующим образом:

$$\mathcal{E}_{эм}^c = П^c - r(\Phi_1 + \Phi_2 + \Phi_3),$$

где $\mathcal{E}_{эм}^c$ – эмерджентный эффект управления процессом создания совокупной ценности как социально-экономической системой, руб.

При вычислении величины эмерджентного эффекта для конкретной компании возможны три варианта (Табл. 1).

1. Эмерджентный эффект, больший нуля ($\mathcal{E}_{эм}^c > 0$), показывает, что компания удовлетворяет требования создания системы совокупной ценности. Угроза возникновения социальной напряженности не ожидается. Чем больше значение эмерджентного эффекта, тем выше результаты корпоративно-общественной интеграции.

2. Эмерджентный эффект равен нулю ($\mathcal{E}_{эм}^c = 0$). Элементы системы хозяйственного механизма не согласованы. В этом случае над компанией может возникнуть серьезная угроза социальной напряженности с местным сообществом. Компании необходимо предпринять действенные меры для обеспечения согласования ценностей.

3. Эмерджентный эффект меньше нуля ($\mathcal{E}_{эм}^c < 0$). Элементы системы игнорируют общественные цели ради достижения своих локальных интересов. Под угрозой находится основная уникальная ценность управления, а именно выживание компании как организации.

Таблица 1.

Виртуальные варианты величины «эмерджентного эффекта»

		Вариант 1	Вариант 2		Вариант 3					
Выручка ($В^c$)	Прибыль ($П^c$)	Эмерджентный эффект ($\mathcal{E}_{эм}^c > 0$)	Выручка ($В^c$)	Прибыль ($П^c$)	Выручка ($В^c$)	Прибыль ($П^c$)	Эмерджентный эффект ($\mathcal{E}_{эм}^c = 0$)	Выручка ($В^c$)	Прибыль ($П^c$)	Эмерджентный эффект ($\mathcal{E}_{эм}^c < 0$)
		Отдача переменных затрат ($r*\Phi_1^c$)					Отдача переменных затрат ($r*\Phi_1^c$)			Отдача переменных затрат ($r*\Phi_1^c$)
		Отдача постоянных затрат ($r*\Phi_2^c$)					Отдача постоянных затрат ($r*\Phi_2^c$)			Отдача постоянных затрат ($r*\Phi_2^c$)
		Отдача социальных затрат ($r*\Phi_3^c$)					Отдача социальных затрат ($r*\Phi_3^c$)			Отдача социальных затрат ($r*\Phi_3^c$)
	Затраты $\Phi_1^c + \Phi_2^c + \Phi_3^c$	Затраты $\Phi_1^c + \Phi_2^c + \Phi_3^c$	Затраты $\Phi_1^c + \Phi_2^c + \Phi_3^c$							

Расчет эмерджентного эффекта на условном примере приведен в Таблице 2.

Таблица 2.

Расчет виртуального «эмерджентного эффекта» при $r=10\%$

Показатели	Варианты		
	1	2	3
1. Выручка (V^c), млн руб. в год	300	300	300
2. Переменные затраты (Φ_1^c), млн руб.	132	152	172
3. Постоянные затраты (Φ_2^c), млн руб.	54	34	14
4. Социальные затраты (Φ_3^c), млн руб.	34	54	74
5. Прибыль (Π^c), млн руб.	80	60	40
6. Рентабельность (Π^c/V^c), доли ед.	0,15	0,02	-
7. Годовой банковский процент (r), доли ед.	0,1	0,1	0,1
8. Отдача переменных затрат ($\Pi_{\Phi 1}^c = r * \Phi_1$), млн руб.	13,2	15,2	17,2
9. Доля в прибыли $\Pi_{\Phi 1}^c/\Pi * 100, \%$	16,5	25,30	43,0
10. Отдача постоянных затрат ($\Pi_{\Phi 2}^c = r * \Phi_2$), млн руб. в год	5,4	3,4	1,4
11. Доля в прибыли $\Pi_{\Phi 2}^c/\Pi * 100, \%$	6,75	5,7	3,5
12. Отдача социальных затрат ($\Pi_{\Phi 3}^c = r * \Phi_3$), млн руб. в год	3,4	5,4	7,4
13. Доля в прибыли $\Pi_{\Phi 3}^c/\Pi * 100, \%$	4,25	9,0	18,5
14. Эмерджентный эффект ($\Delta_{эм} = \Pi - (\Pi_{\Phi 1} - \Pi_{\Phi 2} - \Pi_{\Phi 3})$)	58,0	36,0	14,0
14а. Доля прибыли $\Delta_{эм}/\Pi * 100, \%$	72,5	60,0	35,0
15. Эмерджентный капитал $\Delta_{к}^c = (\Delta_{эм}^c/r)$, млн руб.	725	600	350

Таким образом, эмерджентный эффект может использоваться для решения задач анализа и оценки предпринимательских способностей менеджеров компании и выработки мотивационной системы, при разработке корпоративной стратегии. С его помощью можно вычислить новый показатель «эмерджентный капитал» для оценки деятельности компании при создании совокупной ценности.

Учет системного эффекта (эмерджентного эффекта) требует изучения, измерения и оценки влияния отдельных эндо- и экзогенных факторов на экономические показатели компании. Анализ компании как системы позволит выявить и главные направления конкретного изучения возможностей более полного использования свойств целостности, эмерджентных свойств при управлении компанией с целью повышения эффективности процесса управления. Такое целостное рассмотрение взаимосвязей различных элементов компании как социально-экономической системы представляет основу регулирования ее развития, сочетания всей совокупности коллективных и личных интересов и отношений с сообществом, а также мобилизации их усилий для осуществления стратегических целей компании при реализации корпоративно-общественной интеграции.

Поиск оптимального решения задачи развития компании с учетом системного эффекта заставляет прибегать к моделированию. Особо важное методическое значение здесь имеют такие принципы управления социально-экономическими системами, как принцип иерархии (определения уровней внутреннего строения системы), динамизма, детерминизма (возникновения качественного своеобразия системы) и принцип автономности.

Принцип построения иерархии систем является одним из базовых методологических оснований системного подхода. Каждую составную часть сложной системы можно рассматривать как самостоятельную систему. При этом каждая из них обладает своими свойствами, в частности, своей структурой аттракторов (аттрактор – притягивающий, центр притяжения, состояние системы, которое может быть устойчиво реализовано). Системы иерархичны, существует определенная последовательность включения систем более низкого уровня в системы более высокого уровня. Идея иерархии получает свое развитие и высокую оценку в исследованиях сложных систем, таких как корпоративно-общественная интеграция. Сложность систем подрывает их устойчивость, если не умеряется иерархической структурой. Недостаточное внимание к проблеме иерархии можно объяснить тем, что представление об иерархии в России все еще ассоциируется с отношениями управления, свойственными бюрократическим структурам административно-командных общественных систем. Познание иерархий воздействует и на сами способы управления компанией при создании совокупных ценностей. Последнее означает необходимость учета многофакторной специфики компании, например лесопромышленной, как объективно существующей социально-экономической системы, развивающейся на основе своих объективных внутренних законов, приводящих к ее самоорганизации и упорядочению.

В этих условиях важно определить систему ценностей, приоритетов и целей для реализации того или иного сценария развития. Перед любой, в т.ч. лесопромышленной, компанией постоянно стоит один и тот же вопрос: расширять или сокращать объем деятельности? Окончательное решение следует принимать, руководствуясь интересами не только организации, но и сообщества территории, где она ведет свой бизнес.

Страстное стремление получить больше ресурсов только ради того, чтобы стать больше в размерах, характерно не только для руководителей лесопромышленных компаний. Рассматриваемая как живой организм компания обладает удивительным свойством: тенденцией к росту ради самого роста, независимо от мотивов отдельных индивидов и их групп [1].

Таким образом, компания (совет директоров и собственники) может приступить к построению собственной модели роста инвестиционной привлекательности, включив в нее три элемента: решения (стратегические программы), исход (бизнес-план) и выигрыш (рыночная капитализация), располагая информацией о ценностях экономических субъектов компании, совет директоров и топ-менеджеры формируют глобальные (стратегические) цели компании, часть которых наполняют количественным содержанием и раскрывают более детально. Ими могут быть, например, доход на акцию, прибыль на инвестированный капитал, рост объема реализации, создание совокупных ценностей, дивиденды и т.д.

В расширенном виде модель выработки стратегических решений руководителями компании высшего звена содержит примерно следующие параметры:

- ценности (интересы) экономических субъектов компании;
- цели (сформулированные на основе ценностей);
- стратегии (политики), сформулированные, в основном исходя из целей;
- исходы (бизнес-планы) и выигрыши (оцененные бизнес-планы) [2].

Моделирование выработки решений (стратегии) руководством компании может включать следующие этапы:

1. Сбор информации о ценностях экономических агентов компании (акционеров, директоров, главного администратора, рабочих и служащих, поставщиков, потребителей, населения территории присутствия и т.д.).
2. На основе информации о ценностях – формулировка глобальных (стратегических) целей компании и их детализация (доход на акцию, прибыль на инвестированный капитал, рост объема реализации, дивиденды, создание совокупной ценности и т.д.).
3. Построение балльной шкалы предпочтений акционеров – учет перспектив развития компании с подразделением их на реальные и маловероятные.
4. Кодирование ценностей в форме стратегических, тактических и конкретных (оперативных) целей.
5. Формирование политики, исходя из целей компании.
6. Анализ результатов (исхода) по данным бухгалтерских отчетов.
7. Оценка выигрышей (оцененные исходы каждым из экономических агентов компании на основе собственной системы ценностей).

Каждая из сторон компании преследует свой интерес: работодатели стремятся удешевить рабочую силу, персонал – повысить ее цену и т.д. Таким образом, складываются отношения по поводу распределения добавленной стоимости, создаваемой в компании. Дело не доходит до конфронтации до тех пор, пока работодатель по возможности удовлетворяет ожидаемые ценности персонала и других экономических агентов.

Главное в модели заключается в том, чтобы по возможности учесть ценности всех экономических субъектов (заинтересованных сторон), оптимизировать нефинансовые риски, которые в условиях кризиса будут только нарастать.

Благосостояние наемных работников, очевидно, воздействует на их моральное состояние, производительность труда, связано с престижем и социальной ролью компании. Все это требует затрат и имеет результат, который лишь частично можно оценить в стоимостном выражении. По-видимому, вряд ли возможно совместить все эти интересы на единой числовой шкале.

Если взглянуть на любую компанию (в нашем примере лесоперерабатывающую) со стороны, то может сложиться представление о ней как о чем-то монолитном. Однако в экономической жизни участвуют реальные люди, каждый из которых имеет собственную систему ценностей, помимо совокупных с интересами компании. Обычное предположение о том, что компания стремится к максимальной прибыли, представляется достаточно объективным, если ограничиться рассмотрением ее интересов на уровне рынка. Для экономических субъектов (заинтересованных сторон) – акционеров, директоров, главного администратора, рабочих и служащих – размеры прибыли являются лишь одним из параметров, характеризующих исход предпринимательской деятельности. Прибыль компании ничего не говорит о выигрыше, полученном каждым ее членом и местным сообществом. Для выявления выигрыша каждого из участников бизнес-процесса необходимо рассмотреть отдельные экономические субъекты как личности и выяснить, как они измеряют ценность исходов предпринимательской деятельности компании, важной характеристикой которых является прибыль. Таким образом, проблема сопоставления и сочетания (гармонизации) ценностей, столь сложная в теории и на практике, постоянно возникает как в экономической деятельности компании, так и в экономических аспектах жизни каждого из ее членов. На нижних ступенях иерархии компании могут придерживаться совершенно иных систем ценностей и делать совершенно иные выборы в определенных ситуациях, нежели руководство компании.

Динамизм означает невозможность существования открытых неравновесных систем вне развития, вне движения. Важнейшей идеей, которую также необходимо учитывать при разработке новых моделей управления лесопромышленной компанией, является идея автономности социально-экономических систем. Она характеризует поведение и функционирование различных структур системы. Автономность принято рассматривать как независимость поведения социально-экономической системы и ее элементов от внешнего окружения.

Поэтому лесопромышленная компания как социально-экономическая система и ее элементы (подсистемы) в своем бытии имеют собственные ценности, интересы и потребности, не обусловленные функционированием других систем и объектов. Независимая система может взаимодействовать с другими системами (компаниями, рынком, государством, обществом и т.д.), находиться с ними в разнообразных взаимосвязях и взаимоотношениях. Для лесопромышленных компаний Республики Коми характерна интеграционная модель

социально-экономического развития, предполагающая активизацию экономического кооперирования как с российскими, так и с зарубежными компаниями (пример – компания Монди Сыктывкарский лесопромышленный комплекс). Автономность социально-экономической системы есть, прежде всего, ее действие по внутренним основаниям, побуждениям, законам функционирования системы. При разработке обобщающих моделей управления созданием совокупной ценности лесопромышленной компании необходимо принимать во внимание внутреннюю активность при функционировании социально-экономической системы. Количественно ее можно выразить показателем «эмерджентный эффект», а также по затратам энергии на единицу продукции или по рентабельности производства.

Характеризуя состояние и развитие компании, нельзя не остановиться на таком базовом понятии как «устойчивое развитие». Устойчивое развитие компании как социально-экономической системы – это такое развитие, когда происходящие преобразования в ней и внешние возмущающие воздействия не нарушают выполнения основной ее функции – сохранения и повышения уровня благосостояния и качества образа жизни местного сообщества. При этом особое внимание необходимо обращать на показатели, характеризующие потребности человека и их удовлетворение.

В заключение целесообразно обратить внимание на следующие ключевые моменты.

1. Лесопромышленной компании как социально-экономической системе объективно присущи общесистемные свойства целостности. Однако мера использования этих потенциальных свойств зависит от качества управления. Изучение данных свойств и выявление направлений их воздействия на систему имеют важное значение для повышения эффективности управления лесопромышленными компаниями при создании совокупного лесохозяйственного продукта.

2. Лесопромышленная компания является сложной многоуровневой системой, подверженной усиленному воздействию стохастических факторов. Использование общесистемных (эмерджентных) свойств обеспечивает повышение надежности функционирования системы при тех же ресурсах, а в ряде случаев – экономию ресурсов.

3. Учет свойств целостности лесопромышленной компании как социально-экономической системы является важным резервом повышения эффективности ее функционирования и, вместе с тем, одним из показателей эффективности сложившихся форм и методов управления. Он позволяет подходить к решению вопроса о рациональных методах управления компаний с позиций того вклада, который каждый уровень управления вносит в улучшение использования всех видов ресурсов и экономии времени в процессе воспроизводства.

4. Значительно возросшие возможности приведения в действие эффектов целостности обусловлены расширением применения оптимизационных расчетов и, в частности, развитием компьютерного моделирования.

5. Реальные возможности учета этих свойств кроются в отражении синергетических (совместно действующих) связей, характеризующих общесистемные эффекты целостности, в нормативной информации.

Начало XXI века ознаменовало появление нового этапа организации инновационных процессов, методологическая его сущность состоит в зарождении и развитии новейших организационных тенденций, связанных с корпоративно-общественной интеграцией, которые компании должны учесть для сохранения стратегических конкурентных преимуществ.

Разработка экономики лесопользования как системной мультифункциональной экономики, опирающейся на системный подход и концепцию создания совокупной ценности, становится актуальной задачей развития как лесоэкономической науки, так и практики.

Список литературы

1. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М.: Прогресс, 1969. 87 с.
2. Мак-Дональд Д. Игра называется бизнес. М.: Экономика, 1979. 105 с.
3. Clarkson M. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance // *Academy of Management Review*. 1995. Vol. 20. № 1. P. 92-117.
4. Feels F. From Sectoral System of Innovation to Socio-Technical Systems // *Research Policy*. 2004. № 6/7. P. 68-75.
5. Matten D., Crane A., Chapple W. Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship // *Journal of Business Ethics*. 2003. № 45. P. 109-120.
6. Moon J. The Contribution of Corporate Social Responsibility to Sustainable Development // *Sustainable Development*. 2007. Vol. 15. № 5. P. 296-306.

GENERATING AGGREGATE VALUES AS ESSENCE OF CORPORATE AND SOCIAL INTEGRATION

Bol'shakov Nikolai Mikhailovich, Doctor in Economics, Professor
Ivanitskaya Irina Ivanovna, Ph. D. in Economics, Associate Professor

Syktvykar Forest Institute (Branch) of Saint Petersburg State Forest Technical University named after S. M. Kirov
market@sfi.komi.com

The article justifies a new approach to formation of a system to control the aggregate value generation, which presupposes administrative decision-making considering social consequences both for the firm and the society. Relying on the balanced indicator system the authors developed a methodology to calculate the emergent effect, suggested a new indicator – “emergent capital” – to evaluate the company’s activity on generating the aggregate value.

Key words and phrases: aggregate value; management of interested parties; systemic approach; corporate and social integration; emergent capital.