

СТРУКТУРИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ НА ОСНОВЕ СИСТЕМАТИЗАЦИИ КОНТАКТНЫХ АУДИТОРИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА*

© 2015 Е.А. Кандрашина, С.И. Ашмарина, Л.П. Бажуткина**

Ключевые слова: предпринимательская среда, устойчивое развитие, контактные аудитории, экономические интересы, добавленная стоимость, согласование интересов.

Рассматривается новый подход к структурированию предпринимательской среды, позволяющий выделить и формализовать экономические интересы контактных аудиторий организации - субъекта предпринимательской деятельности. Согласование экономических интересов организации и ее контактных аудиторий служит основой для устойчивого развития бизнеса.

Научные подходы к управлению организацией базируются на важном методологическом положении, определяющем организацию как открытую социально-экономическую систему. Соответственно, в процессе управления необходимо учитывать, что организация является участником коллективных экономических действий на рынке. Количество социально-экономических систем разных уровней, с которыми экономический субъект непосредственно или косвенно взаимодействует в процессе осуществления своей деятельности, и степень разнообразия характера данных взаимодействий определяют такую характеристику среды функционирования этого субъекта, как ее сложность.

Среда функционирования экономических субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность (т.е. коммерческих и некоммерческих организаций), носит наиболее сложный и дифференцированный характер, который должен учитываться при принятии всего спектра управленческих решений как в области общего (генерального), так и функционального (специального) менеджмента.

Значительная сложность среды функционирования, наряду с ее неопределенностью, обуславливает высокий уровень риска осуществления предпринимательской деятельности. Конфликты интересов различных экономических субъектов, вовлеченных в предпринимательскую деятельность, негативно сказываются на их способности к устойчиво-

му развитию. Структурировав предпринимательскую среду с учетом прямых и косвенных участников предпринимательской деятельности, мы получим основу согласованного управления в предпринимательских экономических системах любого уровня.

В стратегическом менеджменте и стратегическом маркетинге¹ сложилось устойчивое представление о структуре предпринимательской среды, которая включает в себя:

- ♦ внешнюю среду косвенного воздействия, формирующую общие условия функционирования экономических субъектов - политические, экономические, социальные и технологические;

- ♦ внешнюю среду прямого воздействия, охватывающую все рынки, на которых в качестве поставщика или покупателя присутствует экономический субъект;

- ♦ внутреннюю среду экономического субъекта.

Круг участников взаимодействий рассматриваемого экономического субъекта определяется следующим образом:

- ♦ поставщики;
- ♦ клиенты и маркетинговые посредники;
- ♦ конкуренты;
- ♦ контактные аудитории - внешние и внутренние.

Внешние контактные аудитории включают в себя:

- ♦ финансовые круги;
- ♦ средства массовой информации;

* Публикация подготовлена в рамках конкурсной части государственного задания № 26.944.2014/К "Формирование организационно-экономического механизма управления изменениями в социально-экономических системах (СЭС) в условиях глобализации и развития информационно-знаний экономики".

** Кандрашина Елена Александровна, доктор экономических наук, профессор. E-mail: el.ka2003@mail.ru; Ашмарина Светлана Игоревна, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой прикладного менеджмента. E-mail: asisamara@mail.ru; Бажуткина Лидия Павловна, доктор экономических наук, профессор. - Самарский государственный экономический университет.

- ♦ органы государственной власти и местного самоуправления;
- ♦ группы общественности.

Внутренние контактные аудитории, в свою очередь, состоят из работников организации - экономического субъекта как исполнительного, так и управляющего звена.

Таким образом, основное внимание менеджмента концентрируется на взаимодействиях с экономическими субъектами, составляющими внешнюю среду прямого воздействия, осуществляемого в рамках основной деятельности, направленной на создание потребительской ценности. Все остальные экономические субъекты оказываются вынесенными в состав контактных аудиторий, что исключает их рассмотрение из традиционных алгоритмов принятия управленческих решений.

В то же время необходимо помнить определение контактных аудиторий. Это группы экономических субъектов, проявляющих реальный или потенциальный интерес к организации и способных оказывать влияние на условия и результаты функционирования организации.

Рассмотрим понятие интересов участников экономических отношений.

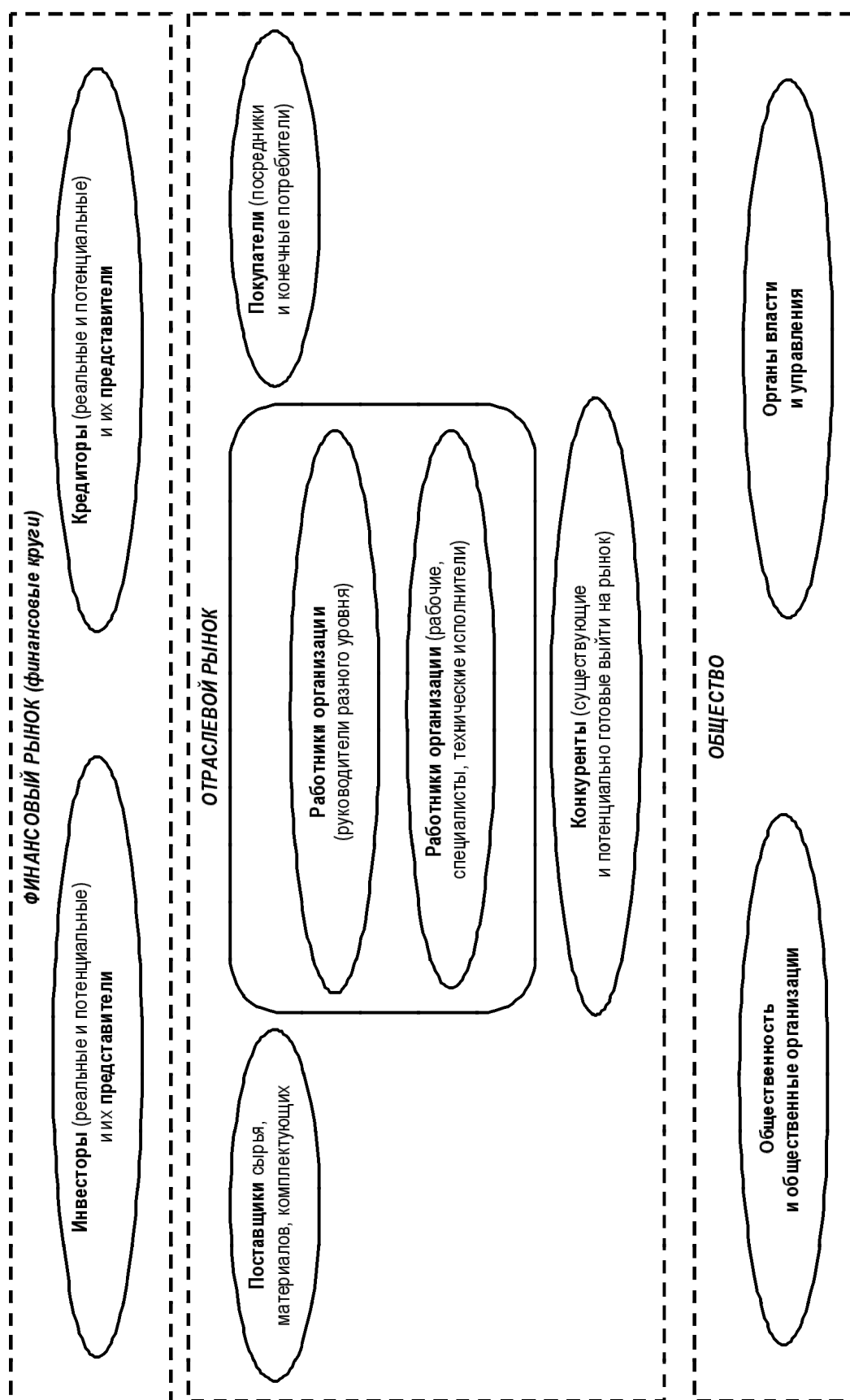
Вступая в экономические отношения, субъекты - индивиды, домохозяйства, субъекты предпринимательской деятельности, государства - реализуют свои экономические интересы. С одной стороны, экономические интересы имеют объективный характер, их содержание для каждой группы экономических субъектов определяется формой проявления их потребностей в максимально эффективном получении экономических результатов. С другой стороны, экономические интересы имеют индивидуальный, субъективный характер, поскольку их содержание определяется местом конкретного субъекта в системе экономических отношений.

В данной связи все участники взаимодействий рассматриваемого экономического субъекта преследуют свои экономические интересы и могут рассматриваться в качестве контактных аудиторий, круг которых может быть представлен следующим образом (см. рисунок).

Именно согласованное взаимодействие организации со всеми контактными аудито-

риями является важным фактором ее устойчивости как открытой экономической системы. Авторы опираются на обоснованную позицию², рассматривающую в качестве индикатора потенциала устойчивого экономического развития в нестабильной внешней среде такую характеристику, как конкурентоспособность бизнеса, которая имеет дуальную природу, отражающую способность экономического субъекта создавать экономическую прибыль путем совершения операций на отраслевом и финансовом рынках. При этом отраслевая конкурентоспособность бизнеса (т.е. способность конкурировать за ограниченный платежеспособный спрос на целевом рынке путем эффективного формирования товарного предложения) определяется взаимодействием организации с поставщиками, покупателями и конкурентами, а также эффективностью работы персонала - лиц, принимающих управленческие решения и осуществляющих деятельность в соответствии с принятыми решениями. Финансовая конкурентоспособность - способность сравнительно эффективно использовать средства инвесторов и кредиторов, в свою очередь, обуславливается взаимодействием организации с финансовыми кругами. Взаимодействие с обществом и государством как институциональным представителем общественных интересов является фундаментальным условием функционирования бизнеса, так как создание потребительской ценности возможно только на основе удовлетворения существующей в обществе потребности.

Для формализации экономических интересов выделенных контактных аудиторий организации может быть использована Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России, одобренная Методологическим советом по бухгалтерскому учету при Минфине РФ, Президентским советом ИПБ РФ 29 декабря 1997 г.³ Указанная концепция определяет круг заинтересованных пользователей экономической информации, которая может быть задействована ими при принятии управленческих решений. Перечень информации о деятельности организации, необходимой перечисленным в Концепции заинтересованным участникам деловых отношений для принятия решений, представлен в таблице.



**Информация о деятельности организации, необходимая для принятия решений
представителями контактных аудиторий согласно Концепции бухгалтерского учета
в рыночной экономике России**

Экономический субъект	Потребность в информации
Контактные аудитории - внешние пользователи информации	
Инвесторы и их представители	Информация о рискованности и доходности предполагаемых или осуществленных ими инвестиций, на основе которой можно распоряжаться инвестициями; о способности организации выплачивать дивиденды
Кредиторы и их представители	Информация, позволяющая определить, будут ли своевременно погашены предоставленные ими организации займы и выплачены соответствующие проценты
Работники и их представители (профсоюзы и др.)	Информация о стабильности и прибыльности работодателей; о способности организации гарантировать оплату труда и сохранение рабочих мест
Поставщики	Информация, позволяющая определить, будут ли выплачены в срок причитающиеся им суммы
Покупатели	Информация о продолжении деятельности организации
Органы власти и управления	Информация для осуществления возложенных на них функций: по распределению ресурсов; регулированию народного хозяйства; разработке и реализации общегосударственной политики; ведению статистического наблюдения
Общественность	Информация о роли и вкладе организации в повышение благосостояния общества на местном, региональном и федеральном уровнях
Контактные аудитории - внутренние пользователи информации	
Руководство организации	Информация, полезная руководству организации для принятия управленческих решений и предоставляемая внешним пользователям, разнообразная дополнительная информация, необходимая для планирования, анализа и контроля деятельности

Именно наличие экономических интересов и определяет, по нашему мнению, потребности тех или иных экономических субъектов - юридических и физических лиц, в информации о деятельности организации. Рассмотрим, опираясь на эту основу, экономические интересы экономических субъектов - организации и ее контактных аудиторий, и выявим определяющий эти интересы характер взаимодействий.

Все субъекты предпринимательской деятельности, функционирующие и на отраслевом, и на финансовом рынках, имеют аналогичные экономические интересы - получение предпринимательского дохода, уровень которого соответствует уровню предпринимательского риска.

Предпринимательский доход - прибыль - формируется на основе добавленной стоимости, создаваемой путем осуществления деятельности на отраслевом рынке. Величина этой прибыли у каждого участника экономических взаимоотношений существенным образом зависит от его отраслевой конкурентоспособности и характера установившихся предпринимательских связей. С одной стороны, каждый участник отраслевой цепочки создания стоимости для конечных потребителей нацелен на максимизацию собственной прибыли.

В результате отраслевой конкуренции, основанной на совершении разовых сделок, происходит снижение цен для конечных потребителей, что часто сопровождается и сокращением качества конечной продукции. Переход от разовых сделок к формированию длительных отношений между контрагентами, что выражается в формировании предпринимательских цепочек и сетей, создает основу для согласованного управления процессом создания ценности продукта для конечного потребителя. Это ведет к получению стабильных приемлемых экономических результатов всеми участниками цепочки создания ценности.

Получение максимального предпринимательского дохода требует создания максимальной добавленной стоимости. Интеграция участников процесса создания ценности в предпринимательскую цепочку или сеть приводит к необходимости согласования их интересов с тем, чтобы обеспечить максимизацию совокупной добавленной стоимости. Таким образом, показатель добавленной стоимости может служить не только индивидуальным, но и согласованным критерием эффективности функционирования экономических субъектов на отраслевом рынке - и отдельно рассматриваемой организации, и ее контактных аудиторий.

Экономические интересы инвесторов и кредиторов - экономических субъектов, составляющих контактные аудитории организации со стороны финансового рынка, также состоят в получении предпринимательского дохода. Их предпринимательский доход представляет собой финансовые издержки экономических субъектов - реципиентов финансовых ресурсов, осуществляющих инвестиции на отраслевых рынках для создания стоимости. Уровень предпринимательского дохода, который инвесторы и кредиторы сочтут приемлемым, определяется уровнем предпринимательского и финансового риска, который берет на себя эта контактная аудитория, и зависит от финансовой конкурентоспособности финансируемой ими организации. С учетом того факта, что источником покрытия финансовых издержек организации выступает создаваемая ею добавленная стоимость, результирующий экономический показатель экономической добавленной стоимости (EVA - Economic Value Added) может рассматриваться как критерий эффективности функционирования организации, позволяющий обеспечивать согласование ее экономических интересов с интересами контактных аудиторий финансового рынка.

Экономические интересы общества состоят в формировании экономической среды, обеспечивающей высокое качество жизни населения и условия роста экономики. Для конкретных представителей общества эти интересы проявляются как объем потребительских благ, которые домохозяйства могут приобрести с учетом существующего уровня цен и доходов. Именно наличие таких экономических интересов побуждает индивидуумов к труду и формирует интересы таких контактных аудиторий, как работники организации.

В то же время общество не в состоянии непосредственно реализовать общие экономические интересы. Основным проводником интересов общества в отношении бизнеса выступают государство и местное самоуправление в лице соответствующих органов власти и управления. Кроме того, важнейшими государственными задачами также являются обеспечение доходности экономических субъектов на уровне, позволяющем осуще-

ствлять расширенное воспроизводство, и увеличение объема бюджетных поступлений от них. Уплата налоговых платежей в бюджеты разных уровней является одним из направлений использования добавленной стоимости, что позволяет рассматривать данный показатель в качестве критерия эффективности функционирования организаций с позиций данной контактной аудитории.

Таким образом, в качестве точки равновесия интересов всех контактных аудиторий выступает добавленная стоимость, создаваемая предпринимательскими сетями отраслевых рынков.

Несмотря на то, что работники являются внутренней контактной аудиторией организации, Концепция ставит их в один ряд с внешними пользователями финансовой информации, отделяя тем самым от руководства организации, которые определяются как внутренние пользователи. Такое разделение оправдано с той точки зрения, что внешние пользователи информации принимают на ее основе решения, ориентированные на реализацию их собственных экономических интересов, в то время как руководство организации должно принимать решения, направленные на реализацию экономических интересов организации как самостоятельного экономического субъекта, представителями которого они являются. Однако современная теория менеджмента признает наличие у наемных менеджеров - агентов собственных экономических интересов, отличных от интересов организации. При этом важно учитывать, что решения всегда принимают не организации, а люди. Таким образом, взаимодействие людей как индивидуальных экономических субъектов или как представителей коллективных экономических субъектов выступает в конечном счете как способ реализации их собственных экономических интересов⁴, что подразумевает возможность возникновения конфликта. При этом вопросы установления приоритетности интересов тех или экономических субъектов носят дискуссионный характер. В связи с этим важной задачей развития экономической науки является выработка принципов объединения и формирования комплексной системы экономических интересов.

Существует два принципиально возможных способа формирования системы экономических интересов:

◆ субординированное подчинение экономических интересов одних экономических субъектов интересам других;

◆ сбалансированное согласование интересов всех взаимодействующих экономических субъектов.

Выбор того или иного способа определяется сущностью конкретной экономической системы.

Согласование интересов представляет собой не разовый акт, а непрерывный процесс, основанный на системе коммуникаций. В свою очередь, результативность таких коммуникаций в значительной степени определяется качеством информационно-знаниевой среды.

¹ См., например: *Bowman Cliff*. The Essence of Strategic management // Prentice Hall International

(UK). 1990; *Mescon Michael H., Albert Michael, Khedouri Franklin*. Management. 3rd ed. Harper&Row. New York, 1988.

² См.: *Ашмарина С.И., Кандрашина Е.А., Анпилов С.М.* Согласование экономических интересов как основа обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур строительного комплекса // Управление экономическими системами. 2015. № 5; *Жабин А.П., Кандрашина Е.А.* Методические основы и инструмент анализа конкурентоспособности бизнеса с учетом ее дуального характера // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 9. С. 31-41.

³ Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России : [одобрена Методологическим советом по бухгалтерскому учету при Минфине РФ, Президентским советом ИПБ РФ 29.12.1997] // Нормативная база бухгалтерского учета. Библиотека журнала Бухгалтерский учет. 2000. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17312.

⁴ Социальная философия. URL: <http://socfil.narod.ru/index.htm>.

Поступила в редакцию 07.08.2015 г.