

Н.Ю.КИРСАНОВА, канд. экон. наук, доцент, knu77@mail.ru

Санкт-Петербургский государственный горный институт (технический университет)

N.U.KIRSANOV A, *PhD in econ. sc, associate professor, knu77@mail.ru*

Saint Petersburg State Mining Institute (Technical University)

ГОРНО-ДОБЫВАЮЩАЯ КОМПАНИЯ КАК СИСТЕМА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Комплексная стратегия развития горно-добывающего предприятия невозможна без учета социального аспекта, так как горно-добывающие предприятия для ряда территорий являются градообразующими. Поэтому предметом стратегического управления являются производственные отношения и экономические интересы хозяйствующих субъектов, участвующих в деятельности компании во внутренней и внешней среде. Чтобы система интересов была согласована, необходимо создать условия, при которых результирующий вектор разнонаправленных интересов всех хозяйствующих субъектов системы совпадал с целями и задачами компании.

Ключевые слова’, стратегическое планирование, социально-экономические интересы, горно-добывающая компания.

THE MINING COMPANY AS SYSTEM OF SOCIAL AND ECONOMIC INTERESTS MANAGING SUBJECTS

A complex strategy of development of the mining enterprise is impossible without social aspect, because the mining enterprises for a number of territories are the only employers. So a subject of strategic management is the production relations and economic interests of the managing subjects. If we want the system of interests to be coordinated, it is necessary to create conditions when different interests of managing subjects would be coincided with the company purposes.

Key words: strategic planning, social and economic interests, the mining company.

Большинство современных концепций управления главным ресурсом, от которого зависит эффективность промышленного предприятия, признают человека, «человеческий фактор» [9]. Комплексная стратегия развития горно-добывающего предприятия невозможна без учета социального аспекта, так как горно-добывающие предприятия для ряда территорий являются градообразующими. К тому же добывающие регионы отличаются относительная географическая удаленность и изолированность от экономически развитых территорий, суровые природные условия, монопрофильность экономики

городов. Горно-добывающие предприятия формируют на отраслевом рынке подсистему социально-экономических интересов и производственных отношений хозяйствующих субъектов.

В качестве активной хозяйственной структуры горно-добывающее предприятие формирует в рамках своих возможностей спектр управляющих воздействий по достижению устойчивости и эффективности своей деятельности. При этом компания, являясь сложной системой, включает производственную, экономическую, экологическую и социальную подсистемы. Производ-

ственная программа традиционно является элементом стратегического развития компании. Однако если в плановой экономике этот элемент доминировал, то в новых экономических условиях при решении проблем управления развитием компании необходим комплексный подход. Ориентация только на экономическую эффективность не позволяет учесть социально-экономические интересы всех участников хозяйственного процесса, что может привести к стратегическим просчетам [2].

Горно-добывающая компания представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов. Поэтому предметом стратегического управления являются производственные отношения и экономические интересы хозяйствующих субъектов, участвующих в деятельности компании во внутренней и внешней среде [10]. Субъектом стратегического планирования является социально-экономическая система компании, включающая совокупность хозяйствующих субъектов рынков продукции и производственных ресурсов и хозяйственных отношений (взаимосвязей и взаимодействий) между ними в системе их общих социально-экономических интересов в конкретных условиях [2].

Внутреннюю среду предприятия формируют производственная, кадровая, финансовая, организационная, маркетинговая и другие подсистемы предприятия, т.е. то, что составляет его ресурсный потенциал. Под внешней средой (внешними условиями) предприятия понимаются компоненты макроокружения (экономические, политические, правовые, институциональные и т.п.) и покупатели, поставщики, конкуренты, рынок производственных ресурсов. Таким образом, деятельность предприятия существенно зависит от условий внешней и внутренней среды, от способности предприятия приспосабливаться и гибко реагировать на изменения. Регулирующие условия являются для участника системы стимулом к его оптимальному поведению.

В каждой социально-экономической системе и в каждой стратегии ее развития определенным образом сочетаются инди-

видуальная и коллективная формы отношений. Преобладание одной из них является причиной внутреннего противоречия системы в целом [5]. Совокупность социально-экономических отношений представлена сетью управленческих вертикальных и горизонтальных связей (взаимодействий) хозяйствующих субъектов (субъединиц).

Для социально-экономической надсистемы отраслевого рынка или межотраслевых рынков, являющихся окружением (внешней средой) фирмы, характерна трехуровневая структура вертикальных связей с горизонтальными отношениями субъектов на каждом уровне. Высший (верхний) уровень представляет собой уровень центрального управления социально-экономической надсистемой в виде вертикали федеральных и региональных органов исполнительной власти (Правительство - комитеты промышленных комплексов - министерства), которые взаимодействуют со средним уровнем - фирмами (компаниями). Средний уровень вертикальных отношений представлен органами управления промышленных компаний и их группировок, нижний уровень - органами управления хозяйственных единиц (предприятий), их цехов и других подразделений [5].

Кроме того, каждый хозяйствующий субъект на своем уровне вертикальных отношений во внутренней и внешней среде вступает в двусторонние отношения. Например, двусторонние организационно-хозяйственные отношения менеджера и работника во внутренней среде предприятия представлены в вертикальных связях как отношения руководителя (вышестоящего) и исполнителя (нижестоящего), что характерно для отношений распределения, а в горизонтальных связях одновременно и как отношения работодателя и специалиста, что характерно для отношений обмена, и как отношения внутренних предпринимателей (интенсификаторов и рационализаторов), что характерно для отношений конкуренции или сотрудничества [2].

Можно выделить следующие разновидности социально-экономических отношений субъектов фирмы [7]:

Сопоставление социально-экономических интересов хозяйствующих субъектов (на примере горно-добывающей кома

Фактор		Работники		Государство
	Владелец капитала (акционеры)	Административно- управленческий персонал (АУП)	Рабочие	
Экономический интерес	Рост стоимости акцио- нерного капитала Увеличение прибыли (дивидендов)	Рост заработной платы Экономический интерес, определяемый количеством акций либо системой участия работника в прибылях компании Рост социальных выплат		Увеличение бюджетных поступлений
Объем продукции	Увеличение объема выпускаемой продукции за счет отработки наиболее эффективных участков месторож- дения		Увеличение объема выпускаемой продукции (при условии участия в прибылях компании)	Соблюдение принципов рационального недропользования - увеличение объема выпускаемой продукции за счет более полной отработки запасов полезных ископаемых, в том числе с худшими условиями залегания, качеством полез- ных ископаемых и др., с целью сокра- щения безвозвратных потерь полезных ископаемых в недрах)
Модернизация производства (ввод новых технологий, повы- шение эффективности исполь- зования основных средств)	Снижение издержек производства Повышение качества продукции Повышение качества труда		Улучшение условий труда Удовлетворение результатами труда	Более полная отработка полезных иско- паемых Повышение коэффициента извлечения полезных ископаемых
Неэкономический интерес	Самореализация Имидж компании	Стремление к профессио- нальному росту и обществен- ному признанию	Безопасные и здоровые условия труда Возможность использовать и развивать свои способности, удовлетворять потребности в самореализации и самовыражении Возможность профессионального роста и уверенность в будущем Правовая защищенность работника Достойное место работы в жизни Общественная полезность работы	Перекладывание решения части соци- альных задач на компанию (с 1997 г. введены льготы по налогу на прибыль при использовании ее части на содер- жание жилищного фонда и объектов социально-культурной сферы, находя- щихся на балансе компании)
	Стабильность			

Со
Сс

8
С
3
С

Фактор	Владелец капитала (акционеры)	Работники		Государство
		Административно- управленческий персонал (АУЛ)	Рабочие	
Риск, связанный с результатами деятельности компании	Риск потери капитала	Риск потери рабочего места (основного источника дохода) Риск, определяемый системой участия работника в прибылях		Риск повышения социальной напряжен- ности из-за уменьшения рабочих мест: как правило, горно-добывающая компа- ния является градообразующим произ- водством Риск снижения бюджетных поступлений
		Риск потери репутации, пре- стижа, власти	—	
	Риск ухудшения экологической обстановки, связанный с деятельностью компании			
Экологические программы	Улучшение экологической обстановки в регионе			
	Повышение имиджа компании	Снижение штрафных санкций за превышение ПДК вредных выбросов		
Трудовые ресурсы	Главный критерий - доверие к АУЛ (ввиду отсутствия стандартов деления ответствен- ности между владельцем и генеральным дирек- тором)	Обеспечение необходимого количества и качества трудо- вых ресурсов	Хороший социально-психологический кли- мат и взаимодействие с коллегами по работе Авторитет у начальства	Обеспечение полной и эффективной занятости трудовых ресурсов Перепрофилирование трудовых ресур- сов в связи с изменением спроса на рынке труда
Информационное обеспечение	Оценка рисков Определение стратеги- ческих целей	Аккумуляирование и анализ (мониторинг) внешних и внут- ренних факторов, влияющих на эффективность деятельно- сти компании	Гласность стимулирования труда Представление о целях и задачах компании, их поддержка	Прозрачность финансового состояния и производственно-хозяйственной дея- тельности компании
	Сохранение коммерческой тайны			

• Отношения конкуренции. Отношения конкуренции - это состояние организационных взаимоотношений (взаимодействий) соперничества хозяйствующих субъектов на одном рынке, имеющих одну и ту же цель при несовпадающих социально-экономических интересах в производстве и сбыте продукции или приобретении и потреблении товара.

• Отношения собственности. В реальных системах управления предприятиями в России широко распространена практика наделения высших менеджеров правами собственника, т.е. у высших менеджеров капитал - собственность и капитал - функция, как правило, неразделимы.

• Отношения распределения во внешней среде фирмы и во внутрифирменных отношениях ее субъединиц.

• Отношения обмена. Предметами отношений обмена являются во внешней среде - товары (ресурсы, услуги, работа), использование ресурсов во времени, риски; во внутренней среде - трудовые и предпринимательские ресурсы и их использование [2].

Вступая во взаимодействия, хозяйствующие субъекты системы качественно и количественно оценивают окружающую среду, что мотивирует их поведение. Поведение, движимое личным интересом, является синонимом рациональности и целенаправленности [8]. Различия в оценках приводят к противоречиям хозяйствующих субъектов, что нарушает устойчивость социально-экономической системы компании.

Личный интерес - это естественное стремление человека удовлетворить нужды в конкретной ситуации [1,3]. А.Г.Маслоу предложил следующую иерархию базовых нужд [4]:

• эгоистические материальные нужды (физиологические нужды, безопасность);

• социально-психологические нужды (общение, принадлежность, любовь, признание, уважение, самовыражение);

• потребность когнитивного ряда (познание, понимание);

• эстетические нужды (красота, порядок и др.).

Маслоу утверждал, что первичность нужды определяется конкретными обстоя-

тельствами. Основным способом удовлетворения нужды является экономическая деятельность. Система социально-экономических интересов изложена в теории доходности [6] следующим образом:

• интерес собственников трудовых ресурсов проявляется в их стремлении к наивысшей ставке оплаты труда;

• интерес собственников природных ресурсов отражается в стремлении к наивысшей ренте;

• интерес собственников капитала представлен стремлением к высокому доходному проценту;

• интерес собственников предпринимательских способностей находит выражение в стремлении к максимальной (не ниже нормальной) прибыли и рентабельности.

Чтобы система интересов была согласована, необходимо управлять отношениями внутренних и внешних сторон на всех уровнях. Необходимо создать условия, при которых результирующий вектор разнонаправленных интересов всех хозяйствующих субъектов системы совпадал с целями и задачами компании. Эффективность взаимодействий субъектов и устойчивость социально-экономической системы горнодобывающего предприятия зависит от степени совпадения индивидуальных интересов и коллективного интереса участников системы. Достижение удовлетворения интересов субъектов при оптимальном поведении компании приводит к возникновению новых интересов более высокого порядка, к новому состоянию системы.

Сопоставление социально-экономических интересов хозяйствующих субъектов в системе горнодобывающей компании представлено в таблице.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бошумн В.И. Новый менеджмент: управление предприятиями на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления. М., 1997. 369 с.

2. Корзун Е.В. Стратегия устойчивого развития малых и средних нефтегазовых компаний. СПб, 2003. 256 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., 1990. 736 с.

4. Маслоу А.Т. Мотивация и личность. СПб, 1999. 478 с.

5. Могилеевский В.Д. Методология систем. М., 1999. 256 с.

6. Самуэльсон Я. Экономика. М., 1997. Т.1. 332 с.

7. Рыбкин В.К. Опыт стратегического планирования в угольной отрасли и подходы к его совершенствованию в условиях рынка / В.К.Рыбкин, В.Л.Скобелев // Теория и практика управления горно-промышленными проектами: Сб. докладов. М., 2000. С.268-280.

8. Lutz M.L. Humanistic Economics. New York, 1988. 96 p.

9. Mintzberg H., Ahlstrand B., Lampel I. **Strategy Safari**: a guided tour through the wilds of strategic management. London, 1998. 328 p.

10. Pekat P.Jr., Allio R. Making Alliance Work Guidelines for Success. London, 1994. 56 p.

REFERENCES

X. Bovikin V.I. New management: administration of companies at the level of the highest standards; theory and practice of effective administration. Moscow, 1997. 369 p.

2. Korzun E. V. The strategy of substantial development of the small and average oil and gas companies. Saint Petersburg, 2003. 256 p.

3. Kotler F. Bases of marketing. Moscow, 1990. 736 p.

4. Masloy A.G. Motivation and the person. Saint Petersburg, 1999. 478 p.

5. Mogilevsky V.D. Methodology of systems. Moscow, 1999. 256 p.

6. Samuelson P. Economy. Moscow, 1997. Vol.1. 332 p.

7. Rybkin V.K., Skobelev V.L. Experience of strategic planning in coal branch and approaches to its perfection in the conditions of the market // The Theory and management practice by mining projects: the Collection of reports. Moscow, 2000. P.268-280.

b. Lutz M.A. Humanistic Economics. New York, 1988. 96 p.

9. Mintzberg H., Ahlstrand B., Lampel I. **Strategy Safari**: a guided tour through the wilds of strategic management. London, 1998. 328 p.

10. Pekat P.U.K., Allio R. Making Alliance Work Guidelines for Success. London, 1994. 56 p.