

Кулумбаева Г.Ш.

**КУРУЛУШТАГЫ СОДА НАРКТЫ ЖАНА АНЫН МАСЕЛЕСИН
НАТЫЙЖАЛУУ БАШКАРУУ**

Кулумбаева Г.Ш.

**СТОИМОСТЬ БИЗНЕСА И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЕГО
ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ**

G.Sh. Kulumbaeva

**THE COST OF BUSINESS AND MANAGEMENT OF ITS EFFECTIVENESS
IN CONSTRUCTION**

УДК: 333.56/97

Бул макалада сода башкаруунун өзгөчө натыйжалуулугун, курулуштагы даяр продукциянын өзгөчөлүгүнүн байланышы, ошондой эле өзгөчө ыкмалардын жана шиканадагы баланшы кардарлардын процесси каралат.

Негизги сөздөр: сода натыйжалуулук, соода наркы, курулуш.

В статье рассматриваются особенности управления эффективностью бизнеса, связанные как со спецификой готовой строительной продукции, так и с особенностью способов и приемов взаимодействия участников производственного процесса.

Ключевые слова: эффективность бизнеса, стоимость бизнеса, строительство.

The article considers the peculiarities of business performance management, related to the specifics of the finished construction products, and special methods and techniques of interaction of participants of the production process.

Key words: business performance, business value, construction.

Единого мнения по поводу определения понятия «стоимость предприятия» не сложилось. Однако Б. Райан считал, что данный вид стоимости выражается в виде изменений потоков наличности данного предприятия, и в конечном итоге единственным мериллом стоимости предприятия в финансовом смысле является цена его возможной реализации на рынке [6]. Поэтому из множества видов стоимости нас будет интересовать стоимость с точки зрения оценки. А именно: рыночная стоимость, инвестиционная стоимость, страховая стоимость, налогооблагаемая стоимость и утилизационная стоимость – поскольку все они тем или иным образом связаны с куплей, продажей, реорганизацией предприятия и т. д.

Бизнес – это определенный вид деятельности, а предприятие представляет его организационную форму [3]. Иными словами, следует говорить о важности временной (длительной) характеристики этих понятий.

Следуя теориям стоимости, имущественный комплекс (предприятие) должен приносить настоящему или будущему владельцу непосредственную пользу. Иначе говоря, речь идет о доходе, который принесет предприятие в течение определенного периода времени. Следовательно, если нет дохода – значит, нет полезности для собственника.

Соответственно, любое производство можно оценить по возможности приносить доход.

Однако любое предприятие – это в первую очередь инвестиционный товар, поэтому расчет на будущую полезность (доход) тоже имеет свою цену, но с учетом рисков. Отсюда большинство авторов склонны к тому, что для определения стоимости предприятия применимы такие же подходы, как для любого другого товара. В частности:

1) затратный подход, опирающийся на трудовую теорию стоимости, предполагает расчет стоимости предприятия с точки зрения понесенных издержек, объем которых определяется принципом замещения: стоимость совокупности активов не превышает затрат на замещение (восстановление) всех ее составных частей;

2) доходный подход исходит из представления о полезности: потребительная ценность объекта собственности как товара заключается в его способности удовлетворять потребность в получении доходов. Здесь используется принцип ожидания, а стоимость будет определяться как денежный эквивалент совокупности будущих доходов, которые получает собственник от владения объектом собственности;

3) рыночный (сравнительный) подход опирается на спрос и предложение. Оценка предприятия выявляется по аналогии с другими фактическими сделками на рынке [6].

Учитывая, что точного и общепринятого определения «стоимость предприятия» не существует, можно предположить, что это в первую очередь объективная величина, которая определяется количеством всеобщего эквивалента, за который предприятие переходит от одного владельца к другому. Однако «стоимость действующего предприятия» – это стоимость всего имущественного комплекса функционирующего предприятия (включая нематериальные активы) как единого целого.

Можно предложить в качестве гипотезы стратегическую парадигму теории стоимости предприятия.

Парадигмы основываются на ряде связанных между собой предположений об объекте исследования, которые оказывают влияние на идентификацию областей исследования, формулировки, предпочтительные аналогии и выбор исследовательских методов. Парадигмы сохраняют силу до тех пор, пока накопленные знания не вступят в противो-

речие с общепринятыми к тому времени постулатами очередной парадигмы и не потребуют ее замены новой.

Итак, первое предположение: длительность получения дохода (длительная полезность) и ожидаемая возможность получения стабильного дохода в дальнейшем (потенциальная полезность) являются важнейшими характеристиками бизнеса (предприятия) как товара и, следовательно, наиболее сильно влияют на его цену.

Следующий вывод: важным во временном аспекте является «что должно быть», а не «как это достигается», т.е. важна доходность бизнеса (предприятия), а не то, как она получена [1]. Следовательно, важным является стратегическая ориентированность бизнес-процессов предприятия. Этот вывод косвенно подтверждается эволюцией подходов к определению критерия эффективности бизнеса (предприятия) во взаимосвязи с развитием стратегического управления.

В общем виде стратегическую парадигму теории стоимости предприятия можно сформулировать следующим образом: **стоимость предприятия в значительной степени зависит от стратегической ориентированности основных бизнес-процессов.**

Одна из современных концепций менеджмента – это концепция управления стоимостью. Согласно ей, акционеры и владельцы предприятий и организаций заинтересованы, в первую очередь, в увеличении собственного финансового благосостояния посредством повышения эффективности управления бизнесом. Рост благосостояния акционеров измеряется рыночной стоимостью предприятия, которым они владеют. Фактически иные показатели (такие как объем введенных мощностей, количество нанятых сотрудников или оборот компании) имеют промежуточное значение. Для собственников и менеджеров коммерческих компаний основным критерием является максимизация стоимости бизнеса и, следовательно, достижение экономического эффекта.

Стоимость является интегральным эффектом, по которому можно оценить деятельность предприятия, так как он аккумулирует в себе влияние всех управленческих решений. Критерий стоимости также позволяет ранжировать варианты в ситуации множественного выбора. Данный критерий обеспечивает согласованность, направленность, сбалансированность и эффективность управленческих решений на всех уровнях.

Важную роль в управлении стоимостью играет глубокое понимание того, какие именно параметры деятельности фактически определяют стоимость бизнеса, являясь так называемыми ключевыми факторами стоимости. Фактор стоимости – это любая переменная, влияющая на стоимость компании.

Многие исследователи утверждают, что эффективность компании можно непосредственно связы-

вать с эффективностью инвестиционной деятельности [4]. Фактически посредством увеличения эффективности инвестиционной деятельности возможно создание принципиально новых источников увеличения стоимости компании, не использовавшихся ранее.

Философия управления стоимостью состоит в том, что максимизация стоимости принимается за главную цель предприятия. В общем случае предприятие должно иметь два набора целей: финансовые цели, которыми руководствуются менеджеры высшего звена, и нефинансовые цели – для всех остальных сотрудников организации [7]. Исследования доказали, что традиционные финансовые показатели, такие как прибыль или темпы роста прибыли, не всегда правильно отражают процесс создания новой стоимости и что компаниям надо напрямую следить за созданием новой стоимости [7].

Это подтверждает универсальность данного критерия эффективности. Он мог быть использован на всех этапах развития стратегического менеджмента. Единственным тормозящим моментом являлось отсутствие достаточно развитого рынка, инструментов реакции рынка на воздействия предприятия. Сейчас такой проблемы не существует.

На основании вышеизложенного можно выдвинуть еще одну гипотезу исследования: **стоимость бизнеса является универсальным критерием эффективности производства в условиях конкурентной среды.**

Следует определить основные черты строительства как сферы экономической деятельности, влияющие на эффективность бизнеса.

Будем отталкиваться при этом от специфики самой строительной продукции.

Во-первых, готовая строительная продукция отличается капиталоемкостью, значительными единовременными затратами на ее создание. Иными словами, в отличие от продукции почти всех остальных сфер экономической деятельности (первичного, вторичного и третичного секторов экономики), строительная продукция, почти в 100% случаев, не может быть создана за счет собственных средств предприятия и требует первоначального внешнего инвестирования. Вариантов здесь несколько – предприятие само получает заемный капитал, либо в качестве инвестора (заказчика) выступает стороннее предприятие другой сферы экономической деятельности (здесь как цель обычно рассматривается воспроизводство своих основных производственных фондов), либо коллективным инвестором (заказчиком) выступают частные лица (обычно их объединяет компания, аккумулирующая их деньги для, так называемого, долевого строительства). Очевидно, что во всех перечисленных случаях доходность бизнеса будет зависеть от рынка капитала, его устойчивости, добросовестности заказчика (инвестора) и т.д. Здесь очевидна высокая составляющая неопределенности, причем неопреде-

ленности, связанной с внешней независимой от нашего предприятия средой. Данная особенность готовой строительной продукции напрямую и в значительной мере влияет на потенциальную полезность бизнеса.

Во-вторых, в продолжение первого свойства, строительная продукция отличается высокой материалоемкостью, многодетальностью, сложностью и длительностью производственного цикла. Следовательно, основная стоимость продукции возникает не внутри предприятия в рамках производственного цикла, а является привнесенной стоимостями материалов, конструкций и изделий. Очевидна значительность влияния внешней экономической среды, зависимость от поставщиков, как следствие, высокая рискованность и, опять же, влияние на потенциальную полезность бизнеса данного свойства.

Комплексный характер данного свойства готовой строительной продукции позволяет говорить еще об одном аспекте. Сложность производства, его многооперационность, а также большие размеры и масса готовой строительной продукции предполагают использование сложной дорогостоящей техники при производстве, а значит, появляется необходимость в привлечении данной техники со стороны посредством аренды или лизинга. Причем следующее свойство докажет необходимость именно таких форм привлечения, а не приобретения техники в собственность.

В-третьих, продукция строительства неподвижна и используется на месте своего создания и, как упоминалось ранее, имеет большие размеры и массу. Значит, строительное предприятие (подрядная организация) не может иметь значительного количества объектов, каждый объект уникален по технологии возведения, находится на новой территории. Следовательно, сама структура строительного предприятия должна быть плавающей по всем основным факторам производства – по трудовым ресурсам, по предметам труда и по средствам труда, т.е. по строительным машинам и механизмам. Привязывание их полным «пучком прав собственности» высокочрезмерно и неэффективно из-за того, что большая часть строительной техники отличается свойством специфичности и применяется только в ряде взаимосвязанных технологических операций, т.е. не используется на всем периоде производства готовой строительной продукции. А он, как уже говорилось, длителен.

Подводя итог можно сказать, что строительное предприятие представляет собой «плавающую структуру» к которой малоприменимо утверждение,

что устойчивый технологический процесс, стабильные факторы производства (по составу и количеству) являются залогом взаимообусловленности сегодняшней успешности бизнеса и его успешности в будущем. Возникает сложность с управлением и, в первую очередь, с определением, как длительной полезности, так и полезности потенциальной.

Рассмотрим его сущность строительного предприятия подробнее (см. рис. 1).

Все вышеизложенное позволяет сформулировать еще ряд принципов и гипотез исследования, разрабатываемых в рамках научной школы проф. В.В. Бузырева [2].

Принцип ограниченной обособленности – необходимость проведения исследования в четко определенных рамках большой системы – сфера экономической деятельности «строительство», с обособлением, изолированием процессов, протекающих внутри нее (на уровне подсистемы системы «строительный бизнес (предприятие)»).

Принцип адаптивности – сохранение и поддержание теоретического базиса на уровне универсальности для всех аналогичных социально-экономических систем.

Принцип целостности – принцип сохранения минимальной структурной сложности теоретического базиса исследования при устойчивости получаемых результатов.

Принцип стратегической цикличности. Управление стоимостью бизнеса должно быть сопряжено со стратегией развития предприятия и при этом обладать свойством цикличности процесса, так как жизненный цикл отдельного объекта строительства и ее эффекта короче стратегического периода планирования.

Исходя из «плавающей структуры» строительного предприятия при управлении стоимостью выдвигается гипотеза уникальности. Общие подходы к управлению стоимостью строительного бизнеса не могут быть применены для конкретного субъекта управления без корректировок. Между двумя общими для всех субъектов инвестиционно-строительной деятельности решениям и есть некий средний набор различных типов управленческого поведения, соответствующих различным типам проблем [5].

Гипотеза о стратегической оптимальности. Деятельность субъекта управления оптимальна, когда его стратегическое поведение в инвестиционно-строительной сфере в каждый момент времени оценивается на рынке как максимально возможная стоимость данного бизнеса при привлечении оптимального количества различных ресурсов.

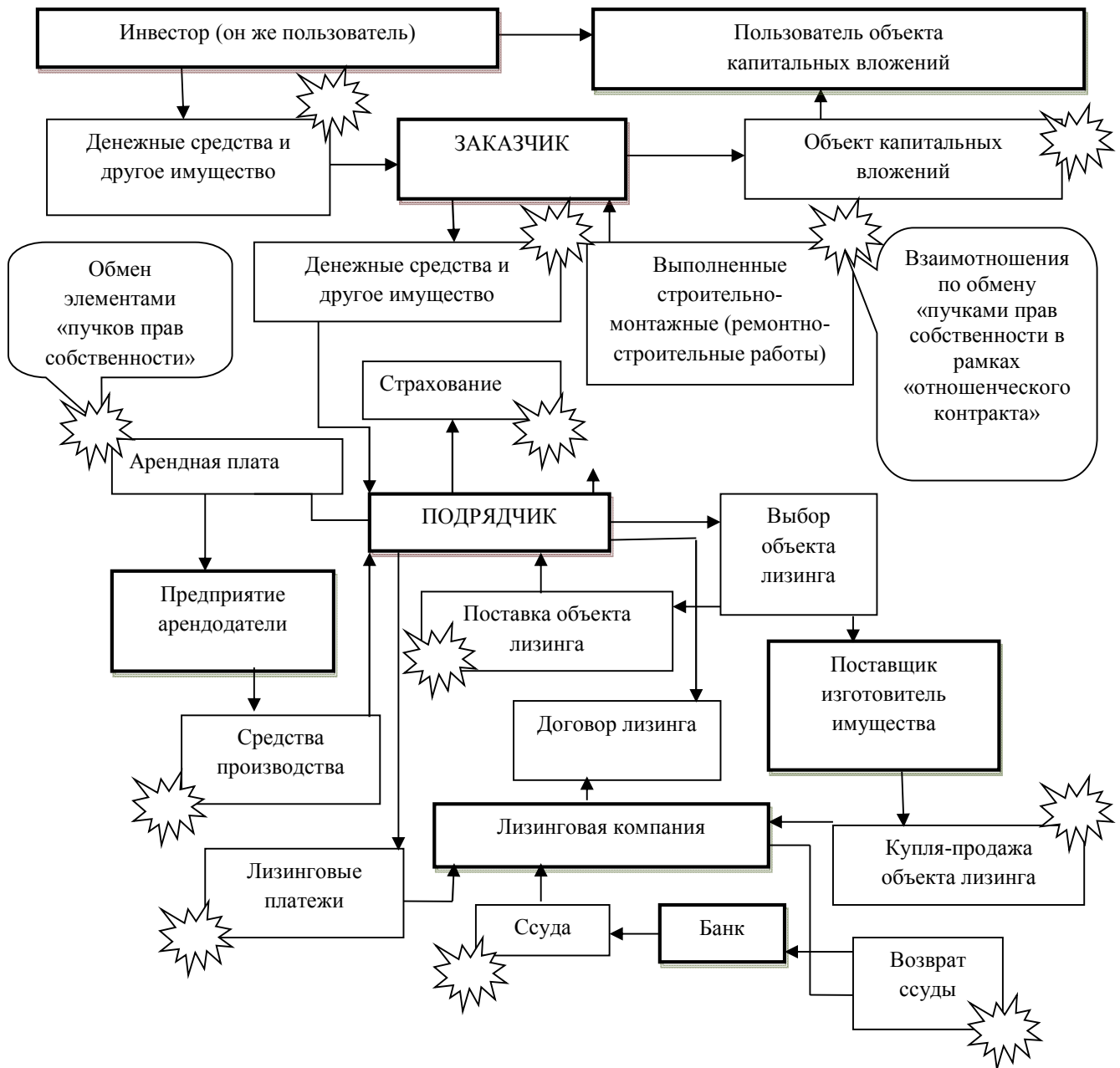


Рис. 1. Взаимодействия основных участников строительства — узлы обмена «пучками собственности»

Список использованной литературы.

1. Асаул А.Н., Никольская Е.Г. Управление затратами в строительстве. – СПб: СПбГАСУ; М: Изд-во АСВ, 2007.
2. Бузырев В.В., Федосеев И.В., Юденко М.Н. Экономика строительства: Учебник. – СПб.: «Питер», 2008.
3. Новый экономический словарь / А.Н. Азрилиян. – 3-е изд., доп. – М.: Ин-т новой экономики, 2009.
4. Топчиев Е. Оценка эффективности деятельности и требования к системам управленческого учета инновационных бизнес-единиц // Управленческий учет и финансы. – 2005. – № 2.
5. Федосеев И.В. Совершенствование управления инновационно-инвестиционной деятельностью строительного предприятия в регионе: монография. – СПб.: СПбГИЭУ, 2008.
6. Якупова Н.М. Оценка бизнеса: Учебное пособие. – Казань: Изд-во КГФИ, 2003. – 152с.
7. КоуплендТ., КолерТ., Муриндж. Управление стоимостью компании. Valuatbn: Measuring and Managing №eVa of Companies. – New York: John Wiltey& Sons, 2000.

Рецензент: д.э.н., профессор Балбаков М.Б.