

УДК 339.137. 69

УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2010 г. С. Г. Чутченко

Южно-Российский государственный технический университет (НПИ)

Доказано, что стоимость бизнеса строительной организации является фундаментальным показателем, характеризующим перспективность и привлекательность данного бизнеса и качество менеджмента. Вследствие чего необходимо руководствоваться информационно-экономическим подходом в управлении конкурентоспособностью строительной организации.

Ключевые слова: *строительство; конкурентоспособность; экономическая устойчивость; стоимость бизнеса; информация.*

In the article author proves, that value of building organization's business is a substantial index, which characterizes perspectives and appeal of the business, and quality of its management. That's why, author means, informational and economic approach is useful for building organization's competitiveness managing.

Key words: *building; competitiveness; economic stability; business value; information.*

Экономическая устойчивость, как правило, сводится к параметрам финансовой устойчивости, связанным с показателями деловой активности и ликвидности. В полной мере это может быть отнесено и к строительной организации (СО).

Вышеуказанные факторы важны для оценки перспектив развития СО, и, как правило, являются определяющими для многих инвесторов и заказчиков. В краткосрочной перспективе вышеуказанные показатели выглядят убедительно, но для принятия решения об инвестициях для проведения реструктуризации, организации инновационного проекта и других долгосрочных мероприятий, оперативных финансовых показателей недостаточно. Обосновать такое утверждение можно через понимание источников формирования оперативных показателей строительного бизнеса.

В своей широко известной работе [1] А. Г. Даниш показал, что исходной информационной базой оперативных показателей любого бизнеса является внутренняя инфор-

мация строительной организации. К примеру, оценив долю рынка, можно говорить о том, что СО удалось сохранить имеющиеся позиции на рынке в случае стабильности показателя этой доли. Если при этом учитывать информацию мезоуровня о текущей фазе и перспективах развития строительного рынка, то изменится сам смысл рассчитанного показателя доли рынка. В этом случае необходимо вести речь о потере рынка или потере времени, в случае, если СО увеличила долю лишь на величину естественного роста самого рынка. Оперативные показатели, не учитывающие информацию макросреды, рассредотачивают целевые ориентиры менеджмента СО. Практическая деятельность в ведении бизнеса предполагает наличие многочисленных гибких схем работы с заказчиками и иными контрагентами. Иначе говоря, в практической деятельности СО нет однообразия складывающихся хозяйственных ситуаций, что на практике порождает возникновение дебиторской и кредиторской задолженности. Проводимые мероприятия

по ликвидации задолженностей могут в отдельном взятом периоде либо значительно улучшить реальное положение, либо ухудшить показатели СО.

В соответствии с другой концепцией Ю. Я. Еленевой [2] фундаментальной основой конкурентоспособности и эффективности бизнеса должен быть стоимостный подход. Оценивая те или иные мероприятия необходимо задаваться вопросом: как изменилась стоимость бизнеса СО в результате её деятельности. Логическим завершением процесса инвестирования любого бизнес-процесса, является отдача на вложенный капитал. Даже с юридической точки зрения, законодательство дает право удовлетворить имущественные требования акционеров, инвесторов и других совладельцев соразмерно их доли бизнеса, оставшимся у СО имуществом по текущей балансовой стоимости. Закономерно возникает вопрос об оценке стоимости всего строительного бизнеса и более того – стоимостном управлении. Только оценив изменение стоимости СО, можно делать выводы в целом об эффективности работы. Таким образом, целесообразно дополнительно рассматривать в качестве необходимого показателя результативности работы всех функциональных подразделений СО именно показатель изменения стоимости бизнеса.

Распространённые в настоящее время взгляды на стоимость рассматривают её в качестве информационной ценности объекта. Например, Т. Сакайя выдвинул гипотезу о новой стоимости, характеризуемой как «стоимость, создаваемая знанием». Он отмечает: «Когда общепризнанно, что тот или иной товар обладает неповторимыми техническими характеристиками, нет ничего необычного в том, что его продажная цена будет во много раз превосходить его себестоимость. Проектировщикам и подрядчикам нередко удается в два-три раза увеличить первоначально установленную цену объекта только лишь благодаря демонстративному включению уникальных материалов и других компонентов в отдельные небольшие, но находящиеся, на виду элементы. Существуют и строительные объекты, специально ориентированные на безудержное стремление потребителя обладать самой современной технологией: за то,

что они способны выполнять какую-то малозначительную функцию, которую другие пока что обеспечить не могут, цены на них устанавливаются совершенно сюрреалистические. Можно найти много примеров того, как маркетинг уникального объекта осуществляется с большим успехом, несмотря на установленную на нее сверхвысокую цену» [3].

Отечественный исследователь В. Н. Костюк в своей работе предлагает термин «инновационная стоимость», которая зависит не столько от издержек СО, сколько от соответствия изменяющимся желаниям заказчиков (покупателей) и относит ее к социэкономической категории. По мнению этого автора, возникновение инновационной стоимости превращает чисто экономическую деятельность в социэкономическую, зависящую от скрытых альтернатив» [4]. Кроме того, В. Н. Костюк отмечает, что инновационная стоимость не может существовать в неизменном виде слишком долго, ее величина спонтанно уменьшается с течением времени, поскольку зависит от уникальности и качества объекта. Конкуренция способна за счет имитации уменьшать уникальность объекта и за счет инноваций уменьшать качество, что неизменно уменьшит цену. Попытки сохранить или увеличить инновационную стоимость приводят к росту разнообразия предлагаемых объектов и к стремлению улучшить качество в сравнении с конкурентами.

Информационная теория стоимости опирается на необходимость создания новой информации как ведущего производственного ресурса [5]. Деятельность СО, как и любой производственной системы основывается на некоторых свойствах информации, а именно, информация обладает двойственностью: она имеет конкретное содержание – качество и абстрактное – количество; информация может быть субъективной, которую мы можем воспринимать исходя из наших знаний; и объективной – присущей физическим объектам, и которая может существовать независимо от нас и от наших знаний об объекте; информация может быть идеальной, не зависящей от материального носителя и материальной, то есть неотъемлемой от но-

сителя; не существует закона сохранения информации, информация может возникать и уничтожаться, как и стоимость.

Опираясь на вышесказанное, можно сказать, что процесс строительного производства – это материализация идеальной информации. Идеальная информация – это информация, взятая из природы, она объясняет свойства предметов и явлений, существует независимо от нас. Кроме того, идеальная информация может тиражироваться без изменений, а также видоизменяться, что происходит посредством воздействия материальной информации, воплощенной в человеческих знаниях. Таким образом, взяв из природы идеальную информацию о свойствах объектов (например, земельных участках, материалах, климатических свойствах территории, на которой возводится объект и др.), и используя свои знания свойств средств производства и иных ресурсов, мы материализуем идеальную информацию, посредством искусственного формообразования, то есть создаем новые объекты.

Концепция ведущего экономического ресурса впервые предложенная в известной работе [5] основывается на том, что ведущий ресурс – ресурс, без которого производственный процесс невозможен в принципе (например, природное ископаемое для горнодобывающего предприятия); основные ресурсы – ресурсы, использование которых совместно с ведущим дает синергетический эффект; поддерживающие ресурсы – ресурсы обеспечивающие повышение результативности и эффективности процесса.

Вид ведущего ресурса определяется сформулированной и реально осуществляемой миссией организации. Если в формулировке миссии указывается вид деятельности, в результате которого она должна выполняться, в качестве ведущего ресурса может выступать природный или (что реже) материальный ресурс. Например, если в качестве миссии организации объявляется «обеспечение населения и народного хозяйства региона каменным углем, а рабочих-шахтеров – стабильным заработком», в качестве ведущего ресурса будет выступать природный ресурс – ископаемый уголь, без которого данная миссия не может быть осуществле-

на. Если, например, в качестве миссии объявляется достижение коммерческих и социальных результатов путем производства и продажи автомобилей, ведущим ресурсом становится информация, на основе которой будут спроектированы автомобили, производственные системы по их изготовлению, приняты инвестиционные, маркетинговые и другие управленческие решения, определяющие характер использования основных ресурсов (различных материалов, энергии, живого труда и др.).

Для коммерческих организаций (в т. ч. – строительных), объявивших своей миссией максимизацию прибыли, и, как следствие, рост стоимости бизнеса, ведущим ресурсом, тем более, будет информация маркетингового и финансового характера, позволяющая максимально выгодно осуществлять сделки. В подавляющем большинстве современных конкурентоспособных СО ведущим ресурсом становится информация. Живой труд не может быть ведущим ресурсом в современных конкурентоспособных СО.

Столь же важен показатель потребительной стоимости возводимых объектов. Потребительная стоимость воплощает труд человека, а с позиций информационной теории – качество и количество информации. Затраты труда на создание объекта, в свою очередь – количество материальной и идеальной информации. Человек выступает носителем идеальной информации и владельцем материальной – своего опыта, знаний и способностей.

В условиях оценки и управления конкурентоспособностью СО термин «стоимость бизнеса» или «стоимость предприятия» может иметь отличные значения для разных участников строительных бизнес – процессов. В экономической литературе и в нормативных актах, касающихся оценочной деятельности, встречаются разные толкования вышеуказанных терминов.

Обычно под стоимостью действующего предприятия понимается стоимость бизнеса или доли в этом бизнесе как действующего предприятия, а также неосязаемые элементы стоимости в бизнесе, обусловленные такими факторами, как наличие подготовленных кадров, исправно работающего обо-

рудования, необходимых лицензий, систем и процедур [6]. Стоимость действующего предприятия – стоимость бизнеса целиком. Эта концепция подразумевает оценку непрерывно функционирующего предприятия, исходя из которой возможно распределение или разнесение общей стоимости действующего предприятия по его составным частям в соответствии с их вкладом в общую стоимость, однако сам по себе ни один из этих компонентов не составляет рыночной стоимости. В целом эта концепция вполне приемлема для условий строительной организации.

Согласно стандартам оценки, рыночная стоимость объекта оценки – наиболее вероятная цена, по которой объект оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства [7].

Сущность стоимости бизнеса СО при оценке и управлении конкурентоспособностью последней проявляется при рассмотрении процесса оценки с позиций заинтересованных участников, например: с точки зрения покупателя, инвестора и менеджмента СО. Основные причины, побуждающие производить оценку стоимости бизнеса СО неоднократно упоминаются в различной литературе по оценке бизнеса. Обобщив и классифицировав их цели и задачи оценки А. Г. Даниш [1] представил мотивы участников экономических отношений, побуждающие оценивать стоимость бизнеса, которые могут быть использованы при оценке конкурентоспособности СО. Слабой стороной этой модели является то, что без учёта их особенностей в её состав включены факторы, которые, на наш взгляд, проявляются специфически именно при оценке конкурентоспособности СО. Представляется целесообразным несколько трансформировать эту модель в соответствии со схемой, приведенной на рис. 1.

Наиболее часто для оценки строительного бизнеса характерны следующие мотивы: внесение имущественных взносов в уставный капитал СО; выкуп имущества, при-

надлежащего Российской Федерации или муниципальным образованиям; в рамках внешнего управления при процедуре банкротства; в рамках судебного производства; купля-продажа бизнеса; реструктуризация (слияния, поглощения, разделения); дополнительная эмиссия акций (что не характерно для современных российских СО); повышение эффективности текущего управления строительной организацией: для эффективного управления необходимо знать рыночную стоимость строительного бизнеса и стремиться к ее увеличению; определение стоимости ценных бумаг в случае купли-продажи акций на фондовом рынке; разработка планов развития СО (для стратегического планирования): в процессе стратегического планирования необходимо оценить будущие доходы СО, степень его устойчивости; определение кредитоспособности СО и стоимости залога при кредитовании (зачастую величина бухгалтерской стоимости активов СО может существенно отличаться от их реальной рыночной стоимости); страхование, в процессе которого возникает необходимость определения стоимости активов при возможных потерях.

При внесении имущественных взносов в уставный капитал СО, если инвестор не имеет более ранних взносов в этот уставный капитал, он непременно будет оценивать бизнес СО именно с точки зрения его перспектив, которые благоприятны только у конкурентоспособных (в т. ч. – в будущем) строительных организаций. В рамках внешнего управления при осуществлении процедур банкротства оценка бизнеса СО в контексте оценки будущей её конкурентоспособности неизбежна, так как «по определению» восстановить конкурентоспособность может лишь конкурентоспособная СО. Это же относится и к процессам купли-продажи строительного бизнеса: покупатель заинтересован в покупке именно потенциально конкурентоспособного бизнеса.

При реструктуризации СО (слияния, поглощения, разделения) уровень конкурентоспособности, оцененный с точки зрения роста стоимости строительного бизнеса, является важнейшим доводом при принятии структурных решений, связанных со слия-

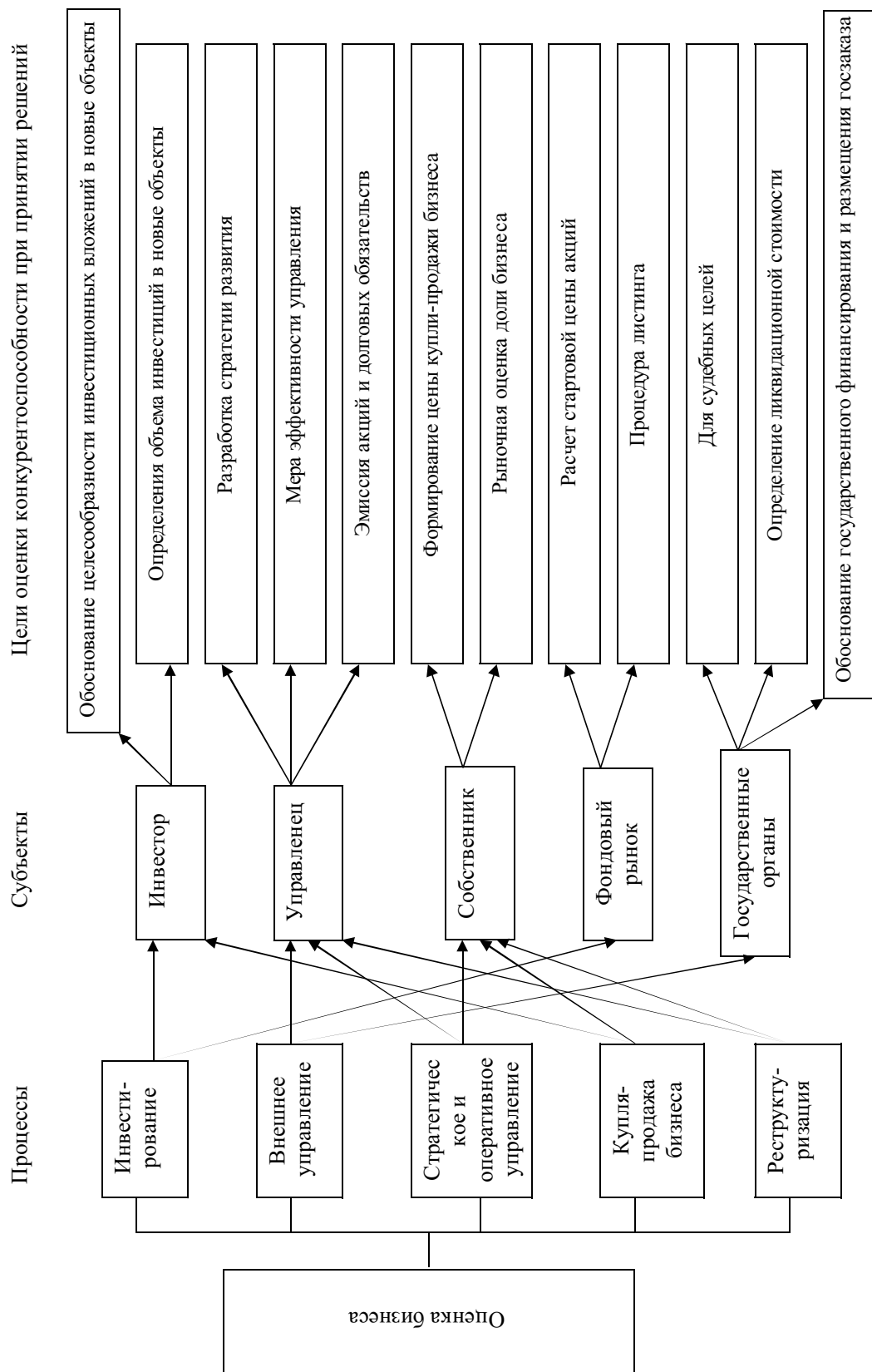


Рис. 1. Основные субъекты и цели оценки бизнеса в системе управления конкурентоспособностью строительной организации (составлено на основе концепции А.Г.Даниша [1])

ниями, поглощениями, разделениями СО.

При разработке мероприятий по повышению эффективности менеджмента СО (для эффективного управления необходимо знать рыночную стоимость бизнеса и стремиться к ее увеличению) именно высокая конкурентоспособность является целью модернизационных мероприятий. То же относится и к разработке планов развития СО (для стратегического планирования): в процессе стратегического планирования необходимо оценить будущие доходы предприятия, степень его устойчивости.

У менеджмента СО имеются свои мотивы к проведению оценки стоимости бизнеса, которые состоят в выявлении полученного эффекта от внедрения управленческих решений. Другими словами, интерес представляет абсолютная величина изменения стоимости бизнеса в результате проведенных мероприятий по модернизации и развитию производственных систем.

В условиях российского строительного бизнеса особенно необходимо проведение периодических оценок стоимости предприятия. В работе [1] это объясняется как минимум двумя факторами: преобладающей организационно-правовой формой собственности строительного бизнеса в нашей стране, являются общества с ограниченной ответственностью и закрытые акционерные общества; слабым развитием фондового рынка в России.

Здесь наблюдается определённая причинно-следственная связь. Слабость фондового рынка как индикатора экономики и незначительное представительство на нём строительных организаций обусловлена преобладающим количеством «закрытых» строительных компаний. Это можно объяснить сравнительной легкостью их создания и аккумуляции складочного капитала в сравнении с учреждением открытого акционерного общества. В результате большинство СО информационно закрыты, и информация о результативности их предпринимательской деятельности не является общедоступной экономически активному слою населения. Развитие фондового рынка идет параллельно и благодаря так называемым «голубым фишкам». Остальные предприятия

(к которым относится и подавляющее большинство СО), акции которых не котируются на площадках фондовых бирж, не имеют информации о том, во что оценивает рынок их бизнес. Поэтому при отсутствии фондового индикатора, также возникает необходимость проведения процедур оценки строительного бизнеса. В идеальном варианте, более показательным было бы сравнение результатов «рыночной популярности» по биржевым котировкам с результатами оценки бизнеса.

Стоимость строительного бизнеса, используемая при оценке конкурентоспособности, представляет собой сложный интегральный показатель, связанный с прогностическими оценками дальнейшего развития бизнеса и перспективами роста его конкурентоспособности. Таким образом, стоимость строительного бизнеса учитывает не только результаты текущей и будущей хозяйственной деятельности, но и имеющийся потенциал производственной системы. В свою очередь, потенциал, является залогом будущего импульса в развитии СО. С точки зрения перспектив роста конкурентоспособности потенциал, который, по сути, представляет совокупные ресурсы СО, более важен, нежели текущий денежный поток. При наступлении благоприятных условий на макроуровне и их создании на микроэкономическом уровне, чем и должен заниматься менеджмент предприятия, накопленный потенциал может быть полноценно использован в соответствии со стратегией развития для роста конкурентоспособности. Таким образом необходимо вести речь о конкурентном потенциале производственных систем СО.

Один из ведущих российских экономистов Е. В. Попов [8] называет совокупность средств и возможностей предприятия в реализации рыночной деятельности его рыночным потенциалом. В качестве непосредственно ресурсов, рассматриваются трудовые, информационные, финансовые и материально-производственные ресурсы. В свою очередь, инструментарием рыночного потенциала является совокупность экономических инструментов, позволяющих максимально полно реализовать возможности предприятия в условиях рыночного хозяйс-

тования. Иначе говоря, маркетинговая деятельность и менеджмент.

Г. С. Пушной в статье [9] предлагает рассматривать потенциал предприятия с позиций системной динамики – методом системного потенциала. В рамках данного метода, потенциал рассматривается как мера величины адаптивных способностей сложной адаптивной системы (в данном случае СО). Система характеризуется определенной структурой, состоящей из системных категорий: «потенциал», «условия реализации», «оснащенность», «эффективность».

Перечисленные методики представляют собой достаточно глубокие исследования и могут служить хорошим практическим инструментарием для оценки конкурентного потенциала СО. Применительно к стоимостному управлению строительным бизнесом, можно ограничиться более узким понятием конкурентного потенциала СО, ограничившись например, теми активами, которые непосредственно участвуют в формировании денежного потока. С практической стороны, вполне допустимо, что конкурентоспособная СО может обладать достаточно большими ресурсами в материально-производственной сфере, интеллектуальной, инновационной и других. Но чтобы эффективно использовать весь потенциал, потребуются инвестиции на реорганизацию структуры управления, создание проектных групп, изменения налаженных коммуникаций, внутренней документации и информационных каналов. Как справедливо указывается в работе А. П. Ковалева [10] цель анализа потенциала – определить «живую», функционирующую часть стоимости и, соответственно, «омертвленную», бесполезную часть стоимости объекта, а также интегральный коэффициент использования полезного потенциала.

Исходя из этого можно предложить определение конкурентного потенциала СО. Конкурентный потенциал строительной организации – совокупность факторов, характеризующих обеспеченность и эффективность использования в её производственных системах экономических ресурсов, полезность для потребителя возводимых объектов (услуг, работ), уровень менеджмента и маркетинговой деятельности, и обуславливающая

возможности роста конкурентоспособности строительной организации при благоприятных внешних условиях. Внешние условия в этом случае можно классифицировать опираясь на STEEP-методологию, как условия социальные, технологические, экономические, экологические, политические, а также состояние конкурентного окружения и потребительского рынка. Конкурентный потенциал количественно оценивается прогнозируемым приростом стоимости строительного бизнеса, ожидаемого в течении прогнозного периода.

С учётом вышеизложенного можно утверждать, что стоимость бизнеса СО является фундаментальным показателем, характеризующим с одной стороны, перспективы и привлекательность данного бизнеса, с другой – качество менеджмента. Вследствие чего, на наш взгляд, необходимо руководствоваться стоимостным подходом в управлении конкурентоспособностью строительной организации.

Литература

1. Даниш А. Г. Устойчивость информационной инфраструктуры как основа модели устойчивого развития // Концептуальные вопросы устойчивого развития: Материалы V Всероссийской Интернет-конференции по проблемам экономифизики и эволюционной экономики. – Екатеринбург, 2006. – С. 105-111.
2. Еленева Ю. Я. Обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий. – М.: «Янус-К», 2001. – 296 с.
3. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего – М.: Academia, 1999. – С. 337-371.
4. Костюк В. Н. Теория эволюции и социоэкономические процессы. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 176 с.
5. Колбачев Е. Б. Управление производственными системами на основе совершенствования и развития информационно-экономических ресурсов. – Ростов н/Д: СКНЦ ВШ, 2003. – 496 с.
6. Сычева Г. И., Сычев В. А. Комплексная оценка стоимости промышленного предприятия. // Научная мысль Кавказа. – 2002. –

Прил. №3. – С. 33-43.

7. Стандарты оценки, обязательные к применению субъектами оценочной деятельности», утвержденные Постановлением Правительства РФ от 06 июля 2001 года №519 «Об утверждении стандартов оценки» [Электронный источник] / Интернет-страница законодательной базы «Гарант». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

8. Попов Е. В., Симонова В. Л. Оппортунизм экономических агентов. – Екатеринбург:

ИЭ УрО РАН, 2007. – 186 с.

9. Пушиной Г. С. О применении метода системного потенциала в исследовании эволюции экономической системы // Эволюционная теория, инновации и экономические изменения: материалы III Всероссийской интернет-конференции по проблемам экономики и эволюционной экономики. – Екатеринбург, 2005. – С. 79-96.

10. Ковалев А. П. Как оценить имущество предприятия. – М.: Финстатинформ, 1996. – 80 с.

Поступила в редакцию

11 апреля 2010 г.



Светлана Генриховна Чутченко – ассистент кафедры «Системы автоматизированного проектирования объектов строительства и фундаментостроение» ЮРГТУ (НПИ). Автор работ по технологии и экономике строительства, проблемам энергосбережения в строительстве.

Svetlana Genrikhovna Chutchenko – assistant lecturer of «Buildings' projection robotized systems and underbuildings' projection» department of SRSTU (NPI). Author's works describe the technologies and economic features of construction and problems of energy-saving buildings projection.

346428, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132.
132 Prosveshcheniya st., 346428, Novocherkassk, Rostov reg, Russia
Тел.: +7 (8635) 25-52-47; e-mail: SkibinGM@npi-tu.novoch.ru