

ОСОБЕННОСТИ СРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2015 Е.П. Фомин, А.М. Измайлов*

Ключевые слова: предприятие, структура рынка, управленческие решения.

Раскрываются особенности бизнес-среды функционирования современного предприятия, выявляются факторы и условия развития предпринимательских сетей, исследуется влияние контактных аудиторий на результативность предпринимательской деятельности.

Структурирование экономической среды путем выделения контактных аудиторий организации - субъекта предпринимательской деятельности позволило сформировать универсальную основу изучения процессов принятия решений относительно деятельности социально-экономической системы. Контактными аудиториями признаны группы лиц или организаций, которые проявляют реальный или потенциальный интерес к условиям и результатам деятельности конкретной организации и оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей.

Рассмотрим подходы к формированию системы взаимодействий организации с ключевыми контактными аудиториями на примере такого вида экономической деятельности, как строительство.

Для строительного бизнеса особую значимость имеют такие факторы макросреды, как регион и государственная система в целом, поскольку именно эти подсистемы в большей степени ответственны за осуществление нормативно-регулирующих и регламентирующих воздействий предпринимательской деятельности в сфере строительства. В основе обеспечения регулирования строительного бизнеса лежит необходимость гармонизации его интересов с интересами государства и общества в системе инвестиционно-строительной деятельности на базе учета приоритетных направлений разработки социальной и экологической политики. В соответствии с обозначенной позицией считаем целесообразным выделить в качестве контактных аудиторий строительного предприятия в рамках макросреды государство, муниципальное образование и общество.

Длительность и многостадийность процесса создания стоимости в строительстве, объединение в его рамках множества субъектов предпринимательской деятельности, выполняющих специфические функции и имеющих собственные экономические интересы, обуславливают высокую степень зависимости стабильности и эффективности получения конечных результатов от согласованности и устойчивости взаимоотношений участников строительного процесса, образующих предпринимательскую сеть. Таким образом, важную контактную аудиторию предприятия составляют участники предпринимательской сети, осуществляющие согласованную деятельность в рамках строительного процесса.

Отраслевая конкурентоспособность бизнеса определяется его способностью конкурировать за ограниченный платежеспособный спрос, соответственно в качестве контактной аудитории следует выделять конечных потребителей.

Финансовая конкурентоспособность бизнеса определяется его способностью привлекать на конкурентной основе средства инвесторов и кредиторов, что позволяет также выделить их в качестве контактной аудитории.

Таким образом, можно выделять 4 ключевые контактные аудитории строительного бизнеса (рис. 1).

Следует отметить, что экономические интересы и, как следствие, критерии эффективности функционирования строительных предприятий существенно различаются для разных контактных аудиторий.

Мотивом осуществления предпринимательской деятельности выступает получение

* Фомин Евгений Пименович, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой налогообложения и аудита. E-mail: fomin@sseu.ru. Измайлов Айрат Маратович, преподаватель. E-mail: airick73@bk.ru. - Самарский государственный экономический университет.

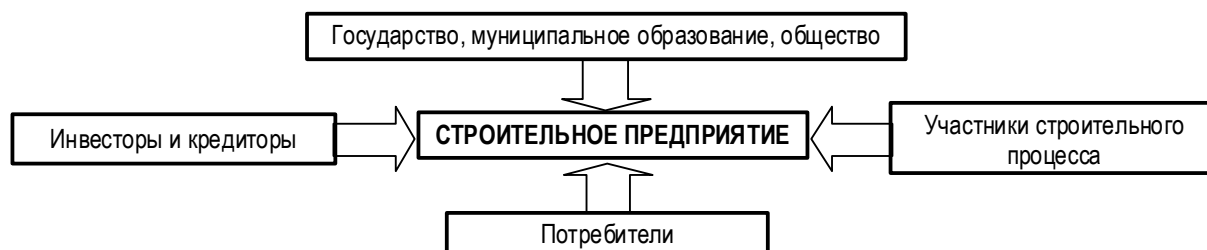


Рис. 1. Аудитории, контактирующие со строительной организацией

предпринимательского дохода - прибыли. В этом и состоят экономические интересы любого предприятия, в том числе и строительного. Соответственно, критерием эффективности функционирования строительного предприятия выступает достижение максимальной результативности - прибыльности - посредством снижения издержек и наращивания выручки от реализации. В свою очередь, рост выручки может быть обеспечен путем повышения цен на продукцию, а также путем наращивания объемов деятельности для максимального использования эффекта масштаба. При этом следует отметить, что прибыль образуется при создании новой - добавленной - стоимости.

Добавленная стоимость представляет собой приращение стоимости продукта, произведенного предприятием, к стоимости использованных им производственных ресурсов. Математически величина созданной предприятием добавленной стоимости (VA - Value Added) определяется как разница между полученной от продажи товаров и услуг выручкой (R - Revenue) и стоимостью потребленных в производственном процессе сырья и материалов, услуг, приобретенных "на стороне" (C - Cost of Bought-in Goods and Services):

$$VA = R - C. \quad (1)$$

Если следовать логике концепции цепочки создания ценности М. Портера¹, функционирование предприятия представляет собой процесс создания товара, обладающего потребительской ценностью. На конкурентных рынках покупатель приобретает продукт только при условии, что тот обладает потребительской ценностью, эквивалентной цене предложения. Создание ценности для потребителя, который уплачивает запрашиваемую цену, в то же время формирует у производителя маржу - добавленную стоимость. Таким образом, необходимым условием создания

добавленной стоимости выступает создание потребительской ценности.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о целесообразности использования в качестве критерия эффективности функционирования строительных предприятий показателя добавленной стоимости.

Процесс создания конечного продукта для потребителя - строительного объекта - предполагает выполнение множества работ, требующих специфических компетенций, что обуславливает участие в строительном процессе большого количества субъектов предпринимательской деятельности. При этом каждый участник строительного процесса может выполнять как отдельные виды работ, так и комплексные работы, охватывающие несколько стадий цепочки создания стоимости. При этом на разных стадиях строительного процесса у его участников формируются разные, зачастую противоречивые экономические интересы.

Формирование предпринимательских сетей подразумевает перенос внимания партнеров с разовых сделок на формирование длительных отношений с контрагентами, что ведет к получению стабильного финансового преимущества участников цепочки создания ценности. В рамках предпринимательской сети происходит целенаправленное управление ценностью продукта для конечного потребителя. Партнеры - участники предпринимательской сети - стремятся полнее использовать возможности получения синергетического эффекта от своего взаимодействия в рамках цепочки создания ценности, что позволяет в итоге повысить показатели каждого участника².

Экономические интересы участников строительного процесса как рациональных субъектов предпринимательской деятельности состоят в получении максимальной прибыли, что требует создания максимальной добавленной стоимости. Интеграция их в

предпринимательскую сеть приводит к тому, что интересы участников предпринимательской сети подлежат согласованию с тем, чтобы обеспечить максимизацию совокупной добавленной стоимости. Таким образом, критерием эффективности функционирования строительных предприятий с позиций участников строительного процесса, выступающих в качестве контактной аудитории, также может служить показатель добавленной стоимости.

Экономические интересы инвесторов и кредиторов - субъектов, осуществляющих финансирование строительного процесса, состоят в получении отдачи на инвестированный капитал, соответствующей уровню предпринимательского и финансового риска, который берет на себя эта контактная аудитория.

Для оценки возможностей предприятия удовлетворять экономические интересы данной контактной аудитории используется специфический аналитический показатель, производный от приведенного выше показателя добавленной стоимости - экономическая добавленная стоимость.

Экономическая добавленная стоимость (*EVA* - Economic Value Added) - это часть бухгалтерской добавленной стоимости (*VA*). Экономическая добавленная стоимость рассматривается как разница между выручкой и всеми издержками предприятия, включая стоимость капитала (собственного и заемного). Таким образом, экономическая добавленная стоимость оказывается меньше прибыли (*P* - Profit) на величину платы за капитал (*CC* - Capital Charge):

$$EVA = P - CC. \quad (2)$$

Соответственно, показатели добавленной стоимости и экономической добавленной стоимости являются критериями эффективности функционирования предприятий, в том числе и строительных, с позиций инвесторов и кредиторов, выступающих в качестве контактной аудитории.

Экономические интересы общества состоят в формировании градостроительной среды, обеспечивающей высокое качество жизни населения и условия роста экономики. В то же время общество не в состоянии непосредственно реализовать эти интересы. Основным проводником интересов общества в отношении бизнеса выступают государство

и местное самоуправление в лице соответствующих органов власти и управления. С позиции государства функционирование строительного комплекса и отдельных предприятий является эффективным при условии обеспечения роста объемов жилищного, социально-культурного и промышленного строительства, своевременного и полного удовлетворения потребительского и инвестиционного спроса на недвижимость. Кроме того, важнейшими государственными задачами также являются, во-первых, обеспечение доходности субъектов предпринимательской деятельности в строительстве на уровне, позволяющем осуществлять расширенное воспроизводство, а во-вторых, увеличение объема бюджетных поступлений от них. Уплата налоговых платежей в бюджеты разных уровней выступает одним из направлений использования добавленной стоимости, что позволяет рассматривать данный показатель в качестве критерия эффективности функционирования строительных предприятий с позиций данной контактной аудитории.

Конечными потребителями строительных объектов, приобретающих характер объектов недвижимости, выступают население и предприятия других видов экономической деятельности. Их экономические интересы состоят в повышении доступности объектов недвижимости. В свою очередь, количественным показателем, позволяющим оценить динамику доступности недвижимости для конечных потребителей и, как следствие, эффективность функционирования строительных предприятий, могут служить удельные показатели валовой добавленной стоимости в строительстве.

Таким образом, точкой равновесия интересов всех контактных аудиторий предприятий строительного комплекса является добавленная стоимость, создаваемая предпринимательскими сетями строительного рынка.

Система согласования интересов предприятий строительного комплекса и их контактных аудиторий представлена на рис. 2.

В связи с тем, что точкой сопряжения экономических интересов всех контактных аудиторий выступает показатель добавленной стоимости, создаваемой строительными предприятиями, управление устойчивым развитием должно быть сопряжено с управлением добавленной стоимостью. При этом необхо-

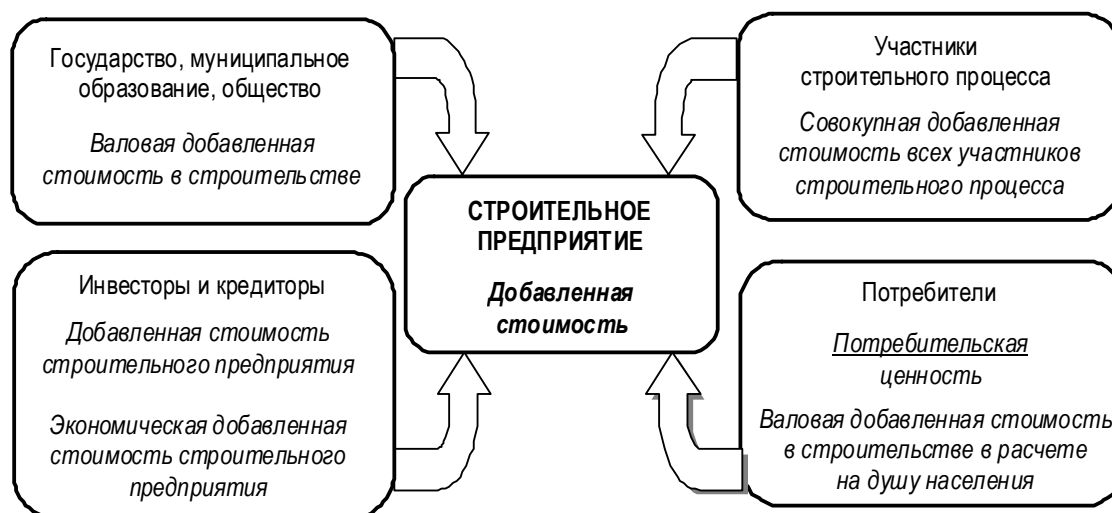


Рис. 2. Баланс интересов строительного предприятия и его контактных аудиторий

димо учитывать, что результирующий экономический показатель, которым является добавленная стоимость, не может быть непосредственным объектом управления. Для организации процесса управления добавленной стоимостью необходимо определить конкретные объекты управления - факторы создания добавленной стоимости, на которые можно влиять.

А. Раппапорт выделяет факторы, обуславливающие способности компании создавать экономическую добавленную стоимость³. Справедливо будет отнести эти факторы и к способности предприятия создавать более общий результат - добавленную стоимость. К факторам, определяющим способность предприятия создавать добавленную стоимость, следует отнести:

- ◆ факторы, оказывающие влияние на темпы роста объема продаж: размер рынка, доля рынка;
- ◆ факторы, оказывающие влияние на операционную прибыль: цены на конечную продукцию, цены на производственные ресурсы;
- ◆ условия налогообложения;
- ◆ факторы, оказывающие влияние на стоимость капитала: структура прав собственности, структура капитала, конъюнктура финансового рынка, определяющая требования инвесторов и кредиторов к отдаче на инвестированный капитал;
- ◆ факторы, оказывающие влияние на эффективность организации бизнес-процессов: результаты, стоимость и качество процессов;
- ◆ факторы, оказывающие влияние на увеличение инвестиций в основной капитал: ско-

рость обновления оборудования, уровень затрат на обслуживание оборудования, уровень загрузки производственных мощностей;

- ◆ факторы, оказывающие влияние на увеличение инвестиций в оборотный капитал: темпы амортизации, сравнительные конкурентные позиции при заключении контрактов и, как следствие, объемы кредиторской и дебиторской задолженности.

На рис. 3 показано влияние на устойчивость развития строительных предприятий вышеназванных контактных аудиторий и соотнесенных с ними факторов создания добавленной стоимости.

Обобщая приведенные факторы, можно сделать вывод о том, что способность бизнеса создавать добавленную стоимость на основе согласованных в рамках предпринимательской сети действий в значительной степени соответствует его способности к устойчивому развитию.

Вышеизложенное приводит к выводу о том, что принятие управленческих решений, направленных на развитие предприятий строительного комплекса, требует формирования механизма обеспечения взаимодействия взаимосвязанных систем власти, бизнеса и общества в процессе подготовки, обсуждения и реализации строительных проектов. Важным аспектом здесь является качество взаимодействия данных систем. Если представить каждую из вышеобозначенных систем как отдельные элементы рынка, взаимодействующие между собой, то нужно сказать, что данные элементы влияют друг на друга в условиях определенной среды, формирующей

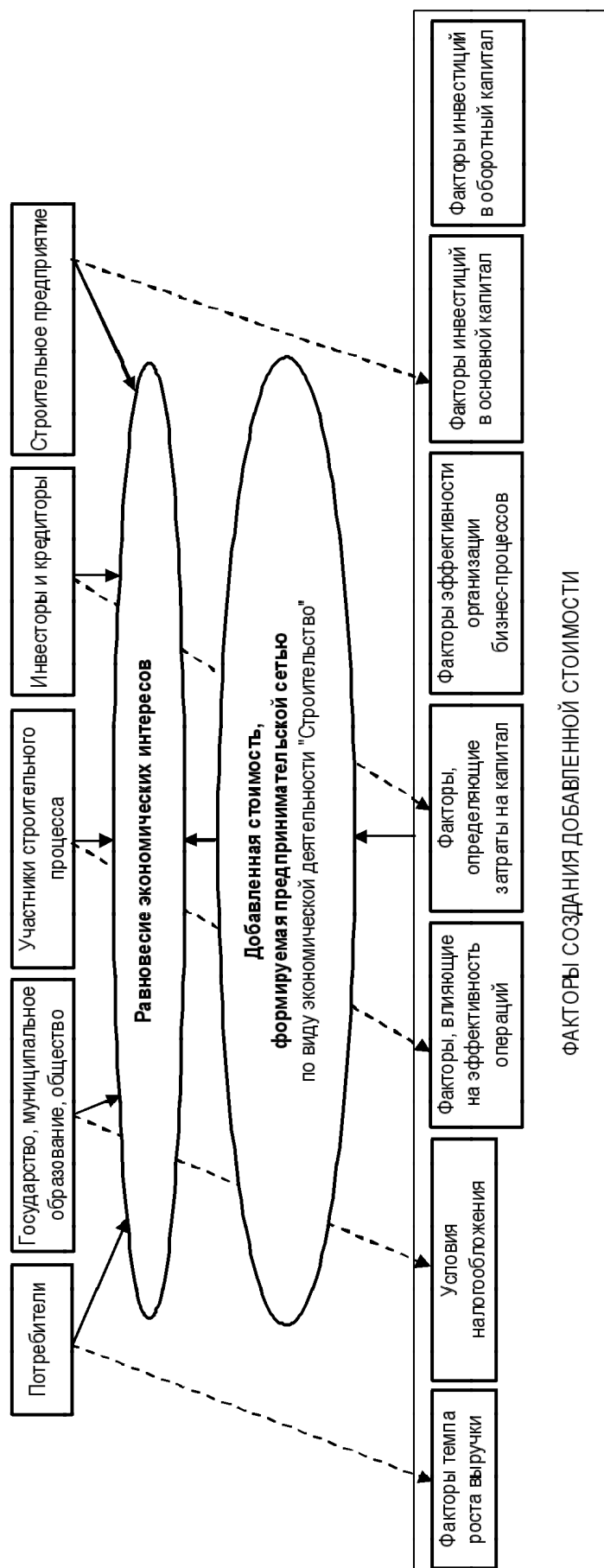


Рис. 3. Факторы, определяющие способность предприятия к созданию добавленной стоимости

экономику на конкретно взятом отрезке времени. Основой же современной среды взаимодействия являются знания и информация, в свою очередь, имеющие ряд особенностей, которые необходимо учитывать при принятии управленческих решений. К таким особенностям можно отнести следующие (см. таблицу).

интересов государства, общества и строительного бизнеса в системе инвестиционно-строительной деятельности на базе учета приоритетных направлений разработки как экономической, так и социальной и экологической политики. Достижимость целей устойчивости развития строительного предприятия предопределяет наравне с государственным и

Особенности информационно-знаниевой экономики

№ п/п	Особенность	Характеристика
1	Постоянное развитие	Постоянное развитие характеризуется постепенным усложнением получаемых знаний ввиду глобального увеличения объема информации
2	Постоянное расширение	Расширение характеризуется лавинообразным увеличением информации
3	Неосвязаемость продукта	Знания как основа экономики знаний являются неосвязаемым продуктом и существуют в информационно-знаниевом пространстве либо в виде цифровой или аналоговой информации
4	Самовоспроизводство	Данная особенность заключается в том, что созданные (сгенерированные) знания являются "сырьем" для создания новых знаний. Соответственно, возникает эффект самовоспроизводства, основанный на неисчерпаемости такого ресурса, как информация (в контексте создания новых знаний)

Приведенные особенности указывают на существенные отличия от стандартной рыночной экономики. Мы солидарны с мнением академика РАН В.Л. Макарова, что экономика знаний - это триада рынков: рынка знаний, рынка услуг и рынка труда. Однако ввиду чрезвычайно высокой значимости IT-технологий и средств переработки информации на современном этапе развития социально-экономической системы мы бы добавили к этой триаде еще рынок информационных технологий, сказав, что экономика знаний - это современное состояние экономики, представляющее собой синтез четырех рынков: рынка знаний, рынка услуг, рынка труда и рынка IT-технологий, ключевым аспектом которого является производство новых знаний на основе старых с целью удовлетворения потребностей общества на определенном этапе своего развития.

В основе обеспечения данного взаимодействия лежит необходимость гармонизации

рыночным регулированием активизацию обеспечения активного участия гражданского общества. При этом следует учитывать, что оппортунистическое поведение - эгоистическое следование собственным экономическим интересам - свойственно людям не только тогда, когда они выступают в качестве наемных работников, но и в ситуациях, когда они выступают в качестве представителей организаций - обособленных экономических субъектов.

¹ Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. 2-е изд. М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.

² Масленников В.В., Крылов В.Г. Процессно-стоимостное управление бизнесом. М. : Инфра-М, 2006. URL: http://www.cfin.ru/management/practice/manage_business.shtml.

³ Rappaport A. Creating shareholder value: a guide for managers and investors / Rev. and updated ed. New York : Free Press, 1998. 205 p.

Поступила в редакцию 10.08.2015 г.