

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ В ПОВЫШЕНИИ СТОИМОСТИ КРУПНОГО БИЗНЕСА

Крупные объединения субъектов хозяйствования играют важнейшую роль в развитии национальной экономики. Подобные образования, включающие концерны, холдинговые структуры, производственные объединения, способствуют повышению инвестиционной привлекательности входящих в их состав предприятий; обеспечивают активный обмен ресурсами; ведут к снижению рисков. Для измерения, оценки и контроля качества управления в подобных структурах в мировой практике принято использовать стоимостной подход, как интегральный ориентир успешности функционирования в рыночных условиях [1]. Механизмами добавления стоимости в крупном бизнесе являются: политическая поддержка во внешней среде; маркетинговые ноу-хау, заключающиеся в получении выгодных заказов и контрактов; организация кооперации между бизнесами, а именно аккумулярование и перераспределение финансовых ресурсов, распространение инноваций, перераспределение кадров; развитие компетенций управляющей структуры [2]. В зарубежных корпорациях финансовые измерения эффективности, в частности, учет изменения стоимости компании, являются основополагающими в формировании стратегических ориентиров и принятии управленческих решений. Кроме того, результаты анализа темпов роста стоимости позволяют делать выводы о профессионализме управляющих и могут использоваться как основа для определения уровня премий менеджеров [3]. Таким образом, стоимостные ориентиры могут являться основой процесса структурных преобразований компании. В этой связи успешная трансформация структур управления крупного бизнеса должна отвечать специфическим потребностям бизнеса и способствовать успешной реализации корпоративной стратегии [4]. Выделяется ряд факторов, которые определяют направления организационного построения и преобразований в структурах управления современных корпораций [5]:

- размер компании;

- объем функций корпоративного центра;
- связи между бизнесами (продуктовыми бизнес-единицами);
- корпоративная политика по общекорпоративным службам.

В ряде научных исследований [5, 6] выделяются три ключевые роли корпоративного центра, которые связываются с процессом создания стоимости в корпорации и определяют ее структуру управления:

- минимальное «родительское» управление, необходимое для корпоративного центра любой интегрированной структуры, однако не создающее значительной стоимости;
- «родительское управление», создающее стоимость, которое непосредственно влияет на развитие бизнеса;
- общекорпоративное управление, обеспечивающее централизованную поддержку бизнес-единиц.

Анализ управляющих структур крупного бизнеса на примере нефтехимических предприятий Республики Беларусь в соответствии с приведенной классификацией позволил построить структуру компетенций корпоративного центра и определить соответствующие им функции (таблица).

Таблица – Укрупненная структура компетенций и функций управляющих структур крупного бизнеса

Компетенции	Функции
Минимальные родительские компетенции	Управление финансами, базовый контроль, составление и публикация отчетности, налоговая отчетность
Родительские компетенции, создающие стоимость	Стратегическое управление, целеполагание, перераспределение ресурсов, содействие формированию синергии
Общекорпоративные компетенции	Информационные системы, платежи, транзакции, обучение персонала

Вклад тех или иных компетенций в создание стоимости требует расширенного аппарата управления в соответствующих функциональных областях. В результате, отведение ключевой роли минимальным родительским компетенциям позволяет минимизировать размеры общекорпоративных отделов и подразделений, контролирующей операционную деятельность, повышая уровень их хозяйственной самостоятельности. Напротив, усиление родительских компетенций, которые создают стоимость, требует усиления связей управляющих структур с подчиненными бизнес-единицами, повы-

шению уровня централизации решений в оперативном управлении. Таким образом, выявление наиболее развитых компетенций управляющих структур в создании стоимости позволяет дифференцировать подразделения в структуре управления по уровню хозяйственной самостоятельности, повышая адаптивность к динамичным условиям внешней среды и устойчивость в долгосрочном периоде.

Литература:

- 1 Ивашковская, И. В. Моделирование стоимости компании : стратегическая ответственность совета директоров / И. В. Ивашковская. – Москва : Инфра-М, 2013. – 429 с.
- 2 Коупленд, Т. Стоимость компаний: оценка и управление : перевод с английского / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. – 2-е изд., стереотипное. – Москва : Олимп-Бизнес, 2004. – 565 с.
- 3 Каби, Ж. Создание стоимости и управление предприятием / Ж. Каби, Ж. Иригуаен. – Минск : БГЭУ, 2008. – 187 с.
- 4 Acharya, V. Corporate Governance and Value Creation: Evidence from Private Equity/ V. Acharya [at al.] // The Review of Financial Studies. – 2013. – Vol. 26, №2. – P. 368–402.
- 5 Collis, D. The size, structure, and performance of corporate headquarters / D. Collis, D. Young, M. Goold // Strategic Management J. – 2007. – № 28. – P. 383–405.
- 6 Du, Y. Headquarters-Subsidiary Interdependencies and the Design of Performance Evaluation and Reward Systems in Multinational Enterprises / Y. Du, M. Deloof, A. Jorissen // European Accounting Review. – 2013. – Vol. 22, № 2. – P. 391–424.

И.С. Пыл

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

ПРИНЦИП ОДНОГО ОКНА КАК ИНФОРМАЦИОННЫЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ С ИНВЕТОРАМИ

Понятие принципа «одного окна» не является новым на белорусском инвестиционном рынке, однако его функционирование