

УДК 33.338
JEL: M21, M31
DOI 10.24147/1812-3988.2023.21(2).17-29

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ЗАСТРОЙЩИКОВ В ИЗМЕНЯЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИКЕ

Д.С. Гусаров

Тюменский индустриальный университет (Тюмень, Россия)

Информация о статье

Дата поступления
8 марта 2023 г.

Дата принятия в печать
15 апреля 2023 г.

Тип статьи

Исследовательская статья

Ключевые слова

Модели поведения, застройщик, конкурентные стратегии, показатели деятельности

Аннотация. Результатом реагирования на внешние вызовы, пришедшие на период пандемии, на рынке застройщиков жилья стало изменение моделей поведения фирм-застройщиков. Цель исследования – в разработке комплексного подхода к формированию моделей поведения застройщиков в условиях изменяющейся экономики. Задачи, которые поставлены в ходе исследования: рассмотреть понятие «модель поведения», проанализировать подходы к моделям поведения, сформировать комплексное представление о моделировании поведения застройщиков, дать характеристику стратегической координате как основе формирования модели поведения. Исследовано понятие «модель поведения», проанализированы различные подходы к ее формированию и составлено собственное представление о моделях поведения. Особое внимание уделено характеристикам стратегической координаты. Выявлены основные факторы внешней среды, влияющие на деятельность застройщиков, в качестве главной координаты разработки моделей поведения предложены три конкурентные стратегии (по М. Портеру) и установлена взаимосвязь группы показателей деятельности фирм с выбранной стратегией. Представленное исследование будет продолжено далее, это первая часть.

DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF CONSTRUCTION FIRMS BEHAVIORAL MODELS IN A CHANGING ECONOMY

D.S. Gusarov

Industrial University of Tyumen (Tyumen, Russia)

Article info

Received
March 8, 2023

Accepted
April 15, 2023

Type paper

Research paper

Keywords

Behavior models, construction firm, competitive strategies, performance indicators

Abstract. As a result of responding to external challenges that occurred during the pandemic, the housing construction market has changed the behavior models of construction firms. The research goal is to develop an integrated approach to the formation of the construction firms behavior models in a changing economy. The tasks set in the research are to consider the concept of "behavior model", to analyze approaches to behavior models, to form a comprehensive view of modeling the behavior of construction firms, to characterize the strategic coordinate as the basis for the formation of a behavior model. The author studies the concept of "behavior model", analyzes various approaches to its formation and presents own view on the behavior models. Special attention is paid to the characteristics of the strategic coordinate. The main environmental factors affecting activities of construction firms are identified. Three competitive strategies (according to M. Porter) are proposed as a main coordinate for the development of behavior models, and the relationship of a group of firms' performance indicators and the chosen strategy is established. The presented study will be continued further, this is the first part.

1. Введение. В современной экономике внешние вызовы стали повседневным явлением. Предприятиям-застройщикам, действующим на отраслевом рынке как региона, так и национальном, приходится вести гибкую политику производства и продаж. Основным выходом в сохранении жизнеспособности фирм стал переход на цифровые технологии. Решением проблем сохранения устойчивости может стать цифровизация и направленная на долгосрочный горизонт система стратегического управления. Учет и развитие этих направлений деятельности невозможен без расширения знаний в области моделей поведения фирм. В науке известно множество классических моделей поведения фирм. Все они решают задачи, связанные с той или иной областью поведения: экономическая среда, управленческая. В комплексе же научных знаний в области экономики и управления применительно к деятельности застройщиков многоквартирных домов в современных условиях этого до сих пор сделано не было. Рассмотрение стратегического ориентира развития, в отличие от краткосрочных, стало трендом как на уровне государства, так и организаций способствует устойчивому развитию предприятий.

Таким образом, предложенная стратегическая координата моделей поведения застройщиков становится драйвером сохранения их устойчивости и ориентиром в реализации решений.

2. Обзор литературы. В экономике под моделью понимают некое упрощенное толкование, описание экономического явления, действительности, которое можно изложить в сжатой форме (<https://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/ekonomicheskaya-model.html>) [1]. Термин «модель» применяют к поведению как человека, так и фирмы, которые выступают в качестве экономического субъекта – производителя (фирма) и потребителя (человек). В таком случае, чаще всего применяется такое словосочетание – «модель поведения». Исследуем это понятие для производителя, то есть для фирмы.

В фундаментальных (экономическая теория, управленческая экономика) и прикладных (теория организационного поведения, стратегический менеджмент) экономических и социальных науках исследуется поведение фирм, которое трактуется как система социальных действий, которые связаны с использованием

различных ресурсов и направлены на получение пользы (выгоды) [2], называемой ожидаемым результатом экономического поведения. Основные ресурсы, которыми обладает фирма, – это материальные (объекты, процессы), полезные социальные действия (услуги), наличие идеальных объектов (миссия, ценности), обязательства (права), методы достижения целей (технологии), информация (способы ее кодирования и декодирования), компетенции и квалификация. Таким образом, фирма получает возможность путем применения различных ресурсов в сочетании с деятельностью получить экономический результат, к примеру, прибыль, максимизация которого становится целью функционирования фирмы.

В экономической теории в основу экономического поведения фирм заложен принцип максимизации выгоды при минимизации затрат [3], и в таком случае можно наблюдать следующие виды и особенности экономического поведения фирм в зависимости от влияния различных факторов: тип рынка, способы получения дохода от оборота ресурсов, степени риска. На наш взгляд, данный список необходимо дополнить фактором способ продвижения товара на рынке, который становится немаловажным в условиях цифровой экономики и требует отдельного рассмотрения в разрезе офлайн- и онлайн-инструментов. На наш взгляд, учет особенностей продвижения товара является важным, поскольку в условиях быстро изменяющейся экономики на современном этапе развития цифровизация, или онлайн-инструменты в данном случае, стали наиболее значительным: фирмы, имеющие присутствие в интернет-пространстве, обладают большей приспособляемостью к рынку.

В экономической теории поведение фирмы классически представлено следующими моделями: обменное, распределительное, производственное и потребительское. Отдельный интерес в данном исследовании с точки зрения исследования специфики функционирования и поведения строительных компаний представляет производственная и потребительская модели поведения. Однако на практике сложно представить каждую модель в отдельности, так как эти виды могут реализовываться более чем в одной фазе воспроизводственного цикла. Тем не менее, с учетом появления цифровых возможностей в продвижении товара, в управлении производственной деятельностью в сфере

девелопмента застройщики пользуются такой объединенной моделью. К моделям поведения в управленческой экономике относят помимо максимизации прибыли, максимизацию продаж, максимизацию роста, японскую модель, направленную на максимизацию добавленной стоимости, а также модели, стремящиеся к получению умеренного дохода, достаточного для удовлетворения личных нужд или профессиональной деятельности как таковой [4]. Такие подходы следует отнести к целевым.

В управленческих науках лидером в исследовании моделей поведения фирм стали теория организационного поведения и стратегический менеджмент.

Подход, развиваемый учеными [5–7], базируется на том, что организация – это сознательно координируемое сообщество людей для достижения общих целей. Теория оргповедения изучает не только индивидуальное или групповое поведение работников организации, но и поведение структурных частей и самой организации, а также групп организаций или организационной среды. Модели поведения фирм в теории организационного поведения опираются на анализ состояния внутренней среды организации, которая, по мнению большинства специалистов по менеджменту сводится к следующим элементам: стиль управления, персонал, цели, культура, структура и другие [6]. Принято выделять в «чистом» виде 4 таких модели: авторитарная, коллегиальная, поддерживающая, опека [7]. Существуют также и комбинации из этих моделей [7].

По нашему мнению, применение подхода, опирающегося на теорию организационного поведения, в компаниях строительной сферы, в частности, застройщиках, ставит акцент на более качественном использовании трудовых ресурсов, позволяет в условиях кризиса сохранить кадровое ядро, ключевые компетенции при условии использования соответствующих моделей. Наиболее часто используемая модель в строительстве, как сфере, где важно соблюдение нормативов и правил, а, значит, требование их исполнения относится к ориентиру «на работу» (в подходе К. Левина), и тяготеет к авторитарной модели управления. Тем не менее, применяемые у застройщиков проектные подходы к управлению проектами строительства жилых комплексов диктуют равнозначное применение руководителем ориентира как «на работу», так и «на людей», что в

теории Блейка и Моутон толкуется как «наилучшее управление», или управление командой [8]. Следует добавить, что в командах, занятых в указанных проектах, применяется так называемое распределенное лидерство: в зависимости от стадии проекта лидирует тот или иной член команды как ее главный эксперт и исполнитель.

В теории стратегического менеджмента понятие «модель поведения» тесно связано с понятием стратегия. По мнению [9; 10], стратегию можно определить как следование некой модели поведения. И таких моделей поведения в стратегическом менеджменте существует множество. Так, наиболее известны исследования следующих ученых [11–14]. Согласно теории конкуренции М. Портера, существует классификация конкурентных стратегий, определяющих поведение компаний на рынке: стратегия фокусирования в дифференциации, в издержках, стратегия лидерства в издержках, в продукции [15].

Следует признать, что каждая модель представляет собой некий принципиальный подход, без детализации показателей оценки. Которые, как мы отмечали выше, необходимо формировать в систему. Необходимо также отметить, что не существует в мире отдельно сами по себе экономические модели или управленческие. Они связаны определенным образом, в силу специфики условий бизнеса и других причин. Однако, в условиях изменяющейся экономики управление фирмами затрудняется сложностью и скоростью сменяемости внешних факторов, а также практически регулярно случающимися форс-мажорами, происходящими из внешней среды (недавняя пандемия и ее последствия, СВО), а также под влиянием состояния внутренней среды. Поэтому идентифицировать ту или иную классическую модель поведения, которая бы соответствовала ситуации, на наш взгляд, сложно. Необходимо совершенствовать и развивать комплексный подход.

3. Гипотезы и методы исследования.

Можно констатировать, что модель поведения фирм – это может быть и не что иное, как целевая конструкция, дополненная системой критериев и значений показателей, формирующих те или иные виды реагирования компании на скоростные / быстрые внешние и внутренние воздействия, которая содержит сценарный или прогнозный характер, учитывает отдельные,

важные с точки зрения поставленной цели, нормы и правила.

Представляем данную схему существенным дополнением в развитии и уточнении моделей поведения, основой которого служит комплексный подход, который соединяет в себе экономический, стратегический и организационного поведения.

Методика исследования основана на применении системного анализа, моделирования, экспертных оценок. Системный анализ необходим для обобщения теоретических результатов исследования и формированию авторского представления о моделях поведения фирм. Моделирование позволило автору сформировать комплексное представление о моделях поведения. Экспертный опрос проводился в целях установления взаимосвязи показателей деятельности с конкурентными стратегиями.

4. Результаты исследования и выводы.

Стратегический подход служит определенным ориентиром для разработки цели дальнейшего движения и выбора путей ее достижения, как в развитии фирмы, так и в конкуренции. Экономический подход, базирующийся на моделях рыночного поведения, позволяет наилучшим образом учесть особенности экономического поведения, о которых шла речь в табл. 1, а подход организационного поведения позволит более широко учитывать возможное влияние стиля управления в организации на качество принимаемых решений.

Предлагаемое представление о моделях поведения компаний на основе трех подходов (экономическая теория и экономика, стратегический менеджмент, теория оргповедения) изображено на рис. 1.

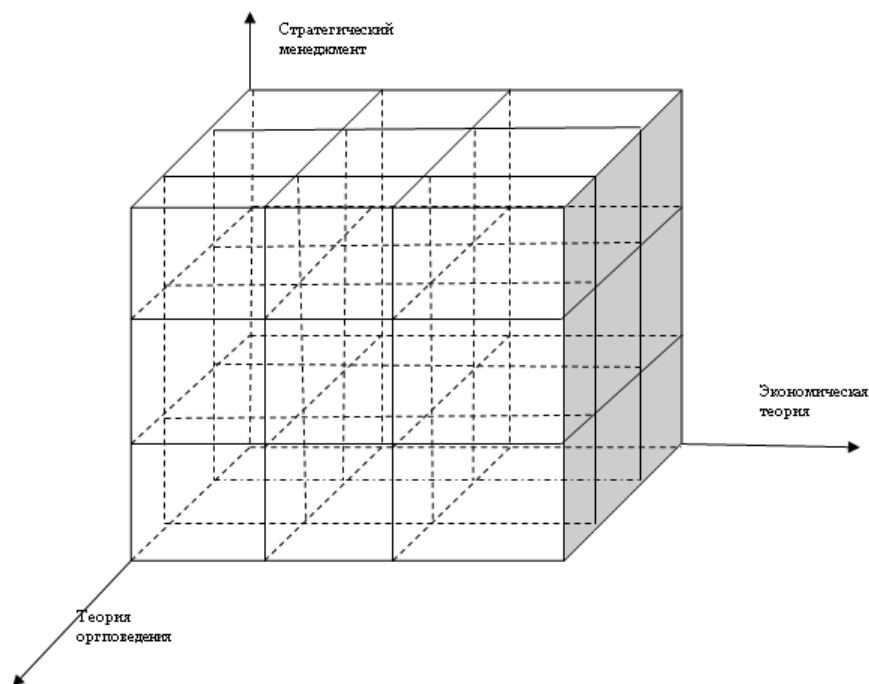


Рис. 1. Представление о моделях поведения фирм в изменяющейся экономике

Fig. 1. The concept of the firms' behavior models in a changing economy

По оси X, согласно экономической теории, представлены модели поведения: обменное, распределительное, производственное и потребительское поведение. По оси Y расположены конкурентные стратегии М. Портера: лидерство, фокусирование, дифференциация, по оси Z – типичные модели поведения из теории оргповедения: авторитарная, коллегиальная, поддерживающая, развивающая и опека. Использование данного подхода позволит

компаниям принимать те или иные решения относительно выбора модели поведения в конкретных условиях в определенное время с учетом большего количества факторов, в том числе, действующей модели поведения внутри компании (теория оргповедения), факторов внешней среды (стратегический менеджмент), как действующий экономический субъект на рынке (экономическая теория и управленческая экономика).

Остановимся на развитии стратегической координаты. Как было отмечено выше, мы связываем это направление с конкурентными стратегиями на рынке застройщиков по М. Портеру. Для характеристик внешней среды, необходимой для оценки адекватности выбранной стратегии, нами предлагается опираться на работы О.С. Виханского и А.И. Наумова [16]. Так, в работах российских ученых О.С. Виханского и А.И. Наумова [16], а также зарубежных [17–19] представлена такая важная для принятия решений как в области проектирования организации,

так и для маркетинга, характеристика внешней среды как сложность и ее динамизм. Сложность показывает, как много факторов влияет на бизнес, и существуют так называемые статичные среды, в которых количество факторов мало, и динамичные среды с равномерными и неравномерными изменениями факторов. Динамизм дает понимание как быстро факторы меняются, внося либо определенность в их действия, либо неопределенность. Сочетания сложности и динамизма дают 4 варианта неопределенности внешней среды (рис. 2).

	Мало факторов	Много факторов
Высокий динамизм среды	<p>II. Умеренно высокая степень</p> <p>Пример производства: Производство товаров народного потребления, строительство многоквартирного жилья</p>	<p>IV. Высокая степень</p> <p>Пример производства: Производство гаджетов, ЭВМ</p>
Низкий динамизм среды	<p>I. Низкая степень</p> <p>Пример производства: Производство соли, картонных коробок</p>	<p>III. Умеренно низкая степень</p> <p>Пример производства: нефтепереработка</p>

Рис. 2. Ситуации неопределенности внешней среды

Fig. 2. The factors of external environment uncertainty

К какой же ситуации относится строительство жилья? Как отмечает в своей статье В.А. Кошелев [23; 24], на строительство действует целый ряд факторов риска, которые имеют три уровня влияния: макро-факторы, в состав которых входят нормативно-правовая база, политика налогообложения, уровень инфляции; отраслевые факторы – технологии, существующие и внедряемые в строительство, развитие производства строительных материалов, действия федеральных органов власти; локальные микрофакторы: уровень конкуренции, характер спроса и сегментация на рынке, технологии возведения зданий, применяемые в данной местности, поведение контрагентов, уровень и тенденции развития региона, развитость сети риэлторских агентств – сети обслуживания спроса. Эти показатели носят качественный характер, и могут быть измерены в баллах, коэффициентах и проч.

Таким образом, на наш взгляд, строительство жилья можно отнести к ситуации умеренно высокой неопределенности, при кото-

рой факторов немного, их количество поддается анализу, учету и классификации, но они имеют высокий динамизм.

Влияние факторов не может не отражаться на показателях финансово-производственной деятельности. Для определения наиболее важных показателей при реализации различной стратегии нами предложена система показателей деятельности застройщиков (табл. 1) и проведен в 2020 г. заочный экспертный опрос по их ранжированию по степени влияния на выбранную стратегию среди застройщиков г. Санкт-Петербург – руководителей среднего звена строительных фирм. Всего приняло участие 10 человек. В табл. 2 представлена характеристика опрошенных экспертов и представлена систематизация взаимных связей показателей деятельности застройщиков и конкурентных стратегий (сост. по: [22]).

Исходя из анкетных данных все эксперты имеют ответственное, взвешенное мнение относительно установления взаимосвязи показателей деятельности и конкурентных стратегий.

Таблица 1. Выявление взаимных связей показателей деятельности застройщиков и конкурентных стратегий

Table 1. The identification of the relations between the construction firm's performance indicators and competitive strategies

№ n/n	Группы показателей	Метод определения / формула	Обоснование применимости показателей	Эталонный/нормативный уровень критерия при разных стратегиях			Соблюдение принципов формирования конкурентных преимуществ		
				лидерство в издержках	дифференциация	фокусирование	Длительная выгода	Уникальные свойства товара	Уникальные ресурсы
				Жилье эконом-класса	Жилье комфорт-класса	Жилье бизнес-класса			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	1. Эффективность производственной деятельности:								
3	Издержки производства на единицу продукции	Полная сумма расходовемых ресурсов	В соответствии с концепцией М. Портера	Издержки → min	Не является критерием эффективности при выборе данного варианта жилья	Не является критерием эффективности при выборе данного варианта жилья	да	нет	нет
4	Фондоотдача и фондовооруженность*, как вариант: интенсивность на основе коэффициента сменности	Результаты/ Затраты и Z/R Парные обратно пропорциональные показатели. Рост фондоотдачи не всегда подразумевает эффективность	Спорны. Дают лишь одностороннюю оценку результативности / эффективности. Трудно поддаются оценке. Необходимо применять в отдельных ситуациях. В нашем случае применимы соотношения фондовооруженности и производительности труда, которые могут быть неодинаковы для различных производственных ситуаций / выбранных стратегий**	$i_{пт} > i_{фвр}$ при стабильных либо изменяющихся значениях объема производства, стоимости основных фондов и численности работающих			да	да	да
5	Производительность труда / квалификация труда	В строительстве имеет толкование как выработка на единицу продукции (чаще в стоимостном выражении) или трудоемкость (трудозатраты). Чаще всего рассчитывается показатель производительности труда на 1 рабочего, что не совсем корректно		ПТ→max Чаще всего используется большая механизация, уровень квалификации средний	ПТ→max Имеет значение уровень квалификации средний и выше	ПТ→max Имеет значение уровень квалификации средний и выше	да	да	да
6	Рентабельность	(R-Z)/Z. Отражает выпуск продукции и издержки на их изготовление	Спорный показатель. Зависит от точности установленных цен	→ max	→ max	→ max	да	да	да
7	Поточная организация работ в целях сокращения сроков строительства	Оптимизация работ и применение поточного способа производства работ на стройплощадке	Влияет на сокращение сроков возведения	→ max	→ max	→ max	да	да	да
8	2. Финансовое положение (устойчивость), ликвидность и платежеспособность строительной фирмы								
9	Коэффициент собственности, или автономии stockholders equality to asset	Определяется как отношение собственного капитала к общей сумме капитала. Общепринятое нормальное значение: 0,5 и более (оптимальное 0,6–0,7)		→0,6	→0,6	→0,6	да	да	да
10	Коэффициент финансовой зависимости debt to equity	Отношение заемного капитала организации ко всему капиталу (активам)	Важен для участников строительства, потребителей. Норма – ≤1, Коэффициент выше нормы может свидетельствовать о сильной зависимости организации от кредиторов	≤1	≤1	≤1	да	да	да

Продолжение табл. 1
The continuation of Table 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	Показывает, сколько раз за анализируемый период организация использовала средний имеющийся остаток оборотных средств. На ускорение влияют показатели сметной, финансовой дисциплины, сокращение незавершенного строительства	Важен. Показатель характеризует долю оборотных средств в общих активах организации и эффективность управления ими. Структура оборотных средств оказывает непосредственное влияние на платежеспособность организации	Сокращение запасов, непрерывность производства, сокращение незавершенного строительства			да	да	да
12	Коэффициент ликвидности current ratio	Рассчитывается как частное от деления оборотных средств на краткосрочные обязательства	Важен. Позволяет определить способность оплатить свои краткосрочные обязательства	1–2	1–2	1–2	да	да	да
12	Коэффициент срочной (критической) ликвидности quick ratio «acid test»	Отношение наиболее ликвидной части оборотных средств к краткосрочным обязательствам. По международным стандартам должен быть больше 1, в России 0,7–0,8	Важен при участии в долевом строительстве (ДДУ)	→ max (0,7–0,8)	→ max (0,7–0,8)	→ max (0,7–0,8)	да	да	да
13	Коэффициент абсолютной ликвидности	Показывает отношение самых ликвидных активов организации – денежных средств и краткосрочных финансовых вложений – к краткосрочным обязательствам	Важен. Имеет значение от 0,2 и более, но слишком высокое значение коэффициента говорит о неоправданно высоких объемах свободных денежных средств, которые можно было бы использовать для развития бизнеса	→ от 0,2	→ от 0,2	→ от 0,2	да	да	да
14	3. Эффективность организации сбыта и продвижения товара или услуги								
15	Рентабельность продаж от Profit margin, net profit margin,	Отношение прибыли к стоимости реализованной строительной продукции	Важен для руководителей стр. фирм. Отражает изменения в политике ценообразования, контроль над себестоимостью реализованной продукции: либо о необходимости пересмотра цен или усиления контроля за использованием материальных запасов	→ max	→ max	→ max	да	да	да
16	Коэффициент затоваренности продукции – в строительстве это показатель (доля) введенных в срок объектов	Введенные в срок объекты/общий объем строительства	Необходим, так как появляются риски. Задержка ввода жилья чревата дополнительными расходами, в том числе судебными с участниками долевого строительства	→ 1	→ 1	→ 1	да	да	да
17	Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	Оценка может быть дана экспертным путем. Показывает эффективность первые 4–6 месяцев	В строительстве важна для привлечения новых покупателей и продажи жилья. Может различаться в зависимости от вида жилья	Экспертная оценка важности			да	да	да

Окончание табл. 1
The end of Table 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	4. Конкурентоспособность товара								
19	Цена товара	Определяется на основе рыночного анализа	Важен	→min	Применяется соотношение цена / качество →max	Применяется соотношение цена / качество →max	да	да	да
21	Качество товара	Определяется составляющими, включенными в характеристики объекта	Важен	Принцип минимакса, или осторожная стратегия	Принцип максимина – гарантированного результата. При его использовании предполагают, что какое бы решение мы ни приняли, неизвестный параметр может принять наихудшее значение	Принцип максимина – гарантированного результата. При его использовании предполагают, что какое бы решение мы ни приняли, неизвестный параметр может принять наихудшее значение	да	да	да
22	5. Организационная гибкость***								
23	Наличие матричных структур (проектных организаций)	Наличие в периметре компании органической составляющей – проектной / архитектурной организации / бюро / департамента, служб дизайна	Важен именно для строительной отрасли, работающей по системе проектов, которые в силу особенностей строительной отрасли влияют на качественные характеристики объекта	Не так важен для массовой застройки, может привлекаться на аутсорсинг	Важен для внесения изменений, дополнительных черт по желанию покупателя, опасность копирования	Обязательно наличие специальных навыков и знаний, отличающих компанию от других	да	да	да
24	Вертикальная интеграция	Мультибренд, наличие собственных заводов строительной индустрии, парка механизации, финансовые организации	Гарантированная загрузка мощностей, Дает возможность закрывать все потребности производства, архитектуры, финансирования, продаж и др.	Важно наличие собственного производства типовых конструкций, ведет к снижению затрат	Важно наличие лоббистских возможностей для отвода лучших земель	Важно наличие лоббистских возможностей для отвода лучших земель	да	да	да

* Второй параметр предложен автором работы.

** Источник: [25].

*** Предложение автора.

Таблица 2. Характеристика экспертов

Table 2. The characteristics of experts

№ эксперта	Наименование компании	Должность	Стаж работы
1	СПб Реновация	Менеджер по продаже недвижимости	5
2	ЛСР Северо-Запад	Директор финансовой службы	5
3	Холдинг Setl Group ЗАО «Развитие территорий «Петербургская недвижимость»	Начальник ПТО	8
4	Legenda	Начальник отдела продаж	7
5	СК Дальпитерстрой	Начальник отдела рекламы	6
6	Лидер Групп	Начальник отдела по работе с клиентами	5
7	ГК Мегалит	Начальник финансовой службы	5
8	ГК Аквилон-Инвест	Начальник отдела маркетинга	6
9	ГК Эталон	Начальник офиса продаж на Богатырском пр., 3	7
10	ЦДС	Начальник отдела продаж	5

Далее после проведения опроса все мнения экспертов были оценены с помощью расчета коэффициента конкордации и установлена степень согласованности мнений.

На основании разработанной нами системы показателей экономической и финан-

совой деятельности и экспертного опроса, проведенного среди специалистов служб маркетинга, установлены следующие взаимосвязи (табл. 3).

Таблица 3. Взаимосвязь конкурентных стратегий застройщиков и показателей экономической и финансовой деятельности
Table 3. The relation between competitive strategies of construction firms and indicators of economic and financial activity

Наименование стратегии по М.Портеру					
Лидерство в издержках		Дифференциация		Фокусирование	
Показатели	Ранг показателя на основании расчета коэффициента конкордации	Показатели	Ранг показателя на основании расчета коэффициента конкордации	Показатели	Ранг показателя на основании расчета коэффициента конкордации
Издержки производства на единицу продукции	1	Рентабельность производства	1	Производительность труда / квалификация труда	1
Показатель (доля) введенных в срок объектов	2	Показатель (доля) введенных в срок объектов	1	Показатель (доля) введенных в срок объектов	1
Цена товара	3	Цена товара	1	Рентабельность производства	2
Рентабельность производства	4	Фондоотдача и фондовооруженность	2	Качество товара	2
Качество товара	5	Коэффициент ликвидности	2	Наличие матричных структур (проектных организаций/бюро)	2
Фондоотдача и фондовооруженность	5	Рентабельность продаж	2	Коэффициент ликвидности	2
Рентабельность продаж	5	Производительность труда / квалификация труда	3	Рентабельность продаж	3
Производительность труда / квалификация труда	6	Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	3	Фондоотдача и фондовооруженность,	4
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	6	Издержки производства на единицу продукции	4	Коэффициент собственности	4
Оптимизация работ и применение поточного способа производства работ на стройплощадке	6	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	4	Цена товара	5

Окончание табл. 3
The end of Table 3

Наименование стратегии по М.Портеру					
Лидерство в издержках		Дифференциация		Фокусирование	
Показатели	Ранг показателя на основании расчета коэффициента конкордации	Показатели	Ранг показателя на основании расчета коэффициента конкордации	Показатели	Ранг показателя на основании расчета коэффициента конкордации
Коэффициент собственности	7	Коэффициент собственности	4	Коэффициент абсолютной ликвидности	5
Коэффициент ликвидности	7	Качество товара	4	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	6
Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	8	Наличие заводов строительной индустрии, парка механизации, финансовые организации	4	Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	6
Коэффициент абсолютной ликвидности	9	Оптимизация работ и применение поточного способа производства работ на стройплощадке	5	Коэффициент финансовой зависимости	7
Коэффициент финансовой зависимости	9	Коэффициент абсолютной ликвидности	5	Наличие заводов строительной индустрии, парка механизации, финансовые организации	8
Качество товара	10	Наличие матричных структур (проектных организаций / бюро)	6	Издержки производства на единицу продукции	9
Наличие матричных структур (проектных организаций/бюро)	11	Коэффициент финансовой зависимости	6	Оптимизация работ и применение поточного способа производства работ на стройплощадке	10

Как видно из табл. 3, позиция в рейтинге одного и того же показателя меняется в зависимости от принятой организацией конкурентной стратегии. К примеру, выстраивая стратегию фокусирования, застройщик должен обращать внимание в первую очередь на такие показатели, как производительность труда / квалификация труда; показатель (доля) введенных в срок объектов; рентабельность производства;

качество товара; наличие матричных структур (проектных организаций/бюро).

Однако можно утверждать, что перечень показателей необходимо расширить и включить в них уровень цифровизации бизнеса (маркетинг и управление), что имеет важное значение с учетом пройденного опыта работы застройщиков в 2020–2021 гг.

Литература

1. Ковалевская М. С. Экономическая модель: единство взглядов и\или множество подходов // Вестник НГУЭУ. – 2016. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-model-edinstvo-vzglyadov-i-ili-mnozhestvo-podhodov> (дата обращения: 01.03.2023).
2. Верховин В. И. Экономическое поведение : учебное пособие: в 2 ч. – М. : РУДН, 2015. – URL: https://istina.msu.ru/media/publications/book/7da/147/9714206/chast_1.pdf (дата обращения: 31.01.2023).
3. Боголюбова Н. П. Микроэкономическая теория: фирма в производстве и в сфере обмена : учебное пособие (urfu.ru) (дата обращения: 31.01.2023).
4. Сторчевой М. Экономическая теория фирмы: систематизация // Вопросы экономики. – 2012. – № 9. – С. 41–66.
5. Голубкова О. А., Сатикова С. В. Организационное поведение: теория и практика: учебное пособие. – СПб., 2013. – 220 с. – URL: <https://www.hse.ru/data/2014/03/03/1330209342/golubkova-satikova.pdf> (дата обращения: 31.01.2023).
6. Организационное поведение: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. – М. : Юрайт, 2019. – 301 с.
7. Шухно Е. В. Организационное поведение и его основные модели // Социологический альманах. – 2018. – № 9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnoe-povedenie-i-ego-osnovnyie-modeli> (дата обращения: 13.01.2022).
8. Стратегический менеджмент: введение и основные понятия. Процесс стратегического менеджмента // Университетское управление: практика и анализ. – 2008. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskii-menedzhment-vvedenie-i-osnovnyie-ponyatiya-protsess-strategicheskogo-menedzhmenta> (дата обращения: 14.01.2022).
9. Основы управления персоналом: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Управление персоналом» / А. Г. Егоршин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2015. – 351 с.
10. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента: пер. с англ. – М. : Альпина Пабlishер, 2013. – 367 с.
11. Друкер П. Энциклопедия менеджмента: пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
12. Ferrier W. J., Lyon D. W. Competitive Repertoire Simplicity and Firm Performance: The Moderating Role of Top Management Heterogeneity // Managerial and Decision Economics. – 2004. – Vol. 25 (67). – P. 317–327.
13. Рубин Ю. Б. Конкурентные позиции участников рынка в конкурентной среде // Современная конкуренция. – 2014. – № 2 (44). – С. 121–143.
14. Белицкая О. В. К Конкурентные стратегии организаций социально-культурной сферы и процесс их построения // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 35 (6). – С. 71–76.
15. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ.; 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 715 с.
16. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд. стереотип. – М. : Магистр : ИНФРАМ, 2014. – 576 с.
17. Jurkovich R. A core typology of organizational environment // Administrative Science Quarterly. – 1974. – Vol. 19, № 3. – P. 380–394.
18. Организации: структуры, процессы, результаты / Р/Х. Холл; [Пер. с англ. Е. Нестерова, Т. Принцева]. – СПб. [и др.]: Питер, 2001. – 509 с.
19. Дафт Р. Теория организации: учебник по специальности «Менеджмент организации»: пер. с англ. [Г. Ю. Любимовой]; под ред. Э. М. Короткова. – М. : ЮНИТИ, 2012. – 699 с.
20. Кошелев В. А. Источники рисков в строительстве // Вестник евразийской науки. – 2015. – № 1 (26). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istochniki-riskov-v-stroitelstve> (дата обращения: 14.02.2023).
21. Александрова Н. Н. Подходы к оценке рынка жилья региона // Экономика, управление и инвестиции. – 2014. – № 2 (4). – С. 24–46.

22. Чикишева Н. М., Васильев Е. В. Оценка эффективности деятельности строительного предприятия методами риск-менеджмента. – СПб., 2005.

References

1. Kovalevskaya M.S. Ekonomicheskaya model': edinstvo vzglyadov i/ili mnozhestvo podxodov // Vestnik NGUE`U. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-model-edinstvo-vzglyadov-i-ili-mnozhestvo-podxodov> (data obrashheniya: 01.03.2023).
2. Ekonomicheskoe povedenie: uchebnoe posobie: v 2 chastyax / V.I. Verxovin. Moskva: RUDN, 2015. URL: https://istina.msu.ru/media/publications/book/7da/147/9714206/chast_1.pdf (data obrashheniya: 31.01.2023).
3. Bogolyubova N.P. Mikroekonomicheskaya teoriya: firma v proizvodstve i v sfere obmena: ucheb. posobie / N.P. Bogolyubova; M-vo obrazovaniya i nauki Ros. Federacii, Ural. feder. un-t. URL: Mikroekonomicheskaya teoriya: firma v proizvodstve i v sfere obmena: uchebnoe posobie (urfu.ru) (data obrashheniya: 31.01.2023).
4. Storchevoi M. Ekonomicheskaya teoriya firmy: sistematizaciya // Voprosy ekonomiki. 2012. № 9. S. 41–66.
5. Golubkova O.A. Organizacionnoe povedenie: teoriya i praktika: ucheb. posobie / O.A. Golubkova, S.V. Satikova; Sankt-Peterburgskij filial Nacz. issled. un-ta «Vysshaya shkola ekonomiki». SPb.: Otdel operativnoj poligrafii NIU VShE` Sankt-Peterburg, 2013. 220 str. URL: <https://www.hse.ru/data/2014/03/03/1330209342/golubkova-satikova.pdf> (data obrashheniya: 31.01.2023).
6. Organizacionnoe povedenie: uchebnik i praktikum dlya bakalavriata i magistratury / G.R. Latfullin [i dr.]; pod red. G.R. Latfullina, O.N. Gromovoj, A.V. Rajchenko. M.: Izd-vo «Yurajt», 2019. 301 s. (Bakalavr i magistr. Modul'). Tekst: elektronnyj // Obrazovatel'naya platforma Yurajt [sajt]. URL: <https://urait.ru/bcode/433606> (data obrashheniya: 28.01.2023).
7. Shuxno E.V. Organizacionnoe povedenie i ego osnovnye modeli // Sociologicheskij al'manax. 2018. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnoe-povedenie-i-ego-osnovnye-modeli> (data obrashheniya: 13.01.2022).
8. Strategicheskij menedzhment: vvedenie i osnovnye ponyatiya. Process strategicheskogo menedzhmenta // Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz. 2008. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskij-menedzhment-vvedenie-i-osnovnye-ponyatiya-protsess-strategicheskogo-menedzhmenta> (data obrashheniya: 14.01.2022).
9. Osnovy upravleniya personalom: uchebnoe posobie dlya studentov vysshix uchebnyx zavedenij, obuchayushixsya po special'nosti "Upravlenie personalom" / A.G. Egorshin. 4-e izd., pererab. i dop. Moskva: Infra-M, 2015. 351 s.
10. Minczberg G. Strategicheskoe safari: Ekskursiya po debryam strategicheskogo menedzhmenta / G. Minczberg, Bryus Al'strand, Zhofez Lampel'; Per. s angl. M.: Al'pina Pabliher, 2013. 367 s.
11. Druker P. Enciklopediya menedzhmenta: Per. s angl. M.: Izdatel'skij dom "Vil'yame", 2004. 432 s.
12. Ferrier W.J., Lyon D.W. (2004). Competitive Repertoire Simplicity and Firm Performance: The Moderating Role of Top Management Heterogeneity. *Managerial and Decision Economics*. Vol. 25 (67). S. 317–327.
13. Rubin Yu.B. Konkurentnye pozicii uchastnikov rynka v konkurentnoj srede // Sovremennaya konkurenciya. 2014. № 2 (44). S. 121–143.
14. Beliczskaya O.V. K Konkurentnye strategii organizacij social'no-kul'turnoj sfery i process ix postroeniya // Vestnik Akademii znaniy. 2019. № 35 (6). S. 71–76.
15. Porter M. Konkurentnoe preimushhestvo. Kak dostich` vysokogo rezul'tata i obespechit` ego ustojchivost'; Per. s angl.; 2-e izd. M.: Al'pina Biznes Buks. 2006. 715 s.
16. Menedzhment: uchebnik / O.S. Vixanskij, A.I. Naumov. 5-e izd. stereotipn. M.: Magistr: INFRAM, 2014. 576 s.
17. Jurkovich R. A core typology of organizational environment // *Administrative Science Quarterly*. 1974. Vol. 19. № 3. P. 380–394.

18. Organizacii: struktury, processy, rezul'taty / R.X. Xoll; [Per. s angl. E. Nesterova, T. Princeva]. SPb. [i dr.]: Piter, 2001. 509 s.
19. Daft R. Teoriya organizacii: uchebnik po special'nosti "Menedzhment organizacii" / Richard L. Daft; per. s angl. [G.Yu. Lyubimovoj]; pod red. E.M. Korotkova. Moskva: YuNITI, 2012. 699 s.
20. Koshelev V.A. Istochniki riskov v stroitel'stve // Vestnik evrazijskoj nauki. 2015. № 1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istochniki-riskov-v-stroitelstve> (data obrashheniya: 14.02.2023).
21. Aleksandrova, N.N. Podxody k ocenke rynka zhil'ya regiona // Ekonomika, upravlenie i investicii. 2014. № 2 (4). S. 24-46.
22. Ocenka effektivnosti deyatel'nosti stroitel'nogo predpriyatiya metodami risk-menedzhmenta. Chikisheva N.M., Vasil'ev E.V. SPb., 2005.

Сведения об авторе

Гусаров Дмитрий Сергеевич – ассистент кафедры управления строительством и жилищно-коммунальным хозяйством
Адрес для корреспонденции: 625005, Россия, Тюмень, ул. Муравленко, 3
E-mail: gusarovds@tyuiu.ru
РИНЦ AuthorID: 969455

About the author

Dmitrii S. Gusarov – assistant of the Department of Construction Management, Housing and Community Services
Postal address: 3, Muravlenko ul., Tyumen, 625005, Russia
E-mail: gusarovds@tyuiu.ru
RSCI AuthorID: 969455

Для цитирования

Гусаров Д. С. Разработка концепции модели поведения застройщиков в изменяющейся экономике // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2023. – Т. 21, № 2. – С. 17–29. – DOI: 10.24147/1812-3988.2023.21(2).17-29.

For citations

Gusarov D.S. Development of the concept of construction firms behavioral models in a changing economy. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2023, Vol. 21, no. 2, pp. 17-29. DOI: 10.24147/1812-3988.2023.21(2).17-29. (in Russian).