

**ВЕСТНИК
ОМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия «ЭКОНОМИКА»**

**HERALD
OF OMSK UNIVERSITY
Series «ECONOMICS»**

*Ежеквартальный
научный журнал
ОСНОВАН В 2003 г.*

2012. № 4

*Quarterly
academic periodical
FOUNDED IN 2003*

**Включен
в перечень ВАК**

*Редакционный совет
Editorial board*

Г.Д. Адеев (G.D. Adeev), д-р физ.-мат. наук, профессор
В.И. Вершинин (V.I. Vershinin), д-р хим. наук, профессор
Г.И. Геринг (G.I. Gering, chairman), д-р физ.-мат. наук,
профессор, председатель
Л.А. Еловиков (L.A. Elovikov), канд. экон. наук, профессор
А.И. Казанник (A.I. Kazannik), д-р юрид. наук, профессор
Е.И. Лавров (E.I. Lavrov), д-р экон. наук, профессор
Б.И. Осипов (B.I. Osipov), д-р филол. наук, профессор
В.И. Струнин (V.I. Strunin, vicechairman), д-р физ.-мат. наук,
профессор, зам. председателя
Н.А. Томиллов (N.A. Tomilov), д-р ист. наук, профессор
К.Н. Югай (K.N. Yugaй), д-р физ.-мат. наук, профессор

*Редколлегия журнала
Editorial staff*

С.Н. Апенько (S.N. Apenko), д-р экон. наук, профессор ОмГУ
Н.А. Волгин (N.A. Volgin), д-р экон. наук, профессор, РАГС
Н. Вуняк (N. Vunjak), профессор экономического факультета
г. Субботица университета г. Нови Сад (Сербия)
Р.М. Гусейнов (R.M. Guseynov), д-р экон. наук, профессор НГУЭиУ
С.А. Дятлов (S.A. Dyatlov), д-р экон. наук, профессор СПБУЭиФ
Л.Н. Иванова (L.N. Ivanova), канд. экон. наук, доцент ОмГУ
В.П. Иваницкий (V.P. Ivanitsky), д-р экон. наук, профессор, УрГЭУ
А.Б. Крутик (A.B. Krutik), д-р экон. наук, профессор, СПБИЭиУ
А.Е. Миллер (A.Ye. Miller), д-р экон. наук, профессор ОмГУ
Ю.Г. Одегов (Yu.G. Odegov), д-р экон. наук, профессор
РЭУ им. Г.В. Плеханова
В.С. Половинко (V.S. Polovinko), д-р экон. наук, профессор ОмГУ,
гл. редактор
А.М. Попович (A.M. Popovich), д-р экон. наук, профессор, ОмГУ
О.М. Рой (O.M. Roy), д-р социол. наук, профессор ОмГУ
Т.Д. Синявец (T.D. Sinyavets), канд. экон. наук, доцент ОмГУ,
отв. редактор
Р.Г. Смелик (R.G. Smelik), д-р экон. наук, профессор ОмГУ
Л.А. Трофимова (L.A. Trofimova), д-р экон. наук, профессор СПБГУЭиФ

*Адрес редакции: 644077,
Омск-77, пр. Мира, 55а, ОмГУ*

тел. (tel.) (3812) 26-82-36
vestnic@omeco.ru

*Editorial office: 644077,
Omsk-77, pr. Mira, 55a, OmSU*

Редактор
Г.Н. Орлов

Технический редактор
Н.В. Москвичёва

Свидетельство о регистрации
*ПИ № ФС77-21983
от 21 сентября 2005 г.*

Подписной каталог «Газеты.
Журналы». Индекс 35915

Издательство ОмГУ
им. Ф.М. Достоевского
644077, Омск-77, пр. Мира, 55а

Подписано в печать 06.12.2012
Формат 60x84 1/8
Печ. л. 27,25. Усл. печ. л. 25,23
Уч.-изд. л. 27,6
Тираж 150 экз. Заказ 399.

Отпечатано
на полиграфической базе
ОмГУ им. Ф.М. Достоевского
644077, Омск-77, пр. Мира, 55а

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера: Теория и практика управления

<i>Калинина Н.М., Елкин С.Е., Кондрашова Л.В., Драницына И.А.</i> Концепция интегрированного контроллинга: регионально-отраслевой аспект	6
<i>Козырев С.А., Попович А.М.</i> Формирование системы автоматизации управленческого учета	10
<i>Сербулов А.В., Перко М.В.</i> Совершенствование методики определения рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг	15
<i>Руденко И.В.</i> Управление продажами: истоки, сущность, подходы	21
<i>Синявец Т.Д., Глуценко М.Е., Шаляпина Ю.В.</i> Проблемные аспекты методики анализа и оценки эффективности менеджмента	26
<i>Федяинова В.И., Сысо Т.Н.</i> Электронный документооборот: технология внедрения и способ оптимизации бизнес-процедур	36

Региональная экономика и управление территориями

<i>Киселева А.М.</i> Управление системой формирования бюджетными учреждениями государственного и муниципального заказа	45
<i>Завьялова Л.В., Миллер А.Е.</i> Особенности внутреннего инфраструктурного обеспечения производственно-предпринимательской деятельности энергетических структур Омской области	50
<i>Евсеев С.В., Гаврилов Д.А.</i> Альтернативные меры поддержки сельского хозяйства Омской области в условиях присоединения Российской Федерации к ВТО	56
<i>Чупин Р.И.</i> Государственное управление продовольственной безопасностью региона (на примере Омской области)	59

Проблемы экономической теории и предпринимательства

<i>Карпов А.Л.</i> Системный анализ конкурентоспособности: конкурентное пространство предпринимательской деятельности	67
<i>Самошилова Г.М., Васильева И.А.</i> Конкурентоспособность – институциональная составляющая	74
<i>Дороболук Т.Б.</i> Деловая среда малого и среднего предпринимательства города Омска: анализ с применением компонентов авторской модели	79
<i>Дегтярева С.В.</i> Алгоритм системного анализа в экономической теории: общее и особенное	87

Социально-трудовые отношения и процессы

<i>Карташов С.А., Одегов Ю.Г., Шаталов Д.В.</i> Модернизация экономики и значение таланта для ее развития	96
<i>Бабынина Л.С.</i> Эмпирический анализ развития моделей оплаты труда в зарубежных странах	109
<i>Молоканова Д.К., Шубенкова Е.В.</i> Роль нормативно-правовой базы в формировании системы социальных стандартов в Российской Федерации	115
<i>Юдин А.В.</i> Стратегия управления дистанционной формой занятости	121
<i>Черняк Ж.А.</i> Дифференциация заработной платы как элемент рыночной экономики	126
<i>Корыстина Е.С.</i> Об участниках моббинга в организации	132

Управленческое и маркетинговое консультирование

<i>Апенько С.Н., Шавровская М.Н.</i> Компетентностно-ориентированное обучение новым методам управленческого консультирования	138
<i>Бакун Т.В., Лейнвебер О.Ю.</i> Интегрированные маркетинговые коммуникации вуза в рамках концепции маркетинга взаимоотношений	143
<i>Миллер М.А.</i> Оценка изменений производственной деятельности предприятий в условиях конкурентной среды	147
<i>Иванов И.Я.</i> Концепция формирования управления персоналом в процессе консалтинга диверсифицированных предприятий	153

Современные проблемы финансов и кредита

<i>Парфенов А.А.</i> Кривая бескупонной доходности как индикатор кризисных явлений на российском финансовом рынке	159
---	-----

<i>Люц Е.В.</i> Использование теории контрактов в доверительном управлении на рынке ценных бумаг	165
--	-----

Налоговая политика на современном этапе

<i>Родина Л.А.</i> Опыт КНР в регулировании рисков демпинга на налоговой основе	171
<i>Богославец Т.Н.</i> Социологический подход в исследовании налоговой культуры	176
<i>Айтхожина Г.С., Баженов С.Е.</i> Методы визуализации в планировании налоговых проверок	180
<i>Мосейкин В.В.</i> Использование показателя налоговой нагрузки в целях планирования выездных налоговых проверок	186

Бухгалтерский учет, анализ и аудит: вопросы теории и практики

<i>Зылёва Н.В.</i> Учет обязательств геологоразведочной организации по охране окружающей среды	192
<i>Радченко Е.М.</i> Классификация затрат и их формирование в химической промышленности	196
<i>Макарова Е.В.</i> Теоретические основы оценки стоимости марочного капитала компании	204
<i>Стукен Т.Ю.</i> Политика заработной платы в условиях экономического кризиса (на примере промышленных предприятий России и Беларуси)	211

<i>Сведения об авторах</i>	215
---	-----

<i>Информация для авторов</i>	217
--	-----

CONTENTS

The subject of the issue: Theory and practice of administrating

<i>Kalinina N.M., Elkin S.E., Kondrashova L.V., Dranitsina I.A.</i> The concept of the integrated controlling: regional and branch aspects	6
<i>Kozyrev S.A., Popovich A.M.</i> Choosing system of management accounting automation	10
<i>Serbulov A.V., Perko M.V.</i> Improvement of the technique of definition of the rational mechanism of the organization of process of providing social services	15
<i>Rudenko I.V.</i> Sales management: origins, essence, approaches	21
<i>Sinyavets T.D., Glushchenko M.E., Ghalyapina U.V.</i> Methodology for analysis and assessment of management efficiency: problematic aspects	26
<i>Fedyainova V.I., Syso T.N.</i> Electronic document flow: implementation technology and optimization process of business-procedures	36

Regional economy and regional administrating

<i>Kiseleva A.M.</i> Management in the system of budgetary institutions' public and municipal orders	45
<i>Zavjalova L.V., Miller A.E.</i> Industrial-business activity of energy structures in omsk region: features of internal infrastructure provision.....	50
<i>Evseenko S.V., Gavrilov D.A.</i> Alternative measures of backing agriculture of Omsk region in Russia's accession to the WTO	56
<i>Chupin R.I.</i> Public administration of regional food security (in terms of Omsk region)	59

Issues of Economic Theory and entrepreneurship

<i>Karpov A.L.</i> System analysis of competitiveness: competitive space of business activity	67
<i>Samoshilova G.M., Vasilyeva I.A.</i> Competitiveness – institutional component.....	74
<i>Dorobolyuk T.B.</i> Business environment of small and middle enterprise in Omsk city: analysis with the use of components of author's model	79
<i>Degtyareva S.V.</i> Algorithm of systems analysis of economic theory: general and special.....	87

Soci-labour relationships and processes

<i>Kartashov S.A., Odegov Yu.G., Shatalov D.V.</i> Modernization of the economy and implications for its development	96
<i>Babynina L.S.</i> Empirical analysis of the development of payment model in foreign countries.....	109
<i>Molokanova D.K., Shubenkova E.V.</i> Role of the legal framework in the formation of social standards in Russian Federation.....	115
<i>Yudin A.V.</i> Management strategy of the remote work.....	121
<i>Chernyak J.A.</i> The differentiation of wages as a part of the market economy.....	126
<i>Korystina E.S.</i> About participants the mobbing in organization	132

Consultancy in marketing and administrating

<i>Apenko S.N., Shavrovskaya M.N.</i> Competence-oriented training to new methods of administrative consultation	138
<i>Bakun T.V., Leinveber O.Y.</i> Integrated marketing communications of university within a relationship marketing concept.....	143
<i>Miller M.A.</i> Appraisal of production activity changes in competition terms	147
<i>Ivanov I.Y.</i> The concept of human resource management formation in the course of consulting of diversified enterprises.....	153

Current issues of finance and credit

<i>Parfenov A.A.</i> Zero-coupon yield curve as an indicator of Crises On Russian financial market	159
<i>Lyuts E.V.</i> Usage of contract theory in investment management	165

Current tax policy

<i>Rodina L.A.</i> Tax-based regulation of dumping risk in China	171
--	-----

<i>Bogoslavets T.N.</i> The sociological approach to the research of tax culture	176
<i>Aytkhozina G.S., Bazhenov S.E.</i> Methods of visualization in tax audits planning	180
<i>Moseykin V.V.</i> The use of indicator of tax burden for planning field tax audits	186

Accounting, analysis and audit: theory and practice issues

<i>Zyleva N.V.</i> Liability accounting for environmental protection at exploration organization	192
<i>Radchenko K.M.</i> Classification of expenses and conditions of their forming in chemical industry	196
<i>Makarova E.V.</i> The theoretical basis of the valuation of brand value	204
<i>Stuken T.U.</i> Wage policy in the economic crisis (case study of industrial enterprises of Russia and Belarus)	211

<i>Information about authors</i>	215
---	-----

<i>Information for authors</i>	217
---	-----

Тема номера
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ

Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. № 4. С. 6–9.

УДК 658.014.1

**КОНЦЕПЦИЯ ИНТЕГРИРОВАННОГО КОНТРОЛЛИНГА:
РЕГИОНАЛЬНО-ОТРАСЛЕВОЙ АСПЕКТ**

**THE CONCEPT OF THE INTEGRATED CONTROLLING:
REGIONAL AND BRANCH ASPECTS**

**Н.М. Калинина, С.Е. Елкин, Л.В. Кондрашова, И.А. Драницына
N.M. Kalinina, S.E. Elkin, L.V. Kondrashova, I.A. Dranitsina**

Омский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета

Статья посвящена интегрированному контроллингу – новой современной концепции управления промышленным предприятием. Рассмотрены современные тенденции и особенности развития химической и нефтехимической промышленности – ведущей отрасли промышленности Омского региона. Особое внимание уделено исследованию специфики формирования структурных элементов интегрированного контроллинга в выбранной отрасли. Дана характеристика сильных и слабых сторон управления отраслевыми промышленными предприятиями региона. Приведены рекомендации по созданию целевых параметров управления, оценены перспективы совершенствования системы управления на основе концепции интегрированного контроллинга.

This article is devoted to the integrated controlling – a new modern concept of management of the industrial enterprise. The article describes the current trends and characteristics of development of the chemical and petrochemical industry – the leading industries of the Omsk region. Special attention is paid to the formation of structural elements of the integrated controlling for the selected branch. The authors are give the characteristic of strengths and weaknesses of management of sectoral industrial enterprises in the region. Recommendations about creation of management target parameters are provided, prospects of improvement of control system on the basis of the integrated controlling concept are estimated.

Ключевые слова: интегрированный контроллинг, промышленность, предприятие, отрасль, система управления, целевые параметры управления.

Key words: the integrated controlling, the industry, the enterprise, branch, a control system, target parameters of management.

В современных условиях хозяйствования главным вопросом, поиском ответа на который занимаются не только руководители субъектов федерации, но и ученые, специалисты-практики, является поиск путей обеспечения устойчивого развития российских регионов. Известна точка зрения, что важное место в развитии технико-экономического потенциала региона наряду с ресурсно-сырьевой базой, наличием производственных мощностей, географическим положением и экономической политикой региональных властей занимает уровень развитости эффективных организационных форм управления предприятиями региона [1]. Действительно, отечественные предприятия, чтобы со-

хранить положение на рынке и обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции, должны пересматривать стратегии рыночного поведения и перестраивать неэффективные системы управления.

Химический и нефтехимический комплекс Омского региона представлен крупными производственными предприятиями, анализ состояния которых позволил сформулировать причины, по которым актуальность идеи интегрированного контроллинга как сложной системы, состоящей из интегрированных в едином процессе управления управленческих подсистем, целенаправленное взаимодействие которых направлено на поддержку процесса управления и

принятия управленческих решений, на предприятиях данной отрасли промышленности не подвергается сомнению. Первая из них – развитие российского рынка химической и нефтехимической продукции и усиление конкуренции вследствие появления на отечественном рынке иностранных производителей. Вторая причина связана с возникновением ориентированных на определенные сегменты рынка холдинговых структур в данном секторе экономики и, как следствие, с ростом масштабов деятельности, а значит, и с усложнением управления предприятиями. Третья причина – необходимость повышения эффективности управления предприятиями в связи с появлением на российском рынке крупных зарубежных производителей, например, таких как Continental, Bridgestone, Nokian Tires, Mishelin, «Амтел» на рынке шин, обладающих не только более сильным финансовым и материальным потенциалом, но и более развитым интеллектуальным потенциалом, и в частности системой управления. И, наконец, идея контроллинга в химической и нефтехимической промышленности особо актуальна в связи с учетом быстро изменяющихся условий окружающей среды, когда многие запланированные параметры и другие показатели функционирования предприятия утрачивают свою актуальность до окончания периода планирования или не соответствуют изменившимся условиям, а сложившаяся система управления неспособна адекватно реагировать и своевременно вырабатывать корректирующие воздействия. Таким образом, практическое применение интегрированного контроллинга позволит оценить наличие и использование потенциала предприятия с точки зрения достижения намеченных целей и конечных результатов, установить требуемый перечень действий для достижения желаемого состояния и возможные направления реализации корректирующих мероприятий в случае возникновения отклонений, выявить возможности и риски в долгосрочном периоде и краткосрочной перспективе. Одним словом, контроллинг способствует решению будущих проблем промышленных предприятий региона в рамках сегодняшнего дня.

Отправной точкой построения системы контроллинга на предприятии служит принятие решения о реорганизации существующей системы управления. Однако, прежде чем приступить к разработке системы интегрированного контроллинга, будет логично сначала провести диагностику текущего состояния системы управления предприятиями химической и нефтехимической промышленности региона.

Целью проведения диагностики является инвентаризация системы управления промышленными предприятиями химического и нефтехимического комплекса региона на предмет наличия, эффективности и адекватности используемой инструментально-методической базы отдельных управленческих подсистем современным условиям хозяйствования.

Проведение обследования системы управления начнем с диагностики системы планирования и контроля. Как правило, функции планирования на предприятии распределены между несколькими отделами, каждый из которых составляет планы и контролирует их выполнение в пределах своей компетенции. До конца 1991 г. предприятия химического и нефтехимического комплекса работали по долгосрочным трех- и пятилетним планам в условиях системы централизованного планирования. С 1992 г. финансово-хозяйственная деятельность экономического субъекта планирует планово-экономический отдел совместно с другими службами. До 1998 г. предприятия химической и нефтехимической промышленности региона осуществляли свою деятельность только по годовым планам. Это достаточно проработанная схема планирования, существующая на предприятиях на сегодняшний день. С 1998–1999 гг. предприятия химической и нефтехимической промышленности региона стали практиковать в своей деятельности разработку бизнес-плана сроком на год. Обобщение существующей практики планирования показало, что данная управленческая подсистема является наиболее разработанной в методическом и инструментальном отношении, постоянно ведется поиск новых методов планирования, соответствующих сложившимся условиям хозяйствования в регионе.

Что касается системы учета и отчетности предприятий химической и нефтехимической промышленности, то в настоящее время можно говорить о том, что многие предприятия на практике уже используют элементы управленческого учета. Однако на предприятиях отсутствует механизм использования и анализа информации. Данные многих внутренних управленческих отчетов либо не используются, либо имеют ограниченный характер использования в зависимости от вида и степени сложности решаемых управленческих задач, стоящих перед менеджерами различных уровней управления, что связано с отсутствием на предприятиях рациональной структуры и форм управленческой отчетности, а также механизма ее использования в процессе принятия управлен-

ческих решений. Таким образом, для решения проблем информационного обеспечения процесса управления и принятия управленческих решений в рамках интегрированного контроллинга необходимо формирование системы мониторинга, предусматривающей наблюдение за объектом в режиме реального времени [2].

Текущее состояние аналитической функции системы управления предприятиями химической и нефтехимической промышленности региона, непосредственно связанное с наличием и уровнем эффективности вышеназванных управленческих подсистем, свидетельствует о том, что анализу подлежат технико-экономические показатели деятельности предприятия, затраты на производство продукции в части отклонения от установленных норм, рентабельность производства продукции по ассортиментным группам, а также уровень выполнения планов в разрезе подразделений и в целом по предприятию. При этом анализ носит преимущественно ретроспективный характер, обусловленный контролем плановых и фактических бухгалтерских данных. Экономические службы предприятия в пределах своей компетенции и круга функциональных обязанностей анализируют возникающие отклонения от плана независимо от природы данного отклонения, величины и причины возникновения, что порождает дополнительные затраты времени и, как следствие, его не рациональную структуру.

Слабым звеном на предприятиях химической и нефтехимической промышленности остается система регулирования возникающих отклонений. Скорость реагирования зависит от места возникновения и характера отклонения. Диспетчеризация производственного процесса, существующая на предприятии, позволяет в силу своей специфики своевременно реагировать на изменение условий производства, в частности, на отсутствие материалов, энергии, выход из строя производственного оборудования. Регулирование остальных параметров функционирования экономического субъекта осуществляется в индивидуальном порядке и напрямую зависит от уровня профессионализма менеджера. В связи с этим существует потребность в наличии механизма выработки корректирующих воздействий для устранения или снижения негативных последствий, возникающих в процессе финансово-хозяйственной деятельности отклонений [2].

В настоящее время для предприятий химической и нефтехимической промышленности региона характерна линейно-функциональная структура управления. Единственным, пожа-

луй, примером децентрализации управления выступают предприятия нефтехимического холдинга «Сибур», представляющие собой самостоятельные центры прибыли, хотя внутри каждого из них четкое выделение центров ответственности до сих пор не состоялось. Кроме того, предприятия, входящие в данный холдинг, не осуществляют сбытовую деятельность ввиду перевода контролируемых «Сибуром» предприятий на процессинг и централизации сбытовой службы на уровне холдинга – компания «Сибур-Русские шины» [2].

Ввиду того, что важным компонентом управления является наличие системы целевых показателей, достижение желаемого уровня которых свидетельствует об эффективности последней, в рамках диагностики текущего состояния системы управления предприятиями химической и нефтехимической промышленности региона, рассмотрим существующие системы показателей, используемые в практике управления. На современном промышленном предприятии для принятия управленческих решений используют различные категории показателей: стоимостные, натуральные, трудовые, оценочные, плановые, расчетно-аналитические, общезаводские, цеховые, бригадные, индивидуальные, показатели, исчисляемые по изделиям, агрегатам, деталям, операциям [3]. Как показывает практика, предприятия химической и нефтехимической промышленности региона используют традиционный подход к определению и исчислению показателей эффективности управления, заключающийся в количественной оценке всех сторон деятельности предприятия. Структурная схема состава и иерархии традиционных показателей, характеризующих эффективность управления промышленным предприятием, представлена в работе А.А. Воронова и В.Ф. Катичева [3]. Несмотря на такие достоинства традиционного подхода, как детальность и комплексность существующей системы показателей, ее практическое применение не дает точного и адекватного представления о реальном положении дел на предприятии. Среди основных причин несостоятельности и ограниченного использования данной системы показателей в процессе принятия управленческих решений можно выделить следующие [3]: нерациональные по времени и стоимости затраты на исследование системы показателей вследствие излишней детальности системы; описательный характер показателей системы, полезный с точки зрения выявления общего положения и динамики развития предприятия, но не дающий представления о причинной обу-

словленности явлений, измеряемых этими показателями. В связи с этим в настоящее время существует проблема недостаточной научной разработанности системы целевых параметров как инструмента повышения эффективности управления предприятием и принятия управленческих решений.

И, наконец, в условиях интернет-ориентированной бизнес-среды немаловажное значение в управлении имеет уровень автоматизации информационных потоков и процессов принятия управленческих решений. Что касается автоматизации управления предприятиями химической и нефтехимической промышленности региона, то в настоящее время можно говорить о том, что практически все экономические расчеты осуществляются с помощью ПК на основании современных компьютерных технологий поддержки управления, полностью автоматизированы отдельные участки работ. На предприятиях существуют локальные компьютерные сети с выходом в Интернет. В целом высокий уровень автоматизации управления служит хорошей основой для дальнейшего совершенствования существующих систем управления.

Резюмируя вышесказанное, обобщим и систематизируем результаты проведенного обследования систем управления промышленными предприятиями химического и нефтехимического комплекса региона, обозначив сильные и слабые стороны существующей системы управления. В целом уровень управляемости на предприятиях химического и нефтехимического комплекса региона можно считать удовлетворительным. Низкая эффективность существующих систем управления предприятиями

химической и нефтехимической промышленности Омского региона обусловлена прежде всего несвоевременностью получения, отсутствием механизма анализа и использования информации для принятия управленческих решений, отсутствием дееспособной структуры предприятия, нерациональной структурой и формами управленческой отчетности, отсутствием механизма анализа и регулирования отклонений, ретроспективным характером аналитической работы, недостаточной научной разработанностью системы целевых параметров управления. Однако методическая и инструментальная база планирования, отработанный механизм сбора и обработки информации, функционирующая система внутренней отчетности на предприятии, уровень автоматизации управления свидетельствуют о наличии потенциала, позволяющего повысить эффективность управления предприятием на основе концепции интегрированного контроллинга.

1. *Ващенко Ю. В.* Организационно-управленческие аспекты формирования систем контроллинга на предприятиях // Омская область – проблемы и перспективы: мат-лы регион. науч.-практ. конф. / Администрация Омской области. – Омск, 2002. – С. 288–290.

2. *Калинина Н. М.* Интегрированный контроллинг: теория и практика : монография. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2007. – 216 с.

3. *Воронов А. А., Катичев В. Ф.* Показатели и методы оценки эффективности организационно-экономического механизма управления промышленным предприятием // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 4. – С. 98–108.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

CHOOSING SYSTEM OF MANAGEMENT ACCOUNTING AUTOMATION

С.А. Козырев

S.A. Kozyrev

ООО «Алкогольная Сибирская группа», Омск

А.М. Попович

A.M. Popovich

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассмотрены основные требования к программным комплексам по бюджетированию и управленческому учёту. Составлена классификация задач и видов бизнес-процесса по построению бюджетной системы в организации, выделены основные положительные и отрицательные аспекты каждой из систем. Оценивается целесообразность автоматизации процессов, связанных с бюджетами организации. Особое внимание уделено рассмотрению программных продуктов ERP-систем от двух ведущих участников рынка – SAP и ORACLE. Рассмотрены сильные и слабые стороны данных систем управленческого учёта.

This article raises the need to automate the process of management accounting, in particular general and budgeting processes, within the company. The basic requirements for software systems for budgeting and management accounting will be reviewed in the article. The classification of tasks and types of business processes of building a budget system in the organization will be highlighted, and the main positive and negative aspects of each system will be discussed. The feasibility of automating processes related to the organization's budget will be estimated. Particular attention is paid to ERP-software systems from two market leaders – SAP and ORACLE. Strengths and weaknesses of the systems of management accounting were estimated.

Ключевые слова: бюджетирование, управленческий учёт, автоматизация управленческого учёта, SAP, ORACLE, ERP-система, автоматизация бизнес-процессов.

Key words: budgeting, management accounting, automation of management accounting, SAP, ORACLE, ERP-systems, business process automation.

В обществе всё сильнее чувствуется потребность в оптимизации операций управленческого учёта. Это относится и к бизнес-процессам на предприятии. Одним из способов оптимизации бизнес-процессов является построение процесса бюджетирования и последующая автоматизация управленческого учёта (УУ), а именно внедрение ERP-систем (Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия). Организационная модель интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством специализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения, поддерживающего общую модель данных и процессов для всех сфер деятельности. ERP-система – конкретный программный пакет, реализующий стратегию автоматизации УУ.

В данной статье будет рассмотрен основной принцип выбора между системами бюджетирования, основные моменты, на которые необходимо будет обратить внимание по функциональности и архитектуре систем, а также сравнены модели ERP-систем крупнейших программных представителей данного сектора: компаний SAP и ORACLE, которые направлены на решение задач компаний. Например, таких как консолидация отчетности по Международной системе финансовой отчетности (МСФО), реализация системы бюджетирования, возможность формирования аналитической информации из программного продукта.

В целом, процесс бюджетирования предполагает решение трех основных задач:

- планирование бюджета и установка лимитов;
- контроль установленных лимитов;
- сбор информации об исполнении бюджета.

Для решения этих задач существует множество программных комплексов. Одни ориентированы на планирование, другие, наоборот, – на контроль исполнения бюджета. Поскольку исполнение бюджета формируется на основании бухгалтерского учета, такие программы можно разделить на два вида:

- система бюджетирования, не интегрированная в систему бухгалтерского учета;
- система бюджетирования, интегрированная в систему бухгалтерского учета.

Каждая из специализированных систем имеет свои достоинства и недостатки. Чтобы сделать правильный выбор, рассмотрим плюсы и минусы этих систем.

Система бюджетирования, не интегрированная в систему бухгалтерского учета (СБУ), специализируется на решении самой задачи бюджетирования – она имеет хорошо развитый инструментарий по планированию и отлаженную систему отчетности. Однако, кроме планирования расходов, необходимо контролировать лимиты и отслеживать исполнение бюджета. С этой задачей такие системы практически не справляются, так как сам факт исполнения в этих системах не предусмотрен. Некоторые организации решают эту проблему путем сложной интеграции с СБУ и существенного расширения плана счетов. Это приводит, во-первых, к существенной нагрузке СБУ: большое количество проводок и счетов снижает эффективность системы. Во-вторых, к повышению влияния «человеческого фактора»: в этом случае бухгалтер определяет, на какие статью и центр финансовой ответственности (ЦФО) относятся расходы в бюджете. И, в-третьих, к наделению сотрудников бухгалтерии несвойственными им функциями специалистов отдела бюджетирования (определять статью и ЦФО для каждого расхода), что приводит к существенному расширению штата бухгалтерии и завышенным требованиям к квалификации сотрудников. Следовательно, такой вариант нельзя назвать экономически оправданным.

Плюсами являются:

- хороший инструментарий для решения задач планирования – система позволяет планировать «сверху-вниз» и «снизу-вверх» на основании данных прошлых периодов и т. д.;
- возможность проводить анализ типа «что... если»;
- большой набор типовых отчетов; встроенный генератор отчетов.

Минусы это:

- невозможность полноценного контроля лимитов – система не может запретить проведение платежа в СБУ;

- отсутствие информации об исполнении бюджета – система не может отразить в бюджете бухгалтерскую операцию по отнесению средств на расход на основании собственных данных;

- завышенные требования к сотрудникам бухгалтерии и наделение их несвойственными функциями;

- сложная и дорогая интеграция между системой бюджетирования и СБУ.

Перейдем теперь к системе бюджетирования, интегрированной с системой бухгалтерского учета. Программы этого вида обычно работают в качестве надстройки над СБУ и не являются основным продуктом компании (этим объясняется неразвитость инструментария для планирования бюджета). С другой стороны, наличие всех оперативных данных позволяет автоматически формировать исполнение бюджета, планировать и автоматически контролировать бюджет, например, в разрезе имеющихся договоров, контрагентов и т. д.

Плюсы это:

- четкий контроль лимитов вплоть до запрета проведения платежных документов;

- автоматическое формирование исполнения бюджета при отражении расходов в бухгалтерском учете;

- возможность детального планирования и автоматического контроля исполнения бюджета;

- отсутствие затрат на интеграцию систем.

Минусами являются:

- неразвитый инструментарий для планирования бюджета;

- недостаточное количество типовых отчетов.

Сравнительный анализ плюсов и минусов разных типов систем позволяет сделать следующие выводы:

- для организаций, которые не имеют территориально-разветвленной структуры, экономически оправданным является выбор системы бюджетирования, интегрированной с СБУ;

- для многофилиальных организаций предпочтительна специализированная система планирования бюджета и формирования отчетности и интегрированная система для оперативного контроля лимитов и формирования данных об исполнении бюджета.

Теперь перейдем к рассмотрению ERP-систем, значительная часть которых может строиться на основе систем бюджетирования принятых, установленных в компании.

Отметим сначала основные моменты, предшествующие непосредственно выбору конкретной системы.

Чаще всего постановка и первоначальная автоматизация бюджетирования производятся одновременно и с помощью таблиц Excel. Однако наступает момент, когда функционал электронных таблиц перестает устраивать компанию, тогда Excel заменяют на специализированный программный продукт для автоматизации бюджетирования или же соответствующий модуль комплексной автоматизированной системы. Обычно этот проект сопровождается и пересмотром существующих процессов бюджетирования, и их оптимизацией.

Для того чтобы проект автоматизации стал успешным, необходимы два условия: поддержка новации со стороны топ-менеджмента компании и привлечение сотрудников отдела информационных технологий компании к его реализации уже на ранних стадиях. Если конечные пользователи будут вовлечены в процесс внедрения на самой ранней стадии, то их заинтересованность в достижении цели будет способствовать успеху проекта в целом.

Существует довольно много вариантов автоматизации бюджетирования в компании:

- ✓ таблицы Excel;
- ✓ собственные разработки;
- ✓ комплексные решения, в которых бюджетирование является вспомогательной функцией или которые рассчитаны на подготовку только части бюджета компании;
- ✓ специализированные системы, основной функцией которых является подготовка и управление бюджетами; модули бюджетирования в составе корпоративных информационных систем.

Тем не менее найти готовое IT-решение для каждой конкретной организации сложно. В любом случае систему придется адаптировать к особенностям компании. Поэтому выбирать нужно ту систему, которая наиболее полно соответствует текущим требованиям предприятия и может быть усовершенствована в дальнейшем.

Для того чтобы выбрать наиболее развитую систему с точки зрения ее использования и адаптации к требованиям компании, нужно, во-первых, чтобы эти требования были четко сформулированы и осознаны. Во-вторых, не следует при выборе системы резко «перескакивать» с систем низшего класса к системам высшего класса.

В-третьих, принимая окончательное решение о внедрении новой системы, необходимо взвесить все возможные последствия такого решения: выгоды, затраты и дополнительные риски.

Важным моментом является то, что модель должна быть устроена просто и очевидно, ведь работать с ней предстоит сотрудникам, которые в ней понимают меньше, чем выбирающие лица. Таким образом, если ERP-система непонятна и неочевидна, то это уже повод задуматься. Простота в эксплуатации существенно облегчает процесс обучения пользователей.

Самое важное, что компания должна четко себе представлять цель проекта внедрения. Цель должна быть не расплывчатой, а совершенно четкой. Целью не может являться «оптимизация бизнес-процессов», «улучшение деятельности компании» и т. д. Такие цели нельзя выразить количественно, поэтому после запуска системы невозможно будет понять достигнуты цели или нет. Целью, например, может являться построение консолидированной финансовой отчетности (совершенно конкретных финансовых отчетов) на основании автоматизации конкретных (подчеркиваю) бизнес-процессов. Целью может являться внедрение системы планирования ресурсов и показателей (опять же конкретных) и т. д. Если автоматизировать цепочку поставок и финансов, но не будет внятных финансовых и управленческих отчетов, то результата не будет, так как не будет обратной связи, и влиять на процесс не представится возможным. Ситуация в компании будет непонятной, принятие своевременных решений будет затруднено.

Функциональность системы должна поддерживать возможность формирования как минимум трех бюджетов: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств и бюджет по балансовому листу.

Поэтому в системе должны быть заложены следующие алгоритмы:

- алгоритмы планирования;
- алгоритмы учета исполнения бюджета, формирования факта;
- агрегация и консолидация данных;
- аллокации. Эти алгоритмы призваны обеспечить перераспределение доходов и расходов по ЦФО в связи с учетом общекорпоративных затрат;
- алгоритмы расчета финансовых результатов;
- анализ бюджетов, план-факт анализ.

Функциональность системы должна обеспечивать решение следующих задач:

- утверждение бюджетов;
- вариантность бюджетов: по срокам (месячный, квартальный, годовой), по вариантам развития событий (оптимистичный, пессими-

стичный, реалистичный), по назначению (текущий, инвестиционный);

- возможность изменять состав и структуру статей бюджета, финансовую структуру предприятия;

- контроль над лимитами расходов, установленными бюджетами.

Выбирая программу, необходимо учитывать, что есть ряд характеристик, которые могут быть важны для программистов:

1. Интеграция с другими средствами автоматизации предприятия;
2. Программно-аппаратная платформа;
3. Требования к сетевым коммуникациям;
4. Требования к компьютерам на рабочих местах;
5. Открытый исходный текст программы для программиста;
6. Наличие в системе генераторов отчетов;
7. Наличие в системе языка формул для реализации алгоритмов расчетов.

Конечно, в идеале нужно иметь на руках сформулированные требования (описание биз-

нес-процессов с требованиями к отчетности и возможностям системы), однако встречается такое крайне редко. Стоит заметить, что, начиная процесс внедрения ERP-системы, в любом случае придется участвовать в разработке технического задания, где будут описаны существующие бизнес-процессы совместно с поставщиком ERP-системы. Без технического задания автоматизировать бизнес-процессы не стоит, так как в этом случае существенно повышаются риски неудачного внедрения, ведь нет документа, по которому можно принять или не принять готовую работу. К тому же, если не представляется образ того, что хочется получить в итоге, то вряд ли будет удовлетворение от результата.

Теперь более подробно рассмотрим программные решения компаний SAP и ORACLE. В процессе анализа условий работы с программными продуктами, а также опыта пользователей были выделены сильные и слабые стороны работы с программными продуктами (см. таблицу).

Сильные и слабые стороны работы с программными продуктами

	<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<i>SAP</i>	<p>Максимальные масштабы внедрений и объемы данных. Наиболее широкий, постоянно развивающийся функционал среди поставщиков.</p> <p>Разветвленная сеть продаж и сервиса. 5 250 партнеров в 127 странах.</p> <p>Возможность интеграции с MS Office.</p> <p>Есть опыт крупных разработок.</p> <p>Стартовый пакет документации МСФО.</p> <p>Возможность создавать множество кубов в одном приложении позволяет иметь множество аналитик для различных целей</p>	<p>Покупка программного обеспечения вынуждает клиентов SAP пересматривать свои функциональные стратегии.</p> <p>Линейки продукта пока не окончательно выровнены.</p> <p>Медленная разработка, модернизация программных решений.</p> <p>Достаточно много функций необходимо дополнительно лицензировать</p>
<i>ORACLE</i>	<p>Большая доля рынка и развитые каналы продаж по приложениям Oracle.</p> <p>Более 70 преднастроенных витрин данных и бизнес-моделей (BI applications) для различных бизнес-функций.</p> <p>Выдающиеся возможности по извлечению данных из множества источников.</p> <p>Возможность интеграции с MS Office.</p> <p>Отчётность профессионального качества в соответствии с международными аудиторскими стандартами. Признается большим числом специалистов.</p> <p>Есть опыт крупных разработок.</p> <p>За счёт загрузки только необходимых данных сокращается потребность в ресурсах сервера</p>	<p>Заказчики отмечают менее развитые, в сравнении с другими системами на рынке, средства интерактивной визуализации, поиска, формирования отчетов.</p> <p>Качество технической поддержки.</p> <p>База МСФО дополнительно закупается.</p> <p>Трудности при переносе информации между серверами</p>

В отчёте по продуктам линейки управления эффективностью бизнеса за 2011 г. аналитического агентства Gartner [1] решение от Oracle занимает лидирующую позицию по направлению возможности реализации поставленной задачи, в то время как SAP является ли-

дером по комплексности охвата бизнес-процессов организации (см. рис.).

Из вышесказанного можно сделать вывод, что в основных своих характеристиках ERP-системы схожи, различаются только по исполнению, степени лёгкости работы с дан-

ными и возможности персональной настройки пользователем (по возможности без привлечения ИТ-специалистов). Также различия есть в

форме предоставления отчётов (внешнее восприятие – по опросам пользователей самая презентабельная аналитика у ORACLE).

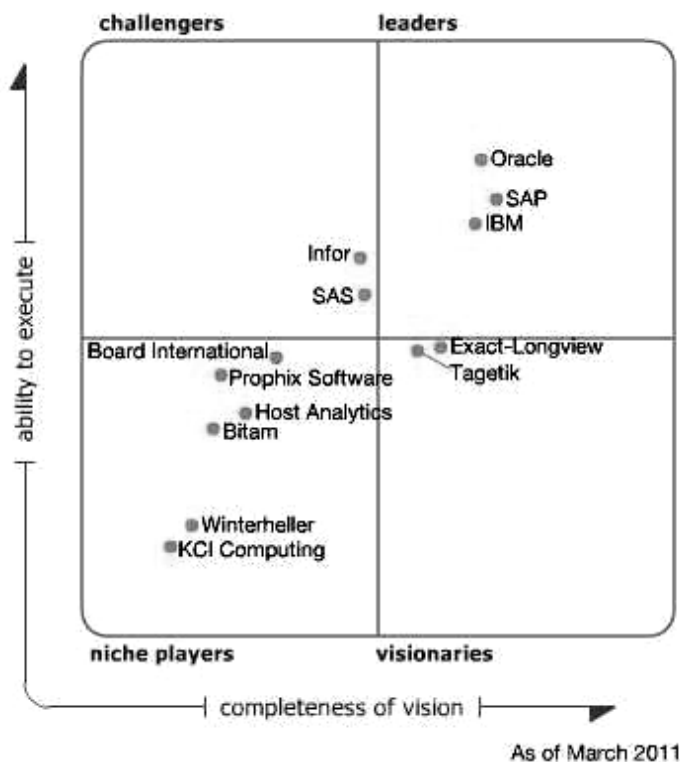


Рис. Матрица AE-CV

Один из важных моментов – автоматизация управленческого учёта требует крупных инвестиций и, выбирая базу, стоит в первую очередь ориентироваться на крупнейших игроков рынка, у которых уже есть клиентская база, а соответственно, и опыт по внедрению ERP-систем.

Поэтому выводом из данной статьи не может быть рекомендация конкретной системы, так как каждый из разработчиков в состоянии предложить вариант с учётом пожеланий заказчика. Можно отметить только, что в вопро-

се выбора автоматизированной системы УУ, важно помнить, что на основе данных, загружаемых, обрабатываемых, формируемых и анализируемых на базе программного продукта, будут строиться ключевые стратегические показатели компании, оцениваться деятельность, в том числе и в соответствии с международными стандартами финансовой отчётности.

1. Enterprise Resource Planning. – URL: <http://www.gartner.com/it-glossary/enterprise-resource-planning-erp/>

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ
РАЦИОНАЛЬНОГО МЕХАНИЗМА ОРГАНИЗАЦИИ
ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ**

**IMPROVEMENT OF THE TECHNIQUE OF DEFINITION OF THE RATIONAL MECHANISM
OF THE ORGANIZATION OF PROCESS OF PROVIDING SOCIAL SERVICES**

**А.В. Сербулов, М.В. Перко
A.V. Serbulov, M.V. Perko**

Балтийская государственная академия рыбопромыслового флота, Калининград

В статье предлагается модифицированная методика определения рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг с рядом дополнительных, не учитываемых ранее значимых факторов. Приведены результаты апробации предлагаемой методики на примере целевой программы развития Калининградской области.

In article authors offer the modified technique of definition of the rational mechanism of the organization of process of rendering of services taking into account a number of additional, not considered earlier significant factors. Results of approbation of an advanced technique on an example of the target program of development of the Kaliningrad region are given.

Ключевые слова: некоммерческая организация, социальные услуги.

Key words: non-profit organization, social services.

Государство гарантирует предоставление различных социальных услуг своим гражданам. На результат предоставления услуги влияет множество факторов, в том числе и механизм организации процесса ее предоставления. Наиболее распространенный на практике государственный заказ (конкурс тендерного типа) используется зачастую не потому, что он является наиболее эффективным, а в виду отсутствия в арсенале сотрудников органов государственной власти (органов местного самоуправления) иных механизмов. Однако практика оказания услуг в социальной сфере показывает, что существуют и другие эффективные механизмы, такие как, например, социальный заказ или механизм целевых потребительских субсидий. Поэтому одной из первостепенных задач сотрудников органов государственной власти (органов местного самоуправления) в данном направлении становится определение для каждой услуги, обладающей своими характеристиками, рационального механизма организации процесса ее предоставления.

Как показывает практика, в научной литературе существуют случаи подмены понятий, регулирующих процесс организации и предоставления услуг в социальной сфере. Поэтому

очень важно акцентировать внимание на понятийном аппарате, применяемом в данном исследовании.

В обобщенном виде под услугой в данной статье будем понимать действия по предоставлению благ, обязательно осуществленные при взаимодействии исполнителя и потребителя.

Соответственно, способ предоставления услуги представляет собой систему действий по оказанию услуги потребителю. Например, услуга может оказываться путем общения с клиентом.

Под механизмом понимается система, устройство, определяющие порядок какого-нибудь вида деятельности [1].

В нашем случае под механизмом организации процесса предоставления услуги будем понимать систему, определяющую порядок подготовки процесса предоставления услуги, в том числе осуществление выбора исполнителя, и непосредственное оказание ее потребителю.

Процесс принятия управленческого решения по определению механизма организации процесса предоставления социальных услуг, как показывает практика, в большинстве случаев производится субъективно. На наш взгляд, органы государственной власти (органы местно-

го самоуправления) должны иметь необходимые инструменты, позволяющие проанализировать каждую социальную услугу и соотнести ее характеристики с преимуществами каждого из имеющихся механизмов. О положительных сторонах использования отдельных механизмов мы упоминали ранее в опубликованных результатах исследований [2]. Обоснованное определение рационального механизма не только может сказаться на повышении качества предоставления услуг, в том числе степени удовлетворенности получателей услуг, но и позволит в отдельных случаях снизить необоснованные затраты на привлечение исполнителей, что будет способствовать эффективному использованию бюджетных средств.

Анализ отечественной научной литературы, посвященной вопросам определения ра-

ционального механизма организации процесса предоставления социальных услуг, свидетельствует о том, что исследования в данном направлении носят единичный характер. Так, В.Э. Гуринович [3] предлагает использовать методику выбора механизма, основанную на заполнении матрицы (таблица 1). В приведенном исследовании она описана как матрица выбора способа оказания услуг. По нашему мнению, это один из случаев подмены различных понятий в научной литературе. На самом же деле, руководствуясь понятийным аппаратом, введенным в статье, можно считать, что данный автор рассматривает не способы оказания услуг (за исключением адресной помощи), а механизмы организации процесса предоставления (оказания) социальных услуг.

Таблица 1

Матрица выбора способа оказания услуг*

Наименование способа оказания услуг	Характеристики услуги															
	Услуга потребляется коллективно или индивидуально**		Возможно определение точных количественных или иных показателей услуги		Необходимость обеспечить целевое использование средств		Получатели услуги в состоянии самостоятельно сделать выбор исполнителя		Заказчик считает необходимым подержать определенную категорию организаций		Наличие достаточной мощности рынка (имеются два и более исполнителей)		Необходимость своевременного оказания услуги		Необходимость минимальных гарантий качества услуг***	
	КОЛ	ИНД	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет
Адресная помощь		+	+			+	+			+	+	+		+		+
Потребительские субсидии (ваучеры)		+	+			+	+			+	+			+	+	+
Конкурс тендерного типа	+	+	+			+	+			+	+			+	+	+
Социальный заказ	+	+	+	+		+	+			+	+	+		+	+	+
Гранты	+	+	+	+		+	+			+	+			+	+	+
Содержание муниципальных учреждений	+	+	+	+		+	+			+	+			+	+	+

* Рассматриваемая услуга оценивается последовательно по каждому механизму, по каждой характеристике. Набранные баллы (совпадения в графах, помеченных плюсами) складываются и сравниваются. Пустая клетка означает, что данный показатель в указанном значении не рассматривается.

** Например, потребление воздуха происходит коллективно, поэтому, например, экологическая деятельность, как правило, не имеет индивидуальных получателей услуг.

*** Несвоевременное оказание услуги может привести к серьезным последствиям для получателей и (или) дополнительным расходам бюджета.

В то же время по результатам проведенной авторами апробации предлагаемой методики выявлено, что в 43 % случаев она не дает однозначного результата, что требует привлечения экспертов и проведения дальнейшего исследования.

Для проведения углубленного экспертного анализа предлагается использовать методи-

ку выбора с булевыми переменными [3]. Данный подход можно считать вполне обоснованным, так как каждая из восьми рассматриваемых характеристик услуги имеет альтернативный характер, что соответствует основной идее избранного математического аппарата.

Суть данной методики состоит в том, что выбор осуществляется на основе мнений групп

пы экспертов с использованием матрицы выбора посредством сравнения оценок. Каждому j -му эксперту ($j = 1, 2, \dots, N$) в группе экспертов Y предоставляется возможность выставить оценку по каждому i -му способу, используя булеву переменную, а именно $X_{ij} = 1$, если «да», $X_{ij} = 0$, если «нет».

Оценка эксперта по каждому способу оказания услуги вычисляется по формуле:

$$Y_i = \sum_{j=1}^K X_{ij}.$$

Суммирование оценок для i -х механизмов по группе экспертов производится по формуле:

$$X_i = \sum_{j=1}^N X_{ij}.$$

Нормирование результатов по группе экспертов производится путем деления X_i на N [3].

На наш взгляд, описанная выше методика определения механизма организации процесса предоставления социальных услуг имеет ряд недоработок и не может носить объективный характер по следующим причинам:

– в методике наряду с такими механизмами организации процесса предоставления социальных услуг, как потребительские субсидии (ваучеры), конкурс тендерного типа, социальный заказ, гранты, содержание муниципальных учреждений рассматривается адресная помощь, что, по нашему мнению, ошибочно, ввиду того что она не является механизмом организации процесса предоставления услуг, а представляет собой способ предоставления услуг и оказывается в виде денежных выплат и натуральной помощи гражданам, фактическое потребление которых находится ниже прожиточного минимума. Сама же методика должна выявлять предпочтения использования того или иного механизма среди нескольких возможных при оказании конкретной услуги. Использование адресной помощи исключает возможность выбора альтернативного механизма;

– методика не учитывает ряд необходимых, на наш взгляд, критериев оценки, которые влияют как на качество оказываемых услуг, так и на сокращение бюджетных расходов;

– развитие научной мысли и практика использования отдельных механизмов организации процесса предоставления социальных услуг предопределили необходимость изменения некоторых элементов полей матрицы в виду их некорректности.

В целях совершенствования методики определения рационального механизма организации процесса предоставления социальных ус-

луг, предложенной В.Э. Гуринович [3], и получения более однозначного результата считаем целесообразным учитывать и такие важные, на наш взгляд, критерии, как обязательное наличие опыта работы в сфере предоставления социальных услуг, возможность поддержки различных негосударственных некоммерческих организаций, а также возможность привлечения внебюджетных источников финансирования. Введение дополнительных критериев скажется на повышении точности проводимых оценок и будет способствовать более объективному процессу выбора механизма организации процесса предоставления социальных услуг.

Кроме того, необходимо скорректировать отдельные элементы поля матрицы (добавить либо исключить плюсы в графах). К примеру, проведение конкурса тендерного типа или грантового конкурса не устанавливает обязательные требования в части наличия двух и более исполнителей услуг, а своевременность оказания услуги устанавливается контрактом по итогам проведения конкурса на размещение государственного социального заказа. Устранение данных несоответствий также скажется на точности проводимых расчетов.

Критерии выбора, механизмы организации процесса предоставления социальных услуг, а также варианты принятия соответствующих значений при оценке услуг по критериям в усовершенствованном виде представлены в таблице 2.

Кроме того, считаем целесообразным в процессе принятия управленческого решения по определению рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг учитывать и экспертную значимость критериев для каждой услуги, на основе которых и происходит их оценка. Это позволит снизить временные затраты по выбору механизма и избежать дублирования функций при осуществлении расчетов в два этапа (что практически в половине случаев характерно для методики, предложенной В.Э. Гуринович [3]).

Данный вывод сформирован на основе изучения мнения экспертов относительно значимости представленных в таблице 2 критериев для среднестатистической услуги. Экспертами было произведено ранжирование значимости критериев в процессе принятия управленческого решения органами государственной власти по определению рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг, которое позволило сформулировать вывод о согласованности мнений экспертов.

Таблица 2

Исходные данные для определения рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг

Наименование механизма	Характеристики услуги																	
	Обязательное наличие опыта работы в сфере предоставления социальных услуг		Возможность четкого определения параметров оказываемых услуг		Возможность самостоятельного выбора исполнителя услуги		Возможность поддержки различных негосударственных некоммерческих организаций		Наличие достаточной мощности рынка (наличие двух и более исполнителей услуг)		Расходование бюджетных средств только по факту оказания услуг потребителю		Индивидуальность потребления услуги		Необходимость привлечения внешних источников финансирования		Необходимость своевременного оказания услуги	
	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет
Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	+	+	+			+		+	+	+	+	+	+			+	+	+
Социальный заказ	+	+	+			+	+		+	+	+	+	+	+			+	+
Целевые потребительские субсидии	+	+	+		+		+		+		+		+			+		+
Грант	+	+		+		+	+		+	+		+	+	+	+	+		+
Содержание государственных (муниципальных) учреждений		+	+			+	+		+	+		+	+	+		+	+	+

Таким образом, суммирование оценок, к примеру, четырех экспертов для i -го механизма будет производиться по формуле:

$$Xi = \sum_{j=1}^4 Xij.$$

$$i = const, i = \{1, \dots, 5\}$$

В свою очередь:

$$Xij = \sum_{m=1}^9 Xijm \times Qijm.$$

$$i, j = const, i = \{1, \dots, 5\}, j = \{1, \dots, N\}$$

где Xij – значение, присуждаемое i -му механизму j -м экспертом; $Xijm$ – значение, присуждаемое i -му механизму j -м экспертом по критерию m ; $Qijm$ – коэффициент значимости, присваиваемый i -му механизму j -м экспертом по критерию m .

Используя модифицированную методику определения рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг и экспертное мнение четырех сотрудников различных структурных подразделений Правительства Калининградской области, ответственных за размещение заказов, в том чис-

ле на оказание услуг для государственных или муниципальных нужд, определим обоснованность использования действующих механизмов для отдельных мероприятий целевой программы Калининградской области «Развитие системы социальной защиты населения и совершенствование трудовых отношений на 2007–2015 годы» (см. таблицу 3).

Как видно из результатов применения методики, использование государственного заказа (конкурса тендерного типа) было оправдано только в двух случаях из шести. В нескольких случаях необходимо было использовать такие механизмы организации процесса предоставления социальных услуг, как социальный заказ и потребительские субсидии. Вместе с тем необходимо отметить, что данные механизмы в виду отсутствия нормативной базы для их применения в настоящее время не используются. Однако представленные в Министерство социальной политики Калининградской области расчетные обоснования их использования в рамках мероприятий целевой программы Калининградской области «Развитие системы социальной защиты населения и совершенствование трудовых отношений на 2007–2015 годы» послужили толчком для работы в данном направлении.

Таблица 3

**Апробация методики на примере мероприятий
целевой программы Калининградской области «Развитие системы социальной защиты
населения и совершенствование трудовых отношений на 2007–2015 годы»**

Услуги	Механизмы/Бальная оценка							
	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Социальный заказ	Целевые потребительские субсидии	Грант	Содержание государствен- ных и муниципальных учре- ждений	Действующий механизм органи- зации процесса предоставления услуги	Рекомендуемый механизм органи- зации процесса пре- доставления услуги, полученный мето- дом, предложенным В.Э. Гуриновичем	Рекомендуемый механизм орга- низации процесса предоставления услуги, получен- ный по модифици- рованной авто- рамы методике
Отдельные мероприятия целевой программы Калининградской области «Развитие системы социальной защиты населения и совершенствование трудовых отношений на 2007–2015 годы»								
Проведение социально-оздоровительных мероприятий для отдельных категорий: ветеранов труда, тружеников тыла, реабилитированных граждан, ветеранов становления области	3,04	3,39	3,34	2,14	2,34	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Государственный заказ (конкурс тендерного типа), или социальный заказ, или потребительские субсидии	Социальный заказ
Социальная, медицинская и психологическая реабилитация воинов-интернационалистов, участников других боевых действий и членов их семей	3,25	3,24	3,47	2,12	1,34	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Государственный заказ (конкурс тендерного типа), или социальный заказ, или потребительские субсидии	Потребительские субсидии
Социальная поддержка граждан без определенного места жительства	2,98	3,09	2,56	4,14	3,12	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Грант	Грант
Организация семейного отдыха в Калининградской области по типу «мать и дитя»	3,3	2,86	3,2	1,74	2,34	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)
Организация паллиативного ухода на дому за пожилыми людьми с тяжелыми формами заболеваний	3,6	3,03	3,01	2,37	2,75	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)
Проведение фестивалей, выставок творчества детей-инвалидов и инвалидов	2,97	3,25	3,11	3,56	2,97	Государственный заказ (конкурс тендерного типа)	Государственный заказ (конкурс тендерного типа), или социальный заказ, или грант или государственные и муниципальные учреждения	Грант

Необходимо отметить, что со временем, с развитием инноваций в социальной сфере, может возникнуть вопрос об ограниченности используемых в методике механизмов организации процесса предоставления социальных услуг. В этой связи органам государственной власти, на наш взгляд, целесообразно использовать бенчмаркинг. Использование данного инструмента предполагает заимствование уже известного опыта, в том числе зарубежного, а также передовых методов работы органов государственной власти в различных субъектах РФ в целях повышения эффективности их деятель-

ности. Метод основан на анализе конкретных результатов и их использовании в собственной деятельности.

Таким образом, в ходе проведенного исследования предложена модифицированная методика определения рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг, в основе которой лежит анализ каждой услуги и соотнесение ее характеристик с преимуществами существующих механизмов. Решение поставленной задачи позволяет обосновать и выбрать механизм на основе ряда критериев и их значимости для конкретной услу-

ги. Результаты анализа могут стать основой для принятия управленческого решения по определению рационального механизма организации процесса предоставления социальных услуг, способствующего повышению качества оказываемых услуг и снижению административных расходов.

1. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., допол. – М. : Азбуковник, 1999. – С. 354.

2. *Сербулов А. В., Перко М. В.* Формирование и развитие региональной системы размещения государственного социального заказа у некоммерческих организаций // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – Вып. 3: Серия «Экономические науки». – Калининград : Изд-во БФУ им. И. Канта, 2011. – С. 108–114.

3. *Гуринович В. Э.* Социальный заказ как инструмент реализации социальной политики на муниципальном уровне : дис. ... канд. экон. наук. – Владимир, 2006. – 189 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ: ИСТОКИ, СУЩНОСТЬ, ПОДХОДЫ

SALES MANAGEMENT: ORIGINS, ESSENCE, APPROACHES

И.В. Руденко

I.V. Rudenko

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматривается эволюция управления продажами на разных этапах развития рыночной экономики. Представлены точки зрения российских и западных авторов на понимание сущности управления продажами. Рассмотрено содержание управления продажами на предприятии на основе ситуационного, функционального и процессного подходов.

The paper describes the evolution of sales management at various stages of development of a market economy. The author presents the point of view of Russian and Western authors to understand the essence of sales management. The article also considers the content of sales management in the enterprise on the basis of situation, functional and process approaches.

Ключевые слова: продажи, управление продажами, подходы к управлению продажами.

Key words: sales, sales management, sales management approaches.

На протяжении рыночного периода преобразований в системе управления российским предприятием складывались элементы этой системы и отлаживались взаимосвязи, имеющие целью повышение эффективности управления и обеспечения конкурентоспособности. В этих условиях используются разные управленческие технологии и приемы, которые либо базируются на опыте как западных, так и российских компаний, либо разрабатываются самостоятельно предприятием на основе собственной практики. Управление продажами является одним из ключевых элементов в системе управления, так как позволяет принимать оптимальные решения, приводящие предприятие к финансовому успеху. В мировой практике управление продажами прошло долгий путь становления и развития и на каждом этапе развития рыночной экономики происходило формирование форм, методов и процессов. Толчком к усилению внимания бизнеса к продажам в мировой практике управления стал мировой экономический кризис 1929–1933 гг., когда как на макроэкономическом, так и на микроэкономическом уровнях происходил поиск эффективного варианта действий в изменившихся условиях хозяйствования – несовершенной конкуренции. Макроэкономический ответ новым условиям привел к формированию нового феномена – «государственного регулирования экономики», когда це-

на потеряла свою регулирующую функцию. Была выявлена основная причина кризиса – недостаток спроса, следовательно, государственное регулирование было направлено на его стимулирование. А на уровне предприятия, когда товары оказались не проданными, стало понятно, что необходимо изменять действия по управлению компанией и перестраивать сам процесс управления, т. е. социально-экономическая ситуация требовала того, чтобы главное внимание уделялось сбыту, где главный показатель – продажи. Поэтому на начальном этапе развития рыночной экономики и в теории и на практике происходило практически отождествление сбыта и продаж. В управлении компанией появилась новая точка отсчета – план продаж, который первоначально строился только в целом по предприятию за год без каких-либо разбивок по периодам и товарным группам. Именно с концепции сбыта товаров начинается маркетинговая концепция компаний. Такой подход соответствовал этапу развития рыночной экономики – индустриальная эра (ее конец – эпоха массового спроса). С формированием новых взаимосвязей в механизме хозяйствования, которые принято относить к постиндустриальной эре, когда изменились требования, которые предъявлял рынок корпорациям, модифицируется система управления ими и ее главный элемент – управление продажами: появи-

лась необходимость и возможность (с появлением в 1950-е гг. метода экстраполяции) строить планы продаж на перспективу и по всем ассортиментным позициям в соответствии с организационной структурой компании в направлении выбранных среднесрочных и долгосрочных целей. В этих условиях начинает формироваться концепция маркетингового менеджмента, в который входит прежде всего управление операциями по сбыту и продажам, а также такие действия, как исследование рынка, продвижение продукта, реклама, кредитование для финансирования маркетинговых операций, транспортировка и т. д. В практике западных компаний появляется маркетинговый менеджер, функции которого постепенно расширяются на следующем этапе развития рыночных отношений, соответствующему концепции информационного общества, в котором кардинально изменяется экономическое поведение всех субъектов рыночной экономики, что влияет на формирование нового подхода управления предприятием и его главного элемента – управления продажами.

Продажи и с точки зрения теории, и тем более с точки зрения практики рассматриваются широко и охватывают весь спектр действий, направленных на то, чтобы помочь клиенту сделать выбор и совершить покупку. Продажа в современной практике представляет собой часть системы сбыта. Продажи – фундаментальное бизнес-понятие, характеризующее практически коммерческую деятельность предприятия.

Управление продажами – многоуровневое понятие, на понимание сущности и раскрытие содержания которого еще не сформировалось единого алгоритма. Это обусловлено прежде всего как этапом развития рыночной экономики, так и меняющимися условиями хозяйствования, которые предъявляют все новые требования и формируют иной механизм управления продажами компании. Некоторые специалисты рассматривают управление продажами как элемент системы управления предприятием, другие – как управление людьми, которые занимаются продажами (включая подбор персонала, его мотивацию, обучение, планирование работ и контроль) или службами продаж. Другие авторы считают, что управление продажами содержательно характеризуется управлением каналами сбыта, распределения.

Рассмотрим несколько различных точек зрения на сущность управления продажами. Так, западные авторы следующим образом трактуют сущность управления продажами: это эффективное и результативное достижение це-

лей, поставленных перед торговым персоналом, с помощью планирования, подбора, обучения и руководства персоналом, а также контроля организационных ресурсов (Ч. Фатрелл [1]); любые действия, которые может предпринять компания для того, чтобы ее отдел продаж работал максимально эффективно (Р.А. Спиро и Ч.Дж. Стэнтон [2]); найм, отбор, мотивация и подготовка персонала; организация работы торговых представителей в отношении управления ими и вознаграждения за труд (Д. Джоббер, Дж. Ланкастер [3]). Нил Рекхэм сводит управление продажами к методу SPIN-продаж, который используют продавцы высокого класса во всем мире. Технологию продаж по методу СПИН наполняют вопросы, которые задают работники службы продаж во время работы с клиентом в определенной последовательности: ситуационные вопросы, проблемные вопросы, извлекающие вопросы, направляющие вопросы. Основной упор в этом подходе делается на консультировании, выяснении потребности клиента, ненавязчивости. Следовательно, управление продажами, основанное на методе СПИН, автор сводит к выявлению потребностей клиента. Как видно из представленных точек зрения, западные авторы более всего тяготеют к функциональному подходу, к пониманию сущности управления продажами на предприятии.

Российские авторы предлагают следующее понимание сущности управления продажами: это многоэтапный процесс, который, наряду с обязательным планированием продаж, должен включать в себя организацию продаж и их мотивацию, а также постоянный контроль за уровнем продаж (И.Н. Кузнецов); управление работой сотрудников отдела продаж, а точнее их активностью (В. Вертоградцев [4]); это работа, направленная на создание такой системы продаж, которая могла бы эффективно функционировать в любых условиях (Н.И. Скуднова); это деятельность, направленная на анализ, планирование, организацию и контроль процесса продаж с целью увеличения прибыли, получаемой компанией (С.В. Шпитонков); под управлением продажами можно понимать функцию торговой организации, ориентированную либо на сохранение ее качества в условиях изменения внешней среды, либо на достижение определенной цели (А.Н. Баутов). Такие определения характеризуют управление продажами как с точки зрения процессного, функционального, так и частично системного подхода. Рассмотрим содержание основных подходов к управлению продажами.

На ранних этапах формирования действий по управлению продажами (сбытом), когда не было четкой структуры управления, потоки работ в сбытовой деятельности носили случайный характер, который определялся, как правило, конкретной ситуацией. Такой подход и сегодня существует на ранних стадиях жизненного цикла организации. Проблемы, возникающие при таком подходе, очевидны: самая большая ответственность ложится на руководителя службы продаж, который предъявляет высокие требования к работникам службы, занимающимся всеми вопросами сбыта и работающим, как правило, в авральном режиме, бессистемно, не целенаправленно, а согласно сложившейся практике и ситуации, т. е. учитывая влияние факторов внутренней и внешней среды, которые им и приходится выявлять и анализировать.

Функциональный подход к управлению продажами включает в себя планирование и организацию продаж, а также их мотивацию и контроль. Основой процесса планирования продаж является их прогнозирование. Прогнозирование продаж – это деятельность руководства компании, направленная на определение предполагаемого объема продукции по ассортиментным позициям, который будет продан за установленный период времени с использованием имеющихся у компании ресурсов. Планирование – это способ достижения определенного объема продаж в будущем посредством возможных путей развития и с учетом всех факторов, позволяющих достигнуть желаемого объема продаж. При прогнозировании продаж необходимо учитывать внутренние и внешние факторы. К внутренним факторам относятся: объем продаж предшествующих периодов, производственные мощности, доходность изделий, ценовая политика, качество продукции. К внешним – зависимость продаж от общеэкономических показателей: состояние рынка, рекламная кампания, конкуренция, сезонные колебания, долгосрочные тенденции продаж для различных товаров. К методам прогнозирования продаж относят: статистические и экспертные методы (экспертные методы включают функциональный метод и метод группового принятия решений). Наиболее эффективно использовать эти методы комплексно, так как каждый в отдельности метод, помимо преимуществ, имеет и недостатки. При прогнозировании продаж необходимо выбрать типовую стратегию ценообразования. С точки зрения практики выделяют премиальное ценообразование (установление цен несколько выше, чем у конкурентов –

может быть избрано в том случае, если есть сегмент рынка, в котором покупатели готовы платить более высокую цену за особые свойства продукции, чем основная группа потенциальных покупателей); стратегия нейтрального ценообразования (установление цен на уровне конкурентов – дает возможность использовать цену для расширения занимаемого сектора рынка, но и не позволяет цене снижать данный сектор). При избрании такой стратегии роль цены сводится к минимуму). И наконец, стратегия ценового прорыва – установление цен несколько ниже, чем у конкурентов, данная стратегия направлена на получение большей массы прибыли за счет увеличения объема продаж в основном сегменте рынка. Применение такой стратегии оправдано в том случае, если есть основания полагать, что конкуренты по каким-то причинам не смогут ответить аналогичным снижением цен. Формализация планирования продаж в бюджете продаж, который должен отражать месячный или квартальный объем продаж в натуральном и денежном выражении (составляется с учетом спроса на продукцию, сегментацию рынка, категорий потребителей и многих других факторов, отражающих специфику деятельности компании). Бюджет продаж включает в себя объем будущих денежных поступлений от текущей деятельности. Незначительное отклонение планового объема продаж от фактического может привести к значительным колебаниям фактических оценок от бюджетных (плановых).

Организация продаж – это формализация и регулирование взаимодействий между подразделениями и сотрудниками в процессе управления продажами.

Основным акцентом при организации продаж является структура службы продаж, процесс продаж, регламентирующие документы, нормативы, связи с другими службами, участвующими в процессе продаж, качество предоставляемого продукта и способности менеджеров, взаимодействующих с клиентами. Организация продаж на предприятии и в отделе продаж включает в себя постановку цели, организацию внешних и внутренних функций, индивидуальных планов, обратной связи и взаимного обучения и т. п.

На практике реализация функции организации продаж сводится минимально к следующим действиям: поиск новых клиентов, собственно продажи и документарное оформление сделки. С учетом видов и каналов распределения формируется структура отдела продаж, что может способствовать оптимизации времени

на продажи, увеличению количества клиентов и эффективности работы предприятия в целом. Такие структуры могут быть линейными, функциональными, линейно-функциональными или горизонтальными.

Характеризуя мотивацию продаж, В.А. Вертоградов отмечает, что система мотивации менеджеров по продажам должна удовлетворять следующим требованиям:

- ориентация на результат – сотрудник получает вознаграждение за достижение результата, а не за выполнение работ, которые должны привести к результату;

- управляемость – позволяет корректировать направленные на продажи усилия сотрудников без серьезной модификации самой системы при изменении ситуации на рынке;

- справедливость – достойная оценка вклада сотрудника в общий успех компании и справедливое распределение рисков в случае неуспеха;

- простота (понятность) – сотрудник понимает, за что компания готова его вознаграждать, компания понимает, за какие результаты и сколько она готова заплатить;

- неизменность – любой сотрудник выполняет свою работу в соответствии с системой мотивации. Если в определенный момент система меняется, то часть усилий сотрудника уходит впустую.

На практике, как правило, не используются системы мотивации работников служб продаж, основанные на показателях эффективности. Чаще всего менеджер по продажам получает оклад и процент от сделки. В основу мотивации работников службы продаж необходимо закладывать показатели эффективности деятельности работника, такие как заключение новых договоров, выполнение объемов продаж, рост объема заказов у существующих клиентов, количество жалоб от клиентов и т. д.

Контроль продаж – еще одна функция управления продажами, необходимая для обеспечения достижения поставленных перед компанией целей в области продаж. Он позволяет выявить отклонения и предпринять соответствующие меры для их устранения. Таким образом, преимуществом функционального подхода является возможность найти решение любой задачи в области продаж. Но есть и проблемы применения только такого подхода, это невысокая скорость выполнения задач в области продаж, особенно если речь идет о внезапных, незапланированных ситуациях, в том числе связанных с взаимодействием с другими подразделениями.

Другой подход к управлению продажами – процессный. Процесс продажи – совокупность этапов, которые менеджер по продажам проходит во время продажи того или иного товара или услуги. Процессный подход к управлению продажами рассматривает компанию как сеть связанных между собой бизнес-процессов и позволяет руководителям отделов продаж определять и управлять ключевыми процессами и результатами деятельности отдела. Управление продажами происходит по «входу» и «выходу». На «входе» – характеристики рынка, включая информацию о потребителях продукции, сегментах рынка и продукции, о конкурентах, их стратегии и конкурентных преимуществах, ценах и т. д. На этапе «преобразования» складывается технология продаж, включающая бюджеты продаж, структуру служб продаж, ее работу и взаимодействие с другими службами, всю регламентацию деятельности по продажам и другие механизмы в области управления продажами компании. На «выходе» – непосредственный результат: фактические объемы продаж по рынкам, сегментам и каналам распределения, финансовые показатели деятельности компании, оценка эффективности ее деятельности, конечно удовлетворенные потребности потребителя (клиента). Основной задачей управления является повышение эффективности и прозрачности в деятельности по продажам компании. Стиль управления изменяется с жесткого на делегирование полномочий и наделение ответственностью исполнителей. Использование процессного подхода в управлении продажами особенно необходимо в тех компаниях, которые занимаются построением системы управления в аспекте регулярного менеджмента. Регулярный менеджмент применяется как отдельный и весьма специфический этап развития в жизненном цикле организации. Успешность компании при переходе на данный этап предполагает реализацию ряда конкретных, практических действий: формирование четких правил выполнения работ, т. е. их регламентацию, фиксацию этих правил в регламентирующих документах и концентрацию усилий на наиболее выгодных для компании продуктах, которые приносят большие объемы продаж и тем самым повышают конкурентоспособность компании, ее управляемость и показатели эффективности деятельности.

Несмотря на сложившееся мнение о том, что процесс продажи – это процесс вовлечения клиента в сферу интересов продавца с целью продажи товара и то, что процесс продажи достаточно технологичный, продажу нельзя сво-

дять к этапам и действиям, выделим возможные процессы, включаемые в управление продажами. К ним следует отнести прежде всего выбор самой продукции, удовлетворяющей потребности клиента. Следовательно, необходимо в процессе продажи убедить покупателя в преимуществах, которые данный продукт, услуга, идея могут предоставить ему в случае совершения покупки. Предваряет продажу информация, которую компания предоставляет клиенту о товаре. Важнейшим составляющим процесса продаж как для продавца, так и для покупателя является цена, а для покупателя еще и доставка товара, и послепродажное обслуживание. Несомненной составляющей процесса продаж является организация деятельности службы продаж. Управление продажами является очень сложным процессом, включающим сочетание самого процесса продажи и правильно выбранной технологии продаж; использование полного набора принципов, приемов и важных личностных навыков и умений, а также охватывающим широкий диапазон различных типов задач, которые решаются при продаже. Таким образом, преимуществом процессного подхода к управлению продажами является четкая рег-

ламентация деятельности в области продаж, ориентация исполнителей на результат, что отражается в том числе системами мотивации персонала службы продаж, более значительная операционная эффективность и результативность принятия решений в области продаж.

В целом знание, понимание и применение различных подходов к управлению продажами позволит компаниям создать оптимальную модель управления продажами, расширить товарный ассортимент, обеспечить выход на новые рынки, успешно функционировать на рынке для достижения бюджетных показателей по объему продаж и прибыльности компании.

1. *Фатрелл Ч.* Управление продажами. – СПб. : Издат. дом «Нева», 2004. – 640 с.

2. *Спиро Р. Л., Стэнтон У. Дж.* Управление продажами. – М. : Издат. дом Гребенникова, 2004. – 704 с.

3. *Джоббер Д., Ланкастер Дж.* Продажи и управление продажами : учеб. пособие для вузов. – М. : Юнити-Дана, 2002. – 622 с.

4. *Вертоградов В.* Управление продажами. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2011. – 236 с.

**ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ
МЕТОДИКИ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА***

**METHODOLOGY FOR ANALYSIS AND ASSESSMENT OF MANAGEMENT EFFICIENCY:
PROBLEMATIC ASPECTS**

Т.Д. Синявец

T.D. Sinyavets

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

М.Е. Глущенко, Ю.В. Шаляпина

M.E. Glushchenko, U.V. Ghalyapina

Омский государственный институт сервиса

Методики оценки эффективности менеджмента разрабатываются как специалистами в области менеджмента, так и экспертами в области экономического анализа. Для формирования методического подхода к анализу эффективности менеджмента в статье проведено упорядочивание множества научных разработок и достигнута их систематизация и классификация по ряду критериев, используемых в оценке. Это позволило выделить недостатки и преимущества, присущие каждой группе методик. Для получения обоснованных результатов по установлению уровня эффективности менеджмента организации, обладающих высоким уровнем достоверности, в статье определены направления дальнейшего совершенствования методики анализа и оценки его эффективности.

Methodologies for assessing management effectiveness are developed by specialists in the field of management and experts in the field of economic analysis. For the formation of methodological approach to the analysis of management effectiveness, the authors arranged a set of scientific research and reached its ordering and classification on a set of criteria used in the evaluation. The authors highlight the advantages and disadvantages associated with each approaches group. To obtain valid results to establish the level of effectiveness of the organization's management with a high level of confidence, the article identifies the areas for further improvement of the methods of analysis and evaluation of its effectiveness.

Ключевые слова: методика, методический подход, эффективность управления, экономическая эффективность, социальная эффективность, критерий, показатель.

Key words: method, methodical approach, management effectiveness, economic efficiency, social efficiency, criterion, index.

Методики оценки эффективности менеджмента с большей активностью стали разрабатываться в зарубежных странах с развитой рыночной экономикой с середины XX в., в российской экономической науке – с конца 1990-х гг. Исследование данной проблемы достаточно обширно, так как многие экономисты в своих работах обращаются к вопросам эффективности управления сложными объектами, в том числе хозяйственными организациями.

Для выбора методического подхода к оценке эффективности менеджмента организации при решении конкретных задач прикладного характера необходима систематизация и классификация существующих научных методик,

что позволит выявить их преимущества и недостатки. С этой целью в статье проведен обзор существующих на сегодняшний день методических подходов к оценке эффективности менеджмента, которые по типу применяемых критериев и показателей можно классифицировать следующим способом:

- методики на основе анализа стоимости капитала компании (рыночной капитализации);
- методики на основе анализа финансово-экономических показателей деятельности предприятия. Данную группу методик можно разделить следующим образом:

- а) методики, оценивающие состояние объекта и субъекта управления;

* Научно-исследовательская работа проведена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг. Номер государственного контракта 14.740.11.0561.

б) методики, оценивающие основные аспекты менеджмента;

в) методики, использующие наиболее значимые группы показателей (обобщающие и частные показатели экономической эффективности, социальной эффективности, показатели управленческой деятельности и т. д.);

– методики на основе применения единого обобщающего (интегрального) показателя эффективности менеджмента.

Яркий представитель менеджмента как науки П. Друкер в 1954 г. в работе «Практика менеджмента» определил несколько основных факторов успеха и эффективности компании: удовлетворение спроса со стороны потребителя, социальная ответственность, результативность работников, эффективность руководства, внутренняя производительность, настроение персонала, подготовка руководителей, операционная смета, нововведения.

Американские теоретики в области управления в ряду критериев стратегической (долгосрочной) эффективности системы менеджмента чаще других называли «степень ее адаптивности и гибкости». По данным Р. Стирза [1], эти критерии используют в 60 % случаев, почти вдвое чаще, чем любой другой критерий оценки эффективности. Важность адаптации к изменениям особенно возрастает в условиях роста нестабильности, неопределенности, конфликтности внешней среды организации.

П. Мотт в своих исследованиях отмечал, что адаптивность – это способность центров власти изменять сложившееся положение вещей [2, р. 14]. При этом автор выделяет два вида адаптации:

– символическая – способность организации заблаговременно выявлять проблемы, разрабатывать и своевременно принимать решения по их устранению, устанавливать новые методы и средства для обеспечения изменений;

– поведенческая – способность членов организации субъективно воспринимать, поддерживать и осуществлять осознаваемое изменение в работе организации.

Одним из важных самостоятельных видов адаптации П. Мотт называл гибкость – способность справиться с временными, непредсказуемыми перегрузками в работе организации. В своем исследовании государственных ведомств (НАСА, Госдепартамента США и др.) автор характеризовал их общую эффективность с помощью системы показателей: производительности – эффективности – адаптивности – гибкости.

Д. Гибсон с соавторами в работе «Организации: поведение, структура, процессы» (2000) предложили использовать:

– в краткосрочном периоде – показатели производительности, внутренней экономической эффективности и удовлетворения;

– в среднесрочном периоде – критерии адаптивности и развития организации;

– в долгосрочном – характеристики выживания организации.

McKelvy В. отмечал, что в подсистемах разных типов, применяемые критерии эффективности должны различаться. Роль критериев адаптивности и гибкости возрастает при усилении динамизма и неопределенности внешних условий. Существуют и другие ситуационные закономерности выбора критериев эффективности оценки организационных решений, адекватные условиям производства и управления, а также характеру поставленных задач [3].

В 1986 г. в работе американских исследователей Т. Питерса и Р. Уотермена «В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний)» выделено восемь признаков, которые делают предприятие лучшим и эффективным: ориентация на запросы потребителя, производительность каждого человека (сотрудника), приоритет конкретного действия, а не планирования и размышлений, самостоятельность и новационная предприимчивость сотрудников, включенность руководителя в дела персонала (единство целей коллектива), приверженность своему делу, простота формы и скромность штаба управления, свобода действий и жесткость одновременно (жесткость в отношении важных вещей, лояльность в остальном). Авторы признавали, что всё написанное ими в данной работе можно найти на тех или иных страницах «Практики менеджмента» П. Друкера.

Д. Скотт Синк в 1989 г. выделил семь факторов эффективности компании: действенность, экономичность, качество, производительность, качество трудовой жизни, прибыльность, нововведения, которые во многом идентичны вышеуказанным факторам успеха компании [4].

Существующие в настоящее время в странах развитой рыночной экономикой подходы к оценке эффективности менеджмента организации основаны, в большинстве своем, на анализе рыночной капитализации компании (оценке стоимости капитала). Кроме того, в мировой практике, в том числе российской, существуют некоторые базовые критерии, выступающие индикаторами эффективного менеджмента. В их числе можно выделить прозрачность финансовой отчетности, независимость менеджмента компании от финансово заинтересованных лиц и др. Как правило, эти индикаторы чаще всего применяются ведущими рейтинговыми агентствами (Fitch Ratings, Moody's, Standard

& Poog's, «Эксперт РА», Национальное рейтинговое агентство, АК&М и др.).

Условия функционирования российских компаний, а также факторы их стратегической стабильности, успешности и конкурентоспособности в существенной степени отличаются от западных моделей. В соответствии с этим и научные разработки по оценке эффективности управления адаптируются к российской специфике и отражают тем самым этап становления рыночных отношений.

В российской экономической науке и практике вопросы анализа и оценки эффективности управления в области экономического анализа и в сфере менеджмента исследуют две группы ученых и специалистов.

Эффективность менеджмента – сложная, многогранная категория. Она отражает характерные особенности экономических и социальных явлений, а также финансовых, производственных, психологических, экологических и других процессов, происходящих при осуществлении производственно-хозяйственной деятельности. Параметры, которые должны быть подвергнуты оценке, в первую очередь зависят от содержания, которое вкладывается в термин «эффективность управления» тем или иным исследователем.

Так, А.И. Пригожин в своей работе «Современная социология организации» отмечает: «Основным условием функционирования организации является ее управляемость. Это комплексный, интегральный показатель функционирования организации, эффективности управления ее» [5, с. 173]. Наиболее общим критерием управляемости автор называет соотношение между целями организации и достигнутыми результатами.

Аналогичной точки зрения придерживается В.Р. Веснин, считающий, что эффективность менеджмента характеризуется степенью достижения целей. Если поставленные цели полностью или частично достигнуты, деятельность считается эффективной [6].

А.В. Станишевский в статье «О выборе критерия эффективности управления» считает, что рыночная стоимость бизнеса является критерием эффективности управления, который в наибольшей мере способен дать интегральную оценку принимаемым управленческим решениям, так как позволяет учесть риски и инфляцию, операционные, инвестиционные и финансовые результаты деятельности.

В.А. Абчук в работах по менеджменту предлагает различать внутреннюю эффективность (экономичность управления) и внешнюю

(результативность менеджмента). Для оценки эффективности менеджмента автор использует показатели дохода, прибыли, рентабельности, а также коэффициенты эффективности деятельности компании (срок выплаты по счетам, запасы в дневной стоимости реализованных товаров, срок счетов кредиторов в днях закупки, основной капитал как процент продаж).

Е.Е. Вершигора отмечает: «Экономический эффект – это результаты труда человека в процессе производства материальных благ. Но эффект сам по себе недостаточно характеризует деятельность человека. Важно знать, какими затратами получен этот эффект, т. е. во что обошелся результат» [7, с. 261]. Исходя из этого, автор применяет затратный метод исчисления эффективности и предлагает основной критерий оценки управленческого труда – коэффициент эффективности – рассчитывать как соотношение результата (эффекта) деятельности организации и затрат управленческого труда. Следует отметить, что при использовании на практике приведенного выше коэффициента эффективности зачастую возникают некоторые трудности. В числителе логично брать результат деятельности не всей компании, а только управленческого персонала, так как прибыль, полученная в результате труда менеджеров, не совпадает с прибылью организации. Сложно также вычленить затраты на управление из общих затрат организации. В этой связи в практических расчетах главным критерием эффективности управления служит эффективность объекта управления, наиболее полно характеризующаяся показателями прибыли и рентабельности.

В научных исследованиях применяется и ресурсный метод оценки эффективности менеджмента, который предполагает соотношение общего (конечного) результата деятельности предприятия с величиной использованных ресурсов.

Ряд авторов (А.К. Семенов, В.И. Набоков, О.С. Виханский, А.И. Наумов, В.В. Лукашевич) эффективность менеджмента отождествляют с эффективностью производственной деятельности предприятия и считают, что социально-экономическая природа управленческой деятельности позволяет трактовать эффективность менеджмента как форму проявления эффективности общественного производства. Критерий эффективности производства выступает основным критерием эффективности менеджмента. Думается, что такой подход к исследуемой проблеме является несколько упрощенным.

Многие авторы трактуют понятие «эффективность управления» более широко и ёмко. Так, А.П. Балашов в научном издании «Основы менеджмента» определяет эффективность управления следующим образом:

- соотношение результатов управления и ресурсов, затраченных на их достижение;
- ресурсная результативность, полученная по итогам принятия и реализации управленческих решений;
- эффективность действий людей по достижению определенных целей.

Г.Б. Казначеская и И.Н. Чуев в работах по менеджменту понятие эффективности раскрывают следующим образом:

- способность достигать намеченных целей в запланированные сроки;
- цена ресурсов, затраченных на достижение цели;
- степень удовлетворения интересов различных групп и организаций.

В работе Л.И. Евенко «Системный подход к организации управления» предложено критерии оценки эффективности системы менеджмента объединить в три группы:

- а) оценка рациональности аппарата управления: информационной системы управления, коммуникационных критериев, показателей кадровой политики и уровня подготовки персонала;
- б) оценка потенциала системы управления: адаптивности, гибкости, способности к росту;
- в) оценка системы управления как поведенческой системы: уровня организационной морали, отсутствия конфликтов, степени мотивации работников, степени удовлетворенности сотрудников, текучести кадров, абсентизма.

Д.О. Ямпольская и М.М. Зонис считают, что эффективность менеджмента характеризуется оптимизацией затрат и увеличением результативности по следующим направлениям менеджмента:

- управление трудовыми ресурсами,
- управление производством,
- определение методов и структур управления [8].

В статье Г.В. Ковалишиной «Системный подход в оценке эффективности управления фирмой» выделены следующие направления оценки эффективности менеджмента:

- степень достижения цели,
- качество функционирования организации,
- экономичность организации,
- изменение в технологическом базисе производства,

- изменения в качестве рабочей силы,
- внешние социально-экономические условия.

Во многих работах общее понятие эффективности управления рассматривается через отдельные виды эффективности. Так, Д.О. Ямпольская и М.М. Зонис выделяют три вида эффективности управления:

- а) эффективность управления людьми,
- б) производственная эффективность,
- в) эффективность управления операционными системами [8].

В работах А.П. Балашова, В.В. Лукашевича, посвященных основам менеджмента, выделено четыре вида эффективности менеджмента: экономическая, организационная, социальная, экологическая. Каждый вид эффективности оценивается через набор показателей и критериев.

Как показывает практический опыт оценки эффективности управления, наибольшую трудность представляет использование неформализованных (качественных) показателей и критериев. В первую очередь к ним относятся показатели и критерии социальной, социально-экономической и социально-психологической эффективности менеджмента. Такие показатели могут быть определены с помощью экономической и статистической отчетности, анкетирования работников, метода экспертных оценок и др.

А.К. Семенов и В.И. Набоков предлагают оценивать социальную эффективность менеджмента с помощью нескольких групп показателей:

- а) показатели, характеризующие условия труда работников организации;
- б) показатели, характеризующие социально-бытовые условия работников организации;
- в) показатели социальной эффективности менеджмента, характеризующие квалификацию работников;
- г) показатели социальной эффективности менеджмента, характеризующие организацию и мотивацию труда.

Авторы подчеркивают, что некоторые из предложенных показателей определяются с известной степенью условности, другие вообще не могут быть выражены количественно.

При оценке социального аспекта эффективности зачастую предлагается оценить вклад менеджера в деятельность компании. Оценку деятельности менеджера проводят по двум направлениям: оценка эффективности труда менеджера и оценка качества менеджера.

Оценка эффективности труда менеджера состоит из следующих этапов:

- оценка личного вклада менеджера в деятельность организации;
- оценка эффективности использования рабочего времени менеджера;
- оценка результатов работы менеджера;
- оценка содержания труда менеджера.

При анализе эффективности управления большое внимание отводится рассмотрению личных качеств руководителя по следующим параметрам: психофизическим, деловым, профессионально-организаторским, наличию организационной культуры.

И.П. Дежкина и Г.А. Поташева в работе «Инновационный потенциал хозяйственной системы и его оценка» считают, что эффективность управления в большей степени определяется организационной структурой и организационным механизмом, существующим в рамках этой структуры. Авторы выделяют группу общих показателей эффективности управления:

- рентабельность управления,
- экономическая эффективность управленческой деятельности,
- объем продаж на 1 работника аппарата управления,
- затратноёмкость управления,
- затраты на содержание 1 работника управления,
- удельный вес затрат на содержание аппарата управления в общей структуре себестоимости,
- производительность труда производственного персонала,
- динамика оплаты труда управленческого персонала.

В статье В. Солдатова «Как повысить эффективность управления?» оценка эффективности системы управления осуществляется по функциям управления (сбор, обработка и предоставление информации, маркетинг, планирование, анализ и контроль финансово-хозяйственной деятельности, мотивация, стимулирование и воздействие на персонал, формирование управленческих решений). Для каждой зоны ответственности (функции) менеджмента автором предложены соответствующие индикаторы эффективности.

Многие авторы эффективность управленческой деятельности рассматривают с двух позиций: эффективность объекта управления (предприятия) и эффективность субъекта управления (системы управления). В.Р. Веснин подчеркивает: «Следует различать эффективность

организации (объекта управления) и эффективность системы (субъекта) управления. Эффективность объекта управления – соотношение показателей эффекта (результата хозяйственной деятельности) и затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов на его достижение» [6, с. 215].

Для оценки эффективности производства (объекта управления), как правило, предлагается использовать как обобщающие показатели, характеризующие конечные результаты, так и частные показатели использования отдельных видов ресурсов (труда, основных фондов, инвестиций). Обобщающие показатели отражают результат хозяйственной деятельности и управления в целом. Однако в научном сообществе нет единого мнения, что принять в качестве обобщающего критерия экономической эффективности. Выделяют следующие обобщающие показатели эффективности управления: объем производства, прибыль, рентабельность, ликвидность, уровень затрат на 1 рубль доходов и т. д., так как они отражают результат хозяйственной деятельности и управления в целом.

Через использование только обобщающих показателей невозможно в полной мере характеризовать эффективность и качество управления ресурсами. В этих целях используют частные показатели: для оценки эффективности использования трудовых ресурсов применяется показатель темпа роста производительности труда, материальных – материалоемкость продукции, основных фондов – фондоотдача.

Эффективность управленческой системы (субъект управления), как правило, оценивается количественными показателями (экономическая эффективность управленческого труда) и качественными показателями (социальная эффективность).

К количественным показателям относятся: экономия живого труда в управлении, сокращение расходов на управление, сокращение продолжительности циклов управления в результате внедрения информационных технологий, организационных процедур.

Качественные показатели эффективности системы управления: повышение научно-технического уровня управления, квалификации менеджеров, уровня обоснованности принимаемых решений, формирование организационной культуры, удовлетворенность трудом, завоевание общественного доверия, усиление социальной ответственности, экологические последствия и т. д.

Особый подход к оценке эффективности управления состоит в применении единого ин-

тегрального показателя, который рассчитывается на основе нескольких частных показателей. Н.И. Кабушкин в 1998 г. в научном исследовании «Основы менеджмента» предложил использовать интегральный показатель эффективности управления, основанный на соотношении управленческих затрат предприятия и показателей оснащенности и эффективности использования основных и оборотных фондов.

В работе «Эффективность работников управления» Г.В. Моисеев с соавторами предлагают рассчитывать такой показатель на основе ряда коэффициентов, характеризующих выполнение производственного нормированного задания, качество работы и т. д.

В.И. Плаксин и Т.К. Хремли для оценки эффективности управления используют комплексный показатель эффективности труда, который представляет собой интегральную величину показателей эффективности использования предметов труда, средств труда на стадиях управления [9].

В статье Е.М. Паневиной «Оценка эффективности управления предприятием с помощью интегрального критерия» предложена методика оценки эффективности управления, базирующаяся на расчете интегрального критерия, представляющего собой объединенную в единое числовое значение совокупность коэффициентов. В качестве основных характеристик рационального управления предприятием автор использует коэффициенты, представляющие собой отношение всех видов прибыли к выручке от реализации товаров, продукции, работ, услуг. В качестве интегрального критерия (комплексного показателя эффективности управления) выступает интеграл, величина которого численно равна площади фигуры, ограниченной осью абсцисс, осью ординат и графиком интегрируемой функции.

Л.Т. Гиляровская в работах по комплексному экономическому анализу хозяйственной деятельности предлагает давать комплексную оценку эффективности управления на основании единого критерия, в расчет которого принимаются показатели:

- объем реализации продукции на одного работника управления;
- чистая прибыль, приходящаяся на одного работника управления;
- стоимость основных производственных фондов, приходящаяся на одного работника управления;
- численность производственных работников (основных рабочих), приходящихся на одного работника аппарата управления.

Критерий эффективности вычисляется путем извлечения интеграла из произведений темпов роста указанных показателей.

Д.В. Лысенко предлагает анализ уровня управления проводить по двум направлениям:

- анализ организационной структуры управления,
- анализ технической оснащенности и методов управления.

При проведении анализа организационной структуры управления исследуется состояние управления через расчет следующих показателей:

- коэффициент обеспеченности управленческими кадрами в целом и по отдельным функциональным группам;
- удельный вес работников управления в общем составе работающих;
- коэффициент управляемости;
- степень централизации управленческих функций.

В ходе анализа технической оснащенности и методов управления автор использует коэффициент эффективности управления, вычисленный по затратному методу и отражающий насколько эффективны применяемые в организации методы управления, показатели доли управленческой техники, механизации и автоматизации управленческого труда, оценивает систему мотивации персонала в компании через существующую систему премирования [10].

Б.И. Герасимов в монографии «Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации» кроме двух вышеупомянутых направлений в анализе организационного технического уровня производства выделяет отдельное направление исследований «Анализ состава и организации труда работников управления», которое включает:

- а) оценку квалификационного состава работников управления;
- б) характеристику процессов управления, функций управления, документов, схем документооборота;
- в) загруженность и условия труда работников аппарата управления.

А.Д. Шеремет, используя комплексный подход к проведению анализа, предлагает анализ эффективности управления осуществлять по следующим направлениям:

- анализ обобщающих показателей уровня и эффективности управления;
- уровень научной организации труда в аппарате управления и степень внедрения внутреннего хозрасчета;

- структуру производства и управленческого труда;
- сменность работы;
- качество претензионной работы;
- стабильность и сбалансированность плановых заданий, лимитов и экономических нормативов;
- факторы внешней среды и степень применения их в управлении [11].

Проанализировав имеющиеся в широкой научной печати немногочисленные исследования по проблемам анализа эффективности управления, можно отметить, что ученые-аналитики рассматривают эти вопросы в рамках анализа организационно-технического уровня и условий производства. Таким образом, данный аспект анализа отделен от анализа эффективности деятельности организации и, следовательно, не содержит показателей, отражающих общую результативность и эффективность производственно-хозяйственной деятельности компании.

Думается, что для получения цельного знания об уровне эффективности управления хозяйственной деятельностью экономического субъекта необходим комплексный анализ большинства аспектов управленческой деятельности, влияющих на результативность финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Именно комплексный анализ является базой для обоснования и принятия рациональных управленческих решений.

Наиболее полно разработанный и обоснованный комплексный подход к анализу эффективности управленческой деятельности предложен Д.А. Ендовицким в работе «Комплексный экономический анализ деятельности управленческого персонала». Автор считает, что при анализе эффективности управленческой деятельности обязательно должны быть учтены корпоративные интересы. Поэтому эффект от деятельности управленческого персонала выражает через взаимосвязь трех групп показателей, которые характеризуют функционирование различных уровней менеджмента:

- а) корпоративные, характеризующие эффект от деятельности топ-менеджмента организации;
- б) синтетические, характеризующие эффект от деятельности всего аппарата управления;
- в) частные, характеризующие эффективность индивидуального труда сотрудника управления.

В первую группу включены показатели уровня капитализации, величины дивидендов,

приходящихся на одну акцию, динамики роста рыночной стоимости компании, коэффициент эффективности работы топ-менеджмента, отражающий обоснованность выплат вознаграждений топ-менеджерам компании.

Вторая группа показателей достаточно разработана отечественными представителями экономических школ и включает показатели, характеризующие эффективность деятельности самой организации и эффективность управленческого персонала.

Для определения эффективности индивидуального труда сотрудника управления (третья группа показателей) автор предлагает использовать экспертную оценку деятельности управленческих сотрудников, позволяющую установить профессиональные компетенции персонала.

Несомненным преимуществом данного методического подхода к анализу эффективности управленческой деятельности является комплексная оценка достигнутого уровня эффективности, полученная с учетом количественных и качественных параметров. К объективно существующим недостаткам можно отнести трудности в оценке неформализованных критериев эффективности управления, сложность определения общего уровня эффективности по совокупности многих критериев и индикаторов.

Проведя подробный обзор и систематизировав существующие методические подходы к анализу и оценке эффективности управленческой деятельности, предлагаем их классификацию, представленную в таблице.

Обширное теоретическое научное исследование существующих подходов к анализу и оценке эффективности менеджмента позволяет констатировать, что в данном вопросе не сформирована единая аналитическая концепция, и общепризнанных и общепринятых показателей и критериев оценки эффективности управления не установлено.

Существующие научные разработки в большинстве своем посвящены вопросам оценки эффективности менеджмента на основе количественного анализа множества показателей и индикаторов, характеризующих различные аспекты деятельности компании, и представляют собой попытку многокритериальной оценки эффективности управления. Множественная совокупность оценочных критериев не позволяет оперативно отслеживать динамику изменения уровня эффективности менеджмента.

Классификация подходов к оценке эффективности управления

Авторы	Характеристики методического подхода		
	Используемые критерии	Преимущества	Недостатки
Друкер П.; Мотт П.; Гибсон Д.; Питерс Т. и Уотермен Р.; Синк Д.С.; Пригожин А.И.; Веснин В.Р.; Евенко Л.И.	1. Выделены основные признаки, факторы успешности компании и эффективности системы управления	Выделены ключевые характеристики, в наиболее общем, глобальном смысле определяющие эффективность управления	Не проработаны вопросы оценки выделенных характеристик, не предложен инструментарий оценки, отсутствует практическая возможность оценить ключевые аспекты и измерить уровень эффективности управления
Станишевский А.В.; Сиваченко В.С.	2. Показатели рыночной капитализации (стоимости капитала)	Использование общепринятых критериев – объективных индикаторов эффективности деятельности в условиях развитой рыночной экономики и фондового рынка	Неточность публикуемых сведений о результатах деятельности компаний в российской экономике, сложность расчетов, невозможность точного исчисления стоимости ряда источников, невозможность применения для предприятий-неэмитентов
Солдатов В.; Абчук В.А.; Ямпольская Д.О. и Зонис М.М.; Гиляровская Л.Т.; Любушин Н.П.	3. Отдельные показатели экономической эффективности	Использование традиционных показателей, установленный порядок их расчета, доступность информационной базы	Ограниченность оценки эффективности управленческой деятельности экономическим аспектом управления
Балашов А.П.; Казначеская Г.Б. и Чуев И.Н.; Семенов А.К. и Набоков В.И.; Лукашевич В.В.; Вершигора Е.Е.; Герасимов и др.; Шеремет А.Д.; Ковалишина Г.В.; Лысенко Д.В.; Ендовицкий Д.А.	4. Показатели основных аспектов и видов эффективности, генерируемых управленческой деятельностью	Применение системного подхода к управлению, отражение управленческой деятельности с позиции комплексного экономического анализа с применением формализованных и неформализованных критериев	Сложность установления уровня эффективности на основе множества количественных и качественных характеристик, непроработанность механизма получения качественных показателей, отсутствие информационного обеспечения проводимых процедур
Кабушкин Н.; Гиляровская Л.Т.; Паневина Е.М.; Дежкина И.П. и Поташева Г.А.	5. Обобщающий (интегральный) критерий	Обобщенная количественная оценка уровня эффективности управления, однозначная интерпретация полученных результатов	Отсутствие в оценке существенных аспектов управленческой деятельности (экологических, социальных, психологических)

Кроме того, по результатам проведенного исследования можно отметить, что в методиках российских ученых ключевое значение имеет аспект экономической эффективности, в рамках которого рассматривается целая совокупность показателей и критериев, как обобщающих (результативных и финансовых), так и частных (отражающих эффективность использования имеющихся ресурсов). Качественные критерии социальной и социально-психологической эффективности не являются основными

и занимают второстепенную роль в сложной системе показателей эффективности менеджмента российских компаний.

Таким образом, в российских разработках прослеживается «технократический» подход к управлению, в рамках которого предприятие рассматривается как система по переработке ресурсов и получению продукции. Критерий успешности предприятия в этом случае – получение намеченного объема прибыли. Аспекты оценки социальной, социально-экономической

кой, социально-психологической эффективности проработаны недостаточно, никак не оговаривается механизм их оценки либо данные показатели не входят в систему анализируемых критериев и индикаторов. Это приводит к тому, что на практике качественные, неформализованные критерии управления никак не анализируются и не учитываются при оценке эффективности управленческой деятельности, что, в свою очередь, значительно искажает получаемые результаты и затрудняет выявление резервов повышения эффективности менеджмента и деятельности самого предприятия.

Проанализировав методический подход к оценке эффективности управления через расчет единого (интегрального) критерия, можно отметить, что главным его преимуществом перед ранее рассмотренными является получение в качестве результата обобщающей количественной оценки уровня эффективности управления. Однако стоит отметить, что в этом случае применяется очень ограниченный набор анализируемых и оцениваемых параметров, не рассматриваются многие существенные аспекты управленческой деятельности, влияющие на результативность и эффективность деятельности предприятия.

Подвергнув критическому анализу рассмотренные научные разработки, авторы данного исследования пришли к выводу, что ни один из существующих подходов к анализу и оценке эффективности управленческой деятельности не может считаться методикой оценки (анализа и оценки) в строгом смысле этого понятия, так как методика – это некий алгоритм процедур для проведения каких-либо нацеленных действий, содержащий ряд обязательных элементов: должны быть сформулированы цели, выделены задачи, определена последовательность проведения аналитических и оценочных процедур, разработан инструментальный анализ и оценки (приемы, методы и способы), разработана система оценочных средств (показателей и критериев), описан порядок расчета применяемых показателей, определена и сформирована информационная база для них, разработан механизм управления уровнем оценки. Частью методики оценки будут являться выделенные и упорядоченные этапы анализа и оценки с методами, приемами и способами их выполнения.

Все рассмотренные выше научные изыскания представляют собой лишь перечень направлений исследований или, в лучшем случае, набор показателей и критериев, с помощью которых можно проводить оценку эффективности

менеджмента. Остальные элементы методики авторами упущены и не разработаны. Таким образом, предлагаемые в научной литературе механизмы оценки эффективности менеджмента на практике остаются неработающими: нерешены вопросы как измерить предложенные показатели и критерии, как трактовать их значения, как получить итоговый результативный показатель эффективности менеджмента, как провести сравнение по нескольким разным объектам наблюдения и т. д.

Можно констатировать, что на данном этапе развития российской экономической науки необходимо совершенствовать существующие системы оценки эффективности менеджмента с учетом критериев социальной, социально-экономической, социально-психологической, экологической эффективности.

По результатам проведенных исследований определены следующие направления дальнейшего совершенствования методики анализа и оценки эффективности управления в целях получения обоснованных и максимально достоверных результатов по определению уровня эффективности менеджмента:

- 1) сформировать все обязательные элементы методики анализа и оценки экономических явлений и процессов (цель, задачи, последовательность, информационное обеспечение, приемы и способы обработки информации);
- 2) исходя из многокритериальной и мультиаспектной сущности понятия «эффективность управления» применить комплексный подход к оценке данной экономической категории;
- 3) при разработке методики анализа и оценки эффективности управления преодолеть сложившийся в российской экономической науке «технократический» подход к управлению.

1. *Steers T.* Problems in the management of organizational effectiveness // *Administrative Science Quarterly*. – 1975. – Dec. – P. 549.

2. *Mott P.* The Characteristics of effective organizations. – N.Y., 1972.

3. *McKelvy B.* Toward more comprehensive organization design objectives // *The Management of organization design. Research and Methodology*. – Amsterdam, 1976. – Vol. 2.

4. *Синк Д. С.* Управление производительностью: планирование, измерение, оценка, контроль и повышение. – М. : Прогресс, 1989. – 528 с.

5. *Пригожин А. И.* Современная социология организаций. – М. : Интерпакс, 1995. – 295 с.

6. *Веснин В. Р.* Основы менеджмента : учебник. – М. : Проспект, 2011. – 320 с.

7. *Вершигора Е. Е.* Менеджмент : учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 283 с.

8. *Ямпольская Д. О., Зонис М. М.* Менеджмент. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 427 с.

9. *Плаксин В. И., Хремли Т. К.* Проблемы оценки и стимулирования эффективности управленческой деятельности. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 367 с.

10. *Лысенко Д. В.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник для вузов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 320 с.

11. *Шеремет А. Д.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник для вузов. – 2-е изд. испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 416 с.

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ: ТЕХНОЛОГИЯ ВНЕДРЕНИЯ И СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕДУР

ELECTRONIC DOCUMENT FLOW: IMPLEMENTATION TECHNOLOGY AND OPTIMIZATION PROCESS OF BUSINESS-PROCEDURES

В.И. Федяинова, Т.Н. Сысо

V.I. Fedayainova, T.N. Syso

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматриваются вопросы оптимизации документооборота в группе взаимосвязанных компаний. Проведен анализ документооборота, исследованы маршруты движения, выявлены наиболее типичные бизнес-процедуры, разработана программа внедрения электронного документооборота, выполнен расчет экономического эффекта от его внедрения.

The article considers the questions of optimization the workflow for interconnected companies group. The analysis of flow of documents is carried out, movement routes are investigated, the most typical business procedures are revealed, the program of introduction of electronic flow of documents is developed, calculation of economic effect of its introduction is executed.

Ключевые слова: документооборот, электронный документооборот, оптимизация документооборота, маршруты движения документов, графика документооборота, бизнес-процедуры, программа внедрения, экономический эффект.

Key words: flow of documents, electronic flow of documents, optimization of flow of documents, routes of movement of documents, graphics of flow of documents, business-procedures, introduction program, economic effect.

Документооборот – это кровеносная система организации: любая деятельность находит отражение в документах, будь то управление, финансы или производство. Часто только оптимизация документооборота позволяет существенно улучшить качество процессов. Кроме того, научившись видеть места потенциальных улучшений в процессах документооборота, легко можно транслировать этот опыт на бизнес-процессы компании.

Документы являются информационной основой организации и заключают в себе около 80 % всей информации, обращающейся в организации. Документооборот упорядочивает обмен этой информацией между отдельными работниками и различными подразделениями.

По данным Siemens Business Services:

- 1) 30 % времени рабочих групп тратится на согласование и поиски различной информации и документов;
- 2) 6 % документов теряются без возможности их дальнейшего восстановления;
- 3) подавляющее большинство внутренних документов организаций копируется в среднем до 20 раз (на одной из конференций было уста-

новлено что имеет место 3-кратное снижение затрат на расходные материалы для устройств печати цифровой информации и копировальной техники после внедрения системы электронного документооборота);

4) внедрение системы электронного документооборота на 20–25 % повышает производительность труда сотрудников организации;

5) стоимость архивного хранения электронных документов на 80 % ниже в сравнении с бумажным [1].

Повышение эффективности работы с документами в организации непосредственно сказывается на эффективности выполнения организацией своих функций и повышении ее конкурентоспособности на рынке.

В последнее десятилетие офисная автоматизация привела к революционным изменениям в области работы с документами. Лица, принимающие решения, стали непосредственными участниками технологий делопроизводства и документооборота, начиная с момента создания документа и вплоть до контроля его исполнения и работы с документальным архивом. В этой связи требует пересмотра сложив-

шийся стереотип отношения к системам документационного управления как к средству повышения эффективности труда делопроизводственного персонала. Теперь система электронного документооборота является ключевым инструментом непосредственной деятельности лиц, принимающих решения.

Посредством использования преимуществ электронного документооборота возможным становится оптимизация бизнес-процессов, в осуществлении которых задействованы группы документов. Использование процессного подхода при определении направлений автоматизации документооборота позволяет оценить качество существующих бизнес-процессов и определить возможные пути оптимизации, исключая дублирование ввода информации, обеспечивая должное качество информации, ее актуальность и своевременность доставки адресату.

Электронный документооборот обеспечивает в полном объеме своевременной информацией сотрудников организации для выполнения ими возложенных на них функций и обязанностей. Среди выделяемых видов документопотоков (входящего, исходящего и внутреннего) маршруты движения внутренних документов являются наименее регламентированными. Реализация преимуществ электронного документооборота возможна при соблюдении бизнес-требований и требований к программному обеспечению. Практические аспекты внедрения систем электронного документооборота в организациях, функционирующих в различных отраслях хозяйственной деятельности, в научных исследованиях не затронуты вследствие отраслевой и организационной специфики внутреннего документооборота для каждой конкретной компании.

Анализ состояния группы компаний «Арсенал безопасности» как объекта исследования показал, что холдинг активно развивается и расширяет сеть своих филиалов. На практике существование восьми организаций, входящих в группу компаний и функционирующих, как единое целое, приводит к необходимости создания единого информационного пространства. Рост численности персонала, а также ведение делопроизводства восьми организаций одним и тем же сотрудником приводит к таким проблемам, как высокая загруженность данного должностного лица и появление существенных потерь трудового времени. Ответственным лицом, ведущим учет документов, является офис-менеджер, по совместительству выполняющий функции кадрового учета. В функции офис-менеджера относительно работы с доку-

ментами входит ведение журналов регистрации документов для всех восьми компаний, оформление документов, сопровождение документов для подписи.

Проведенный анализ информационного обеспечения управления и документооборота в группе компаний «Арсенал безопасности» осуществлялся по определенной программе исследования, включающей следующие основные направления:

1. Проведение анализа информационной среды и программного обеспечения управленческой деятельности.
2. Проведение опроса персонала методом стандартизированного интервью по оценке качества информационного обеспечения и организации документооборота на предприятии.
3. Анализ существующего документооборота.
4. Построение маршрутов движения документов.
5. Выделение бизнес-процессов, подлежащих автоматизации.

Анализ информационной среды и программного обеспечения управленческой деятельности был проведен методом наблюдения и интервьюирования работников группы компаний «Арсенал безопасности». В результате анализа были выявлены следующие программные продукты, задействованные в повседневной работе: 1С Бухгалтерия, 1С ЗУП, 1С ТИС, приложения Microsoft Office, в частности Outlook, E-mail, Корпоративный сайт, Корпоративный портал. Помимо этого, в формировании информационной среды организации играют важную роль личные контакты.

Корпоративный сайт выступает в роли информационного поля, содержащего в себе справочную информацию такого типа, как реквизиты компании, телефоны филиалов, сведения о продуктах компании, информация о поставщиках, дилерах и представителях.

Корпоративный портал играет связующую роль в информационной среде компании, так как данный продукт позволяет интегрировать в его работу все вышеназванные используемые продукты. Говоря о функциональном предназначении корпоративного портала, можно выделить следующие аспекты:

- индикатор наглядного функционирования компании,
- инструмент управления корпоративным духом,
- инструмент мгновенной связи,
- инструмент обратной связи,
- инструмент обучения,

– инструмент оптимизации документооборота компании.

В ходе проведения опроса персонала методом стандартизированного интервью по оценке качества информационного обеспечения и организации документооборота на предприятии было выяснено следующее:

1. На текущем этапе персонал положительно отзывается о возможности оформлять документы в электронном виде. Ранее тратилось много времени и усилий на согласование и утверждение документов.

2. Персонал положительно оценивает работу корпоративного портала как средства делового общения и инструмента построения деловых связей.

3. Персонал не в полной мере осведомлен о возможностях корпоративного портала и вследствие этого не пользуется всеми доступными функциями.

4. Наиболее интересными и перспективными направлениями оптимизации документооборота, по мнению сотрудников, становятся те бизнес-процессы, которые характеризуются высокой повторяемостью и наличием большого числа задействованных лиц.

В соответствии с программой исследования был проведен анализ существующего документооборота группы компаний «Арсенал безопасности». В ее составе 8 организаций. Документооборот этих компаний тесно взаимосвязан.

В целях анализа существующего документооборота были составлены списки

– существующих видов документов в организации;

– сотрудников, ответственных за создание документов;

– сотрудников, визирующих, подписывающих, утверждающих документы, регистраторов документов.

Также было проведено обследование каждого вида документа, описана технология документирования, показаны условия движения документов, схема движения документов, описан способ регистрации, определен перечень документов, которые необходимо контролировать, составлены алгоритмы движения документов (оперограммы).

Анализ типов документов, обращающихся внутри организации, позволил выделить следующие основные группы: приказы, распоряжения, заявления, планы и отчеты, акты, протоколы, договоры, уставы, инструкции, заявки, справки, докладные, объяснительные записки, служебные письма, платежные требования и поручения. За подготовку конкретного докумен-

та, как правило, отвечает определенное должностное лицо, но при вступлении в юридическую силу части из них требуется участие нескольких лиц, что увеличивает время подготовки данных документов. Именно при работе с такими группами документов актуальным становится вопрос оптимизации документооборота и перевода его в электронную форму.

Анализ движение документов позволяет составить график документооборота, представляющий собой алгоритм движения документов, позволяющий наглядно увидеть создаваемые документы при реализации бизнес-процедур, основания для создания документов, авторов документов, срок исполнения, количество экземпляров, согласующих и подписывающих лиц, утверждающих лиц и тех, кто обязан ознакомиться с документами. Анализ графика документооборота позволяет сделать вывод о том, что часть документов требует неоднократных процедур подписания, согласования и утверждения. В связи с этим период вступления в силу данных документов характеризуется достаточно высокой продолжительностью.

В ходе оценки бизнес-процессов, операций, действий, влекущих за собой создание документов, были выделены те, которые по «повторяемости» и «числу задействованных лиц» набрали наибольшее число баллов. К ним относятся: оформление командировки, оформление отгула, приказы, служебные записки, заявки на материалы/услуги. Таким образом, можно сделать вывод, что оптимизация документооборота будет осуществляться через работу с данными группами документов.

В ходе исследования были изучены маршруты движения документов при осуществлении повторяющихся бизнес-процессов и составлены логические блок-схемы (оперограммы).

На рис. 1 представлена схема оформления командировки.

По факту возвращения из командировки происходит дальнейшее оформление документов (см. рис. 2).

Как видно из блок-схемы, оформление командировки влечет за собой создание нескольких документов:

– заявление на командировку, требующее согласования с руководителем подразделения и генеральным директором;

– служебная записка, на основании которой выдается аванс бухгалтерией, предоставляются билеты, назначается исполняющий обязанности;

– по возвращении из командировки формируется авансовый отчет, утверждаемый бухгалтерией и генеральным директором.

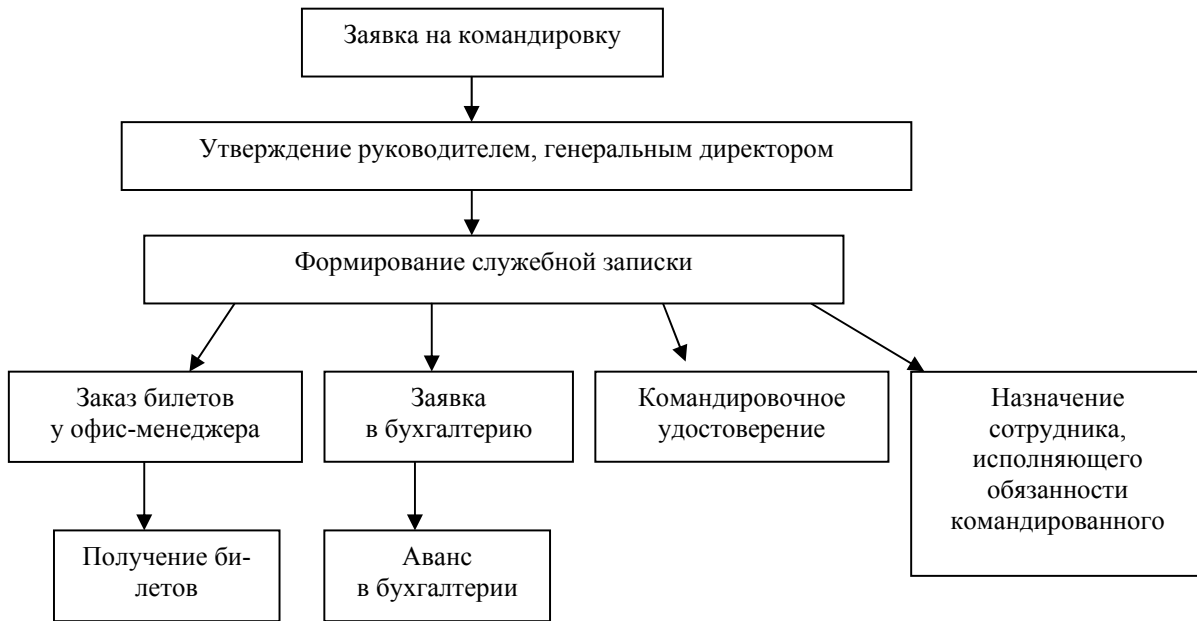


Рис. 1. Оформление командировки



Рис. 2. Оформление документов по возвращению из командировки

Выделим действующих лиц при подаче заявления на командировку.

1. Создатель документа – работник, занимающий определенную должность.
2. Лицо, утверждающее документ – руководитель подразделения, генеральный директор.
3. Регистратор – офис-менеджер.

Результаты диагностики информационного обеспечения и документооборота компании показывают, что сотрудники и руководство компании положительно оценивают перспективы внедрения электронного документооборота, первые попытки перевода документов в электронную форму можно оценить как положительные. В соответствии с графиками движения документов наиболее перспективными для перевода в электронную форму являются

следующие бизнес-процедуры: командировки, отгулы, служебные записки, заявки, приказы.

Анализ состояния группы компаний «Арсенал безопасности» показал, что холдинг активно развивается, расширяет сеть филиалов, ведет новые разработки систем оповещения и видеонаблюдения. В связи с ростом численности персонала и функционированием нескольких организаций как единого целого существует необходимость создания единого информационного пространства.

Анализ организации документооборота в группе компаний позволил выявить высокую загруженность офис-менеджера, отвечающего за создание, сопровождение и регистрацию документов всех организаций, входящих в группу компаний, а также ведение восьми журналов регистрации документов.

Анализ составленного графика документооборота, наглядно демонстрирующего алгоритмы создания и маршруты движения документов, позволил сделать вывод о том, что часть документов характеризуется большим числом подписаний, согласований и утверждений. В связи с этим необходимым становится пересмотр маршрутов движения документов в целях снижения периода их создания и вступления в юридическую силу.

Одним из возможных путей решения данных проблем становится внедрение электронного документооборота. На момент проведения исследования в организации были приняты первые попытки частичного внедрения электронного документооборота на основе автоматизации бизнес-процедуры «отпуска» посредством использования программного продукта «1С Битрикс: Корпоративный пор-

тал». Данное нововведение было положительно оценено сотрудниками и руководством компании. Нововведение носило обособленный характер, отсутствовал план последующей автоматизации бизнес-процедур. Результаты интервьюирования и анкетирования показали, что наиболее предпочтительными бизнес-процедурами для перевода в электронную форму являются те, в ходе оформления которых имеют место неоднократные процедуры подписания, согласования, утверждения.

Программа внедрения электронного документооборота включает в себя план-график внедрения (таблица 1) с указанием сроков, исполнителей, обязанностей; график документооборота; оптимизированные схемы и оперограммы движения документов; инструкции и регламенты для сотрудников.

Таблица 1

План работ по внедрению электронного документооборота

<i>Этап</i>	<i>Ответственное лицо</i>	<i>Сроки</i>
Внесение информации о сотрудниках на корпоративный портал	Специалист по контроллингу*	Январь 2012
Оформление процедур «Отгулы» и «Командировки» в цифровом виде с использованием электронной цифровой подписи	Специалист по контроллингу – разработка процессов; программист – оформление в цифровом виде	Январь–февраль 2012
Написание инструкций для работы пользователей с процедурами «Отгулы» и «Командировки»	Специалист по контроллингу	Январь–февраль 2012
Уведомление сотрудников об изменениях, происходящих на корпоративном портале	Специалист по контроллингу	Февраль 2012
Отображение кадровых изменений на корпоративном портале	Программист	Март 2012
Внедрение оформления процедур «Приказы», «Служебные записки», «Электронные заявки» в цифровом виде с использованием ЭЦП	Специалист по контроллингу – разработка процессов; программист – оформление в цифровом виде	Март–апрель 2012
Написание инструкций для работы пользователей с процедурами «Приказы», «Служебные записки», «Электронные заявки»	Специалист по контроллингу	Март–апрель 2012
Уведомление сотрудников об изменениях, происходящих на корпоративном портале	Специалист по контроллингу	Апрель 2012
Внедрение оформления журналов входящей/исходящей документации на портале в цифровом виде с использованием ЭЦП	Программист	Май 2012
Написание инструкций для работы пользователей (пользователь – офис-менеджер) с электронными журналами входящей/исходящей документации	Специалист по контроллингу	Май 2012
Уведомление сотрудников (офис-менеджера) о внедрении электронных журналов входящей/исходящей документации	Специалист по контроллингу	Май 2012

* Контроллинг (controlling) — внутрифирменная система интегрированного информационного обеспечения планирования и контроля.

Создаваемые блок-схемы позволяют управлять движением информации от адресата к получателям. Пример скорректированной блок-

схемы по бизнес-процедуре «Командировки» представлен на рис. 3.

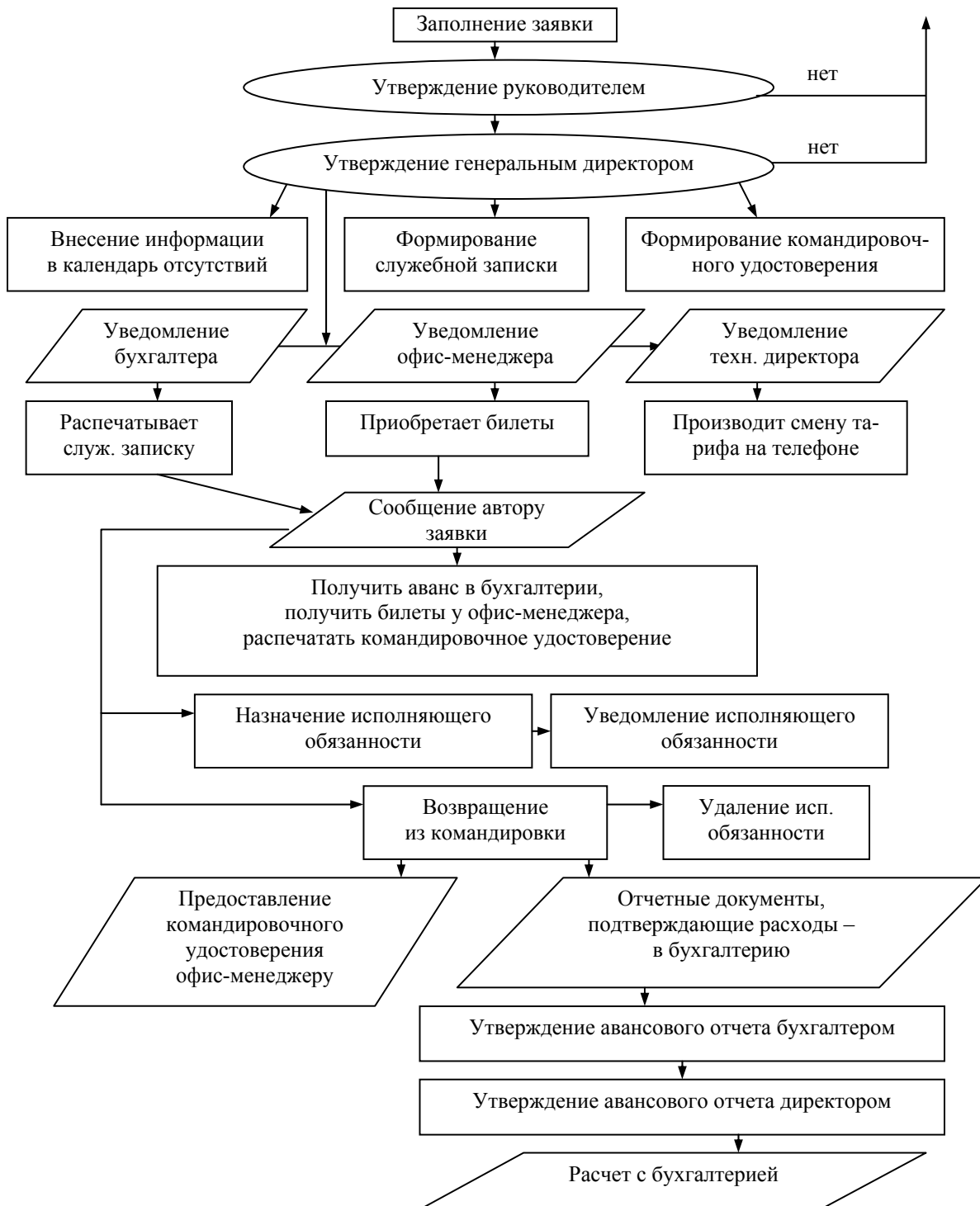


Рис. 3. Блок-схема «Командировки»

Заполнение заявки для обычного пользователя будет происходить в упрощенном виде посредством заполнения стандартной формы, в которой необходимо указать: даты начала и окончания командировки; место назначения (страна, город); задание на командировку; ис-

полняющий обязанности; руководитель группы; гостиница (количество дней); гостиница (цена, руб. в день); суточные (количество дней); суточные (руб. в день); проезд (цена, руб.); услуги связи (цена, руб.); упаковка багажа (цена, руб.); представительские расходы (цена, руб.).

После заполнения заявки приходит сообщение прямому руководителю сотрудника с целью подтверждения и утверждения заявки, затем заявка уходит на утверждение генеральному директору. Утверждение происходит путем нажатия на соответствующую экранную кнопку.

При этом сотрудник может следить за прохождением заявки. В специальной вкладке будет отображаться история, время изменения состояния и текущий этап бизнес-процесса.

Как только заявка получила одобрение вышестоящего руководства, автоматически происходит внесение информации в «календарь отпусков», где будут отображаться сроки отсутствия и место назначения, автоматически создается служебная записка и командировочное удостоверение. После этого рассылаются уведомления бухгалтеру (распечатать служебную записку), офис-менеджеру (приобрести билеты) и техническому директору (сменить тариф на служебном телефоне). Как только данные задачи переходят в статус выполненных, автору приходит сообщение о необходимости получить аванс в бухгалтерии, забрать билеты у офис-менеджера и распечатать командировочное удостоверение.

Одновременно с этим происходит назначение исполняющего обязанности отсутствующего сотрудника и его уведомление о сроках и функциональных обязанностях.

По возвращению из командировки сотрудник обязан нажать соответствующую кнопку и это переводит бизнес-процесс «командировки» в заключительную стадию.

Сотрудник обязан предоставить командировочное удостоверение офис-менеджеру, а отчетные документы, подтверждающие расходы, – бухгалтеру.

Если часть расходов невозможно подтвердить посредством отчетных документов, сотрудник обязан предоставить служебную записку, в которой будет подробно изложена причина неподтвержденных расходов. Затем происходит утверждение авансового отчета главным бухгалтером и генеральным директором. Как только утверждения будут получены, сотрудник может совершить окончательный расчет с бухгалтерией.

Таким образом, мы видим, что реализация процессного подхода при использовании электронного документооборота позволяет оптимизировать не только цепочку движения документов, но и учесть те факторы, которые оказывают значительное влияние на реализацию бизнес-

процесса, на работу с целой группой документов, задействованных в процессе. Например, при реализации бизнес-процедуры «Командировки» важным нюансом становится не просто создание командировочного удостоверения, но и возможность электронного заказа билетов, смена тарифов, учет в графике отпусков и замещений. Большим преимуществом является наглядность статуса прохождения заявки.

Использование процессного подхода при определении направлений автоматизации формирования и движения документов видоизменяет роль документооборота, которая усложняется и перерастает из способа передачи и хранения документов в инструмент эффективного использования информации. Внесенная отправителем информация преобразуется автоматически, и каждый адресат вовремя получает информационные сообщения в видоизмененной форме. Процессный подход позволяет документообороту решать те задачи, на которые ранее он не был ориентирован, происходит расширение функций и возможностей использования документооборота.

Автоматизация электронного документооборота дает организации следующие преимущества:

- 1) физическое освобождение пространства;
- 2) снижение издержек на копирование;
- 3) снижение издержек на доставку информации в бумажном виде;
- 4) снижение издержек на ресурсы: люди и оборудование;
- 5) снижение издержек на бумагу;
- 6) наращивание продуктивности работы: увеличение скорости выполнения работ.

Для внедрения электронного документооборота необходимо приобрести программный продукт, привлечь к его внедрению дополнительно 2-х сотрудников (программиста и специалиста по контроллингу). В функции первого входит построение алгоритмов, переналадка и перепрограммирование программного продукта, второй отвечает за внедрение системы электронного документооборота.

Внедрение электронного документооборота повлечет за собой определенные расходы в виде затрат на приобретение программного продукта и заработной платы программиста и специалиста по контроллингу. При расчете затрат, связанных с оплатой труда специалистов, составлены таблицы, наглядно отображающие трудоемкость выполняемых работ (см. таблицы 2, 3).

Таблица 2

Трудоемкость выполнения работ программистом, час.

Этап	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Итого
Постановка задачи	2	2	3	2	1	10
Сбор и обработка данных	4	4	6	4	4	22
Разработка структуры программы	2	2	4	4	6	18
Разработка алгоритма	8	8	12	12	8	48
Написание программы	16	16	20	16	16	84
Контрольная проверка	2	2	3	2	2	11
Подготовка программной документации	4	4	6	4	4	22
ИТОГО	38	38	54	44	41	215

Таблица 3

Трудоемкость работ, выполняемых специалистом по контроллингу, час.

Этап	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Итого
Сбор и обработка данных	28	12	16	16	8	80
Работа с базой данных	24					24
Разработка алгоритмов	8	8	8	8		32
Написание инструкций	8	8	8	8	4	36
Техн. задание, постановка задачи	2	2	3	2	2	11
Уведомление сотрудников		6		6	1	13
Итого	70	36	35	40	15	196

Как видим из таблицы 2, общий объем работ программиста составляет 215 часов. Зная часовую тарифную ставку специалиста, можно рассчитать всю стоимость выполнения работ.

При вычислении трудоемкости работ существенным является расчет трудозатрат, как за весь период, так и ежемесячно. Это позволя-

ет оценить загруженность сотрудника и эффективно распределить нагрузку в течение временного интервала в период внедрения (с января по май).

На основании расчетных данных определим стоимость работ по внедрению программы. Данные представлены в таблице 4.

Таблица 4

Стоимость работ по внедрению программы, руб.

Показатель	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Итого
Заработная плата основная	12 240	8 602	10 495	9 780	6 730	47 874
Заработная плата дополнительная	1 836	1 290	1 574	1 467	1 010	7 176
Отчисления в фонды социального страхования	4 786	3 363	4 103	3 823	2 631	18 708
Итого	18 862	13 256	16 173	15 070	10 371	73 732

Большая часть сотрудников компании в своей работе использует множество документов. В ходе наблюдения было выявлено, что в среднем в день сотрудники тратят на поиск документов, согласование и подписание около 20 минут рабочего времени. Использование

систем электронного документооборота позволяют экономить это время и сократить его до 5 минут. Рассчитаем эффект от применения системы электронного документооборота. Исходные данные, необходимые для расчетов, представлены в таблице 5.

Таблица 5

Исходные данные для расчета эффекта от внедрения электронного документооборота

<i>Показатель</i>	<i>Значение</i>
Средняя зарплата в месяц, руб.	14 000
Количество рабочих дней	21
Продолжительность 1 рабочего дня, часов	8
Месячный фонд рабочего времени, мин	10 080
Стоимость 1 мин рабочего времени, руб.	1,39

Как видим из таблицы 5, если определить среднемесячную заработную плату и фонд рабочего времени, то становится возможным определить среднюю стоимость 1 минуты. В груп-

пе компаний «Арсенал безопасности» она равна 1,39 руб. Таким образом, возможным становится рассчитать экономию времени в стоимостной оценке. Расчет представлен в таблице 6.

Таблица 6

Расчет экономии от внедрения электронного документооборота

<i>В расчете на</i>	<i>1 сотрудник</i>			<i>100 сотрудников</i>	
	<i>Минут</i>	<i>Дней</i>	<i>Руб.</i>	<i>Дней</i>	<i>Руб.</i>
1 день	15,00	0,03	20,85	3,12	2 085
1 месяц	315,00	0,66	437,85	65,60	43 785
1 год	3 780,00	7,88	5 254,20	787,50	525 420

Итак, экономия времени составляет 15 минут в день на одного сотрудника и 788 часов в год по компании. Экономия фонда зарплаты составит 525,4 тыс. руб. за год. Годовой экономический эффект от внедрения электронного документооборота составит 352,2 тыс. руб. Он рассчитывается как разница между экономией фонда заработной платы и затратами на внедрение электронного документооборота.

Годовой эффект = 525 420 – (73 732 + 99 500) = 352 188,2 руб.

Внедрение данной программы в течение 5 месяцев позволило автоматизировать такие бизнес-процедуры, как командировки, отгулы, отпуска, приказы, служебные записки и заявки. Данная выборка бизнес-процедур обусловлена спецификой деятельности группы компаний. В дальнейшем возможен перевод в электронную форму и других групп документов.

Оптимизация документооборота позволяет не только снизить временные затраты и опе-

рационные расходы, но и повысить управляемость компании, качество обслуживания клиентов, в конечном итоге конкурентоспособность и устойчивость компании.

Оценка экономической эффективности позволяет сделать вывод о том, что проект внедрения электронного документооборота экономически выгоден. В случае дальнейшей работы над внедрением электронного документооборота, организация может столкнуться с необходимостью создания электронных подписей в соответствии с законодательством. С точки зрения программного обеспечения имеющееся техническое оснащение компании позволяет в полной мере пользоваться программным продуктом «1С Битрикс: Корпоративный портал», вполне удовлетворяющим требованиям организации.

Предложенная программа внедрения может использоваться для создания автоматизированных систем документооборота.

**УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ
ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО ЗАКАЗА**

**MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF BUDGETARY INSTITUTIONS'
PUBLIC AND MUNICIPAL ORDERS**

А.М. Киселева

A.M. Kiseleva

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматриваются вопросы управления при формировании государственного и муниципального заказа бюджетными учреждениями. Внимание уделено проблемным аспектам данного этапа закупочной деятельности бюджетных учреждений. В частности, процедурам планирования и установления начальной цены гражданско-правового договора. Рассмотрены коррупционные риски в системе закупок.

The article deals with management issues in the formation of budgetary institutions' public and municipal orders. The special attention is paid to the problematic aspects of the procurement phase in activity of budgetary institutions, in particular, procedures for planning and setting the initial price of civil contract. The author considers the risks of corruption in the procurement system.

Ключевые слова: управление, планирование, государственные и муниципальные закупки, государственный и муниципальный заказ, коррупционные риски.

Key words: management, planning, public procurement, public and municipal order, corruption risks.

Рынок государственных и муниципальных закупок занимает особое место в экономической системе РФ, имея высокий удельный вес в экономике страны в целом, а также на территориальном уровне. Значительные объемы системы государственных и муниципальных закупок делают задачу обеспечения ее управляемости первостепенной, особенно для самостоятельных заказчиков – бюджетных учреждений.

Закупочная деятельность бюджетных учреждений лишь недавно получила свое полное официальное разрешение и оформление. Свое влияние на этот процесс оказало изменение их нормативно-правового статуса и сокращение финансирования из бюджета. В связи с этим у многочисленных бюджетных учреждений возник ряд проблем в области управления закупками. Ранее лишь немногие представители бюджетной сферы осуществляли самостоятельное размещение заказа в рамках применения децентрализованной системы государственных закупок, используемой органами исполнительной власти. После смены нормативно-правового

статуса все процедурные вопросы по закупочной деятельности полностью легли на бюджетные учреждения, к которым они оказались практически не готовы.

Государственные и муниципальные закупки, которые осуществляют бюджетные учреждения, ориентированы в двух направлениях: во-первых, это приобретение товаров, работ и услуг, необходимых для предоставления ими публичных услуг физическим и юридическим лицам; во-вторых, это необходимость обеспечения товарами, работами и услугами собственного функционирования. И если первое направление остается на бюджетном финансировании в виде субсидирования нормативных затрат на оказание государственных и муниципальных услуг, то второе – обеспечивается собственными финансовыми возможностями.

Все направления требуют грамотного управления государственными и муниципальными закупками, которые осуществляют бюджетные учреждения. Укрупненно данный процесс можно разбить на три этапа: формирование, собственно размещение и исполнение за-

каза. При формировании заказа бюджетным учреждением управленческий процесс подразумевает процедуры планирования, определения цены, выбора способа размещения контракта и, соответственно, наличие в штатах учреждений специалистов, способных профессионально реализовывать весь управленческий цикл закупок. В большинстве же бюджетных учреждений организация размещения заказа возлагается на сотрудников в качестве дополнительной работы или общественной нагрузки. Но процедура размещения государственного заказа является трудоемкой и ответственной работой, поскольку любое нарушение в ней влечет штрафные санкции, поэтому требования к специалистам любого бюджетного учреждения, чьи профессиональные обязанности непосредственно были бы связаны только со всей внутренней системой закупок, являются весьма актуальными.

Заявки по всем товарам, работам и услугам должны подвергаться экспертизе, проверке заявок на предмет соответствия наименований продукции и кодов, указанным в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг, а также соответствия ГОСТам и другим стандартам продукции, указанной в заявке. Это требует также специалистов, способных разбираться в технических характеристиках различных категорий товаров и работ, специфике услуг.

Отдельно стоит говорить о проблемах, связанных с координацией всех служб учреждения, которые задействованы в системе государственных закупок, установлением информационно-коммуникационных связей при планировании размещения заказов, формированием зоны ответственности и внутреннего мониторинга всех этапов закупочной деятельности. Каждое бюджетное учреждение должно иметь документ о порядке взаимодействия своих структурных подразделений при формировании, размещении и исполнении заказа. Такое положение может содержать порядок разработки, согласования и утверждения документации для проведения процедур размещения заказа, перечень должностных лиц, ответственных за составление плана и плана-графика размещения заказов, за подготовку и согласование проектов гражданско-правовых договоров, за обеспечение размещения на официальном сайте планов-графиков и т. д. Совместно с формированием кадрового потенциала, способного осуществлять свою профессиональную деятельность в сфере размещения заказа, эти проблемы влекут необходимость создания единой системы

государственных закупок в рамках каждого бюджетного учреждения.

Некоторые специалисты (В.А. Галанов, О.А. Гришина, С.Р. Шibaев) считают, что весь процесс снабжения государственной организации необходимыми товарами, работами и услугами, включающий в себя закупки, собственно поставки и обеспечивающую деятельность, можно называть государственной логистикой [1, с. 70].

Такой взгляд объясняется необходимостью обеспечения непрерывности поставок товаров, работ, услуг государственным и иным заказчикам, поддержанием необходимых стандартов качества приобретаемых товаров, работ, услуг для осуществления ими своих функций и оказания публичных услуг; минимизации государственных расходов и повышения эффективности государственных поставок. Последняя цель на уровне отдельного заказчика обусловлена недопущением дублирования закупок однотипных товаров, снижением отходов и управления поставками и поставщиками. На уровне логистической системы государства в целом возникает необходимость сотрудничества всех государственных логистических структур, участвующих в таком процессе, и улучшения механизмов государственных закупок.

На первом этапе управления государственными закупками бюджетное учреждение как заказчик сталкивается с проблемой планирования своих потребностей и соответствующих расходов. Как правило, не во всех учреждениях разработаны либо в неполном объеме представлены документы, которые регламентируют планирование и проведение процедур государственных закупок. Чаще всего для проведения закупок во внимание берется номенклатура товаров, работ, услуг для нужд заказчиков, которая утверждена приказом Министерства экономического развития РФ № 273 7 июня 2011 г.

Количественное, натуральное и денежное определение потребностей в товарах, работах и услугах всегда имеет две противоположные стороны [1, с. 177]:

- определение денежных возможностей для их удовлетворения;
- определение необходимых потребительских благ в натуральном выражении, т. е. по их потребным видам и количествам.

Ресурсные возможности бюджетные учреждения должны оценивать исходя из тех направлений, которые формируют стратегию закупочной деятельности и общего объема поступающих денежных доходов и требуемых

расходов, что отражается в смете. При планировании закупочной деятельности заказчику необходимо обосновывать виды продукции, среднюю потребность в них, сроки поставки продукции и финансирования договоров, необходимость гарантийного обслуживания и т. д. Но чаще всего бюджетные учреждения пока составляют сметы без обоснования собственных потребностей, на основе примерных расчетов, что, как следствие, учитывается при процедуре ценообразования по конкретному гражданско-правовому договору.

Вопрос ценообразования непосредственно связан с экономическими потребностями бюджетных учреждений в той или иной продукции. Ведь экономические потребности бюджетных учреждений являются составной частью общественных потребностей, удовлетворять которые учреждения должны в рамках выполнения своих функций и назначения. Ведь потребности общества связаны напрямую с качеством его жизнедеятельности, жизнеспособности, функционирования и развития. Общество и является конечным потребителем закупленной продукции.

Проблема возникает при определении начальной (предельной) цены на товары, работы и услуги. Несмотря на состоявшееся законодательное указание на применение рыночного метода формирования начальной цены контракта (договора) или лота, сам механизм расчета является для бюджетных учреждений пока еще сложным. Это требует временных и организационных затрат, тщательного осмысления и точности обоснования в целесообразности либо запроса бюджетных субсидий, либо выделения собственных средств. Внимательное отношение к процедуре формирования начальной цены является соблюдением принципа организации государственных закупок и цели бюджетной политики РФ, связанных с эффективностью бюджетных расходов. Отдельно стоит сказать об отсутствии в бюджетных учреждениях единых рекомендаций по вопросам деления продукции по лотам, на которые целесообразно делить некоторые товары и работы. В этом случае заказчик должен устанавливать начальную (предельную) цену каждого лота.

При этом установление цен при организации государственных закупок должно учитывать определенные принципы [2, с. 156]. Во-первых, принцип соответствия рыночным условиям, который подразумевает, что цены должны максимально вписываться в систему рыночных отношений. Для заказчиков этот принцип подразумевает адекватное соответст-

вие запланированных бюджетных и внебюджетных ресурсов ценам на продукцию государственного заказа. Во-вторых, принцип поощрения добросовестной конкуренции между потенциальными участниками размещения заказа. При соблюдении этого принципа заказчик может получать экономию бюджетных расходов на размещение заказа, поскольку участники-конкуренты стремятся предложить, как правило, наиболее низкую цену. В-третьих, принцип плановости и прогнозируемости. Необходимо понимать, что сами торговые процедуры проводятся в определенный момент времени с учетом действующих рыночных условий, а исполнение контракта или договора предполагается в будущем периоде. За время между подписанием контракта и его исполнением рыночные условия могут быть существенно изменены, что необходимо учитывать при планировании (прогнозировании) заказа, чтобы условия контракта (договора) соответствовали объективно меняющемуся рынку.

Проблема рационального ценообразования тесно связана и с выбором способа размещения заказа, поскольку цена является одним из важных критериев в оценке заявок, например, для конкурса. Для аукционных торгов и запроса котировок ценовой критерий является единственным, что требует тщательного предварительного этапа, связанного с установлением начальной цены. К тому же для аукционов существует утвержденный перечень продукции, и это вносит свои сложности в данную процедуру.

На плановые процедуры влияние оказывают и способ размещения заказа, поскольку он может быть более или менее длительным, требовать больших или меньших финансовых ресурсов, быть более или менее рациональным, объективно отвечать частным или общественным интересам. Объемы финансирования, качество и количество приобретаемой продукции также задают целесообразность выбора способа закупки. Хотя в данный управленческий этап свои коррективы вносит тенденция размещения заказа через электронную систему государственных закупок. С одной стороны, это некоторым образом увеличивает доступность потенциальных участников к обеспечению заявок тех или иных заказчиков, с другой стороны, существуют технические проблемы в организации такого способа у ряда бюджетных учреждений через федеральных операторов электронных торговых площадок.

Все эти процедуры находят свое отражение в составлении плана-графика, который бюджетным учреждениям необходимо выставлять

на официальном сайте РФ для размещения заказов, а также в разработке документации для непосредственного проведения торговых и неторговых сессий. Содержание плана-графика подразумевает характеристику предмета размещения заказа, его объем и единицу измерения, а также ориентировочную начальную цену договора, способ размещения заказа, дату размещения извещения и плановый срок исполнения заказа. Планы-графики должны быть размещены на сайте не позднее одного месяца с момента принятия закона или решения о бюджете, если речь идет о бюджетном финансировании, в списке планов-графиков личного кабинета учреждения путем прикрепления электронной версии плана в соответствующей форме. При этом в случае изменения сумм ассигнований в течение финансового года осуществляется бюджетным учреждением корректировка плана-графика с внесением поправок на сайте.

Грамотное планирование и точное соблюдение сроков, указанных в плане-графике, позволит обеспечить своевременное размещение заказов, избежать нарушения сроков, установленных законодательством, контролировать ход исполнения договоров. Это, в свою очередь, приведет к бесперебойному удовлетворению потребностей в необходимых бюджетному учреждению товарах, работах, услугах, предназначенных как для обеспечения собственной деятельности, так и для предоставления услуг физическим и юридическим лицам в определенный период времени, снижению рисков неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств со стороны исполнителей заказа. Со стороны самого бюджетного учреждения обеспечит надлежащее исполнение обязательств в части оплаты за поставленную продукцию и своевременное освоение бюджетных и собственных финансовых ресурсов. Отчет о выполнении плана-графика учреждения составляется нарастающим итогом с начала финансового года. В таком отчете, как правило, содержатся сведения о предмете договора, дате заключения договора, начальной и фактической цене договора, экономии в относительных и абсолютных показателях. Такое требование к содержанию отчета объясняется тем, что он является инструментом для анализа эффективности заказов бюджетного учреждения и оценки своевременности исполнения должностными лицами поставленных перед ними задач в сфере государственных и муниципальных закупок.

Стоит остановиться еще на таком немаловажном параметре в управлении государственным заказом, как коррупционные риски, ко-

торые после принятия Федерального закона № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнении работ, оказании услуг для государственных и муниципальных нужд» трансформировались и распространились на разные стадии закупочного цикла. Система запретов не столько сократила коррупцию и злоупотребления, сколько перевела их в другие формы, например, сговор заказчика и поставщика через излишнюю детализацию технического задания под конкретных поставщиков; количество несостоявшихся торгов: когда остается один участник, с которым и заключается договор по цене, близкой к начальной; неформальное урегулирование споров в связи с неисполнением, несвоевременным или недобросовестным исполнением договоров как в результате выбора недобросовестных поставщиков, так и в результате некомпетентных действий заказчиков и т. д.

А ведь структура тендера была разработана в США после Второй мировой войны именно для борьбы с коррупцией. На восстановление немецких городов в 1946 году были выделены огромные суммы, однако большая часть денежных средств ушла американским чиновникам в виде взяток. Для исключения подобных ситуаций в дальнейшем американские законодатели решили сделать процесс выбора поставщика как можно более прозрачным и объективным, регламентировав пошагово данную процедуру, что обеспечило введение в оборот тендера [3, с. 38].

На этапе формирования заказа коррупционные риски возникают, как правило, при определении приоритетов заявок на закупку, при исследовании рынка, выборе способа размещения заказа, формировании плана-графика закупок [4, с. 28]. При установлении приоритетов заявок на закупку продукции присутствуют такие нарушения, как расстановка мнимых приоритетов по предмету, объему, срокам удовлетворения потребности; лоббирование инвестиций в «нужную» сферу; определение круга и места расположения потребителей заказа и объема потребления; определение объема необходимых средств. Исследование приоритетов рынка сопровождается необоснованным расширением или ограничением круга возможных поставщиков, а также продукции, удовлетворяющей потребности общества; необоснованным расширением или ограничением, упрощением или усложнением необходимых условий договора и оговорок относительно их исполнения; необоснованным завышением или занижением цены объекта закупок.

При выборе способа размещения заказа контрольные органы чаще всего сталкиваются с необоснованным упрощением или усложнением процедур определения поставщика; неприемлемыми критериями допуска и отбора поставщика, отсутствием или размытостью перечня этих необходимых критериев; неадекватным способом выбора размещения заказа по срокам, цене, объему, особенностям объекта закупки, конкурентоспособности и специфике ранга поставщиков. Наконец, коррупционные риски при формировании план-графика связаны с необоснованным сокращением сроков; размещением заказа аврально в конце года (квартала), когда возрастает риск сговора; необоснованным затягиванием или ускорением процесса размещения заказа. Подробная регламентация процедур собственно размещения заказа и контроля привели к доминированию коррупционных рисков на этапах формирования и исполнения заказа, независимо от категории заказчиков.

Таким образом, можно сказать, что планирование деятельности бюджетного учреждения при формировании государственного и

муниципального заказов является важнейшим инструментом повышения эффективности управления всей системой закупок. И, несмотря на коррупциогенную составляющую, государственный и муниципальный заказ в бюджетных учреждениях представляет собой механизм для реализации социально-экономических задач, способствует формированию конкурентной среды, а также повышению управляемости собственными и бюджетными финансовыми ресурсами.

1. Галанов В. А., Гришина О. А., Шибачев С. Р. Логистика государственных закупок. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 247 с.

2. Ценообразование в сфере государственных закупок : учеб. пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. В. В. Наумова. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 317 с.

3. Управление закупками и поставками / М. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн и др. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2007. – 752 с.

4. Храмкин А. А. Противодействие коррупции в госзакупках. – М. : ИД «Юриспруденция», 2011. – 152 с.

**ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ СТРУКТУР ОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

**INDUSTRIAL-BUSINESS ACTIVITY OF ENERGY STRUCTURES IN OMSK REGION:
FEATURES OF INTERNAL INFRASTRUCTURE PROVISION**

Л.В. Завьялова, А.Е. Миллер

L.V. Zavjalova, A.E. Miller

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Одним из актуальных и недостаточно изученных в научной литературе явлений рыночной экономики является внутренняя инфраструктура производственно-предпринимательской деятельности энергетических структур. В данной статье предпринята попытка изучения особенностей внутреннего инфраструктурного обеспечения предпринимательских субъектов энергетики, а также определения методологии исследования ее состояния и результативности функционирования.

One of the most pressing and under-studied phenomena in the scientific literature of the market economy is the internal infrastructure of industrial and business energy structures. This paper attempts to investigate the characteristics of the internal infrastructure to ensure business energy entities, as well as determine the research methodology of its status and effectiveness of the operation.

Ключевые слова: внутренняя инфраструктура, производственно-предпринимательская деятельность, матрица «важность-эффективность».

Key words: internal infrastructure, production and business activities, matrix «importance – efficiency».

Объявленный в России курс на развитие инновационной, модернизированной экономики немислим без оптимизации функционирования производственного предпринимательства. Одним из направлений достижения поставленной цели является совершенствование внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности.

Предпринимательские структуры, занимающиеся производством и распределением электроэнергии, газа и воды, осуществляют производственно-предпринимательскую деятельность. При этом можно выделить следующие особенности предпринимательства в энергетике. Во-первых, исторически в России советского периода предпринимательские отношения в энергетическом комплексе не были сформированы, поскольку данная стратегическая отрасль экономики являлась государственной собственностью. Все предприятия объединялись в единую энергосистему и подлежали жесткому централизованно-административному регулированию. Предпринимательская деятельность в энергетике формируется в условиях перехода к рынку. Во-вторых, современная внутренняя инфраструктура субъектов энерге-

тической системы России создается в процессе государственной реструктуризации электроэнергетики. В-третьих, основной бизнес-процесс субъектов энергетики является фондоемким. Вместе с тем становление предпринимательских отношений в исследуемой отрасли экономики осуществлялось в условиях высокой изношенности основных средств и низких темпов их обновления. Это способствовало росту затрат на обслуживание, ремонт и эксплуатацию основных фондов, повышению аварийности и сбоев в технологическом процессе и, как следствие, снижению рентабельности предпринимательской деятельности и падению качества обслуживания потребителей. И наконец, предпринимательская деятельность в энергетике характеризуется высокой социальной значимостью отрасли, следствием чего является значительная социальная ответственность перед потребителями за обеспечение бесперебойного энергоснабжения, что требует высокого качества менеджмента и адекватной внутренней инфраструктурной поддержки основного бизнес-процесса.

В целом внутреннее инфраструктурное обеспечение предпринимательских структур

энергетической системы соответствует общей логике построения и содержит основные функционально-направленные компоненты, среди которых можно выделить организационно-институциональное, информационное, нормативно-методическое и социальное обеспечение. Вместе с тем внутренняя инфраструктура субъ-

ектов предпринимательства, осуществляющих производство и распределение электроэнергии, газа и воды имеет специфические особенности, которые затрагивают все инфраструктурные элементы. По мнению авторов, к таким особенностям можно отнести перечисленные на рис. 1.

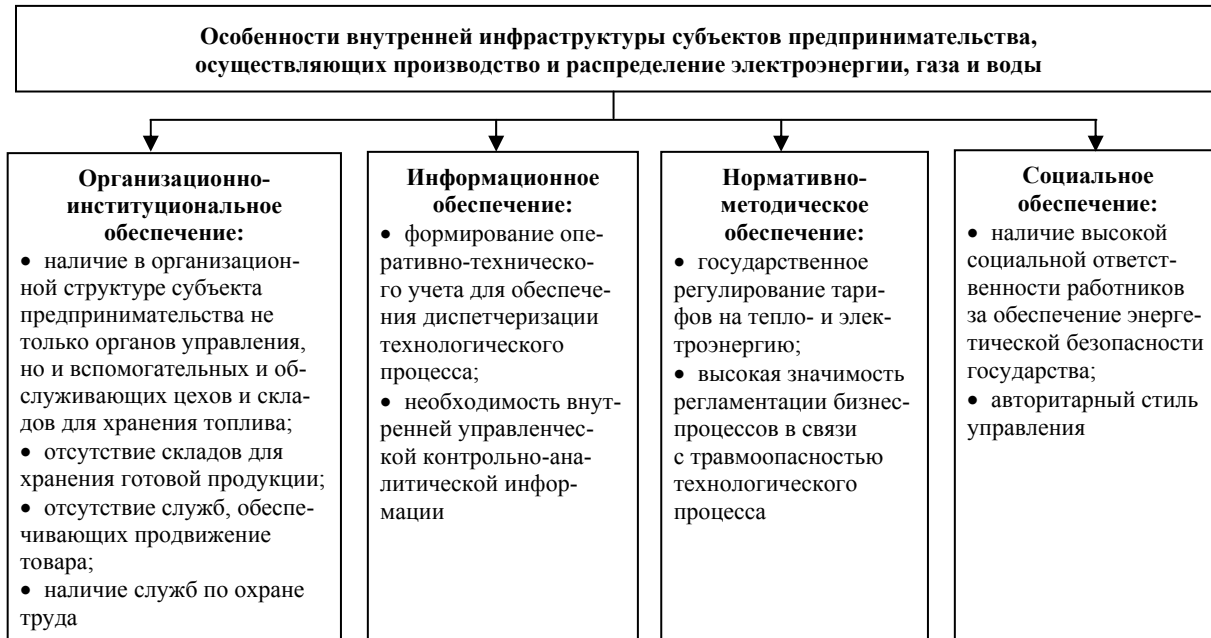


Рис. 1. Специфика внутреннего инфраструктурного обеспечения субъектов предпринимательства, осуществляющих производство и распределение электроэнергии, газа и воды

В организационно-институциональном обеспечении предпринимательских структур исследуемой отрасли в отличие от субъектов других видов предпринимательской деятельности особое значение придается формированию таких структурных подразделений инфраструктурного назначения, как подразделения по надзору и ремонту оборудования, транспортные цеха, диспетчерские службы, склады для хранения топлива. Наличие этих подразделений обусловлено сложностью технологического процесса и отраслевой спецификой. Монопольное положение предпринимательских структур исследуемой отрасли обеспечивает возможность развития предпринимательской деятельности без уделения особого внимания продвижению товара на рынке и соответственно без создания служб указанного профиля. Специфика отрасли приводит к отсутствию складов готовой продукции, поскольку произведенная и реализованная продукция в предпринимательских структурах исследуемого профиля совпадают. Высокая травмоопасность производства свидетельствует о необходимости создания структурных подразделений по охране труда и технике безопасности для обеспече-

ния текущего надзора за технологическим процессом.

В рамках информационного обеспечения субъектов энергетической системы России особое значение имеет формирование оперативно-технического учета для обеспечения диспетчеризации технологического процесса, недопущения аварийных ситуаций и сбоев в работе. Кроме того, особое значение должно уделяться разработке внутренней управленческой контрольно-аналитической информации для обеспечения принятия своевременных финансовых решений по устранению дисбаланса в движении производственно-материальных и финансовых ресурсов, формирующих доходные и расходные показатели деятельности предприятий энергетики и обеспечивающих бесперебойную и слаженную работу субъектов энергосистемы.

В нормативно-методическом обеспечении следует выделить наличие государственного регулирования тарифов на тепло- и электроэнергию и жесткое ограничение их роста. Это может приводить к дисбалансу между ростом цен на материалы и услуги поставщиков энергетических предприятий и отпускных тарифов на

собственную продукцию хозяйствующих субъектов. Результатом превышения темпов роста цен поставщиков над отпускными тарифами энергопредприятий является возникновение финансовых убытков за отчетный период, а также ухудшение финансового положения субъектов отрасли. Кроме того, к особенностям данного инфраструктурного элемента можно отнести высокую значимость регламентации бизнес-процессов в связи с повышенной травмоопасностью технологического процесса.

К особенностям социального обеспечения следует отнести необходимость формирования высокой социальной ответственности работников за обеспечение энергетической безопасности государства. На это должно быть нацелено формирование корпоративной культуры и мышления сотрудников.

В настоящее время хозяйствующие субъекты не уделяют должного внимания оценке состояния и результативности функционирования внутрифирменной инфраструктуры.

Для проведения данного исследования авторы считают возможным прибегнуть к использованию SWOT-анализа, так как этот метод применим в самых разнообразных сферах экономики и управления и его можно адаптировать к объекту исследования любого уровня (продукт, программа, бизнес-процесс, предприятие, регион, страна и пр.) [1]. Достоинством этого метода является свободный выбор анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей и объекта изучения, а также возможность его использования как для оперативного контроля, так и для обоснования стратегических решений. В целом SWOT-анализ позволяет алгоритмическим способом обеспечить согласование возможностей и целей предприятия с интересами всех участвующих в его деятельности сторон.

Обобщая вышеизложенное, следует отметить, что, с одной стороны, внутренняя инфраструктура является частью экономической системы субъекта предпринимательства, с другой – SWOT-анализ направлен на исследование как внешней, так и внутренней среды хозяйствующего субъекта, следовательно, можно использовать данную методику для оценки состояния внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности.

К сожалению, в специальной литературе, посвященной SWOT-анализу, «описание элементов внутренней среды предприятия носит, как правило, поверхностный (неполный) характер, определяя лишь отдельные направления, на которые следует обратить внимание» [1]. Поэтому, исследуя состояние внутреннего ин-

фраструктурного обеспечения производственного предпринимательства в рамках SWOT-анализа, авторы предлагают сгруппировать факторы внутренней среды в соответствии с основными составляющими инфраструктуры: организационно-институциональной, информационной, нормативно-методической и социальной. При этом следует отметить, что «каждый SWOT-анализ сугубо индивидуален, поэтому он может включать разнообразные вариации этих элементов. Каждый аналитик делает свой набор в зависимости от глубины исследования и наличия необходимой информации. Если среди рассматриваемых окажутся элементы со «средними значениями», не являющиеся ни преимуществом, ни недостатком, то они в SWOT-анализе не отражаются» [1].

Авторская группировка элементов внутренней среды для проведения SWOT-анализа представлена в таблице 1.

Каждая из составляющих внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности включает совокупность ключевых процессов и структурных элементов предприятия, определяющих в совокупности потенциал и возможности, которыми располагает предпринимательская структура.

В таблице 1 отражены 19 параметров оценки внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности, рассматриваемых в разрезе двух группировок: эффективность и важность. Система оценки сильных и слабых сторон инфраструктурных элементов основана на результатах экспертного опроса респондентов – руководителей инфраструктурных подразделений предприятий энергетического комплекса Омской области.

Для анализа сильных и слабых сторон внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности разработана специальная технология, а именно перекрестная группировка по двум критериям – важность и эффективность. Данная технология появилась в силу следующей причины: изучение научной и практической литературы показало отсутствие специальной методики изучения качества внутреннего инфраструктурного обеспечения производственно-предпринимательской деятельности.

В таблице 1 отражена лингвистическая шкала оценки важности и эффективности отдельных составляющих внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности. Важность оценивается по шкале как высокая, средняя и низкая. Шкала эффективности имеет четыре градации: очень сильная, сильная, нейтральная и слабая.

Таблица 1

**Анализ сильных и слабых сторон внутренней инфраструктуры
производственно-предпринимательской деятельности**

Составляющие внутренней инфраструктуры	Эффективность составляющих внутренней инфраструктуры				Важность		
	Очень сильная	Сильная	Нейтральная	Слабая	Высокая	Средняя	Низкая
1. Организационно-институциональная составляющая							
1.1. Организационно-управленческая структура							
1.2. Стиль управления организацией							
1.3. Рациональность распределения прав и ответственности							
1.4. Компетентность и опыт менеджмента различных уровней							
1.5. Квалификация персонала							
1.6. Наличие взаимодействия между отделами предприятия							
1.7. Возможность быстро реагировать на изменения внешней среды и нестандартные ситуации							
1.8. Предпринимательская ориентация							
2. Социальная составляющая							
2.1. Заинтересованность сотрудников в развитии предприятия							
2.2. Уровень корпоративной культуры							
2.3. Обучение персонала							
3. Информационная составляющая							
3.1. Информационное обеспечение процесса управления							
3.2. Аналитичность информации							
3.3. Оперативность информации							
3.4. Автоматизация информационного потока							
3.5. Рациональность документооборота							
4. Нормативно-методическая составляющая							
4.1. Внутренние стандарты бизнес-процессов							
4.2. Положения о подразделениях							
4.3. Должностные инструкции							

Для получения общего итогового значения мнений экспертов лингвистическая шкала при обработке данных переводится в количественную: эффективность оценивается по четырехбалльной шкале (очень сильная эффективность – 4 балла, сильная эффективность – 3 балла, нейтральная эффективность – 2 балла, слабая эффективность – 1 балл); важность оценивается по трехбалльной шкале (высокая важность – 3 балла, средняя важность – 2 балла, низкая важность – 1 балл). В результате обработки данных по каждому оцениваемому параметру определяется среднее значение балла на основе расчета средней арифметической. Для этого выставленное экспертами суммарное количество баллов для каждой составляющей внутренней инфраструктуры производственно-пред-

принимательской деятельности делится на число экспертов.

Результаты средних балльных оценок значимости составляющих внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности предпринимательских структур энергетической системы Омской области, рассчитанные на основе мнений группы экспертов, представлены в таблице 2.

Таким образом, авторами представлен комплекс работ в рамках социально-экономического исследования, который позволяет собрать и проанализировать первичную информацию для оценки сильных и слабых сторон внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности предпринимательских структур энергетической системы.

Таблица 2

**Средние балльные оценки значимости составляющих внутренней инфраструктуры
производственно-предпринимательской деятельности предпринимательских структур
энергетической системы Омской области**

Составляющие внутренней инфраструктуры	Эффективность	Важность
1. Организационно-институциональная составляющая		
1.1. Организационно-управленческая структура	2,8	2,9
1.2. Стиль управления организацией	3,7	1,8
1.3. Рациональность распределения прав и ответственности	2,6	2,9
1.4. Компетентность и опыт менеджмента различных уровней	3,7	2,8
1.5. Квалификация персонала	2,6	2,6
1.6. Наличие взаимодействия между отделами предприятия	2,8	2,6
1.7. Возможность быстро реагировать на изменения внешней среды и нестандартные ситуации	2,1	1,7
1.8. Предпринимательская ориентация	2,5	1,6
2. Социальная составляющая		
2.1. Заинтересованность сотрудников в развитии предприятия	2,1	2,7
2.2. Уровень корпоративной культуры	2,3	2,7
2.3. Обучение персонала	2,9	2,5
3. Информационная составляющая		
3.1. Информационное обеспечение процесса управления	2,6	2,5
3.2. Аналитичность информации	2,8	2,5
3.3. Оперативность информации	2,2	2,9
3.4. Автоматизация информационного потока	3,0	2,9
3.5. Рациональность документооборота	3,0	2,6
4. Нормативно-методическая составляющая		
4.1. Внутренние стандарты бизнес-процессов	3,6	2,8
4.2. Положения о подразделениях	1,3	2,0
4.3. Должностные инструкции	1,4	2,0

На основе данных таблицы 2 для формирования структурированного информационного поля строится матрица «важность-эффективность».

Целью SWOT-анализа является определение основных направлений развития внутреннего инфраструктурного обеспечения произ-

водственно-предпринимательской деятельности через систематизацию имеющейся информации о его сильных и слабых сторонах.

На основе экспертного опроса авторами сформирована матрица «важность-эффективность», представленная на рис. 2.

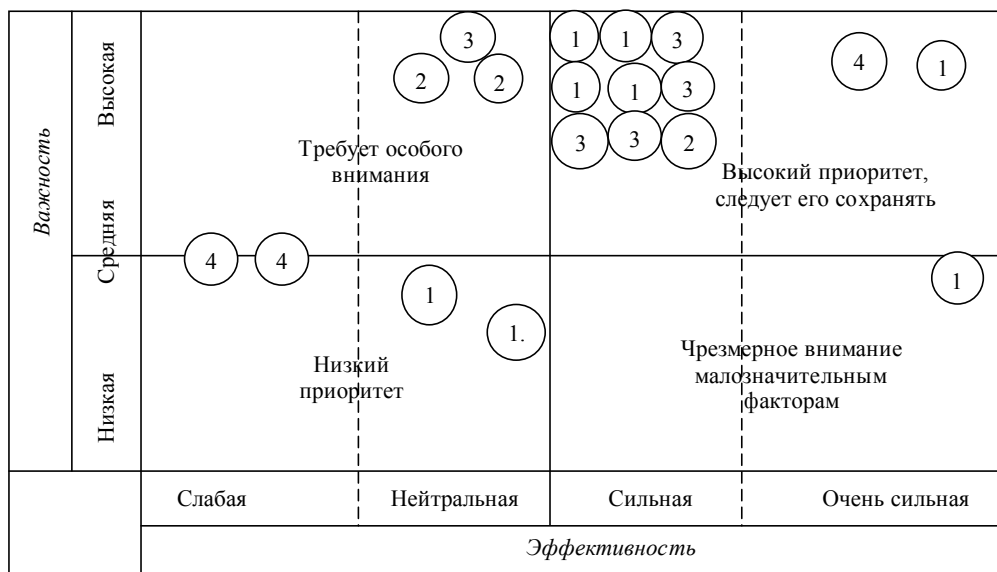


Рис. 2. Матрица «важность-эффективность»

Методология построения матрицы первичного SWOT-анализа заключается в том, что сначала пространство существования предпринимательской структуры делится на две части – внешнюю среду и внутреннюю (саму компанию), затем во внутренней среде выделяется инфраструктурное обеспечение и прочее, после этого во внутреннем инфраструктурном обеспечении определяются благоприятные, то есть сильные, стороны и неблагоприятные, или слабые, элементы.

Таким образом, матрица SWOT-анализа представляет собой инструмент структурного отображения основных характеристик внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности. Матрица строится на основе использования «дихотомической процедуры» – последовательного деления на две части, не связанные между собой, для построения взаимоисключающих подразделов одного понятия или термина и формирования классификации элементов [2]. В результате элементы матрицы представляют собой «дихотомические пары», то есть «пары взаимоисключающих признаков, что позволяет снизить энтропию взаимодействия среды и системы» [3, с. 20].

На основании построенной матрицы (см. рис. 2) можно сделать следующие выводы. Следует продолжать сохранять высокий уровень, удерживая в приоритете нормативно-методическую составляющую внутренней инфраструктуры исследуемых предприятий. По мнению экспертов, к сильной стороне внутренней инфраструктуры этих предприятий относится наличие внутренних стандартов бизнес-процессов. Кроме того, отмечен высокий уровень компетентности и опыта менеджеров различных уровней, возглавляющих инфраструктурные подразделения.

Элементов внутренней инфраструктуры с низкой эффективностью и значимостью на исследуемых предприятиях эксперты не выделили.

Особое внимание следует уделить развитию социального компонента внутренней ин-

фраструктуры, поскольку эксперты отметили высокую важность, но недостаточную (нейтральную) эффективность корпоративной культуры и слабую заинтересованность сотрудников в развитии субъекта предпринимательства. Также требует особого внимания повышение оперативности информации. Этот инфраструктурный компонент вызывает особую тревогу на фоне достижения высокой аналитичности и автоматизации информации при рациональной организации документооборота, отмеченных опрашиваемыми.

Таким образом, выявлены особенности элементов внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности субъектов, осуществляющих производство и реализацию энергоресурсов. Особенности вызваны отраслевой спецификой предпринимательских структур исследуемого вида предпринимательской деятельности. Построенная по результатам экспертного опроса матрица «важность-эффективность» позволила структурировать приоритеты в развитии внутренней инфраструктуры производственно-предпринимательской деятельности субъектов энергосистемы Омской области, выявив в качестве значимого и результативно функционирующего нормативно-методический инфраструктурный элемент. Его следует удерживать в приоритете. Вместе с тем требует особое внимание обратить на социальный и информационный компоненты внутренней инфраструктуры субъектов энергосистемы Омской области.

1. *Воронина В. М., Кокарев Д. В.* SWOT-анализ как современный инструмент исследования в целях антикризисного управления предприятием. – URL : <http://www.ma-journal.ru/articles/693>, свободный.

2. Инфраструктура предприятия. – URL: <http://coolreferat.com/>, свободный.

3. *Макаров Ю. Н.* Организация эффективного управления промышленными корпорациями : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Ижевск, 2011. – 48 с.

**АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
ОМСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ПРИСОЕДИНЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ К ВТО**

**ALTERNATIVE MEASURES OF BACKING AGRICULTURE
OF OMSK REGION IN RUSSIA'S ACCESSION TO THE WTO**

С.В. Евсеенко

S.V. Evseenko

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Д.А. Гаврилов

D.A. Gavrilov

Омский государственный аграрный университет

Рассмотрены условия присоединения Российской Федерации к Всемирной торговой организации и их влияние на развитие и поддержку агропромышленного комплекса страны. Предложены альтернативные меры поддержки АПК посредством сотрудничества государственных унитарных предприятий и потребительских кооперативов.

The article considers terms of joining Russian Federation to the World Trade Organisation and its influence on development and backing of the agro-industrial complex. Alternative measures of backing the agro-industrial complex through collaboration of state unitary companies and consumer cooperative societies were proposed.

Ключевые слова: Всемирная Торговая Организация, государственное-унитарное предприятие, потребительская кооперация.

Key words: World Trade Organisation, state unitary company, consumer cooperative society.

В адрес Российской Федерации 16 декабря 2011 г. поступило официальное приглашение к вступлению во Всемирную торговую организацию. Государственная Дума Российской Федерации ратифицировала пакет соглашений по присоединению к ВТО. В этих соглашениях содержатся основные принципы функционирования организации – способы разрешения споров, договоренности о таможенных тарифах и допустимых мерах поддержки.

Агропромышленному комплексу посвящено Соглашение по сельскому хозяйству, где закреплены основные принципы торговли сельскохозяйственными товарами, допустимые и запрещенные меры поддержки сельхозтоваропроизводителей. Учитывая проблемное состояние сельского хозяйства в России, наибольшее внимание привлекают вопросы поддержки отечественных производителей.

В соответствии с Соглашением по сельскому хозяйству средства, выделенные в рамках поддержки АПК, должны соответствовать двум условиям:

- средства не должны напрямую передаваться от государства субъектам предпринимательства;

- оказываемая поддержка не должна напрямую воздействовать на ценообразование производимых или реализуемых товаров.

В 2012 г. Российской Федерации разрешено потратить на такую косвенную поддержку сельского хозяйства \$9 млрд. Эта цифра получена в результате удвоения среднего уровня поддержки сельского хозяйства за последние 4 года. Нужно отметить, что при расчете агрегированного показателя мер поддержки сельского хозяйства не учитываются средства, которые вкладываются в развитие отрасли в рамках программно-целевого подхода. Другими словами, в руках государства остается действенный инструмент комплексного развития отрасли, однако теперь на него наложены ограничения, вследствие которых возможно совершенствовать лишь среду обитания бизнеса.

К 2018 г. агрегированный показатель мер поддержки будет связан на среднем уровне, который существовал в России до вступления в ВТО, то есть он составит \$4,5 млрд. Более того, в период с 2012 по 2018 г. этот показатель будет постепенно снижаться (см. таблицу).

**Агрегированный показатель
мер поддержки АПК в Российской Федерации
после присоединения к ВТО**

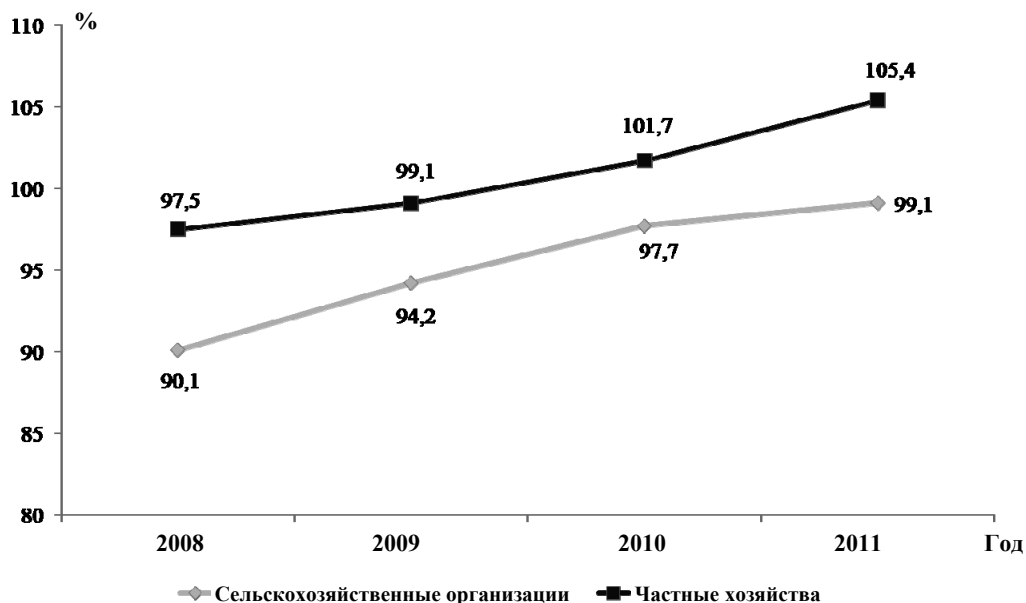
Год	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Объем, млрд дол	9,0	9,0	8,1	7,2	6,3	5,4	4,4

В итоге перед государством стоит задача лоббирования местных производств, но в то же время иностранные компании не должны иметь особых преференций. Нормативно-правовым путем такого достичь не удастся, так как одним из основополагающих условий функционирования ВТО является равный доступ на рынок для резидентов и нерезидентов. Равный доступ включает в себя в том числе и получение равной поддержки от государства. Таким образом, необходимо создать привлекательные условия для местных производителей и нейтральные для иностранных организаций.

В условиях невозможности использования нормативно-правовых инструментов на первый план должны выйти экономические методы воздействия на рынок. Одним из таких инструментов может стать создание государствен-

ных унитарных предприятий. Согласно Федеральному закону от 14 ноября 2002 г. № 161-ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ней собственником. Другими словами, это коммерческая организация, созданная за счет государственных или муниципальных органов власти. Учитывая, что состояние сельского хозяйства оставляет желать лучшего, создание государственных унитарных предприятий в этой отрасли может в большой степени оживить экономическую ситуацию.

Рассмотрим более подробно ситуацию в животноводстве на территории Омской области. В целом за последние четыре года ситуация с динамикой поголовья скота постепенно улучшалась. К примеру, на графике представлено изменение ситуации с поголовьем крупного рогатого скота в Омской области с 2008 г. Нужно отметить, что если численность крупного рогатого скота в частных хозяйствах с 2010 г. начала расти, то по сельскохозяйственным организациям области ситуация не столь позитивна.



Динамика поголовья крупного рогатого скота в Омской области в 2008–2011 гг.

Одной из проблем при реализации мяса домохозяйствами является отсутствие жестких стандартов. Причем эта проблема пронизывает все этапы производства мяса в домашних условиях. Однако ключевым фактором здесь общепризнанно является несбалансированность кормов, потребляемых крупным рогатым скотом. По этой причине возникает разница в качестве конечного продукта.

Для решения обозначенной проблемы необходимо сделать два шага. Первый шаг – необходимо начать активное развитие потребительской кооперации в России в целом и в каждом субъекте Федерации. При том что членами потребительских коопераций могут являться в том числе и юридические лица, сама потребительская кооперация как организация является некоммерческим образованием. Таким об-

разом, поддержка Центрального союза потребительских обществ Российской Федерации и его региональных представительств не будет противоречить нормам Всемирной торговой организации.

Учитывая тот факт, что в Омской области почти половина всего поголовья скота находится в собственности домохозяйств, в первую очередь необходимо начать активное привлечение физических лиц в потребительские кооперативы. Это позволит аккумулировать производимую ими продукцию в рамках одной структуры.

Вторым шагом к решению проблемы качества должно стать создание комбикормового завода в виде государственного унитарного предприятия. Такая форма организации выбрана для сохранения подконтрольности деятельности завода, что является важным условием, так как основным партнером предприятия должны стать потребительские кооперативы. Схема сотрудничества должна выглядеть следующим образом: завод производит комбикорма, затем в обмен на готовую продукцию получает излишки мяса потребительской кооперации. В ходе первого бизнес-цикла мясо реализуется на продовольственных рынках областного центра, с началом второго бизнес-цикла получается продукция, которая будет пользоваться большим спросом благодаря более высокому каче-

ству. У завода появляется возможность перехода от продажи мяса конечным потребителям к сбыту для дальнейшей переработки и изготовления мясных изделий. После выхода на самокупаемость такой цепочки станет возможным переход от бартера к товарно-денежным отношениям.

Необходимо подчеркнуть, что вся деятельность описанной цепочки должна быть основана исключительно на рыночных принципах, то есть недопустимо занижение стоимости кормов для потребительских обществ или завышение стоимости мяса личных подсобных хозяйств. В противном случае такое сотрудничество вызовет недовольство стран-импортеров мяса в Российскую Федерацию и последующее наложение штрафов.

Описанная схема поддержки сельского хозяйства основана на рыночных принципах и, по нашему мнению, эффективна при соблюдении поставленных условий и, что самое важное, может работать в условиях вступления России в ВТО. Также становится понятно, на что тратить дополнительные средства в условиях их ограниченности – на развитие потребительской кооперации. Такой шаг придаст росту продуктивности значительное ускорение на фоне растущей эффективности, что, по нашему мнению, может стать здоровой экономической альтернативой финансирования инфраструктуры.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ
РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**PUBLIC ADMINISTRATION OF REGIONAL FOOD SECURITY
(IN TERMS OF OMSK REGION)**

**Р.И. Чупин
R.I. Chupin**

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматриваются потенциальные угрозы для продовольственной безопасности регионов, возникающие в условиях вступления России в ВТО. Введено понятие региональной продовольственной системы. Описание свойств региональной продовольственной системы позволяет выстроить алгоритм диагностики и оценки потенциальных угроз для региональной продовольственной безопасности. В качестве примера производится диагностика региональной продовольственной системы Омской области. Для обеспечения продовольственной безопасности в Омской области и минимизации последствий вступления в ВТО предлагается система государственного управления региональной продовольственной безопасностью.

The article analyzes the potential threats for the regional food security arising in Russia's WTO accession. The notion of the regional food system was given in the article. The description of regional food system properties allows to construct the algorithm of diagnostic and estimate of potential threats for the regional food security. The diagnostic of regional food system in Omsk region was applied for example. For support of food security in Omsk region and minimize the consequences of joining the WTO, the management system of regional food security was proposed.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, региональная продовольственная система, агропромышленный кластер, система управления региональной продовольственной безопасностью.

Key words: food security, regional food system, agribusiness cluster, the control system of regional food security.

Одним из крупнейших социально-экономических и политических событий 2012 г. для Российской Федерации стало её вступление во Всемирную торговую организацию (ВТО). В связи с этим следует ожидать череду изменений, которые коснутся проводимой органами государственного управления экономической политики, так как соглашениями между Россией и ВТО устанавливается вектор торговой, таможенной, инвестиционной, финансовой, денежно-кредитной и территориальной политики. Изменения политического курса обусловлены набором общеобязательных требований по усилению либерализации ряда экономических процессов, функционирование которых напрямую связано с ростом благосостояния российских граждан и геополитическим статусом страны. История современной России демонстрирует множество примеров как положительного, так и негативного влияния либерализации на национальную экономику. Однако даже эти случаи являются несущественными по сравнению с возможными последствиями членства

России в ВТО. Дело в том, что по нормам ВТО основными объектами либерализации являются процессы производства и реализации предметов массового потребления, потребность в которых население испытывает постоянно. Следовательно, изменения в экономической политике РФ однозначно скажутся на общем уровне благосостояния страны и экономическом состоянии отдельно взятых регионов.

Согласно Стратегии национальной безопасности РФ до 2020 г. повышение благосостояния гарантируется государством путем создания благоприятных для развития человека и общества условий, которые могут быть охарактеризованы как национальная безопасность [1]. Важность безопасности как фактора развития экономики и общества в целом выделяли многие экономисты. Дж.Ст. Милль выделял безопасность в качестве самой главной «среди вторичных причин, обуславливающих производительность факторов производства» [2, с. 188]. Под безопасностью, вслед за Дж.Ст. Миллем, будет пониматься «всесторонняя защита, обес-

печиваемая обществом его членам» [2, с. 188]. Она включает не только защиту со стороны государства, но и защиту от государства. В зависимости от ситуации, государству необходимо прибегнуть к протекционизации или либерализации социально-экономических и политических процессов. Например, если национальная экономика в состоянии регулярно обеспечивать население предметами массового потребления, то либерализация способствует росту благосостояния. В ином случае поток импортных товаров удовлетворит запросы потребителей, что затормозит развитие отечественного производства и поставит экономику в зависимость от импорта. Данный исход противоречит государственным интересам и представляет прямую угрозу для национальной безопасности РФ. Таким образом, можно предположить, что существует возможность наступления негативных последствий вступления России в ВТО. В связи с этим следует выявить возможные угрозы для наиболее уязвимых секторов национальной экономики и разработать способы предотвращения возможных негативных последствий.

Согласно действующему законодательству РФ главным направлением обеспечения национальной безопасности в среднесрочной перспективе является продовольственная безопасность, которая представляет собой один из основных факторов сохранения государственного суверенитета [3]. Римская декларация Всемирного форума по продовольственной безопасности определяет её как «обеспечение доступа всех людей в любое время к продовольствию, необходимому для здоровья и активной жизни» [4]. То есть продовольственная безопасность предполагает обеспечение постоянной доступности для населения в необходимом

количестве высококачественных и безопасных товаров. Согласно Доктрине продовольственной безопасности РФ в области управления обеспечением безопасности государству важно оценивать особенности регионов страны, координируя их деятельность при реализации стратегических целей. Неравномерное развитие территорий делает необходимым рассмотрение региональной продовольственной безопасности как основы для продовольственной безопасности всей страны в целом.

Продовольственная безопасность регионов обеспечивается государством за счет выстраивания региональных продовольственных систем, которые состоят из производственных сфер и сопутствующих им блоков. Первичным элементом системы выступают сферы, представляющие отрасли материального производства: промышленность, сельское и лесное хозяйство, перевозки, связь, торговля, общественное питание и материально-техническое обеспечение. Из сфер формируются блоки, выраженные в форме отраслевых и многоотраслевых комплексов. При этом блоки образуют связи за счет объединения отраслей путем горизонтальной и вертикальной интеграции, воплощенной в формах промышленной организации (территориально-производственные комплексы, кластеры и т. п.). Совокупность всех блоков и сфер, напрямую или косвенно задействованных в процессе производства и реализации продовольствия представляет собой региональную продовольственную систему (РПС).

Как показывает практика, центральное место в РПС занимает агропромышленный комплекс, в состав которого входят отрасли сельского хозяйства, сельскохозяйственного обеспечения и пищевой промышленности. Типовая структура РПС представлена на рис. 1.



Рис. 1. Региональная продовольственная система (составлено автором)

Деление производственных сфер обусловлено характером отраслевых элементов: сельское хозяйство включает в себя крестьяно-фермерские и личные подсобные хозяйства; пищевая и вспомогательная промышленность – предприятия по производству средств производства и предметов потребления. Характерной чертой этих элементов является их «привязка» к конкретной территории. Охват инфраструктурных отраслей, в свою очередь, гораздо шире ввиду специфики ресурсной базы. К ним относятся отрасли перевозок, торговли, электрообеспечения, правового и информационного обеспечения. Эти сферы и их связи позволяют органам власти оперировать свойствами РПС для обеспечения региональной продовольственной безопасности. Такими свойствами являются автономность, надежность и устойчивость.

Автономность – это свойство продовольственной системы, которое определяет уровень продовольственной независимости региона. Т.А. Галиев обозначил продовольственную независимость как «способность государства обеспечить продовольственную безопасность населения собственными ресурсами вне зависимости от импорта или при определенной его доле в балансе того или иного продукта питания» [5, с. 431]. Следовательно, степень автономности продовольственной системы напрямую связана с продовольственной независимостью. При этом органы государственной власти имеют возможность устанавливать нормативы по импорту отдельных групп продуктов питания, позволяющих оценивать уровень продовольственной независимости региона.

Надежность характеризует способность РПС функционировать при влиянии факторов внешней и внутренней среды. То есть степень надежности определяется отклонениями в ценах, качестве и количестве товаров на региональных рынках продовольственных товаров при воздействии экономических, политических и климатических факторов. Надежность оказывает влияние на региональную продовольственную безопасность ввиду того, что она отвечает за вероятность наступления продовольственных кризисов. Устойчивость, в свою очередь, отвечает за способность РПС развиваться. Если свойство надежности заключается в обязательном наличии простого воспроизводства стоимости в рамках РПС, то устойчивость подразумевает расширенное воспроизводство. Расширенное воспроизводство заключается в постоянном возрастании стоимости в сельском хозяйстве, пищевой и вспомогательной промышленности, создавая условия для повышения степени автономности РПС.

Совокупность данных свойств РПС представляет собой показатели состояния продовольственной безопасности в регионе. Следовательно, диагностика состояния региональной продовольственной системы позволит выявить возможные угрозы для продовольственной безопасности регионов в случае либерализации процессов производства и реализации продовольственных товаров согласно нормам ВТО. Объектами диагностики должны стать регионы, имеющие потенциал для развития собственной РПС, и население, которое характеризуется высоким платежеспособным спросом на продукты питания. Такой выбор обусловлен стратегическим статусом данных регионов ввиду того, что они обладают возможностью создания РПС, способной обеспечить собственную продовольственную безопасность и межрегиональный экспорт продуктов питания. Агропромышленный комплекс, присущий таким регионам, представляет своего рода почву для кластеризации, где при определенных условиях происходят процессы интеграции и локализации, способствуя изменению структурно-функциональных связей между сферами. В подобной среде отношения конкуренции в локализованных блоках замещаются кооперацией, позволяя РПС доминировать в конкурентной борьбе.

Омская область отвечает всем вышеуказанным критериям и может быть использована в качестве объекта диагностики. На данный момент Омская область обладает достаточно богатым сельскохозяйственным и трудовым потенциалом. Количество посевных площадей в Омской области составляет 2797,5 тыс. га. (из которых 67,7 % зерновых культур) [6, с. 536]. При этом урожайность зерна в 2010 г. составляла 12,1 цент./га [6, с. 549]. Также Омская область занимала 12-е место в РФ по поголовью крупного рогатого скота (439,1 тыс. шт.), 7-е по поголовью свиней (512 тыс. шт.) [6, с. 569–571]. По данным Росстата, в 2009 г. средняя численность населения Омской области составляла 2013,1 чел. Из них 69,3 % городского и 30,7 % сельского населения. Возрастная структура населения демонстрирует обильную долю населения в трудоспособном возрасте – 63,3 %, но высока доля населения и ниже (20,2 %) и старше (16,3 %) трудоспособного возраста. Омская область к началу 2010 г. находится на стадии суженного воспроизводства. Коэффициент рождаемости равен 12,7 (37 место в РФ), смертность – 13,6 (30 место) и младенческой смертности – 7,0 (25 место).

При использовании данного ресурсного потенциала существует явная возможность

обеспечить продовольственную безопасность региона при условии роста спроса на сельскохозяйственную продукцию. Следует констатировать, что в Омской области наблюдается высокий спрос на сельскохозяйственную продукцию: в 2010 г. Омская область занимала 3-е место по РФ по потреблению молока (343 л/чел.), 10-е – по мясу (79 кг/чел.), 12-е – по потреблению сахара (47кг/чел.), 8-е место по потребле-

нию хлебных продуктов (140 кг/чел.) и 10-е – по потреблению растительных масел (15,1 л/чел.) [6, с. 184–191]. Однако, несмотря на наличие резерва и условий спроса в регионе, последние десятилетия степень автономности, надежности и устойчивости РПС Омской области невысока.

Потребление основных групп продуктов питания населением Омской области приведено в таблице 1.

Таблица 1

**Потребление основных продуктов питания
по Омской области по годам (на душу населения в год, кг) [7, с. 16]**

Группа продуктов	Год					Физиологическая норма
	2006	2007	2008	2009	2010	
Мясо и мясопродукты	71	75	76	76	79	70–75
Молоко и молочные продукты, л	352	357	357	341	343	320–340
Яйца, шт.	287	290	290	290	299	260
Рыба и рыбопродукты	13,2	16,2	17	17	17	18–22
Сахар	49	49	49	47	47	24–28
Масло растительное, л	14,9	14,9	15,4	14,7	15	10–12
Картофель	150	150	130	130	129	95–100
Овощи	160	165	127	128	128	120–140
Фрукты и ягоды	43	47	49	49	49	90–100
Хлебные продукты	141	143	140	138	140	95–105

В Омской области в 2009–2010 гг., как и в предыдущие годы, наблюдается избыточное потребление населением простых углеводов (на 24 % выше нормы) и хлебных продуктов (38 % выше нормы). Следует отметить существенное отклонение от физиологической нормы в потреблении населением рыбы и рыбопродуктов (35,5 % ниже нормы), фруктов и ягод (50 % ниже нормы), овощей и бахчевых культур (8 % ниже нормы). По данным Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Омской области среди взрослого населения фиксируется рост болезней органов пищеварения и сердечнососудистой системы. Отмечается тенденция к росту заболеваний органов пищеварения на 100 тыс. взрослого населения: от 4 541 чел. в 2008 г. до 6 399 чел. в 2011 г. (рост на 41 %). В 2011 г. рост зафиксированных нарушений обмена веществ относительно 2008 г. составил 9,1 %, в том числе ожирения 56,9 % [7]. Следовательно, население Омской области не получает необходимого количества продуктов питания соответствующего качества. Снижение пищевой ценности продуктов питания является следствием изменений технологического процесса производства. Изменения технологии вызваны, во-первых, желанием хозяйствующих субъектов получить конкурентное преимущество на рынке путем

снижения переменных издержек на производство единицы продукции, во-вторых, проведением маркетинговой стратегии в отношении товара. Современные требования рынка диктуют необходимость увеличения сроков хранения товарной продукции до стадии конечного потребления. В связи с этим в продукт вносятся модификации в виде химических добавок, увеличивая срок хранения, но снижая их качество. При этом рыночная цена остается прежней. На рынках происходит диверсификация продовольствия по качеству, погружая потребителя в условия неопределенности и препятствуя его рациональному выбору [8, с. 129].

Производством пищевых продуктов, в том числе напитков, в регионе занимаются более 1000 организаций всех форм собственности. Общая численность работающих – более 20 тыс. чел. Валовой сбор зерна в 2010 г. в хозяйствах всех категорий составил 2231,9 тыс. т (уменьшился на 55,8 % по сравнению с 2009 г.), производство скота и птицы на убой – 184,0 тыс. т (увеличилось на 0,9 %), производство молока – 854,8 тыс. т (увеличилось на 0,2 %) [6, с. 547–583]. Снижение некоторых производственных показателей подкрепляется уменьшением экспорта некоторых групп продуктов питания. В 2010 г. экспорт мяса составил 23 479 т (уменьшился на 4,7 % по сравнению с 2009 г.), сливочного масла – 1246 т (уменьшился на 16 %)

[9, с. 403–417]. В свою очередь, импорт мяса составил – 13 138 т (увеличился на 34,5 % по сравнению с 2009 г.), сливочного масла – 54,4 т (увеличился на 54,3 %), растительных масел – 4 177 т (увеличился в 2,4 раза), сахара – 34 683 т (увеличился на 36 %), муки – 33,7 т (увеличился в 6,9 раз) [9, с. 439–456]. Опираясь на статистические данные, следует сказать о том, что степень автономности РПС Омской области является крайне низкой. Таким образом, возникает угроза полной утраты продовольственной независимости региона.

При этом в структуре РПС Омской области преобладающую роль занимают сельскохозяйственные организации. В 2010 г. в производстве зерна сельскохозяйственные организации занимали 66,5 % (в 2000 г. – 94,4 %), скот и птица на убой – 52,9 % (48,8 %), молоко – 41,8 % (45,4 %) [6, с. 522–532]. Снижение объемов производства и существенные структурные сдвиги в растениеводстве обусловлены низкой рентабельностью произведенной продукции (2,8 % в 2010 г.). В связи с этим следует предположить, что возможность использования сельскохозяйственного потенциала региона затруднительна ввиду отсутствия у сельскохозяйственных организаций финансовой заинтересованности в функционировании и развитии. Действительно, производственная деятельность в сельском хозяйстве на данный момент является относительно затратной и рискованной ввиду специфики производственного цикла и сильного давления внешней среды. Складывается ситуация, в которой отрицательные ожидания потенциальных инвесторов препятствуют направлению финансовых потоков в данную отрасль. Сельскохозяйственные товаропроизводители, в свою очередь, при осуществлении своей деятельности сталкиваются с прогрессивным ростом кредиторской задолженности ввиду отсутствия финансовых ресурсов для ее своевременного покрытия. В этих условиях, единственным возможным путем увеличения степени надежности и устойчивости РПС является финансовая поддержка сельхозтоваропроизводителей. Однако согласно ст. 4 и ст. 6 Соглашения по сельскому хозяйству Российская Федерация берет на себя обязательства по уступкам в доступе на российский рынок сельскохозяйственной продукции стран-членов ВТО при одновременном сокращении внутренней поддержки отечественных сельхозтоваропроизводителей. Учитывая текущее состояние сельского хозяйства в Омской области, следует предположить, что при условии отсутствия регулярной государственной под-

держки региональные сельхозтоваропроизводители не смогут сохранить монополию на рынке, что будет способствовать краху РПС Омской области и утрате продовольственной безопасности региона в целом.

Таким образом, проведенный анализ свидетельствует о негативных последствиях вступления России в ВТО в области утраты продовольственной безопасности страны и отдельно взятых регионов (например, Омской области). По мнению российских мыслителей, торговля и производство вряд ли когда-нибудь смогут выдержать конкуренцию с Западом. Ю. Крижанич отмечал: «нашего народа умы не развиты и медлительны и люди неискусны в ремесле и мало сведущи в торговле, в земледелии и в домашнем хозяйстве... Поэтому чужеземным торговцам всегда легко бывает нас перехитрить и нещадно обмануть, тем паче, что они живут по всей Руси и скупают наши товары по самой дешевой цене» [10, с. 34]. Следовательно, «чтобы помочь народу в столь многих его нуждах, есть лишь один способ, т. е. путь царь государь возьмет на свое имя и в свои руки всю торговлю с другими народами, как он это уже делал, и сохранит ее и в грядущие времена» [10, с. 35]. Однако требования либерализации значительно ограничивают доступный органам государственной власти перечень протекционистских мер решения проблемы продовольственной безопасности. Ввиду изначально заданных ограничений в виде норм ВТО перед органами власти ставится сложная задача поиска способов защиты национальных интересов.

Решение проблемы негативных последствий вступления России в ВТО возможно благодаря внедрению системы государственного управления региональной продовольственной безопасностью, ориентированной на усиление степени автономности, надежности и устойчивости региональной продовольственной системы. Разработка такой системы должна базироваться на определении сфер и блоков РПС, анализе ресурсного потенциала региона и выявления оптимальной формы промышленной организации. Оптимальной формой промышленной организации АПК будет являться кластер. Кластер – это стихийно образовавшаяся по примеру полюса роста зона, но за малым исключением. Во-первых, внутри самого кластера продолжает существовать конкуренция между хозяйствующими субъектами, а во-вторых, внутри кластера осуществляется инновационный процесс, т. е. процесс, представляющий собой создание и распространение инноваций. Согласно Стратегии социально-эконо-

мического развития Омской области до 2020 г. государством поставлена задача применения кластерного подхода к развитию промышленного потенциала региона. Для описания функционирования кластера автор концепции – М. Портер – использовал набор переменных. В роли переменных Портер выбрал стратегию фирмы, спрос, развитие связанных отраслей и технико-технологические условия производства. Степень влияния этих переменных определяет уровень конкурентоспособности кластера, обеспечивая ему возможность для расширенного воспроизводства. Однако, как показали исследования, возникновение кластеров невозможно без формирования эффективной инсти-

туциональной среды по причине заведомо высокого уровня транзакционных издержек. Причем само функционирование кластера предполагает снижение данного уровня до минимума. Осуществление инновационного процесса и функционирование сложной системы контрактных отношений представляется невозможным без наличия формальных и неформальных правил. Для повышения реалистичности модели кластера необходимо внести в нее «институциональную среду» как опосредующий фактор [11, с. 54]. Таким образом, появляется возможность координации системы государственного управления продовольственной безопасностью, которая представлена на рис. 2.

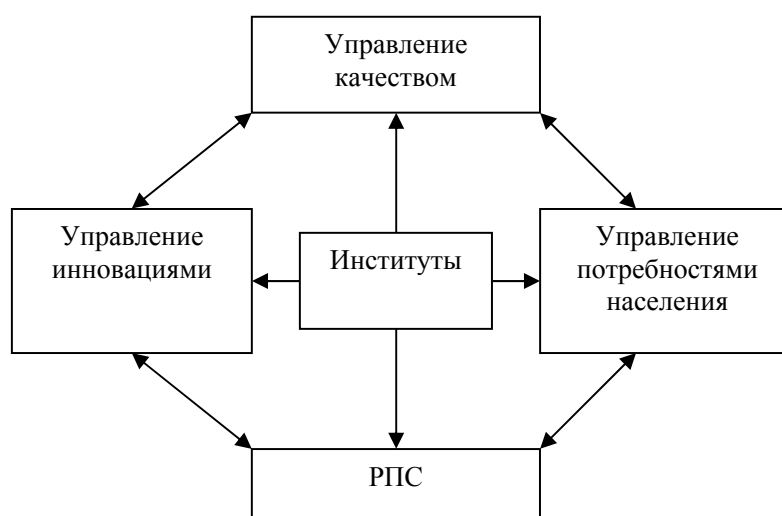


Рис. 2. Система государственного управления региональной продовольственной безопасностью (составлено автором)

В рамках кластера сельское хозяйство должно быть объединено с отраслью пищевой промышленности за счет вертикальной интеграции, минимизируя издержки производственного процесса. Управление качеством, инновациями и потребностями населения повлечет к образованию в структуре РПС агропромышленного кластера, который обеспечит необходимую степень автономности, надежности и устойчивости продовольственной системы. В данном случае управление представляется возможным благодаря наличию институционального механизма, который предполагает выработку институтов по снижению уровня транзакционных издержек.

Ключевое место в системе управления региональной продовольственной безопасностью занимает управление качеством. Управление качеством предполагает ориентацию на выработку стандартов качества как наиболее выгодную конкурентную стратегию. Качественная продук-

ция обеспечит стабильность спроса на рынке согласно нормам потребления и будет способствовать реализации государственного интереса в сфере продовольственной безопасности. Причем нормы и стандарты качества должны распространяться на все производственные части кластера с целью выработки единой продуктовой политики. Весь этот процесс должен сопровождаться максимально возможной автоматизацией, позволяя обеспечить массовость производства и точность технологического процесса. Стандарты качества продуктов питания должны базироваться на общезначимом в рамках ВТО понимании качества как такового. Исходя из стандартов Международной организации по стандартизации (ИСО), следует, что качество – это степень, с которой совокупность собственных характеристик (отличительных свойств) выполняет требования сторон. Таким образом, выработанные стандарты должны отвечать требованиям всех заинтересованных сто-

рон для вынесения суждения о наличии качества продуктов питания. В результате исследования интересов социальных групп было выявлено, что качество есть тогда, когда продукт несет в себе определенную пищевую ценность, обладает функциональностью, экономичен в производстве и безопасен для всех социальных групп. Базируясь на этом определении качества, существует явная возможность выработки стандартов, ограничивающих ввоз в регион «некачественных» продуктов и стимулирующих развитие собственной РПС за счет взаимосвязи показателей качества с процессами управления потребностями и инновациями.

Связь стандартов качества с управлением потребностями выражается через показатель функциональности продуктов питания. Дело в том, что в системе оценки потребителей, ключевым признаком качества выступает функциональность продуктов питания. Функциональность продуктов питания является комплексным признаком качества, включая в себя кулинарно-технологические, эстетические и экологические свойства продуктов питания. Следовательно, управление потребностями базируется на системе неформальных институтов, которые учитывают социально-культурные особенности населения. При этом одно из важнейших значений в управленческом процессе имеют национальные особенности. Неформальные институты выражаются в форме традиций и культурных особенностей быта проживающих на территории региона народов. Региональные органы власти способны стимулировать возрождение и популяризацию культурных ценностей путем проведения государственной культурной политики. В результате мер институционализации следует ожидать развитие специфических предпочтений у населения. Это усложнит процесс экспансии региональных рынков продовольствия внешними конкурентами по ряду причин. Во-первых, выявление специфики предпочтений у коренного населения требует значительных затрат. Во-вторых, производство продукции, отвечающей таким предпочтениям, не всегда приносит выгоду иностранным производителям ввиду необходимости преобразования технологических процессов. Региональные предприятия, в свою очередь, способны сохранить конкурентное преимущество за счет ориентации на национальные особенности. Таким образом, управление потребностями позволяет обеспечить надежность региональной продовольственной системы.

Вдобавок к этому стандарты качества должны быть тесно связаны с управлением иннова-

циями, что позволит обеспечить устойчивость РПС. Генерируемые в рамках кластера инновации должны способствовать расширенному воспроизводству стоимости за счет стремления хозяйствующих субъектов повысить качество продуктов питания. Это стремление обусловлено наличием в предлагаемом стандарте качества показателей пищевой ценности и эффективности в производстве. Поскольку основной целью производителей продуктов питания в условиях рынка является получение прибыли, то в роли критерия экономической эффективности выступает прибыль на единицу затрат ресурсов при одновременном обеспечении конкурентоспособности продукции (т. е. повышении ее качества). Рост эффективности возможен благодаря внедрению новых производственных технологий. Государство при этом имеет возможности для косвенного стимулирования хозяйствующих субъектов к инновационной деятельности. В этом случае региональным органам власти нет необходимости регулировать сферу сельского хозяйства, так как объектами управления выступают находящиеся в связи вертикальной интеграции пищевая и вспомогательная отрасли. Расширение масштабов деятельности производственных предприятий за счет инновационных технологий автоматически вызовет увеличение спроса на сельскохозяйственную продукцию.

Таким образом, можно сделать ряд выводов.

Во-первых, одним из результатов вступления России в ВТО является либерализация значимых социально-экономических и политических процессов, которые напрямую связаны с уровнем благосостояния страны. В первую очередь либерализация коснется процессов производства и реализации предметов массового потребления (продуктов питания, одежды и т. п.), что может представлять угрозу для национальной экономики. Наличие угрозы обусловлено текущим состоянием некоторых секторов национальной экономики, которые не смогут выдержать усиление конкуренции с иностранными товаропроизводителями. Ввиду этого государство ставится перед фактом обеспечения национальной безопасности путем защиты интересов уязвимых секторов экономики. Главным направлением обеспечения национальной безопасности на сегодняшний день выступает продовольственная безопасность страны, состояние которой определяется продовольственной безопасностью регионов.

Во-вторых, продовольственная безопасность регионов обеспечивается за счет выстраи-

вания государством региональной продовольственной системы, включающей в себя различные отрасли (сельское хозяйство, пищевую промышленность и т. п.) и сопутствующие им отраслевые и межотраслевые комплексы. Состояние региональной продовольственной системы зависит от степени её автономности, надежности и устойчивости. Эти свойства дают возможность диагностировать региональные продовольственные системы с целью определения потенциальных угроз и возможностей минимизации последствий либерализации. В качестве примера была проведена диагностика региональной продовольственной системы Омской области, в результате которой были получены данные о её текущем состоянии. На данный момент региональная продовольственная система Омской области не является автономной, надежной и устойчивой, что создает необходимость в разработке системы государственного управления продовольственной безопасностью региона.

В-третьих, основой для выстраивания государственной системы продовольственной безопасности является форма промышленной организации. Оптимальной формой промышленной организации агропромышленного комплекса Омской области была признана модель кластера. Для повышения реалистичности данной модели в нее была введена переменная институциональной среды. Данная модификация позволила выстроить механизм координации между элементами системы управления кластером за счет формальных и неформальных норм (институтов). Непосредственно сама система государственного управления состоит из управления качеством, инновациями и потребностями. В совокупности эти элементы способствуют обеспечению продовольственной безопасности за счет улучшения состояния продовольственной системы.

1. Указ Президента РФ от 12 мая 2009 г. № 537 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года». – URL : <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/195465>.

2. Милль Дж. С. Основы политической экономики с некоторыми приложениями к социальной философии: пер. с англ. / биограф. очерк М.И. Туган-Барановского. – М. : Эксмо, 2007. – 1040 с.

3. Указ Президента РФ от 30 января 2010 г. № 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации». – URL : <http://base.garant.ru/12172719>.

4. Rome Declaration on World Food Security / FAO corporate document repository – URL: <http://www.fao.org/docrep/003/w3613e/w3613e00.htm>.

5. Галиев Т. А. Теоретические аспекты продовольственной безопасности России // Теория эволюции социально-экономических систем / под ред. акад. А. И. Татаркина, акад. В. И. Маевского; РАН, УрО, Ин-т экономики. – М. : ЗАО «Изд-во "Экономика"», 2008. – 694 с.

6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011 : стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 990 с.

7. О санитарно-эпидемиологической обстановке в Омской области в 2010 г.: Государственный доклад. – URL : <http://55.rospotrebнадзор.ru/contents/show/39>.

8. Чупин Р. И. Издержки поиска информации и их последствия на примере рынка молока в Омской области // Организационно-управленческие аспекты модернизации экономики: сб. науч. работ студентов и магистрантов экономического факультета ОмГУ / отв. ред. Л. Н. Иванова, О. Н. Бородина, А. Е. Миллер. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2012. – С. 128–131.

9. Торговля в России. 2011: стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 519 с.

10. Крижанич Ю. Политика. – М. : Новый Свет, 1997. – 527 с.

11. Самошилова Г. М., Чупин Р. И. Формирование эффективной институциональной среды для создания и развития агропромышленного кластера в Омской области // Омский экономический форум : материалы Междунар. науч.-практ. конф. 25 ноября 2011 г. – Омск, 2011. – 384 с.

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. № 4. С. 67–73.

УДК 339:339.924

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ: КОНКУРЕНТНОЕ ПРОСТРАНСТВО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

SYSTEM ANALYSIS OF COMPETITIVENESS: COMPETITIVE SPACE OF BUSINESS ACTIVITY

А.Л. Карпов

A.L. Karпов

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Рассматривается конкурентоспособность предпринимательских структур с точки зрения системного подхода. В рамках системного анализа конкурентоспособности обоснован переход от традиционной взаимосвязи факторов на микро-, мезо- и макроуровне к теории конкурентного пространства, которая позволит изучить влияние условий институциональной, рыночной и предпринимательской среды, а также структуры межфирменных конкурентно-партнерских отношений на механизм обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур.

The article considers competitiveness of enterprise structures from the point of view of a system approach. Within the system analysis of competitiveness, author justifies the transition from traditional interrelation of factors on micro, meso – and macrolevel to the theory of competitive space which will allow to study influence of conditions of the institutional, market and enterprise environment, and also structures of intercompany competitive-partnership relations on the mechanism of ensuring the competitiveness of enterprise structures.

Ключевые слова: конкуренция, системная конкурентоспособность, предпринимательство.

Key words: competition, system competitiveness, entrepreneurship.

Конкурентоспособность – это одна из ключевых категорий, объясняющих природу экономического развития. В настоящее время экономикой принято рассматривать как систему взаимосвязанных хозяйствующих субъектов, каждый из которых играет особую экономическую роль. Сейчас сложилось положение, при котором политика государства, по сути, трансформируется в политику подъема его мирохозяйственной конкурентоспособности. Политические лидеры и экономисты различных стран придерживаются тезиса о национальной экономике как активного субъекта, формирующего конкурентные преимущества национальных предпринимательских структур в глобальном масштабе. Конкуренция перестает существовать просто как частное явление и превращается в объективную экономическую закономерность, которая состоит в том, что изменяющиеся связи между экономическими субъектами создают движение, которое в историческом масштабе превращается в поступательное раз-

витие экономики в целом. Тезис о государстве, формирующем конкурентоспособность, широко используется при обосновании проводимых экономических курсов, политических и идеологических установок.

Конкуренция пронизывает все уровни современной экономики, и ряд исследователей [1; 2] считают, что при всем многообразии конкурентных отношений имеет смысл выделять три уровня конкурентоспособности:

I. Конкурентоспособность на уровне фирмы (микроуровень) выражает собственно соотношение качества и цены товара, конкурентоспособность товара, конкурентные стратегии фирм.

II. Конкурентоспособность на уровне отрасли и региона (мезоуровень) основывается на оценке способности (потенциала) фирмы с учетом условий, в которых она находится, создать и удерживать конкурентное преимущество в определенной отрасли или регионе.

III. Страновая конкурентоспособность (макроуровень) отражает преимущества отдельных стран и географических районов в них в формировании конкурентоспособных отраслей, а также и общее состояние хозяйственных систем, их сбалансированность, продуктивность использования ресурсов.

Системная конкурентоспособность.

Конкурентоспособность на уровне товара и фирмы вызывает наибольший исследовательский интерес, так как фирмы сталкиваются сегодня с растущими проблемами по различным направлениям. Первой важной тенденцией здесь является глобализация конкуренции, которая находит свое выражение через взаимосвязь между конкурентоспособным развитием предпринимательской структуры и необходимостью выхода на мировые рынки и через рост числа иностранных конкурентов на местных рынках. Здесь прежде всего соответствие требованиям мировых рынков отражает способность спроектировать, произвести и распределить товары и услуги по ценам, обеспечивающим конкурентоспособность на внутреннем и мировых рынках. Наряду с глобализацией конкуренции на многих отраслевых рынках происходит рост числа внутренних конкурентов в результате успешной структурной перестройки и эффективных процессов индустриализации.

Другой важной тенденцией в процессах конкуренции предпринимательских структур является высокие темпы технологических изменений, которые проявляются в сокращении цикла инновационной продукции и создании радикальных технологических и организационных инноваций, кардинально меняющих структуры конкурентно-партнерских отношений. Центральными факторами для развития технологий являются снижение величины стоимости и повышение качества и разнообразия продукции. Если стоимость высока или растет, решающим для сохранения или повышения конкурентоспособности моментом является применение новейших технологий, увеличивающее продуктивность основных факторов производства и качество товара: разумеется, применяя такие технологии, можно повысить конкурентоспособность и тогда, когда стоимость товаров, производимых конкурентами, относительно ниже.

Также на микроуровне активно разрабатывается методология оценки конкурентоспособности товара и подходы к стратегии конкурентной борьбы на рынке. Конкурентные стратегии фирм оптимизируют предпринимательскую деятельность по таким важнейшим на-

правлениям, как стоимость-эффективность, качество и дифференциация продукции и адаптивность фирмы к внешним условиям. Эти направления создают основу для долгосрочного устойчивого развития предпринимательских структур в жестких конкурентных условиях. Способность предложить широкий ассортимент продукции без ущерба для качества и эффективности необходима для адекватного удовлетворения все более дифференцированного спроса. Адаптивность означает способность реагировать быстро на изменения спроса и на новые рыночные возможности.

Вместе с тем рассмотрение конкурентоспособности исключительно на уровне отдельно взятой фирмы и товара не дает полной картины в оценке конкурентоспособности и выявления причин конкурентного отставания отрасли. Анализ конкурентоспособности на уровне отраслей является ключевым в рассмотрении проблемы конкурентного преимущества. Этот уровень позволяет учесть многие объективные предпосылки конкурентоспособности и конкурентного отставания отдельных товаров, предприятий и экономики в целом, которые останутся незамеченными на микро и макроуровне. Здесь как важный элемент раскрывается структура отраслей, процесс формирования отраслевых и региональных объединений предприятий (кластеров), а также процесс возникновения новых конкурентоспособных отраслей и утраты конкурентных преимуществ в уже существующих отраслях.

В условиях жесткой конкуренции, высоких темпов развития технологии и внедрения инноваций в производство прямая конкуренция одной предпринимательской структуры с другими отходит на второй план. В мировой экономике теперь конкурируют группы компаний, межфирменные сетевые структуры и промышленные кластеры. Растущие проблемы для предпринимательских структур приводят к увеличению спроса на структуры поддержки деловой среды, от динамичного развития которых зависит потенциал конкретного региона и отрасли. Именно создание различных структур поддержки деловой среды, ориентированных на динамично развивающиеся отраслевые и региональные объединения предпринимательских структур, является главной целью развития конкурентоспособности на мезоуровне.

Для цели развития конкурентоспособности органам региональной власти необходимо активно участвовать в создании необходимой для бизнеса инфраструктуры и формировать целевые экономические программы, которые

предполагают различные формы поддержки предпринимательских структур, работающих в наиболее важных для региона отраслях. Причем эти программы должны быть нацелены на создание условий для привлечения в регион новых производств, технологий, позволяющих выйти на внешние рынки, а не имитировать кластеры из особо приближенных к власти предпринимательских структур и организаций.

Следует отметить, что реализация региональных программ развития конкурентоспособности предполагает этапность. На ранних стадиях роста предпринимательской деятельности в регионе программы следует нацеливать на привлечение наиболее общих факторов производства, традиционных технологий и выход на близлежащие региональные и национальные рынки. Только после определенного периода времени и после создания некоторого базисного уровня условий возможно создание специализированных факторов, продвинутых технологий и выход на географически удаленные рынки.

Создание специализированных факторов и инфраструктуры обычно требует активного участия в процессе частного капитала и отраслевых ассоциаций, которые обычно начинают включаться в региональные проекты только после формирования определенного уровня доверия к власти. В настоящее время в регионах с развитой инфраструктурой созданием специализированных факторов занимается обширная сеть учреждений, которые предлагают конкретные услуги и различные формы поддержки предпринимательским структурам. Такая сеть учреждений, как правило, является результатом длительного процесса изучения потребностей предпринимательских структур, формирования опыта предоставления консалтинговых и иных бизнес-услуг, создания и совершенствования комплексных пакетов услуг путем установления партнерских связей и взаимодействия учреждений деловой инфраструктуры.

Макроуровень анализа конкурентоспособности с позиции национальной экономической системы может привнести дополнительные аспекты в изучение вопроса. Например, здесь имеет значение, насколько справедливы и свободны условия национального рынка. Некоторые страны могут быть конкурентоспособны только тогда, когда их внутренние рынки закрыты или же национальные компании получают большие субсидии от государства. Страны с низким уровнем производительности могут стимулировать конкурентоспособность, осуществляя политику ограничений и протекцио-

низма. С другой стороны, страны, располагающие мощным потенциалом конкурентоспособности, могут проигрывать, если их национальным компаниям, не получающим субсидий и не защищенным политикой протекционизма, приходится конкурировать с теми, которые субсидируются правительствами своих стран.

Также важно учитывать реальные совокупные доходы населения. С одной стороны, это отражает емкость внутреннего рынка, с другой – страна может проводить политику сокращения реальной заработной платы на внутреннем рынке труда в целях улучшения своих позиций на мировых рынках. Но подобная практика не имеет ничего общего с реальным устойчивым конкурентным преимуществом и может быть использована только как временная мера в конкурентной борьбе между странами с одинаковым уровнем эффективности (производительности). Если в стране реальные доходы населения падают, это может означать, что ее граждане субсидируют национальную конкурентоспособность.

Следует отметить, тем не менее, что взгляды экономистов расходятся в вопросе: следует ли применять понятие конкурентоспособности по отношению к стране.

Можно отметить взгляды экономистов, рассматривающих конкурентоспособность страны как самостоятельную категорию. Приведем два наиболее характерных определения.

Определение, предложенное Комиссией по индустриальной конкурентоспособности при Президенте США, описывает конкурентоспособность страны как «степень возможности нации при условиях свободного и справедливого рынка производить товары и услуги, которые отвечают требованиям мировых рынков при одновременном сохранении или увеличении реальных доходов своих граждан» [3, с. 27]. Здесь следует заметить, что в соответствии с теорией сравнительного преимущества страна может экспортировать продукт отраслей с более низкой производительностью, чем в соответствующих отраслях страны-импортера. Она может не применять протекционистских и поддерживающих мер для своих экспортных отраслей, что будет соответствовать критерию свободного и справедливого рынка, и при этом сам факт вовлеченности в международную торговлю будет приносить ей дополнительный национальный доход и повышать общий уровень эффективности национальной экономики. Таким образом, в соответствии с данным определением конкурентоспособными могут быть названы страны, характеризующиеся низким

уровнем производительности как в целом для экономики, так и для экспортоориентированных отраслей.

Другое определение, предложенное Всемирным экономическим форумом, описывает конкурентоспособность страны как «способность поддерживать устойчивые высокие темпы роста реального душевого дохода, измеряемого темпами роста валового внутреннего продукта в расчете на душу населения в постоянных ценах» [4]. Это определение по своему содержанию имеет значительные сходства с определением М. Портера, как продуктивности использования ресурсов, где в качестве показателя продуктивности предлагается объем ВВП на душу населения, но метод сравнения конкурентоспособности национальных экономик существенно отличается.

Однако М. Портер придерживается мнения, что конкурентоспособность – это та категория, которая должна рассматриваться на уровне отрасли. «Поиск убедительного объяснения процветания фирмы или страны в целом следует начать с правильной постановки вопроса. Прежде всего, от понятия “конкурентоспособная страна” как термина, имеющего большое значение для экономического процветания, придется отказаться. <...> Единственное, на чем может остановиться концепция конкурентоспособности на уровне страны, – это продуктивность использования ресурсов». Отступая от стандартной формулировки, он ставит проблему следующим образом: «Наша главная задача – объяснить, почему фирмы, базирующиеся в данной стране, способны успешно конкурировать с иностранными фирмами в тех или иных отраслях и секторах экономики» [5, с. 24].

Можно согласиться с ним в этом вопросе, так как исследования в этой области рассматривают исключительно факторы общего характера, часто факторы взаимоисключающие или противоречащие друг другу, а для конкурентоспособности большее значение имеют специфические факторы и факторы высокого порядка. При этом утрата конкурентоспособности часто происходит очень медленно и незаметно, поэтому показатели общего экономического благополучия в стране могут быть высокими и стабильными, несмотря на начавшийся процесс упадка, утраты национального преимущества.

Исследования, посвященные определению конкурентоспособности стран, в настоящее время скорее представляют интерес с точки зрения сравнения национальных экономик по ряду общих характеристик, при этом именно в раз-

резе этих характеристик, а не как интегрированный показатель. Причем эта информация представляет наибольший интерес в значительной мере не для деловых кругов, занимающихся конкретным бизнесом, а для хозяйственно-политических, государственных и общественных, для которых важно понимание значения развития общих факторов в экономической системе, создания равных и лучших условий в налоговой и прочих областях для национальных предприятий на международных рынках.

Вместе с тем необходимость научных исследований по проблемам межстрановых конкурентных преимуществ несомненна. Проблемы национальной конкурентоспособности нуждаются в подробном анализе для выработки конструктивной позиции государства и принятия на ее основе продуктивных конкретных решений субъектами внутренней и внешней экономической политики. Здесь, с нашей точки зрения, наибольшее значение имеют два аспекта. Во-первых, государство отвечает перед обществом за формирование благоприятной макроэкономической среды, которая является условием для нормального функционирования товарных рынков и рынков факторов производства. Во-вторых, управление конкурентными преимуществами в международной торговле также традиционно является прерогативой федеральных органов власти. Влияние государства на международную торговлю оказывает прямое влияние на конкурентоспособность большинства национальных отраслей, которые обычно являются или экспортоориентированными, или импортозамещающими, и конкретных предпринимательских структур. Формирующаяся в результате структура национального экспорта и импорта оказывает существенное влияние на конкурентоспособность отраслей в долгосрочном периоде, закрепляя преимущества лидирующих в экспорте отраслей.

В этом аспекте все большее значение приобретает понимание жизненного цикла товара. Когда продукт только изобретен, он еще нуждается в совершенствовании. Для его производства требуется передовое оборудование, рабочая сила соответствующей квалификации и т. д., поэтому его выгоднее выпускать в странах, где он впервые появился в производстве и потреблении. Обычно это страны с высоким доходом, так как в большинстве случаев новые товары в силу их уникальных качеств относятся к предметам роскоши.

Спустя некоторое время технология производства нового товара становится уже настолько отработанной, что дополнительные зна-

ния уже не столь необходимы для снижения издержек. Как только продукт становится более привычным и стандартизированным (зрелым), его производство в стране с высоким уровнем технологии теряет смысл. Производство этого товара перемещается в другие страны, которые могут использовать уже стандартную технологию. Эти страны сами осваивают производство товара, возможно даже через зарубежные филиалы, созданные страной-пионером. Такое перемещение производства за границу представляется вполне возможным благодаря предполагаемой утрате страной-пионером начального технологического преимущества. Это выгодно для многих новых производителей, осваивающих уже более простую и стандартизированную технологию.

Под конец технология может настолько воплотиться в продаваемом оборудовании, что для производства самого товара уже не требуется особая квалификация, и оно переместится в наименее развитые страны, располагающие преимуществом избытка дешевой рабочей силы. В результате конкурентоспособные высокотехнологичные отрасли концентрируются в промышленно-развитых странах, конкурентоспособные низкотехнологичные и ресурсные отрасли в странах Третьего мира. Тем самым развитые страны закрепляют свои преимущества, а неразвитые страны консервируют свое конкурентное отставание в мировой торговле.

Кроме традиционных микро-, мезо- и макроуровня в рамках системного анализа конкурентоспособности немецкие ученые (Klaus Esser, Tilman Altenburg, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner, Jörg Meyer-Stamer) предлагают рассматривать дополнительно метауровень [6], к которому они относят факторы институциональной среды предпринимательской деятельности. Следует согласиться, что влияние институциональной среды на конкурентоспособность предпринимательских структур является сильным и малоизученным феноменом. Однако если рассматривать традиционные микро-, мезо- и макроуровни конкурентоспособности, то они принципиально отличаются доминирующим субъектом, формирующим конкурентоспособность: это сами предпринимательские структуры, региональные и федеральные органы власти соответственно. Институциональная среда присутствует и является составной частью всех трех перечисленных уровней, и объединение их воедино в некий самостоятельный метауровень, выглядит искусственно. Институциональная среда является частью другой системы условий, определяющих

конкурентоспособность предпринимательских структур.

Конкурентное пространство предпринимательской деятельности.

Существует необходимость расширить категориальный аппарат теории обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур и ввести в научный оборот понятие «конкурентное пространство предпринимательской деятельности». С точки зрения системного анализа предпринимательская структура является частью систем более высокого уровня, так как работает в определенных отраслях, регионах и национальных экономиках. Поэтому система обеспечения конкурентоспособности не может рассматриваться в отрыве от условий, которые возникают в системах более высокого уровня. Оценка конкурентоспособности предпринимательской структуры только на основе сравнения конкурентов по таким параметрам, как технический уровень производства, персонал, уровень организации производства, финансовое состояние предприятия, эффективность менеджмента и другим условиям, которые находятся внутри самих предпринимательских структур, недостаточно. Конкурентное пространство предпринимательской деятельности – это система условий, в которых предпринимательская структура осуществляет свою деятельность и которая определяет эффективность функционирования ее системы обеспечения конкурентоспособности.

Конкурентное пространство предпринимательской деятельности имеет свою структуру, т. е. представляет собой совокупность элементов, которые при определенных условиях также могут рассматриваться как самостоятельные системы, и иерархию (см. рис.). Иерархия конкурентного пространства предпринимательской деятельности предполагает порядок подчиненности низших уровней системы высшим: верхние уровни системы ограничивают и определяют эффективность уровней конкурентного пространства более низкого порядка.

Самый высокий уровень – институциональная и рыночная среда – включает в себя четыре группы условий: (1) условия спроса; (2) ресурсы и факторы производства; (3) технологии; (4) институциональные условия предпринимательской деятельности. Институциональная и рыночная среда, по сути, определяются тем, за что конкурируют предприниматели и создаваемые ими предпринимательские структуры. Объектами конкуренции выступают платежеспособный спрос, ключевые ресурсы, передовые технологии, а также статус и уважение в обществе.



Структура и иерархия конкурентного пространства предпринимательской деятельности

Особое внимание следует уделить тому, какое место занимают институциональные условия в системе конкурентного пространства предпринимательской деятельности. Институциональные условия предпринимательской деятельности – это совокупность политических, социальных и юридических правил, которые лежат в основе экономических отношений и, следовательно, определяют модели политической и экономической организации общества. В данном случае значение имеют те правила и устойчивые модели общественного поведения, которые или поощряют и развивают или, наоборот, ограничивают предпринимательскую деятельность. Эти правила и модели в совокупности формируют такие ключевые для развития предпринимательства институциональные условия, как социальный статус предпринимателя, позитивное или негативное отношение к конкуренции, ценность образования, социальная и экономическая мобильность и отношение к изменениям.

Второй уровень конкурентного пространства предпринимательской деятельности – это предпринимательская среда, которая представляет собой совокупность трех групп условий, таких как (1) предпринимательская инициатива, (2) инновационность и (3) способность к коммерческому риску. Предпринимательская среда определяет то, как формируется система конкурентно-партнерских отношений и взаи-

мосвязей в рамках предпринимательской деятельности. Предпринимательская инициатива – это стремление к поиску новых возможностей в организации нового бизнеса, производстве новых благ или освоении новых рынков. Инновационность представляет собой поиск лучших вариантов бизнеса, который (по Й. Шумпетеру) связан с созданием новых комбинаций факторов производства. Коммерческий риск предпринимателя нацелен на получение прибыли и имеет под собой рациональную основу: является платой за преодоление рыночной неопределенности. Все три элемента предпринимательской среды детерминированы институциональной и рыночной средой. Инициатива, инновационность и риск предпринимателя отражают стремление к реализации тех возможностей, которые возникают на более высоком уровне конкурентного пространства предпринимательской деятельности. Степень проявления предпринимательской инициативы прежде всего обусловлена отношением общества и государства к предпринимателю. Новые комбинации факторов и коммерческий риск во многом определяются условиями спроса на потребительских рынках, условиями предложения на рынках факторов производства, уровнем достигнутой технологии и системой их разработки. Негативные тенденции развития институциональной и рыночной среды приводят к снижению предпринимательской инициативы,

отказу от поиска новых путей развития бизнеса, делает экономически неоправданным коммерческий риск. Напротив, позитивные изменения в институциональной и рыночной среде способствуют активизации предпринимательской инициативы и формированию ориентированных на развитие инновационных моделей предпринимательского поведения.

Третий уровень конкурентного пространства предпринимательской деятельности представляет собой непосредственно систему отношений и взаимосвязей между предпринимательскими структурами, которые являются отражением и возникают в результате воздействия условий институциональной, рыночной и предпринимательской среды. Взаимосвязи между предпринимательскими структурами принимают две основные формы: (1) конкурентных отношений, которые являются основным стимулом опережающего развития предпринимательских структур, и (2) партнерских отношений, которые являются основным средством такого развития. Конкуренция и кооперация – суть две стороны опережающего развития предпринимательских структур, которое находит свое отражение в повышении качества и разнообразия продукции, восприимчивости и гибкости реакции на рыночные изменения, роста эффективности. Конкурентные и партнерские отношения могут возникать у предпринимательской структуры с четырьмя типами субъектов: с продавцами идентичных продуктов, с покупателями, с поставщиками, с родственными и поддерживающими предпринимательскими структурами.

Следует отметить, что конкурентные отношения являются доминантными и безусловными, т. е. экономические субъекты преимущественно выбирают конкурентные отношения, которые прямо направлены на достижение собственных интересов и выгод. Партнерские отношения являются вторичными, так как предпринимательская структура выбирает их при условии, что кооперативное поведение принесет больше выгоды (или как минимум аналогичный результат), чем прямая конкурентная борьба. И даже в отношениях с партнерами, с которыми предпринимательская структура делает свой продукт более ценным, в итоге встает вопрос о разделе выгод и добавленной стоимости. В силу доминантного характера конкурентных отношений автор считает, что терминологически правильно говорить именно о конкурентном пространстве предпринимательской деятельности.

Четвертый уровень конкурентного пространства предпринимательской деятельности – это механизм обеспечения конкурентоспособности, который наделяет предпринимательскую структуру набором интегративных свойств, таких как:

– гибкость реакции на изменения во внешней среде, на действия конкурентов, развитие рынков сбыта и рынков ресурсов;

– открытость и готовность овладевать необходимыми с точки зрения рынка компетенциями и способностью к трансформации в области технологии, организационной и производственной структур;

– оптимальные темпы развития и использования ресурсов, которыми располагает предпринимательская структура.

Вся совокупность элементов конкурентного пространства имеет связь и оказывает прямое влияние на систему обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры, и сила этого влияния превосходит по мощности связи с другими традиционными факторами внешней среды. Наличие интегративных свойств механизма обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры позволяет снизить коммерческий риск и неопределенность развития предпринимательских структур по сравнению с внешней средой.

1. *Тарануха Ю. В.* Конкуренция: система и процесс : монография. – М., 2012. – 672 с.

2. *Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И.* Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–78.

3. *Куликов Г.* Факторы мирохозяйственной конкурентоспособности японской экономики // Российский экономический журнал. – 1998. – № 1. – С. 45–53.

4. Отчет о глобальной конкурентоспособности 2011–2012. – Сайт Всемирного экономического форума. – URL : <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2011-2012>.

5. *Портер М.* Международная конкуренция. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

6. *Altenburg T., Hillebrand W., Meyer-Stamer J.* Building Systemic Competitiveness: Concept and Case Studies from Mexico, Brazil, Paraguay, Korea and Thailand. Berlin (German Development Institute: Reports and Working Papers 3/1998).

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ – ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

COMPETITIVENESS – INSTITUTIONAL COMPONENT

Г.М. Самошилова, И.А. Васильева

G.M. Samoshilova, I.A. Vasilyeva

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматривается институциональная составляющая конкурентоспособности как наименее исследованный и наиболее интересный её аспект в современных российских условиях. Именно институциональная среда определяет условия функционирования бизнеса, состояние конкурентной среды. Внимание привлекается к мнению основоположников экономической науки по поводу роли формальных и неформальных институтов в функционировании рыночной экономики.

The article reviews the institutional component of the competitiveness as the least studied and most interesting aspect in modern Russian conditions. The institutional sphere determines the business conditions and position of competitive environment. The authors capture the attention to the economic science founders' opinion on the role of formal and informal institutions in market economy.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, институты, институциональная среда, права собственности.

Key words: competition, competitiveness, institutions, institutional environment, property rights.

Конкурентоспособность – основной фактор выживания и процветания в рыночных условиях. Конкурентоспособность – это способность сохранять и улучшать позиции в конкурентной борьбе. А конкурентная борьба, конкуренция – это главная движущая сила развития общества, эволюции взаимоотношений субъектов. Наиболее успешным участником такого соревнования является тот, кто способен выдерживать конкурентную борьбу на отечественном и внешнем рынках.

Конкурентоспособность определяется наличием конкурентных преимуществ, которые нельзя отождествлять с потенциальными возможностями компании. В отличие от потенциальных возможностей конкурентные преимущества проявляются в результате реальных предпочтений покупателей. Конкурентные преимущества – это реализованные потенциальные возможности. Обладая потенциальными возможностями, необходимо приложить специальные усилия для их реализации, для того чтобы стать конкурентоспособным. Результативность данных усилий во многом определяется институциональной средой, которая определяет конкурентную среду.

Необходимость учета институциональных факторов при рассмотрении конкурентоспособ-

ности обусловлена тем, что функционирование тех или иных институтов либо обеспечивает компании конкурентные преимущества, либо препятствует их формированию; либо способствует конкуренции, либо тормозит её.

Успешность развития рыночной экономики во многом определяется именно состоянием конкуренции. Конкуренция заставляет предприятия наиболее полно воспринимать научно-технические достижения, применять эффективные технику и технологию, современные методы организации производства и повышать качество выпускаемой продукции. Конкуренция представляет собой движущую силу развития экономики и главный инструмент эффективного распределения ресурсов по секторам экономики.

Конкуренция и конкурентная борьба в настоящее время являются главным содержанием функционирования экономической системы, базирующейся на рыночных механизмах, ключевыми категориями в общей схеме категорий рыночного хозяйства.

Необычный взгляд на конкуренцию (как «процедуру открытия») у Ф. фон Хайека. «Конкуренция представляет собой процедуру открытия, узнавания нового – процедуру, присущую эволюции во всех ее формах, заставляю-

щую человека помимо собственной воли вписываться в новые ситуации» [1, с. 19].

Исследованию конкуренции и конкурентных преимуществ посвящено немалое количество работ. Вопросы, связанные с конкуренцией, затрагивались выдающимися представителями всех основных экономических школ. Их рассматривали в той или иной степени В. Петти, А. Смит, Дж. Ст. Милль, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Э. Чемберлин, Дж. Робинсон, О. Уильямсон, Ф.Х. Найт, У. Баумоль, Р. Мильгром, Ф. Котлер, М. Портер и др.

В настоящей статье мы постараемся привлечь внимание к некоторым идеям основоположников экономической науки, что особенно актуально в связи со странной позицией современных чиновников, которые приветствуют использование в образовательном процессе литературных источников, опубликованных за последние 5 лет. Классическая теория является таковой именно потому, что она прошла испытание временем, является не конъюнктурной и способной побуждать к новым исследованиям. Пробуждать и поддерживать живой интерес к классическому наследию – благородная задача преподавателей, всех тех, кто сам к нему прибегнул.

В российской экономической науке проблемы конкуренции, конкурентных преимуществ и связанных с ними вопросов отражены в трудах С.Б. Авдашевой, Н.М. Розановой, Н.И. Ивановой, В. Иноземцева, В.В. Радаева, Е.А. Сысоева и др.

Обобщая различные мнения, можно сделать вывод, что конкуренция – это динамичный, постоянно развивающийся процесс соперничества между различными субъектами рыночной среды с целью достижения определенных целей. Процесс конкуренции основывается на использовании конкурентных преимуществ, под которыми понимается совокупность потребительских свойств товаров, специфических условий производства и продажи, дополнительных услуг, эксклюзивных ценностей, обеспечивающих организации превосходство над конкурентами.

Конкурентные преимущества привязаны к определенным условиям и зависят от множества различных факторов.

Несмотря на большое количество работ, связанных с изучением конкурентных преимуществ, малоизученным остается вопрос об институциональных источниках конкурентных преимуществ. Поэтому основной целью написания данной статьи является исследование теоретических и практических аспектов влия-

ния формальных и неформальных институтов на формирование конкурентных преимуществ.

Сегодня принято считать, что в экономической теории существует три подхода к определению источников формирования конкурентных преимуществ: рыночный, ресурсный и институциональный. Первый связывают с именем М. Портера, рассматривающего в качестве источника конкурентных преимуществ эффективную отраслевую и рыночную позицию экономического субъекта.

Ресурсный подход в определении конкурентоспособности исходит из сочетания материальных и нематериальных ресурсов и управления ими; он связан с именами Б. Вернерфельта, К. Прахалада, Г. Хамела, Э. Пентроуза, Р.М. Гранта.

Институциональный подход к конкурентоспособности начал формироваться в последние десятилетия XX в. в связи с активным развитием новой институциональной теории. В рамках данного подхода акцент делается на то, что экономические агенты действуют в рамках определенной институциональной среды, которая задаёт не только ограничения, но и цели. На этот аспект обратили внимание Дж. Ходжсон, Д. Норт.

Институциональный подход к анализу конкуренции предполагает учёт влияния на поведение участников рынка формальных и неформальных институтов: норм, правил, законов, обычаев, традиций. Важным фактором конкурентоспособности становится не только легальность, но и легитимность. Сами институты рассматриваются как фактор экономии трансакционных издержек, учёт которых при определении эффективности деятельности любых агентов является специфичным для институционального подхода. Заслуга включения трансакционных издержек в экономический анализ принадлежит Р. Коузу.

Наибольший интерес сегодня представляет анализ институтов с точки зрения их влияния на конкурентоспособность. То, что такое влияние существует – очевидно. Это влияние было отмечено в лучших трудах основоположников экономической науки. Однако актуальность институционального подхода к проблеме конкурентоспособности сегодня определяется тем, что важно понять не только то, что институциональная среда влияет на состояние конкуренции, но и то, какие институты и в каком направлении оказывают это влияние. Более того, сами институты развиваются, модифицируются, имеют национальную специфику, поэтому необходимы исследования оп-

ределённых институтов в конкретных условиях места и времени.

Рассмотрим некоторые институты, имеющие большое влияние на состояние конкуренции и обеспечивающие повышение конкурентоспособности. В данной статье мы будем придерживаться трактовки института, предложенной Д. Нортом: институты – это «правила игры» и механизмы принуждения к их осуществлению. Соответственно, правила (институты) могут быть формальными (законы) и неформальными (традиции, обычаи).

Определяющее влияние на состояние конкурентной среды оказывает институт собственности, регулирующий права собственности.

Права собственности определяют режим доступа к ресурсу и возникают там, где ресурсы ограничены. Права собственности определяют те действия, которые разрешены (санкционированы) в отношении данных ресурсов. Можно сказать, что права собственности выступают в качестве «правил игры», которые способствуют мирному разрешению конфликтов по поводу ограниченных ресурсов. Без этих правил конкуренция превращается во взаимную агрессию. Страна, сумевшая обеспечить чёткую работу института собственности, приобретает явные конкурентные преимущества. Спецификация прав уменьшает неопределенность экономической среды и формирует у индивидуумов стабильные ожидания относительно взаимодействия с другими агентами. В результате транзакционные издержки снижаются.

Права собственности должны быть не только чётко специфицированы, но и надёжно защищены. Отсутствие надёжной защиты прав собственности со стороны государства приводит к повышению нестабильности в обществе, «бегству капитала», вытеснению долгосрочных вложений краткосрочными, поисками частных способов разрешения конфликтов в отношении собственности (например, «крышевание» бизнеса в 1990-е гг. в России), что ведёт к росту транзакционных издержек.

Необычный взгляд на обеспечение безопасности собственности развивает Дж.Ст. Милль, обращая внимание на необходимость защиты не только со стороны правительства, но и от правительства. Он пишет: «Последняя наиболее важна. Там, где человек, о котором известно, что он владеет чем-нибудь достаточно ценным, что имело бы смысл отобрать у него, находится в постоянном страхе перед чиновниками алчного правительства, способными лишить его собственности с применением всех средств технического насилия, там едва ли найдётся много охотников тратить свои силы, чтобы

производить больше, чем требуется для удовлетворения повседневных нужд» [2, с. 221].

В условиях недостаточно защищенных прав собственности возникают отрицательные внешние эффекты, снижающие благосостояние определённого сообщества. Наглядным примером является ситуация с защитой прав интеллектуальной собственности: когда права собственности на результаты исследований и разработок защищены недостаточно, нет стимулов, побуждающих к этим исследованиям и разработкам.

Важную роль в обеспечении надёжной защиты прав собственности играет судебная система. Эффективная и легитимная судебная система, формируя ощущение защищённости, способствует росту предпринимательской активности, укреплению конкурентной среды. Причём гораздо большее значение имеет не строгость наказания, а его неотвратимость и справедливость.

А. Смит обращает внимание на такое обязательное условие, как независимость суда от исполнительной власти. Он пишет: «Когда судебная и исполнительная власть соединены, представляется мало возможным, чтобы правосудие не приносилось часто в жертву тому, что обычно называют политикой. Лицо, обладающее исполнительной властью, может ради великих государственных интересов, даже не имея корыстных целей, иногда думать, что необходимо пожертвовать правами частного лица. Но от беспристрастного отправления правосудия зависят свобода каждого отдельного человека и его чувство собственной безопасности. Для того, чтобы каждый отдельный человек чувствовал полную безопасность во владении всеми принадлежащими ему правами, не только необходимо отделение судебной власти от исполнительной, но необходимо судебную власть сделать насколько возможно независимой от власти исполнительной» [3, с. 520].

При всей важности судебной системы её значение не следует переоценивать. Необходимо понимать, что собственность имеет защиту не только со стороны формальных институтов, но и неформальных. Неформальные институты – это традиции, обычаи, определяющие поведение людей в социуме. Они проявляют себя на разных уровнях: фирмы, организации (проявляется в корпоративной культуре), поселения, территории и др. Состояние хозяйственной этики может как обеспечить конкурентные преимущества разделяющему её социуму, так и лишить их.

Интересно, что на этот факт обратил внимание Дж.Ст. Милль ещё в середине XIX в.

Он пишет: «Нельзя утверждать, что законы обеспечивают защиту собственности, если эта защита обходится так дорого, что подчиниться несправедливости оказывается выгоднее. Защита собственности в Англии в гораздо большей мере обеспечивается (за исключением случаев явного насилия) укоренившимися взглядами и страхом изобличения, чем непосредственным действием закона и судебных учреждений» [2, с. 222]. Милль делает вывод, что «безопасность личности и собственности у современных наций в значительной мере представляет собой следствие нравов и воззрений, а не законов» [2, с. 222].

Конечно, сами нравы и воззрения складываются в течение длительного времени под влиянием многих факторов, в том числе законов и учреждений. Вспомним, как на заре цивилизации утверждалась неприкосновенность частной собственности. В «Законах царя Хаммурапи» (XVIII в. до н. э.) многие статьи, посвящённые регулированию имущественных отношений, санкционируют убийство за покушение на чужое имущество: «(§ 21) Если человек сделал пролом в доме [другого человека], [то] перед этим проломом его следует убить. (§ 22) Если человек совершил ограбление и был пойман, то этот человек должен быть убит» [4, с. 155]. В христианстве одна из заповедей – «не укради».

В России вопросы формирования уважительного отношения к частной собственности имеют особое значение, так как в рамках недавнего исторического прошлого, сформировавшего не одно поколение «строителей коммунизма», частная собственность трактовалась (с подачи К. Маркса) как источник эксплуатации, заслуживающий не уважения, а устранения. В результате сегодня мы имеем множество проблем с развитием бизнеса (например, проблемы рейдерства, низкой инвестиционной привлекательности России для западных инвесторов, «бегство капитала» и др.).

Важную роль в обеспечении конкурентной среды играет *институт налогообложения*.

Обременительное налогообложение негативно влияет на конкурентоспособность как отдельной фирмы, так и страны в целом.

Негативные последствия имеют не только чрезмерно высокие налоги, но и неопределённость налоговой системы, что провоцирует рост неопределённости в обществе в целом, повышая транзакционные издержки. В. Петти в «Трактате о налогах и сборах» отмечает: «Неясности и сомнения относительно права обложения налогами были причиной крупных

и достойных порицания враждебных выступлений со стороны населения и вынужденных строгостей со стороны государя» [5, с. 24].

Дж. Ст. Милль писал о последствиях применения негодных систем налогообложения и произвола чиновников: «При господствовавшей до революции во многих провинциях Франции порочной системе налогообложения земли, а ещё более при отсутствии там защиты от произвольных поборов под видом налогов, каждому земледельцу было выгодно казаться бедным, а следовательно, и плохо обрабатывать свою землю. Единственное ощущение опасности, которое полностью парализует энергию производителей, исходит от правительства или от лиц, облечённых им властью; от всех других граждан есть надежда защититься» [2, с. 122].

Поддержанию конкуренции способствует *законодательство о защите конкуренции*.

Защита конкуренции предполагает предотвращение недобросовестной конкуренции, что является важным направлением политики поддержки конкуренции. Его основой является представление о «нормальной» конкуренции, которая опирается на четко специфицированные и охраняемые права собственности.

В России согласно ст. 14 Федерального закона «О защите конкуренции» № 153-ФЗ к видам недобросовестной конкуренции относятся распространение ложных сведений о конкуренте; введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления товара; некорректное сравнение товаров; незаконное применение результатов интеллектуальной деятельности; получение, использование и разглашение коммерческой и производственной информации без согласия владельца.

Отсутствие мер по защите конкуренции может привести к широкому распространению использования методов недобросовестной конкуренции, что, в свою очередь, будет лишать конкурентных преимуществ фирмы, использующие методы добросовестной конкуренции.

Сохранение конкуренции требует наличия *антимонопольного законодательства*.

Антимонопольные нормы, в отличие от норм по защите конкуренции, направлены на защиту рынка от монополистической деятельности.

К антимонопольным нормам относят нормы о незаконности злоупотребления доминирующим положением, соглашениями и согласованными действиями, ограничивающими конкуренцию, а также нормы по регулированию естественных монополий.

Антимонопольное регулирование призвано лишать конкурентных преимуществ тех участников рынка, которые обладают ими благодаря исключительному положению (обусловленных естественными причинами или сознательными действиями, не связанными с повышением эффективности производства или нововведениями).

А. Смит так объяснял вред монополии для потребителей: «Монополия, представленная отдельному лицу или торговой компании, оказывает то же действие, что и секрет в торговом или мануфактурном производстве. Монополисты, поддерживая постоянный недостаток продуктов на рынке и никогда не удовлетворяя полностью действительный спрос, продают свои товары намного дороже естественной цены и поднимают свои доходы... значительно выше их естественной нормы. Монопольная цена во всех случаях является высшей ценой, какая только может быть получена. Естественная цена, или цена свободной конкуренции, напротив, представляет собою самую низкую цену, на которую можно согласиться, конечно, если речь идёт не об отдельном случае, а в продолжительном времени» [3, с. 60–61].

В современной России состояние конкурентной среды во многом определяется наличием *административных барьеров*.

Согласно подходу А. Аузана, П. Крючковой, административные барьеры в экономике – «это установленные решениями государственных органов правила, соблюдение которых выступает обязательным условием ведения деятельности на рынке, вводящие платежи за прохождения бюрократических процедур» [6, с. 73].

Именно потому, что административные барьеры являются правилами, закрепленными нормативными актами, их можно рассматривать как институты. Что вызывает к жизни административные барьеры? Низкий уровень доверия между властью и бизнесом, заставляющий чиновников перестраховываться дополнительными согласовательными и разрешительными документами на определённую деятельность, а также желанием иметь дополнительный доход.

Главная функция институтов – экономия транзакционных издержек. Но административные барьеры ведут к их росту, поэтому некоторые авторы называют административные барьеры особыми институтами.

Следовательно, административные барьеры в любом случае являются источником из-

держек и тем самым препятствуют повышению конкурентоспособности предприятий.

О последствиях неразумных административных решений писал ещё В. Петти. «Запрещение вывоза денег, поскольку проведение его в жизнь почти невозможно, не имеет никакого смысла и бесполезно. А опасность его приводит либо к своего рода страховой надбавке, соответствующей риску быть пойманным, либо к повышению расхода на подкуп чиновников, производящих осмотр» [5, с. 44]. Страховая надбавка, расходы на подкуп чиновников – это транзакционные издержки в чистом виде. К ним же относятся затраты на «обременительные, бесполезные и устаревшие налоги и должности» [5, с. 46].

Итак, можно сделать вывод, что на конкурентоспособность организаций и на формирование у них конкурентных преимуществ влияет достаточно много различных формальных и неформальных институтов, которые в совокупности образуют институциональную среду. Причем влияние институтов может быть как положительным, так и отрицательным.

Институциональное развитие России должно осуществляться в направлении, способствующем повышению конкурентоспособности нашей страны на мировом рынке, а также обеспечивающем цивилизованную конкуренцию внутри страны.

1. *Хайек Ф. А. фон.* Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. – М. : Изд-во «Новости» при участии изд-ва «Catallaxy», 1992. – 304 с.

2. *Милль Дж. Ст.* Основы политической экономии: в 3 т. – М. : Прогресс, 1980. – Т. 1. – 495 с.

3. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. – М. : Соцэкгиз, 1962. – 684 с.

4. Законы вавилонского царя Хаммурапи // Хрестоматия по истории Древнего Востока : учеб. пособие: в 2 ч. / под ред. М. А. Коростовцева, И. С. Кациельсона, В. И. Кузицина. – М. : Высшая школа, 1980. – Т. 1. – С. 151–178.

5. *Петти В.* Трактат о налогах и сборах // Антология экономической классики: в 2 т. – М. : МП «ЭКОНОВ», 1993. – Т. 1. – 488 с.

6. *Аузан А., Крючкова П.* Административные барьеры в экономике; задачи деблокирования // Вопросы экономики. – 2001. – № 5. – С. 73–88.

**ДЕЛОВАЯ СРЕДА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
ГОРОДА ОМСКА: АНАЛИЗ С ПРИМЕНЕНИЕМ
КОМПОНЕНТОВ АВТОРСКОЙ МОДЕЛИ**

**BUSINESS ENVIRONMENT OF SMALL AND MIDDLE ENTERPRISE IN OMSK CITY:
ANALYSIS WITH THE USE OF COMPONENTS OF AUTHOR'S MODEL**

Т.Б. Дороболук

T.B. Dorobolyuk

Администрация города Омска

В статье проведен анализ деловой среды омского бизнеса с использованием разработанной авторской модели, представить изменения, происходящие в сфере малого и среднего бизнеса Омска и Омской области.

The article describes the analysis of business environment and changes that occur in small and medium-sized enterprises in Omsk region. The author presents his own model.

Ключевые слова: субъекты малого и среднего предпринимательства, деловая среда, законодательная база, национальные ценности.

Key words: small and medium-sized enterprises, business environment, legislative base, national values.

Экономическое и социальное развитие является результатом управления. Можно сказать без лишнего упрощения, что не существует «слаборазвитых стран». Есть только «слабо управляемые страны».
Drucker, 1974

Анализ статистических данных. Данные официальной статистики за последний год свидетельствуют об отрицательной динамике ряда показателей по малому и среднему бизнесу. Так, на 1 января 2011 г. количество индивидуальных предпринимателей, не являющихся юридическими лицами (далее – индивидуальные предприниматели), учтенных в составе Статистического регистра хозяйствующих субъектов, по Омску составило 47 035 единиц, по отношению к аналогичному периоду предыдущего года 92,4 % (всего по Омской области – 63 923 и 94,5 % соответственно).

На 1 июля 2011 г. количество индивидуальных предпринимателей, учтенных в составе Статистического регистра хозяйствующих субъектов, по Омску составило 44 431 единицу, по отношению к аналогичному периоду пре-

дыдущего года 92,3 % (всего по Омской области – 60 868 и 95,2 % соответственно).

Таким образом, как по Омской области, так и по Омску наблюдается снижение количества индивидуальных предпринимателей. За первое полугодие 2011 г. по Омску количество индивидуальных предпринимателей уменьшилось на 2604 единицы, по Омской области – на 3055 (таблица 1).

При этом предпринимательская активность в Омске выше, чем в районах области, почти вдвое. Это хорошо заметно по общепризнанному для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления показателю «число субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 тыс. человек населения» [1]. Расчет для индивидуальных предпринимателей по данному показателю представлен в таблице 1.

Для сравнения. Число зарегистрированных индивидуальных предпринимателей в Новосибирской области на 1 января 2011 г. – 70 472, число индивидуальных предпринимателей на 10 тыс. человек населения – 263.

Таблица 1

Количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей

Кол-во зарегистрированных ИП	На 1 января 2011 г.		На 1 июля 2011 г.	
	Всего	На 10 тыс. чел. населения	Всего	На 10 тыс. чел. населения
По Омску	47035	408	44431	385
По районам Омской области	16888	205	16437	200
По Российской Федерации		277		274

Внимание к индивидуальным предпринимателям не случайно, так как рост субъектов малого и среднего предпринимательства (этот показатель рассчитывается с учетом индивидуальных предпринимателей) является одним из основных индикаторов развития экономики.

Сокращение числа индивидуальных предпринимателей (как в Омске, так и в районах области) – общероссийская тенденция. Каковы ее причины? Попробуем разобраться в этом вопросе.

По нашему мнению, происходит стабилизация числа *действующих* индивидуальных предпринимателей.

По информации Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Омской области (далее – Омскстат), в Статистическом регистре хозяйствующих субъектов на 1 января 2010 г. состояло на учете в Омской области 67,7 тыс. индивидуальных предпринимателей, из них по итогам федерального статистического выборочного обследо-

вания в 2009 г. 45,7 тыс. человек осуществляли предпринимательскую деятельность. То есть фактически осуществляли деятельность только 67,5 % индивидуальных предпринимателей.

Таким образом, снижение количества индивидуальных предпринимателей – это объективная ситуация, вызванная тем, что предприниматели, не осуществляющие предпринимательскую деятельность, вынуждены сниматься с регистрационного учета.

В результате изменяется качественный состав действующих индивидуальных предпринимателей: в случае, если бизнес не приносит желаемой прибыли, предприниматели закрывают свое дело. Некоторые предприниматели проводят реорганизацию действующего бизнеса, объединяясь в одно юридическое лицо. Конкурентоспособные предприниматели продолжают работать.

При этом в Омске растет общее число малых и микропредприятий – юридических лиц (см. таблицу 2).

Т а б л и ц а 2

Динамика количества организаций малого предпринимательства Омска

<i>Кол-во организаций, ед.</i>	<i>На 1 января 2011 г.</i>	<i>На 1 июля 2011 г.</i>
Малые предприятия	2614	2663
Микропредприятия	27 998	28 497
ИТОГО	30 612	31 160

Таким образом, снижение количества зарегистрированных индивидуальных предпринимателей не является тенденцией отрицательной. Если перейти к категориям диалектики и всеобщему закону развития природы, материального мира, человеческого общества и мышления, то можно говорить о законе перехода количественных изменений в качественные применительно к данному случаю. Направленность происходящих изменений прогрессивна в связи с тем, что возникает предпринимательское сообщество более высокого качества: недействующий бизнес (в том числе лжепредпринимательство – это создание коммерческой организации без намерения осуществлять предпринимательскую деятельность, имеющее целью получение кредитов, освобождение от налогов, извлечение иной имущественной выгоды и т. д.) перестает существовать, Омскстат перестает учитывать так называемые фирмы «однодневки».

Основная причина сокращения числа индивидуальных предпринимателей – это изменение законодательства на федеральном уровне (Федеральный закон от 24 июля 2009 г.

№ 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования»), в частности, увеличение ставки страховых взносов во внебюджетные фонды до 34 %.

Для индивидуальных предпринимателей, даже неосуществляющих предпринимательскую деятельность, стоимость страхового года (фиксированная сумма, которую каждый индивидуальный предприниматель обязан заплатить в течение года в Пенсионный фонд РФ, Федеральный и Территориальный фонды обязательного медицинского страхования независимо от того, ведет ли он какую-либо деятельность или нет, приносит она ему доход или нет) изменялась следующим образом:

– до 2007 г. фиксированный платеж уплачивался индивидуальным предпринимателем в минимальном размере – 150 рублей, так как рассчитанный на месяц размер фиксированного платежа за 2002–2006 гг. не превышал минимального размера фиксированного платежа,

установленного ст. 28 Федерального закона от 15 декабря 2001 г. № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»:

- в 2007 г. – 1848,0 руб.;
- в 2008 г. – 3864,0 руб.;
- в 2009 г. – 7274,0 руб.;
- в 2010 г. – 12 002,76 руб.;
- в 2011 г. – 16 159,56 руб.

В сложившейся ситуации уместно упомянуть о кривой Лаффера. Американский экономист Артур Лаффер показал, что не всегда повышение ставки налога ведет к росту налоговых доходов государства.

В результате повышения ставки страховых взносов многие компании, особенно малые и микропредприятия, переходят на выплату части заработной платы «в конверте», что приводит к негативным последствиям. Бюджеты различных уровней не получают огромные суммы доходов, а работники теряют свои социальные гарантии.

Предположение о значительном влиянии действующего законодательства на изменение количества индивидуальных предпринимателей подтверждается комплексным исследованием состояния и тенденций развития малого и среднего предпринимательства на территории Омска, проведенным в 2011 г. в рамках мероприятий долгосрочной целевой программы Омска «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства города Омска на 2010–2015 годы». Выборочная совокупность – 200 человек (руководители организаций малого и среднего бизнеса и индивидуальные предприниматели).

По результатам анкетирования выявлены факторы, оказавшие наибольшее негативное воздействие на результаты деятельности организаций малого и среднего бизнеса Омска (по приоритетности для всех типов предприятий):

- увеличилась налоговая нагрузка – 56,5 %;
- усилилась конкуренция в вашей сфере – 46,5 %;
- повысились энерготарифы – 43,5 %;
- стало сложнее найти квалифицированные кадры по приемлемой цене – 39 %;
- повысились тарифы на перевозки, ухудшилась транспортная инфраструктура – 34,5 %;
- спрос на рынке снизился, снизилась покупательная способность – 26,5 %;
- повысились ставки по кредитам – 13,5 %.

Обозначив основные объективные тенденции изменения количественного и качественного состава субъектов малого и среднего пред-

принимательства Омска, обратимся к иным категориям, представленным в сфере бизнеса.

Дать объективную картину качественного состава субъектов малого и среднего предпринимательства невозможно без характеристики малых, микропредприятий и предприятий среднего бизнеса на территории Омска и Омской области.

Расчеты, проведенные на основе информации Омкстата, показывают, что по итогам первого полугодия 2011 г. темпы роста основных показателей деятельности малых предприятий Омска превышают темпы роста аналогичных показателей по Омской области в целом (см. таблицу 3).

Стабильные темпы развития малого и среднего предпринимательства Омской области обусловлены темпами развития малого и среднего предпринимательства Омска, поскольку в городе действует около 90 % (88,7 %) от общей численности малых предприятий Омской области.

10 % предприятий, зарегистрированных в муниципальных районах, не могут оказать существенного влияния на показатели статистики Омской области по малому предпринимательству.

Таким образом, несмотря на снижение количества зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, малый бизнес Омска демонстрирует положительную динамику основных экономических показателей.

Анализ деловой среды Омска на основе компонентов авторской модели. Цель дальнейшего исследования – провести анализ деловой среды омского бизнеса с использованием некоторых компонентов авторской модели [2], обосновать изменения, происходящие в сфере малого и среднего бизнеса Омска и Омской области.

Проведенный анализ показал, что деловая среда является составляющей взаимодействия четырех факторов (см. рис. 1): политика, право, экономика и социальный фактор. Обоснование выбора данных факторов дается по Т. Парсонсу, который определял, что функцию адаптации обеспечивает экономическая подсистема, функцию целедостижения – политическая подсистема, функцию интеграции – обычаи и правовые институты, функцию воспроизводства структуры – подсистема верований, морали, органы социализации, включая семью и институты образования. Функциональный подход к объяснению предпринимательской структуры как части общества и его деловой среды предполагает, что все функции одинаково важны и только их полнота набора (целостность) и выполнение

каждой функцией своего предназначения является законом стабильности функционирования предпринимательства как структуры общества. Умаление или возвышение любой из функций чревато негативными последствиями.

Например, недооценка роли материального производства ведет к снижению уровня потребления и нарастанию кризисных явлений, что связано с ограничением предпринимательской активности.

Таблица 3

**Основные показатели деятельности организаций малого предпринимательства
(без микропредприятий)**

<i>Область, город</i>	<i>Январь – июнь 2010 г.</i>	<i>Январь – июнь 2011 г.</i>	<i>В % январь – июнь 2011 г. к январю – июню 2010 г.</i>
<i>Число организаций, единиц</i>			
Омская область	2 892	3 003	103,8
Омск	2 421	2 663	110,0
<i>Число работников списочного состава (без внешних совместителей)</i>			
Омская область	82 820	85 182	102,9
Омск	65 311	70 456	107,9
<i>Фонд начисленной заработной платы, млн руб.</i>			
Омская область	7 995	9 163	114,6
Омск	6 673	8 028	120,3
<i>Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата одного работника, руб.</i>			
Омская область	16 090	17 928	111,4
Омск	17 029	18 989	111,5
<i>Оборот организаций, млн рублей</i>			
Омская область	41 486	49 676	119,7
Омск	35 332	44 864	127,0
<i>Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ, оказано услуг (без НДС и акцизов), млн руб.</i>			
Омская область	20 866	23 056	110,5
Омск	17 578	20 622	117,3
<i>Объем платных услуг населению (с учетом НДС, акцизов и других аналогичных платежей), млн руб.</i>			
Омская область	2 330	2 817	120,9
Омск	1 950	2 499	128,1
<i>Инвестиции в основной капитал, млн руб.</i>			
Омская область	561	918	163,6
Омск	467	814	174,5

Авторская модель деловой среды (рис. 1), в центре которой расположен «рынок», представлена графически с использованием знаковой непрерывной числовой последовательности, построенной на втором ряде совершенных чисел: $28 = 2^2 \times (2^3 - 1) = 4 \times 7$, где 4 – число факторов модели деловой среды (политика, экономика, право и социальный фактор), а 7 – число параметров среды. Компоненты модели деловой среды с учетом свойств совершенных чисел можно представить тождеством: $1 + 2 + 7 + 14 = 28$. Последнее французский математик Лиувилль записал в виде: $(4 \times 6) + 4 = 28$, применительно к модели деловой среды предпринимательства (4×6) – материальное ядро модели (инвариант недревесно-

сти), 4 – кора модели деловой среды, определяется компонентами культуры (инвариант древесности).

Структура модели включает компоненты различной природы. Это не случайно, так как предпринимательство представляет собой важнейшую часть не только политической, социальной, экономической жизни, но и скрепляется разнообразными нормами, правилами, нравственными обязательствами, которые в совокупности и формируют конкретную деловую среду.

Изучение модели деловой среды связано с построением матричной информационной модели (метод впервые разработан и использован ЦЭМИ АН СССР в 1960-х гг.).

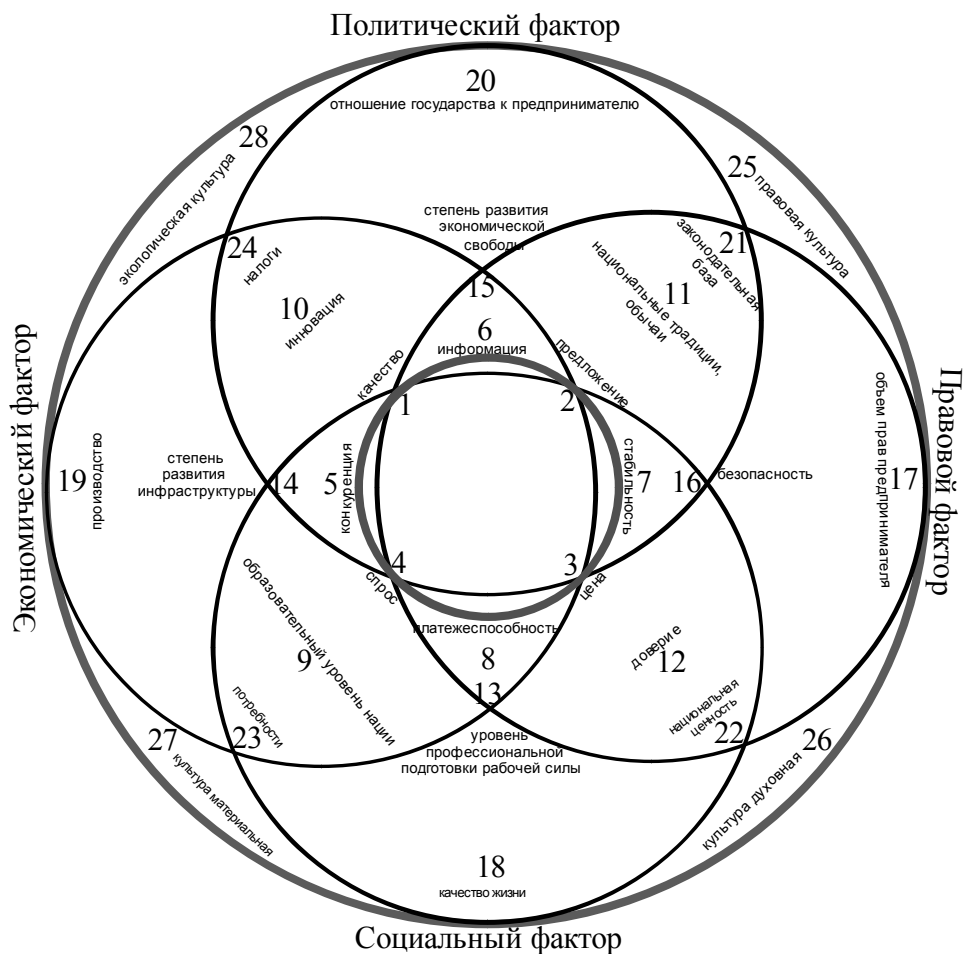


Рис. 1. Модель деловой среды

Исследуемые качественные (нечисловые) факторы характеризуются тем, что над ними нельзя выполнять арифметические операции. Соответственно, возникает потребность в методах, обеспечивающих совместную сопоставимую обработку разнородных числовых данных и данных нечисловой природы. Таким образом, цель дальнейшего исследования – с использованием статистических методов создание модели взаимодействия компонентов деловой среды. Для указания взаимодействия компонентов принята матрица размером $28 + 1$ строк и столбцов, на пересечении которых символом (*) отображена связь его входного интерфейса с выходами других компонентов. Наименования компонентов первого столбца отображают их вход, а наименование этих же компонентов, записанных в первой строке, отображают их выход.

Абстрактное описание объекта модели деловой среды (объектом модели выступает избранный элемент реальности – «деловая среда» как совокупность внешних условий, влияю-

щих на предпринимателя в его инициативной, самостоятельной, особо рискованной, инновационной экономической деятельности) проведено методом «черного ящика», который используют в случаях, когда структура исследуемой системы имеет сложную иерархию, а системные свойства в целом невозможно вывести из свойств отдельных подсистем.

На рис. 2 по оси абсцисс отложены номера интервалов, по оси ординат – число компонентов, попавших в интервалы значений дискретного вариационного ряда.

Несмотря на то, что размах вариационного ряда был разный и соответственно равен $R_p = 2,5$; $R_v = 3,0$, на входе и выходе мы получили одинаковое количество – 6 интервалов. Во втором интервале на входе, включающем максимальное количество компонентов, и во втором интервале на выходе встречаются такие компоненты, как «предложение» (№ 2) и «налоги» (№ 24). Это свидетельствует о том, что функция, полученная нами на выходе (рис. 2), учитывает природу экономического процесса.

Анализ важнейших компонентов деловой среды с использованием метода «черного ящика» [2] на входе позволил выявить два важнейших компонента деловой среды: «законодательная база» (№ 21) и «национальные ценности» (№ 22) (имеется в виду господство традиционалистских ценностей, в которых существует приоритет предписанных норм и правил поведения субъектов (традиционных дей-

ствий) по сравнению с возможностями инновационных действий. Другой тип образуют западные общества, в которых приоритет отдается либеральным ценностям, или свободам и ответственности людей, возможностям для целерациональных инновационных действий), которые влияют на компоненты деловой среды на выходе (рис. 3).

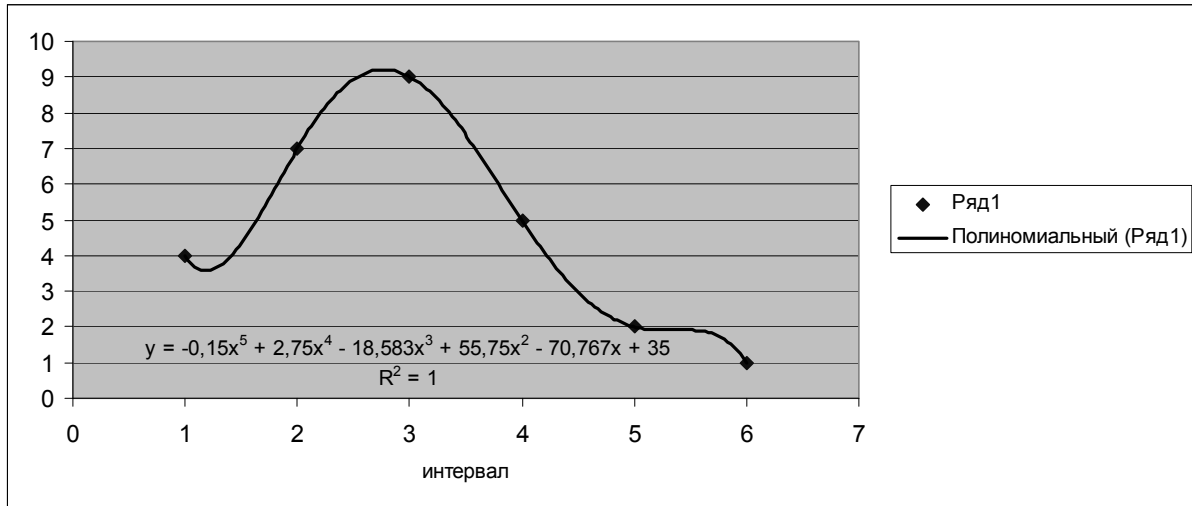


Рис. 2. Функция деловой среды на выходе по количеству компонентов в интервале

Можно заключить, что законодательная база и национальные ценности формируют условия, представленные формальными и неформальными институтами, необходимыми для полноценного функционирования деловой среды предпринимательства и расширения рынка.

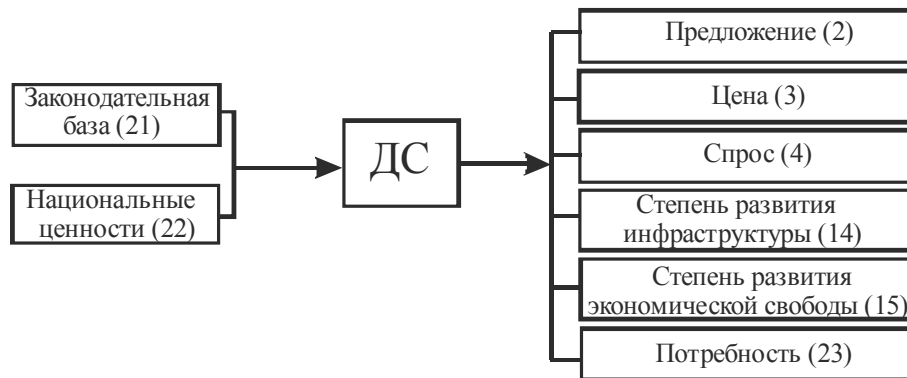


Рис. 3. Взаимодействие компонентов деловой среды

Остановимся подробнее на двух компонентах модели деловой среды – «законодательная база» (№ 21) и «национальные ценности» (№ 22).

Учитывая тот факт, что каждому имени модели присвоено число от 1 до 28, применим свойства некоторых групп натуральных чисел для описания компонентов модели деловой среды. В данном случае применимы треугольники Тартальи – равенства единственные, каждое в своем роде, т. е. ни одного из этих равенств

нельзя начинать ни с какого другого натурального числа, отличного от первого числа соответствующего табличного равенства:

$$3^2 + 4^2 = 5^2;$$

$$10^2 + 11^2 + 12^2 = 13^2 + 14^2;$$

$$21^2 + 22^2 + 23^2 + 24^2 = 25^2 + 26^2 + 27^2.$$

Последнее равенство представляет для нас наибольший интерес, так как учитывает компоненты деловой среды предпринимательства и показывает следующие зависимости, отражающие гармонию модели деловой среды: «законо-

дательная база» (№ 21), «национальные ценности» (№ 22), «потребности» (№ 23) и «налоги» (№ 24) зависят от «правовой культуры» (№ 25), «культуры духовной» (№ 26) и «культуры материальной» (№ 27).

Тождество $21^2 + 22^2 + 23^2 + 24^2 = 25^2 + 26^2 + 27^2$ позволяет говорить о том, что сумма квадратов четырех последовательных натуральных чисел равна сумме квадратов следующих трех натуральных чисел. Тогда должно существовать равенство:

$$n^2 + (n + 1)^2 + (n + 2)^2 + (n + 3)^2 = (n + 4)^2 + (n + 5)^2 + (n + 6)^2.$$

Трехчлен $n^2 - 18n - 63 = 0$ обращается в нуль только при единственном натуральном значении n , именно $n = 21$ (в модели деловой среды – «законодательная база»).

Компонент № 21 является числом, которое по Гауссу можно представить в виде:

$$21^2 = (2n - 1)^2 = n + (n + 1) + (n + 2) + \dots + (3n - 2).$$

При $n = 11$ числовая последовательность выглядит следующим образом:

$$21^2 = 11 + 12 + 13 + 14 + \dots + 28 + 29 + 30 + 31.$$

Таким образом, выполнение арифметических действий над компонентами модели деловой среды, имеющими имя и число, приводит нас к возникновению дополнительных компонентов: «собственность» № 29, «участие» № 30, «ограничение» № 31.

Данные компоненты будут учитываться при проведении дальнейших исследований при решении сопряженной задачи «деловая среда» – «общественная среда».

Тот факт, что компонент «законодательная база» (№ 21) «порождает» новые связи в системе не случаен. Новые компоненты («собственность» № 29, «участие» № 30, «ограничение» № 31) являются основными принципами теории демократического капитализма Л. Келсо [3, с. 18]. Родоначальник теории демократического капитализма Л. Келсо утверждал, что без эффективного собственника невозможно создать общество подлинной демократии, так как отсутствует ее важный компонент – демократия экономическая.

Принципы демократического капитализма должны быть заложены в законодательной базе, регулирующей деятельность субъектов предпринимательства. Малое и среднее предпринимательство по сей день не обладает правами полноценного собственника. Равенство прав подразумевает как минимум три составляющие: законодательное его закрепление, практику правоприменения, действенные ин-

струменты восстановления нарушенного права. Неразвитость любого из этих элементов приводит к потенциальному неравенству участников транзакций, неравноценности обменов и, следовательно, разрушению рыночных отношений.

Глобальное исследование Всемирного банка «Ведение бизнеса в 2011 году» [4] также подтверждает влияние законодательной базы на деловую среду предпринимательства и определило 123 место для России из 183 стран в рейтинге (за минувший год Россия опустилась в данном рейтинге на семь позиций). Существует девять индикаторов регулирования предпринимательской деятельности:

1. Регистрация предприятий.
2. Получение разрешений на строительство.
3. Регистрация собственности.
4. Кредитование.
5. Защита инвесторов.
6. Налогообложение.
7. Международная торговля.
8. Обеспечение исполнения контрактов.
9. Ликвидация предприятий.

При изучении деловой среды следует обратить особое внимание на индикатор «налогообложение», который является непосредственным отражением эффективности законодательной базы. По уровню налогообложения Россия в вышеназванном рейтинге занимает 105 место; уровень налоговой нагрузки в России составляет 46,5 % от дохода компании, а составление отчетности занимает 320 часов.

Приведенные данные подтверждают, что необходимо планомерное изменение формальных институтов, регулирующих на федеральном уровне деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства (полномочия региональной и муниципальной власти, особенно в части налогового регулирования, имеют значительные ограничения).

Вывод. Формирование эффективных рыночных институтов, развитие малого и среднего предпринимательства (в том числе в Омске) и благоприятных условий для его развития – деловой среды возможно при условии целенаправленного управления. Изменения формальных институтов – законодательной базы должны быть частью реализуемого проекта и быть согласованы с неформальными институтами – с определенными традиционными общественными и этическими нормами, правилами поведения современного общества.

1. Указ Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. № 607 «Об оценке эффек-

тивности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

2. Дороблюк Т. Б. Деловая среда предпринимательства в России: компонентно-системный подход : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Омск, 2006. – 22 с.

3. Келсо Л. О., Келсо П. Х. Демократия и экономическая власть. – Ростов н/Д : Феникс, 2000. – 320 с.

4. Исследование Всемирного банка: Ведение бизнеса в 2011 г. – URL : <http://gtmarket.ru/news/state/2010/11/05/2720>.

**АЛГОРИТМ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ:
ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ**

**ALGORITHM OF SYSTEMS ANALYSIS OF ECONOMIC THEORY:
GENERAL AND SPECIAL**

С.В. Дегтярева

S.V. Degtyareva

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье представлен алгоритм системного анализа в экономической теории как в обобщенном виде, так и в рамках системно-структурного анализа советской школы политической экономии. На основе представленных подходов автором была предпринята попытка разработать универсальный алгоритм теоретического анализа экономических систем, применимый различными направлениями экономических исследований.

The article presents the algorithm of systems analysis of economic theory both in a generalized form, and as part of a system-structural analysis of the Soviet school of political economy. On the basis of these approaches the author has attempted to develop a universal algorithm for the theoretical analysis of economic systems for using it in different areas of economic research.

Ключевые слова: алгоритм системного анализа, системно-структурный анализ, кибернетика, синергетика, гомеостатика.

Key words: algorithm of systems analysis, system-structural analysis, cybernetics, synergetics, homeostatics.

Методологические подходы к алгоритму системного анализа.

Современный уровень исследований в различных направлениях экономической теории с необходимостью требует применения системного анализа (методологии, категориального аппарата), во-первых, чтобы расширить границы анализа, во-вторых, чтобы продвинуться в направлении создания методологии, позволяющей выработать универсальные принципы экономического анализа. Примером такой методологии может служить всеобщая или философская методология [1, с. 23].

Целью настоящей статьи является представление общего алгоритма системного анализа, применимого в равной мере в различных направлениях экономической теории, а также конкретизация этого алгоритма в рамках системно-структурного анализа экономических систем советскими политэкономистами.

Системный подход относится ко второму уровню методологии¹ – общенаучной мето-

логии. О системном подходе можно говорить как о едином направлении в развитии современного научного познания, несмотря на то, что литература [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9] по тем или иным аспектам системного подхода обнаруживает расхождения принципиальных точек зрения на его сущность и способы реализации. Главное основание для этого состоит в том, что все исследования, проводимые в рамках этого подхода, так или иначе направлены на изучение специфических характеристик слож-ноорганизованных объектов – систем.

Вопрос о методах познания сложных объектов («органичных целых») впервые в развернутом виде был поставлен в марксизме. Классическим образцом разработки этих проблем является системно-структурный анализ К. Маркса экономической системы капиталистического общества.

Одной из важных задач системного анализа является выявление общей схемы, по которой должны строиться обобщенные системные концепции.

Основная трудность, на которую наталкиваются исследователи при попытках построить обобщенные системные концепции, связана с тем, что обычно, чем более общий характер

¹ Так, Э.С. Юдин, Н.В. Наливайко выделяют 4 уровня методологии: 1) философский уровень методологии, 2) уровень общенаучных принципов и форм исследования; 3) конкретно-научная методология, 4) методика и техника исследования [10, с. 11].

носит та или иная концепция, тем менее эффективной оказывается она, т. е. труднее применить ее в качестве работающей методологии в конкретных системных исследованиях.

Актуальным является вопрос, выступает ли и должен ли выступать системный подход только как совокупность методологических принципов и понятий, т. е. как методологическое направление, или он должен выступать в форме теории (в достаточно строгом смысле этого понятия), претендующей на место универсальной метатеории, в нашем случае общей теории систем.

Как известно, начало системного движения в междисциплинарных исследованиях было положено Леоном фон Берталанфи. Им была разработана концепция, претендовавшая на универсальную метатеорию. Он ввел термин «общая теория систем» для обозначения предложенной им концепции [2, с. 29].

Уже в первых советских публикациях, посвященных анализу его концепции, было показано, что этот термин фактически выражает два разных содержания, соответствующих общей теории систем в широком и узком смысле слова. В своей статье этого периода В.Н. Садовский обстоятельно проанализировал оба эти смысла и показал, что название «теория» применимо лишь к общей теории систем в узком смысле слова, которая не может считаться универсальной [7, с. 7].

Обсуждая вопрос о статусе общей теории систем в одной из своих последних работ, Л. фон Берталанфи фактически рассматривал методологические функции системного подхода. Но речь не шла об общей теории систем как универсальной метатеории [1, с. 23].

На схеме 1 показано соотношение общей теории систем в узком и широком смысле.

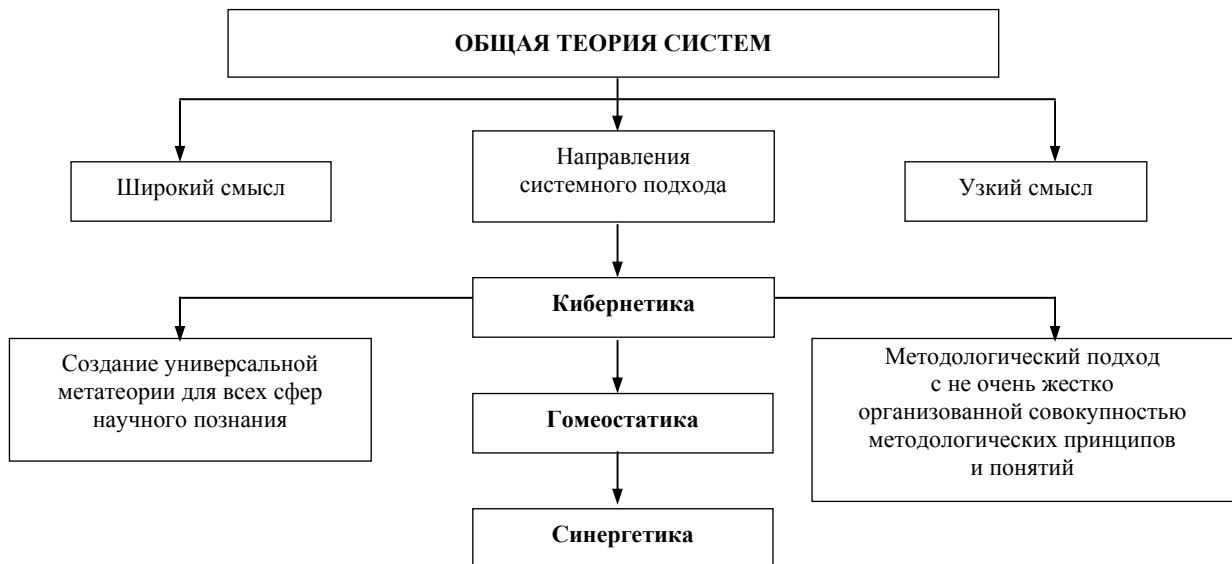


Схема 1. Соотношение общей теории систем в широком и узком смысле

На наш взгляд, общая теория систем, скорее, частная концепция, а не всеобщая методология. Но именно она стала базой для формирования концепций в рамках системного подхода, таких как системно-структурный анализ, применяемый советскими политэкономистами, а также кибернетика, гомеостатика, синергетика.

Раскроем прежде всего наше понимание системного анализа как второго уровня методологии – общенаучной методологии. А.П. Шептулин выделяет следующие виды методологии: «в зависимости от того, какие – всеобщие, общенаучные или частные – методы она разрабатывает и какую конкретную науку она обслуживает. Так, если методология является наукой о частных методах, применяемых в опре-

деленной науке, является частнонаучной. Частнонаучная методология не представляет собой единой, относительно самостоятельной области знания, а органически входит в конкретные науки, занимая в их содержании конкретное место. Методология как наука об общенаучных методах познания называется общенаучной. Общенаучные методы используются во всех без исключения науках. Эти методы следующие: идеализация, формализация, аксиоматический метод, метод математической гипотезы, метод индукции и дедукции. Главное содержание всеобщей или философской методологии составляет учение о метафизическом и диалектическом методах познания, обоснование их универсальности, применимости во всех

областях науки и общественной практики, разработка ее принципов» [9, с. 13].

Методологические принципы всеобщей (философской) методологии проецируются на общенаучный уровень (системно-структурный анализ, общая теория систем, синергетика, кибернетика, гомеостатика)¹, а далее – на конкретно-научный уровень анализа.

Основные принципы всеобщей методологии (диалектического метода), активно используемые в рамках системно-структурного анализа, следующие:

- принцип отражения;
- принцип активности;
- принцип всесторонности;
- принцип восхождения от единичного к общему и обратно. Единство индукции и дедукции;
- принцип взаимосвязи качественных и количественных характеристик;
- принцип детерминизма;
- принцип противоречия;
- принцип диалектического отрицания;
- принцип восхождения от абстрактного к конкретному;
- принцип единства исторического и логического;
- принцип единства анализа и синтеза и др. [9, с. 74, 84]

На наш взгляд, принципы всеобщей методологии являются универсальными и могут успешно применяться представителями различных экономических направлений, в том числе и в институциональных исследованиях. Блестящим примером применения принципов всеобщей методологии, конкретизации их на уровне общенаучной методологии, является, как известно, системно-структурный анализ экономической системы капитализма в «Капитале» К. Маркса.

Принципы всеобщей методологии позволяют выработать алгоритм исследования объекта – экономической системы². Подробное описание этого алгоритма есть предмет самостоятельного анализа. В кратком виде этот ал-

горитм (как один из множества вариантов) можно представить следующим образом.

Экономическая система выступает как нечто целое, состоящее из совокупности элементов, каждый из которых выполняет свою особую функциональную роль и в процессе взаимодействия элементов обеспечивает движение и развитие всего целого. На основе всеобщих принципов выявляются причинно-следственные связи между элементами, прямые и обратные, генетические и другие связи. На основе принципа восхождения от абстрактного к конкретному, например, определяются ступени анализа в экономической системе и т. д.

Алгоритм далее предполагает выделение аспектов анализа системы: структурного (субстратного), аспекта функционирования и аспекта развития. Отметим, что в рамках структурного (субстратного) аспекта выявляются элементы, отношения, связи системы. Функциональный аспект анализа экономической системы предполагает определение места, роли, функций каждого элемента, качества связей в экономической системе. Этот аспект позволяет рассмотреть соотношение таких понятий, как «структура» и «функция»; «устойчивость», «равновесие» и «гомеостазис», «самоорганизация системы» и т. д. Анализ экономической системы в аспекте развития – это исследование таких ее состояний, как «генезис», «эволюция», «рост», «развитие». Этот аспект анализа с необходимостью требует выявления противоречий как внутреннего источника развития экономической системы.

Актуальным является нахождение различия понятий между понятиями «структура» и «система» прежде всего на уровне всеобщей методологии, так как часто исследователям вольно или невольно приходится отождествлять эти понятия.

Структура – это прежде всего закономерные, необходимые связи, взаимодействия элементов. Так, интегрирующую роль в экономической системе выполняют отношения собственности. Интегрирующая структура является ведущей основой системы. Система оказывает определяющее влияние на структуру (форму), т. е. форма определяется содержанием. Но, возникнув, структура (форма) приобретает определенную устойчивость, самостоятельность по отношению к системе (содержанию). Будучи обусловлена природой взаимодействующих элементов, она в своей основе необходима и составляет важнейшую сторону сущности объекта. Качество системы определяется, во-первых, элементами (их природой, свойствами,

¹ Представляется, что системно-структурный анализ, с одной стороны, принадлежит второму, общенаучному уровню методологии, так как может применяться во всех отраслях научных исследований, с другой стороны, применяясь в конкретной науке (в нашем случае – в советской политэкономии), этот анализ конкретизируется на третьем уровне – уровне частнонаучной методологии.

² Этот алгоритм в различных вариантах был в свое время выработан учеными-политэкономами советского периода. Следовательно, мы не изобретаем новый алгоритм системного (системно-структурного) анализа, а с определенными допущениями используем в достаточно обобщенном виде выработанный ранее алгоритм.

количеством), во-вторых, структурой, т. е. интегрирующими связями между элементами системы, их взаимодействием. Для системы характерны расчлененность на отдельные относительно самостоятельные элементы, определенный тип их взаимосвязи и целостность, которая не входит в содержание понятия «структура». Экономические системы есть единство элементов и структуры [9, с. 170].

Итак, представленный нами в самом общем виде алгоритм исследования экономической системы (схема 2), на наш взгляд, может быть применен исследователями различных экономических школ (при определенной степени адаптации и конкретизации его на уровнях общенаучной и конкретно-научной методологии). По нашему убеждению, его можно ус-

пешно «встроить» в институциональный анализ [10]. Обозначенные нами принципы всеобщей методологии, как представляется, помогут структурировать различные направления исследований. Так, например, в исследованиях Ю. Фоминой делаются разработки в направлении объединения методологических позиций институционализма и системного подхода на основе общенаучной методологии, в частности, на основе такого направления системного анализа, как синергетика [11]. Нам представляется плодотворным это объединение методологических позиций. Такое объединение есть, на наш взгляд, выражение объективной логики, которой следует ученый, творчески используя взаимосвязь всеобщей (философской), общенаучной и конкретно-научной методологий.



Схема 2. Алгоритм системно-структурного анализа

Формирование методологии системно-го анализа в советской политической экономии (1960–1980-е гг.).

Исследование экономической системы как объективной реальности производилось в разных экономических школах. Проанализируем общие черты в исследовании экономических систем, выработанные политэкономистами советского периода (1960–1980-е гг.) на основе диалектического метода познания К. Маркса. Несмотря на значительное разнообразие точек зрения на содержание элементов экономической системы, в рассмотрении числа элементов ее структуры исследователи достигли единодушия. Так, структура рассматривалась как относительно устойчивая система связей, отношений между элементами, образующими целое (объект). Экономическая система представлялась прежде всего как тип органической сис-

темы, состоящей из двух (иногда и трех) основных подсистем: технико-экономической и социально-экономической. Техничко-экономическая подсистема рассматривалась как материально-вещественное содержание экономической системы как единого целого. Социально-экономическая подсистема представлена была как общественная форма экономической системы как единого целого. Предметом политической экономии являются производственные отношения (отношения в процессе производства, обмена, распределения и потребления) в различных общественно-экономических формациях или, другими словами, исторически сменяющиеся системы производственных отношений. Система выступает как нечто целое, состоящее из совокупности элементов, каждый из которых выполняет свою особую функциональную роль и в процессе взаимодействия

элементов обеспечивает движение и развитие всего целого. Исходя из сказанного в исследовании системы производственных отношений большое значение придавалось выявлению места и роли каждой сферы производственных отношений: собственно производства, обмена, распределения и потребления, т. е. их субординации в этой подсистеме, установлению прямых и обратных связей между этими сферами, единства и различия между ними. Их исследование раскрывало содержание общественной формы экономической системы как единого целого в каждом из рассматриваемых обществ.

Поскольку экономические отношения складываются в производстве благ, то исследование этих отношений тесным образом было связано с анализом процесса труда и его составляющих элементов. Другими словами, это исследование технико-экономической подсистемы. Ее содержанием являются отношения «человек – природа». Проводился подробный анализ труда, предметов труда, средств труда, средств производства как взаимосвязанного единства предметов труда и средств труда в процессе их исторической смены при переходе от одной формации к другой. Давалось понятие производительных сил как взаимодействующего единства работников (с их квалификацией и навыками к труду) и средств производства. После самостоятельного анализа технико-экономической и социально-экономической подсистем следовало рассмотрение их во взаимодействии, взаимозависимости, в диалектическом единстве. Экономическая система, рассматриваемая как взаимосвязанное единство производительных сил и производственных отношений, представляет собой способ производства. Связь, взаимозависимость производительных сил и производственных отношений рассматривалась как диалектика материально-вещественного содержания и социально-экономической формы. Развитие производительных сил немислимо вне общественной формы – производственных отношений. Известно пять исторически сменяющих друг друга способов производства: первобытнообщинный, рабовладельческий, феодальный, капиталистический, коммунистический. Каждый из этих способов производства характеризуется определенным уровнем развития производительных сил, существующей системой производственных отношений. Каждому способу производства присуща своя форма собственности на средства производства и производимые продукты, а классовому обществу и своя классовая структура [12, с. 59].

Переход от одной социально-экономической системы к другой, от одного типа производственных отношений и форм собственности к другому совершался, как отмечалось, по объективным законам общественного развития. Последовательность, в которой исторически сменялись типы производственных отношений, не случайна. Объективная причина их смены – изменения, происходящие в материально-вещественном содержании (производительных силах) на основе закона соответствия производственных отношений уровню и характеру производительных сил, объективного закона, открытого К. Марксом. Внутреннее противоречие, проявляющееся через диалектическое взаимодействие производительных сил и производственных отношений, является источником развития способа производства и его смены, перехода к последующему способу производства. Если производственные отношения соответствуют характеру производительных сил, они способствуют развитию последних, двигают их вперед. В данном случае социально-экономическая форма способа производства прогрессивна. Но как форма она достаточно консервативна и не поспевает за развитием материально-вещественного содержания – производительных сил. На определенном этапе производительные силы перерастают сложившиеся производственные отношения, которые превращаются в их оковы. Возникает сначала несоответствие формы развивающемуся содержанию, далее – конфликт, противоречие между формой и содержанием. Это служит, по К. Марксу, материальной основой для социальной революции, которая уничтожает устаревшие производственные отношения и заменяет их новыми, давая простор развитию производительных сил. Рассмотрение диалектического взаимодействия социально-экономической формы и материально-вещественного содержания проводилось на основе триады «единство – различие – противоречие»; законов диалектики: перехода количественных изменений в качественные, единства и борьбы противоположностей и отрицания отрицания.

Следующая ступенька анализа структуры экономической системы – это исследование субординации элементов в социально-экономической подсистеме, т. е. системе производственных отношений. Для построения теоретической системы, объективно воспроизводящей реальную экономическую систему, советские политэкономы находили такое производственное отношение, которое выражало системное качество, границу, предел этой систе-

мы и одновременно начало этой системы, ее элементарную клеточку, из которой разовьется вся экономическая система. Для экономики это системное качество описывалось как самый простой для функционирования и развития экономической системы способ координации, распределения ресурсов, способ связи производства и потребления (потребителей и производителей), способ поддержания пропорций. В основе этого способа лежит определенная социально-экономическая форма труда (производства). Как известно, существуют три типа этих связей, три формы производства: натуральная, товарная, планомерная (непосредственно общественное производство). Анализ форм производства основывался на принципе единства исторического и логического. Этот принцип требует начинать исследование объекта (в нашем случае экономической системы) с тех его сторон и отношений, которые исторически предшествовали этой системе. Другими словами, форма производства, определяющая способ координации основных экономических пропорций, должна начать формироваться еще до возникновения экономической системы. Это отношение развивается эволюционно в недрах предшествующего способа производства. Это требование, на первый взгляд, противоречит принципу восхождения от абстрактного к конкретному, согласно которому необходимо начинать исследование (описание) системы не с исторически первого, а с определяющего элемента, с тех сторон и отношений, которые определяют все другие стороны и отношения этой системы. Эти положения были согласованы в теории политической экономии следующим образом: в качестве критерия исходного начала системы выбирается такое отношение, которое одновременно является и исторически первым и определяющим все другие экономические отношения экономической системы. Это положение было основано на методологии анализа К. Марксом товара как элементарной клеточки, исходного начала капиталистического способа производства. Это отношение теоретиками политической экономии советского периода было названо исходным отношением. Из этого отношения, как из элементарной клеточки системы, образно говоря, как из зародыша, (в рамках этой концепции) развивается вся экономическая система. Можно, используя современную терминологию, назвать эту элементарную клеточку информационной матрицей формирующейся экономической системы. Форма производства отвечает на вопрос «как формируются эконо-

мические пропорции на всех уровнях?», но при этом не отвечает на вопрос «какой экономической системы?».

На последний вопрос, с точки зрения теоретиков политической экономии советского периода, отвечает основное производственное отношение. (Существовало множество точек зрения, какое отношение является основным производственным отношением.) Наиболее приемлемой точкой зрения является, на наш взгляд, следующая: основное производственное отношение представляет собой экономическую форму соединения средств производства с непосредственным производителем [12, с. 13] или отношение присвоения/отчуждения (собственность) [13, с. 100]. Теоретики исходили из того, что коренные отношения способа производства, и прежде всего основное производственное отношение, не развиваются эволюционно, а начинают формироваться в результате революционных преобразований в новой развивающейся системе.

Исходя из этой точки зрения победа нового производственного отношения создает основу для развития целой системы производственных отношений, генетически связанной с этим новым основным отношением, т. е. новой формой соединения непосредственного производителя со средствами производства. Выделение основного отношения имело и самостоятельное методологическое значение: основное производственное отношение как бы «цементировало» способ производства. Оно представлялось как стержень всей совокупности производственных отношений данного способа производства. Место каждого отдельного производственного отношения в экономической системе определялось его положением по отношению к основному производственному отношению [12, с. 14].

Важным в анализе системы производственных отношений являлось определение места отношений собственности в этой системе. Отношения собственности, присущие данной социально-экономической системе, возникают и формируются в рамках представляемой концепции, после революционных преобразований. Принадлежность средств производства какому-либо субъекту само по себе не есть производственное отношение, а есть лишь условие установления производственного отношения. Отмечалось также, что собственность на средства производства не может быть ни исходным, ни основным производственным отношением. По мере развития новой социально-экономической системы отношения собственности на-

чинают выступать не только как условие этой системы, но и как ее результат. Отношения собственности не могут быть представлены в системе как отдельное отношение, как особая самостоятельная категория. Собственность может быть раскрыта через всю систему производственных отношений. Утверждалось, что система «Капитала» К. Маркса есть система изучения капиталистической собственности как экономического явления. Отношения капиталистической собственности как бы «растворены» во всей системе производственных отношений, присутствуют как социальный вектор в каждом производственном отношении. Нет в «Капитале» отдельной главы, посвященной специальному анализу отношений капиталистической собственности.

Необходимо также отметить, что сторонники системного исследования требовали последовательного соблюдения принципов материалистической диалектики: восхождения от абстрактного к конкретному, единства исторического и логического, единства анализа и синтеза, единства количественного и качественного анализа и др. Отмечалось, что «порядок категорий и законов в системе определяется их природой и ролью. Всякая предшествующая категория должна быть логически и полностью независима от последующей категории (т. е. каждая категория имеет свою сущность, содержание. – С.Д.). Для анализа предшествующей категории нельзя привлекать аргументы, идущие от природы и содержания последующей категории» [12, с. 39].

Необходимой стороной системного подхода в советской политэкономии являлся вопрос о характере связей, видах связей, субординации связей, в частности, вопрос о соотношении генетических и обратных связей. «Субординированная система выражает существенные генетические связи между категориями, определяемыми сущностью данной общественной формы производства, данного способа производства. Обратные же связи касаются форм действия, форм проявления законов, они (обратные связи) не могут оказать и не оказывают влияния на природу этих законов» [12, с. 39–40].

Необходимо отметить также, что в политической экономии различали метод исследования и метод изложения. Исследование начинается с анализа и обобщения конкретного эмпирического материала; постепенно проникая в сущность происходящих в экономике процессов, оно раскрывает внутренние зависимости и экономические закономерности. В хо-

де исследования путем восхождения от абстрактного к конкретному, от сущности к явлению воспроизводилась вся сложная и многообразная структура производственных отношений в системе экономических категорий и законов. Метод изложения не должен повторять весь этот путь. Если исследование начинает свой путь от явления и идет к сущности, то изложение движется от сущности к раскрытию выражающих ее явлений.

Современный подход к структуре экономической системы может быть представлен концепцией А.В. Бузгалина и А.И. Колганова. Структура экономической системы у них представлена следующим образом: «в ее основе – 1) определенная технико-производственная структура, в центре – 2) форма координации (форма производства), 3) отношения собственности (способ присвоения/отчуждения) и воспроизводства, в качестве оформления – 4) институционально-правовая и политическая системы» [13, с. 97].

И далее: «отчасти подобные же выводы мы можем получить, апеллируя к сравнительному анализу различных теоретических школ, так или иначе описывающих экономические системы. Применяя и здесь диалектический историко-логический метод, мы можем выделить:

- в рамках классической политической экономии – проблемы природы стоимости как основы рынка (субстанции определенного способа координации), капитала, зарплаты, прибыли (т. е. характерного для буржуазной экономики способа взаимосвязи работника и собственника ресурсов, отношений по поводу производства и распределения дохода);

- в марксизме – «доставание» этой модели до развернутой структуры производительных сил и производственных отношений;

- в рамках *main stream* – иной подход к определению все тех же параметров (способа координации – предельная полезность, взаимодействие спроса и предложения, взаимодействие работника и собственника; способа получения дохода – теории факторов производства, предельной производительности) и, главное, акцент на позитивном описании связей и взаимодействий в механизме функционирования одного типа экономических систем, а именно рыночных (при господстве несовершенной конкуренции), регулируемых, социально ограниченных экономик;

- в рамках институционализма и неoinституционализма – опять же способы координации (рыночная и плановая системы у Гэлбрейта, трансакции у Р. Коуза и т. п.), отно-

шения собственности и власти (теория прав собственности – типичный пример), социальной структуры ими порождаемой и т. п., но под определенным (естественно, институциональным) углом зрения;

– у теоретиков индустриального, постиндустриального, информационного и т. п. общества в качестве основы типизации и структуризации систем – технологические уклады.

Не продолжая дальше перечень, можно предположить, что своего рода равнодействующей этих теорий... является выделение технологических укладов (и шире – производительных сил), в качестве основы экономической системы – способов координации и отношений собственности (присвоения/отчуждения) и распределения дохода, механизмов воспроизводства и функционирования в качестве основных блоков ее структуры, институтов как способов оформления экономической жизни» [14, с. 98].

На основе изложенного можно представить алгоритм (порядок и/или последовательность) теоретического анализа экономической системы, который был выработан советскими политэкономистами:

– объект исследования – экономическая система;

– предмет исследования;

– исходное (генетическое) начало системы;

– структура (системообразующее отношение) системы;

– свойства системности объекта: целостность, синергия, иерархичность (уровни отношений), коммуникативность;

– аспекты анализа экономической системы: структурный, функциональный, аспект развития;

– методология исследования экономической системы; применяемые методы в исследовании экономической системы; элементы системы, связи (виды) между элементами системы;

– принципы, применяемые в исследовании системы.

В ходе анализа необходимо ответить на вопрос «насколько исследуемый объект соответствует представленным требованиям теоретического (системного) анализа?». Необходимо отметить, что этот алгоритм исследования экономической системы может успешно применяться различными теоретическими направлениями.

Итак, в статье был представлен алгоритм системного анализа экономических систем как в обобщенном виде, так и в рамках системно-

структурного анализа советской школы политической экономии. На основе представленных подходов автором была предпринята попытка разработать универсальный алгоритм теоретического анализа экономических систем, применимый различными направлениями экономических исследований. Необходимо отметить, что плодотворные исследования в направлении синтеза системного анализа и различных экономических направлений ведутся довольно успешно представителями этих научных школ [14]. Но это предмет уже отдельного анализа.

1. *Берталанфи Л. фон.* Общая теория систем. Критический обзор. // Исследования по общей теории систем. Сборник переводов / под ред. В. Н. Садовского и Э. Г. Юдина. – М.: Прогресс, 1969. – С. 23–82.

2. *Берталанфи Л. фон.* История и статус общей теории систем // Системные исследования. Ежегодник 1973. – М., 1973. – С. 20–37.

3. *Боулдинг Э.* Экономическая наука и социальные системы. Панорама экономической мысли конца XX столетия: в 2 т. / под ред. Д. Гринуэя, М. Блина, И. Стюарта; пер. с англ. под ред. В. С. Автономова, С. А. Афонцева. – СПб.: Экономическая школа, 2002. – 1020 с.

4. *Лекторский В. А., Садовский В. Н.* О принципах исследования систем (в связи с общей теорией систем Л. Берталанфи) // Вопросы философии. – 1960. – № 8. – С. 67–79.

5. *Месарович М.* Общая теория систем и ее математические основы // Исследования по общей теории систем. С. переводов / под ред. В. Н. Садовского и Э. Г. Юдина. – М.: Прогресс, 1969. – С. 165–180.

6. *Петрушенко Л. А.* Принцип обратной связи. Некоторые философские и методологические проблемы управления / под ред. В.Е. Викторовой. – М.: Мысль, 1967. – 277 с.

7. *Садовский В. Н.* Людвиг фон Берталанфи и развитие системных исследований в XX веке // Системный подход в современной науке. – М.: Прогресс-Традиция, 2004. – С. 7–36.

8. *Уёмов А. И.* Логический анализ системного подхода к объектам и его место среди других методов исследования // Системные исследования. Ежегодник. – М.: Наука, 1969. – С. 80–96.

9. *Шентулин А. П.* Диалектический метод познания. – М.: Политиздат, 1983. – 321 с.

10. *Дегтярева С. В.* Становление институциональной системы экономики и институциональные изменения // Научные труды Донецкого национального технического университета.

Серия «Экономическая». – Вып. 31–1(117). – Донецк, 2007. – С. 70–73.

11. *Фомина Ю. А.* Традиционный институционализм и неоинституционализм – объединение методологических позиций // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия «Экономическая». – Вып. 34–1. – Донецк, 2008. – С. 61–67.

12. Курс политической экономии. – 3-е изд. – М. : Экономика, 1973. – Т. 1. Досоциалистические способы производства. – 831 с.

13. *Бузгалин А. В., Колганов А. И.* Сравнительный анализ экономических систем: методология и теория (материалы спецкурса) // Вестник Московского ун-та. Сер. 6 «Экономика». – 2002. – № 3. – С. 94–113.

14. *Кирдина С. Г.* Институциональные изменения и принцип Кюри // Экономическая наука в современной России. – 2011. – № 1. – С. 19–38.

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ЗНАЧЕНИЕ ТАЛАНТА ДЛЯ ЕЕ РАЗВИТИЯ

MODERNIZATION OF THE ECONOMY AND IMPLICATIONS FOR ITS DEVELOPMENT

С.А. Карташов, Ю.Г. Одегов, Д.В. Шаталов

S.A. Kartashov, Yu.G. Odegov, D.V. Shatalov

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва

Острейшая проблема современной России состоит в дефиците кадров. В этих условиях одной из важнейших характеристик поведения предприятия на рынке труда является работа по отбору и воспитанию талантов. Предприятия формируют запрос рынку труда. Они же поддерживают функционирующие рабочие места и пропорции занятости, ведут войну за таланты, меняя подходы к набору персонала. Поэтому изучение особенностей этих процессов является в условиях модернизации экономики и усиления ее инновационной направленности весьма актуальным.

The article considers the problem of shortage of personnel in modern Russia. In the present conditions, a major trend of enterprise's behavior in a labor market is selection and training of talents. The enterprises make demands to the labor market. They support existing jobs and employment proportions, wage war over talents by changing approaches to personnel recruitment. Therefore, studying of these processes is relevant in the conditions of modernization of the economy and strengthening of its innovation orientation.

Ключевые слова: модернизация экономики ее развитие, талант, война за таланты.

Key words: modernization of the economy, development, talent, war over talents.

Российская экономика в результате реформ 1990-х гг. пережила беспрецедентный спад. По самым скромным оценкам, показатель ВВП упал к 1998 г. (низшая точка падения за период с 1990 г.) больше чем на 40 %, а промышленное производство – больше чем на 50 %. Хуже всего обстоит дело с динамикой инвестиций. Объем инвестиций в основной капитал упал в 1998 г. почти в 5 раз (21 % от уровня 1989 г.). В предкризисном 2008 г. их объем составил только 60 % от уровня 1989 г. Несмотря на то, что в 2007 г. реальный ВВП впервые превзошел по своему объему уровень 1990 г., по отношению к промышленному производству такого восстановления не произошло. Более того, по многим позициям промышленной номенклатуры спад продолжался и в благополучные 2000-е гг.

В 1985 г. из СССР на экспорт отгружалось 20 % произведенных легковых автомобилей, 28,2 % часов и 39,4 % фотоаппаратов, но зато лишь 5 % угля, 5,6 % круглого леса, 10,7 % газа и 19,7 % нефти. В 2009 г. экспорт из России в «дальнее зарубежье» готовых товаров составил

лишь 4,7 %, тогда как круглого леса – 23,8 %, газа – 28,8 %, угля – 35,2 %, нефти – 66,4 % [1].

Послереформенная Россия практически перестала экспортировать промышленную продукцию и вывозит лишь сырье и продукты его первичного передела. Причем хроническое обеднение ассортимента экспорта продолжалось и в последнее, достаточно успешное для экономики России десятилетие. По данным Всемирного банка, если в 2001 г. на долю нефти и газа приходилось менее половины российского экспорта, то в 2010 г. эта доля составила две трети, причем еще 15 % приходилось на экспорт других ископаемых ресурсов. Доля высокотехнологичной продукции составила лишь 9 %, и это в основном экспорт вооружений [2]. Таким образом, за годы реформ произошла масштабная примитивизация российской промышленности.

Это было обусловлено неэффективностью и коррупционностью государственного управления, его ошибочной установкой на развитие финансового сектора в отрыве от реального, на деиндустриализацию российской экономики.

В частности, полагалось, что все неэффективное производство (а неэффективным в условиях перехода к мировым ценам на энергоносители и сырье автоматически становилось все промышленное производство, ориентированное на внутренний рынок) должно просто отмереть.

Д.А. Медведев в статье «Россия, вперед!» заметил: «Двадцать лет бурных преобразований так и не избавили страну от унижительной сырьевой зависимости... Мы сделали далеко не все необходимое в предшествующие годы. И далеко не все сделали правильно» [3].

В настоящий момент актуализировались вопросы долгосрочного развития российской экономики. Все еще сохраняется проблема устойчивости российской экономики в связи с возрождением циклического характера глобального развития. Российский механизм экономического роста в 1999–2008 гг. в определяющей степени зависел от внешнеэкономической конъюнктуры, прежде всего от цен на энергоносители и условий кредитования на мировом рынке. Поскольку в ближайшие годы ввиду продолжающегося кризиса возобновление благоприятных внешнеэкономических факторов маловероятно, то сценарий развития, консервирующий сложившуюся экспортно-сырьевую модель, приводит к замедлению экономического роста в лучшем случае до 3–4 %. Такие темпы роста не позволяют решать накопившиеся задачи обеспечения макроэкономической и социальной стабильности.

Возможности стимулирования роста экономики ограничены ввиду дефицитности бюджета [4]. Постепенно, в связи с появлением новых игроков, ухудшаются для России позиции на рынках высокотехнологичной продукции (оборонной продукции, гражданской авиации, атомных реакторов). Все еще не преодолен кризисный спад в производстве продукции инвестиционного назначения.

В этих условиях для построения в России механизма развития, способного вывести страну к концу текущего десятилетия на сопоставимый со странами Европейского Союза уровень потребления, нам жизненно необходим переход на новую модель развития на основе проведения всеобщей высокотехнологичной модернизации экономики.

Модернизация – это комплекс взаимосвязанных научно-технических, технологических, социальных, политических и экономических сдвигов, а также культурных новаций, которые позволяют социальной системе эффективно удовлетворять собственные потребности и адекватно реагировать на вызовы внутренней и

внешней среды. Ее осуществление позволит добиться устойчивых темпов экономического развития, близких к 6–7 % в год, при одновременном движении к прогрессивной структуре экономики. Однако единства взглядов по поводу путей модернизации нет.

Часть экспертов находится в плену идеи инновационного прорыва, большого скачка в постиндустриальное будущее – достаточно развить те технологии, по которым Россия еще может обогнать другие страны.

Между тем в отсталой, примитивной экономике инновационный прорыв невозможен, новые технологии индуцируются с помощью уже промышленно освоенных. Для модернизации экономики России необходима новая волна индустриализации. Ни одна страна не обеспечивала себе глобального признания как производитель технологий, наоборот, все развитые экономики добивались первенства как индустриальные. Технологии – ничто, если они не могут быть применены к промышленности, овеществлены в массовом выпуске готовой продукции, способной завоевать мировые рынки [5].

Если до кризиса в качестве идеологии в мировой экономике превалировал упор на развитие финансового сектора, то сейчас лидирующие позиции занимает идея усиления национальных производительных сил, создания современной материально-технической базы национальной экономики.

В течение предыдущих 20 лет инновационная система в России фактически пришла в упадок. С одной стороны, произошло быстрое открытие внутреннего рынка для импортной продукции, а с другой – фактически прекратилось финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, которое в значительной степени концентрировалось в отраслевых научно-исследовательских институтах и заводских лабораториях.

Одним из важнейших условий модернизации экономики является создание целостной национальной инновационной системы. Пока созданы и функционируют только отдельные ее элементы, которые неравномерно распределены по регионам страны, а не система в целом (см. таблицу 1).

Разработки отечественной фундаментальной и прикладной науки реализуются на стадиях от создания образца до массового производства за рубежом, а затем в виде готовых изделий импортируются в страну [7]. Существование инновационных сегментов бессмысленно, если не заниматься развитием современной индустрии в целом.

Таблица 1

Развитие инфраструктуры для научной и инновационной деятельности [6]

Федеральный округ	Число ЦКП* по состоянию на 2009 г., ед.	Число государственных научных центров, ед.	Число научно-образовательных центров, ед.	Число технопарков и инновационно-технологических центров, ед.	Число центров трансфера технологий, ед.
Центральный	33	37	7	36	19
Северо-Западный	6	10	3	18	6
Южный федеральный	6	1	2	12	4
Приволжский	8	1	2	19	5
Уральский	3	0	1	3	3
Сибирский	5	1	3	12	9
Дальневосточный	2	0	0	5	2
ИТОГО	63	50	18	105	48

* ЦКП – центр коллективного пользования.

Сегодня в российском обществе есть запрос на обновление и энергичное развитие, но после почти четырехлетних разговоров о модернизации и инновации население ни каких реальных подвижек не видит. Это привело к тому, что данное понятие сильно дискредитировано.

Мало сделано для того, чтобы модернизация стала в бизнесе конкурентным преимуществом, не создано условий для получения на эти цели длинных кредитов и др.

Примечательно, что в последнее время идеи о том, что «на территории России должна действовать вся технологическая и промышленная цепочка – от проведения исследовательских работ до изготовления комплектующих и крупносерийного выпуска конечной продукции» и что «речь сегодня идет о новой волне индустриализации», стали звучать на самом высоком уровне исполнительной власти [8]. Создано Агентство стратегических инициатив [9], призванное осуществлять поддержку и административное сопровождение инновационных проектов. Задача теперь сводится к адекватной финансовой и организационной поддержке заявленных намерений.

России так и не удалось за последние 10 лет стать инвестиционно привлекательной экономикой. Если другие модернизирующиеся страны, с которыми мы себя привыкли сравнивать (Индия, Китай), не допустили падения инвестиций в кризис, то в России инвестиции в основной капитал упали более чем на 16 % в кризисном 2009 г., а приподнялись в 2010 г. только на 6 %.

Доля банковского кредитования в инвестициях чрезвычайно мала – всего около 9 %. Наблюдается перекос и в структуре инвестиций. Около трети из них направляются в топливно-энергетический комплекс и только 3 % в такие отрасли, как машиностроение, связь.

Что касается государственных инвестиций, то пока только около 10 % бюджета работает на развитие. Недостаточны инвестиции в человеческий капитал – в образование, науку, здравоохранение и в инфраструктуру [10].

Деловой климат в стране до сих пор крайне неблагоприятен. Вкладываться в модернизацию производства не торопятся ни зарубежные, ни отечественные предприниматели. Об этом свидетельствуют данные по оттоку капитала из страны. В 2010 г. отрицательное сальдо по счету операций с капиталом составило более 35 млрд долларов, а с января по апрель 2011 г. – еще 30 млрд долларов.

Учитывая опыт других стран, для перехода на новую модель развития необходимо повысить долю инвестиций в ВВП с 20–21 % до 35–40 %. Поэтому поддержка инвестиционной деятельности, улучшение инвестиционного климата в России – это одно из главных направлений экономической политики государства.

Модернизация экономики – это не только развитие новых отраслей. Необходимо все производство, основанное на переработке наших традиционных ресурсов и имеющее перспективы развития, перевести на новый технологический и организационный уровень. Именно с этих позиций России необходимо искать

новые конкурентные позиции на глобальных рынках.

Большой эффект может дать государственная программа перевооружения армии, предусматривающая выделение 20 трлн рублей до 2020 г. Оборонно-промышленный комплекс (ОПК) сегодня не в лучшем состоянии. Более 70 % технологий, обеспечивающих производство ОПК, физически и морально устарели, более половины станочного парка изношены на 100 % [11]. Современная индустриальная экономика находится на стадии пятого технологического уклада, где вполне обоснованно говорить про степень развитости микроэлектронной промышленности и телекоммуникаций.

В развитых странах уже начинают складываться контуры 6-го технологического уклада, в России 6-й уклад пока не формируется, а основу промышленности составляют технологии 4-го уклада (свыше 50 %) и технологии 3-го уклада (около 30 %). Доля технологий 5-го уклада составляет примерно 10 % и сосредоточена она в ОПК и в авиакосмической отрасли [12]. Поэтому реальное развитие технологического уровня ОПК, в котором сохранились еще какие-то заделы научно-технических достижений, может стать главным толчком к модернизации смежных отраслей промышленности. Эффект стимулирования распространится по технологическим цепочкам вплоть до фундаментальной науки.

Экономически развитые страны довольно быстро движутся по пути к новой экономике, которая, безусловно, будет иметь многие черты экономики знаний и информационной экономики, которые разработаны теоретически [13].

Ресурсные ограничения развития со стороны качества и предложения трудовых ресурсов усиливаются. Сегодня, для того чтобы государство было развитым и обладало эффективной экономикой, необходимо, чтобы 40–60 % взрослого населения имело высшее образование; уровень образованности населения составлял 11–12 лет, а число научных работников от общей численности населения – 2–5 % [14]. Образованность населения России составляет сегодня 8,3–9,1 года, тогда как в США она достигает 11–14 лет, в Японии – 12–14 лет.

В глобальном исследовании Manpower Talent Shortage Survey проведет опрос работодателей в 39 странах мира в первой половине 2011 г. Один из выводов исследования: в мире началась новая волна кадрового кризиса. При этом Россия по уровню дефицитности ценных кадров занимает 11-е место в мире. Рекордсменом по этому показателю явля-

ется Япония, где кадровый голод испытывает 80 % предприятий. Напротив, самые низкие цифры у Испании (11 %), Норвегии (9 %) и Польши (4 %) [15].

Сюда же относится и страх того, что кадры компании может переманить другой работодатель. Это тем более актуально сегодня, когда большинство компаний озадачено поиском лучших сотрудников на фоне общей нехватки способных, талантливых специалистов. Несмотря на высокую численность населения, Китай столкнулся с «парадоксом талантов»: число китайцев, занимающих ведущие руководящие посты в международных корпорациях, относительно невелико. Society for Human Resource Management (SHRM) и Development Dimensions International (DDI) провела исследование. Согласно полученным данным, 7 млн китайцев окончили колледж, но знания и навыки лишь 10 % из них отвечают требованиям, предъявляемым международными корпорациями к своим сотрудникам. Бурное развитие экономики Китая потребует в ближайшие 10 лет наличия на рынке труда 75 тыс. квалифицированных специалистов, которые смогли бы занять руководящие посты в крупных корпорациях.

Результаты сегментирования выпускников Президентской программы подготовки управленческих кадров также указывают на то, что проблема нехватки квалифицированных кадров стоит на первом месте среди основных проблем, мешающих работе предприятий (см. таблицу 2 и рис. 1, 2).

Главным богатством любой организации являются люди, которые в ней работают. Именно они – движущая сила бизнеса, именно их знания и опыт являются одним из наиболее важных конкурентных преимуществ. Такое понимание проблемы приводит к тому, что меняются подходы к управлению персоналом как главному ресурсу организации. Данные изменения в первую очередь отражают переосмысление роли и места человека (работника) в организации.

На сегодняшний день наиболее интересным и актуальным направлением управления персоналом является управление талантами в организации. В последнее время при проведении оценки стоимости компании все больше экспертов в числе ключевых показателей упоминают такой элемент, как отлаженную систему управления талантами [16]. Современный бизнес невозможен без механизмов, позволяющих управлять самым главным инструментом создания стоимости – талантом сотрудников,

отмечают Кьел А. Нордстрем и Йонас Риддерстрале. «Капитал пляшет под дудку таланта» – так звучит название одной из их книг.

Если раньше компании в процессе привлечения кандидатов были нацелены на всю студенческую аудиторию, то сейчас все больший интерес вызывает прослойка «золотой молодежи», «звездочек», которые являются в бу-

дущем перспективными кандидатами для развития среднего и топ-менеджмента.

В последнее время при проведении оценки стоимости компании все больше экспертов, наряду с финансовыми и маркетинговыми показателями, упоминают такой фактор, как «отлаженная система управления талантами».

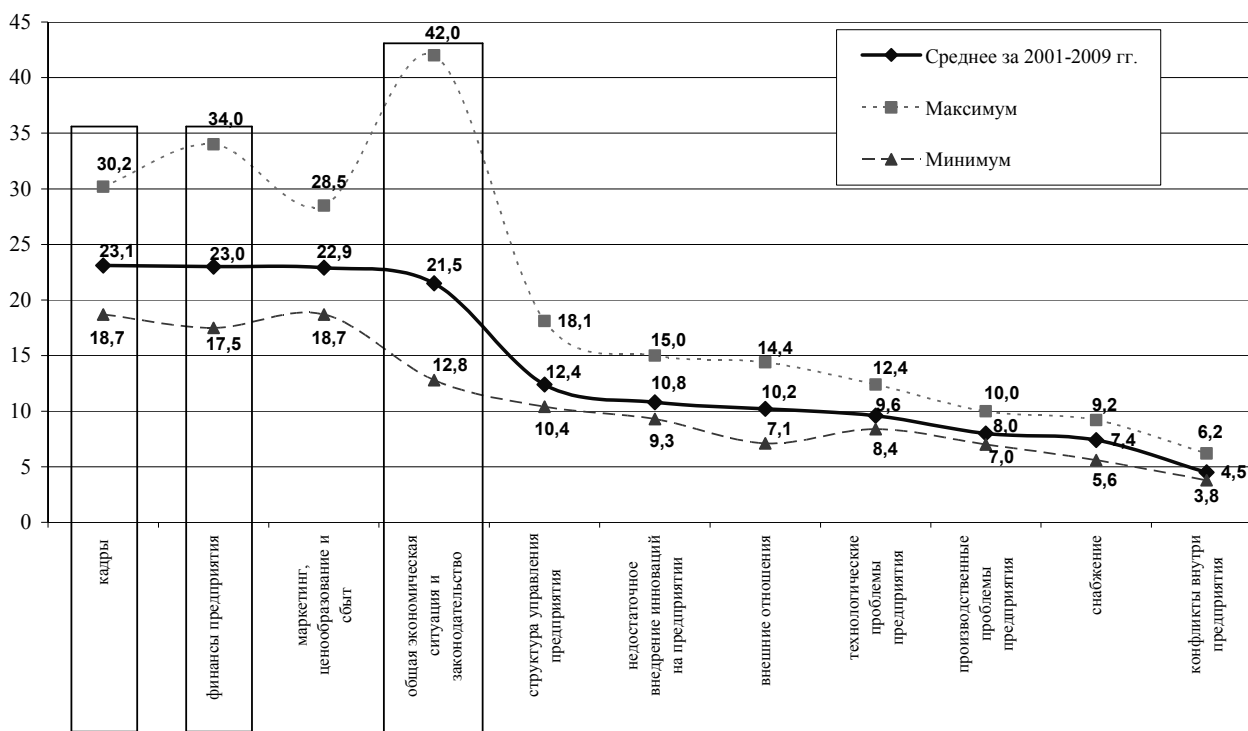


Рис. 1. Основные проблемы, мешающие работе предприятий

Таблица 2

Основные проблемы, мешающие работе предприятия, %

Сферы, в которых лежат проблемы, мешающие работе предприятия	Среднее за 2001–2009 гг.	Максимум	Минимум	Разброс
Кадры	23,1	30,2	18,7	11,5
Финансы предприятия	23,0	34,0	17,5	16,5
Маркетинг, ценообразование и сбыт	22,9	28,5	18,7	9,8
Общая экономическая ситуация и законодательство	21,5	42,0	12,8	29,2
Структура управления предприятия	12,4	18,1	10,4	7,7
Недостаточное внедрение инноваций на предприятии	10,8	15,0	9,3	5,7
Внешние взаимоотношения	10,2	14,4	7,1	7,3
Технологические проблемы предприятия	9,6	12,4	8,4	4,0
Производственные проблемы предприятия	8,0	10,0	7,0	3,0
Снабжение	7,4	9,2	5,6	3,6
Конфликты внутри предприятия	4,5	6,2	3,8	2,4

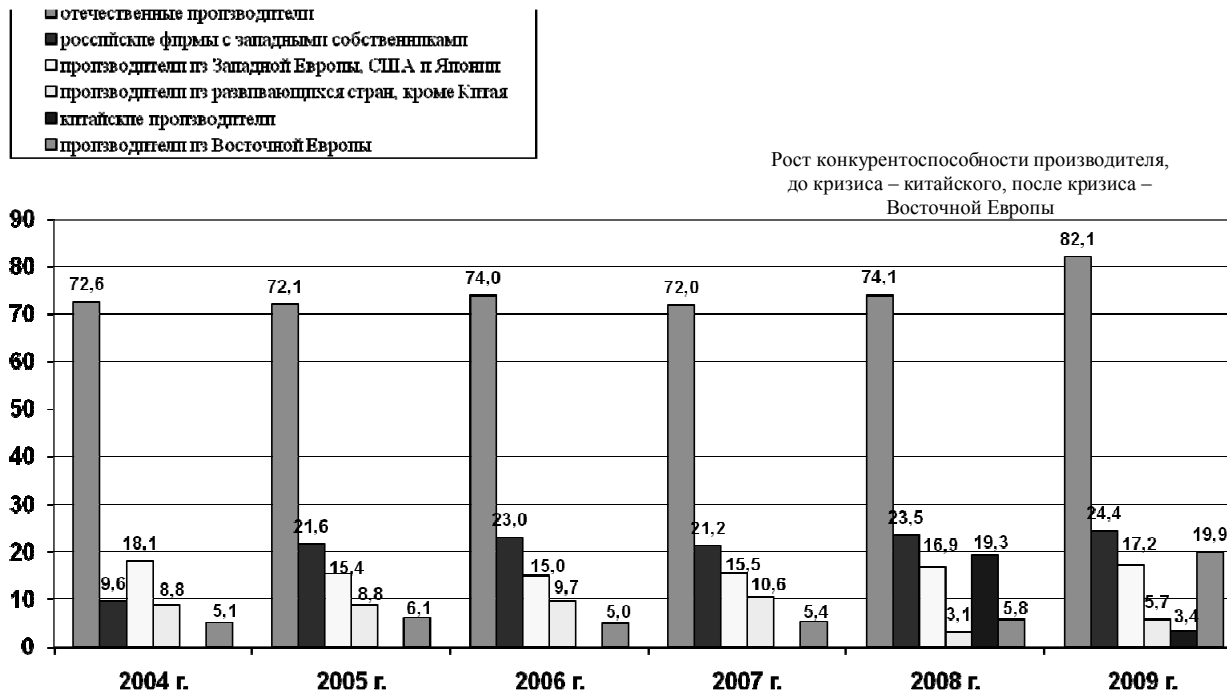


Рис. 2. Основные конкуренты предприятий

Сам по себе этот факт красноречиво говорит о растущей ценности профессионального подхода к управлению перспективными сотрудниками. Для достижения в этой области каких-либо успехов надо изменить отношение ко всему персоналу. Иметь талантливых сотрудников – это не самоцель бизнеса, а его конкурентное преимущество, поскольку в современных условиях лидерство на рынке обеспечивает талант персонала [17].

Одной из обязанностей менеджеров по управлению персоналом является поиск способов получения наибольшей отдачи от сотрудников организации. В условиях жесткой борьбы за потребителя, когда происходит выравнивание уровня технической оснащенности компаний и маркетинговых возможностей, повышение заработной платы, ежегодная смена высшего руководства или попытка переманивания персонала у конкурентов уже не дают такого эффекта, как раньше. Этот факт красноречиво говорит о необходимости профессионального подхода к управлению наиболее перспективными сотрудниками в организации.

Очевидно, с этим связано то обстоятельство, что, как показывает всероссийский интернет-опрос портала Career.ru, только 5 % работодателей отметили в качестве обязательного требования красный диплом или проверили сертификат об оценках в университете. При этом каждая десятая компания не предъявляет к молодым специалистам никаких специфиче-

ских требований: достаточно диплома и хотя бы среднего уровня знаний по специальности.

Каждая вторая компания обращает внимание и на возраст кандидата. Преимущество имеют студенты последних курсов и слушатели вечерних и заочных отделений. При этом уровень вузовской подготовки молодых специалистов не вызывает особых нареканий: только 13 % работодателей пожаловались на недостаток теоретических знаний у будущих сотрудников [18].

Эндрю Гроув пишет, что легко не заметить потенциал новых технологий, влияние новых конкурентов и изменения в расстановке сил среди клиентов и поставщиков [19]. Эти решающие моменты Гроув назвал стратегическими переломными моментами. Стив Джобс, проигнорировав появление персональных компьютеров массового производства, работающих с Windows, чуть не довел до краха свою вторую компьютерную компанию «NeXT».

Таким образом, война за таланты создает новую реальность делового мира, а движущие этой войной силы всепроникающи и неуловимы (см. таблицу 3).

Это означает, что сейчас именно талант – главный фактор, определяющий успех компаний, и способность компании находить, развивать и удерживать таланты будет главным конкурентным преимуществом еще много лет [20]. Казалось бы, эту мысль легко понять, но многие компании так и не осознали ее до конца, они продолжают придерживаться старых взглядов.

Таблица 3

Изменения в сфере делового мира

<i>Старая реальность</i>	<i>Новая реальность</i>
Людам нужны компании	Компаниям нужны люди
Конкурентное преимущество – оборудование, капитал и расположение	Конкурентное преимущество – талантливые сотрудники
Более талантливые работники имеют некоторое преимущество	Более талантливые работники имеют огромное значение
Дефицит рабочих мест	Дефицит талантливых людей
Сотрудники верны компаниям, есть гарантия их занятости	Люди склонны к смене компаний, а их обязательства краткосрочны
Люди принимают предлагаемый стандартный компенсационный пакет. Персонал – издержки	Люди требуют гораздо больше. Персонал – ресурс

Война за таланты, начавшаяся в 1980-е гг., остается актуальной и на данный момент.

В войне за таланты есть три основные движущие силы: необратимый переход от индустриального века к информационному, активизация спроса на управленческие таланты высокого класса и растущая склонность людей менять место работы. Так как эти структурные силы не проявляют признаков ослабления, можно полагать, что война за талантливых управленцев будет определяющей чертой делового мира еще много лет.

Война за таланты началась, когда важность материальных активов – станков, фабрик и капитала – стала уменьшаться по сравнению с важностью таких нематериальных активов, как собственные сети, бренды, интеллектуальный капитал и таланты.

Если раньше противостояние с конкурентами осуществлялось главным образом в сфере борьбы за покупателей продуктов и услуг, то теперь открылся новый «фронт» – рынок труда, где борьба за высококвалифицированных специалистов превращается в агрессивную «войну», признаками которой стали:

- значительно участвовавшие случаи переманивания компаниями «чужих» высококвалифицированных работников;
- рост использования так называемых «золотых наручников» («golden handcuffs») – специальных денежных компенсаций ключевым работникам для продолжения их работы в компании;
- возникновение за последние 10 лет большого числа компаний, специализирующихся на «охоте за головами» по заказу [21].

Сегодня при наличии большой армии безработных можно наблюдать растущую склонность людей менять место работы. Компании

стали признавать, что им необходимы высококвалифицированные управленцы, а управленцы осознали, в свою очередь, выгоду от смены мест работы. Всего за несколько лет исчезли старые предубеждения против частой смены работы, и длинный список компаний в резюме стал считаться почетным. Сегодня многие управленцы ищут работу пассивно: они все время начеку, чтобы не упустить другие возможности. Масштабы этой тенденции можно охарактеризовать данными исследований Э. Майклза, Х. Хэндфилд-Джонса, Э. Экселрода «Война за таланты»: «20 % менеджеров заявили, что с большой долей вероятности уйдут из компании в следующие два года, а еще 28 % ответили, что вероятность их ухода средняя. Они также обнаружили, что в дальнейшем компаниям будет труднее удерживать сотрудников: у молодых управленцев вероятность ухода на 60 % больше, чем у их старших коллег» [22].

Война за таланты уже имеет определенную логику и тенденции, основные из которых, в части побудительных причин и ответной реакции на этот феномен, рассмотрим чуть подробнее.

О подготовке конкурентов к «войне» свидетельствуют определенные факторы, такие как рекламные щиты и растяжки, помещаемые в непосредственной близости от ворот компании-«жертвы», массовые предложения об имеющихся вакансиях, приходящие от конкурента по электронной почте, аналогичные предложения в виде огромных рекламных плакатов, размещаемых рядом с территорией организации.

Другим признаком возможного «налета» может служить уход специалистов из компании с целью создания собственного бизнеса.

Обычно вслед за этим следует «налет» с целью переманить наиболее квалифицированных бывших коллег [23].

Помимо признаков готовящегося «налета» и его профилактики существенный инте-

рес представляет рассмотрение той или иной реакции компании, используемой для отражения «налета» (рис. 3).

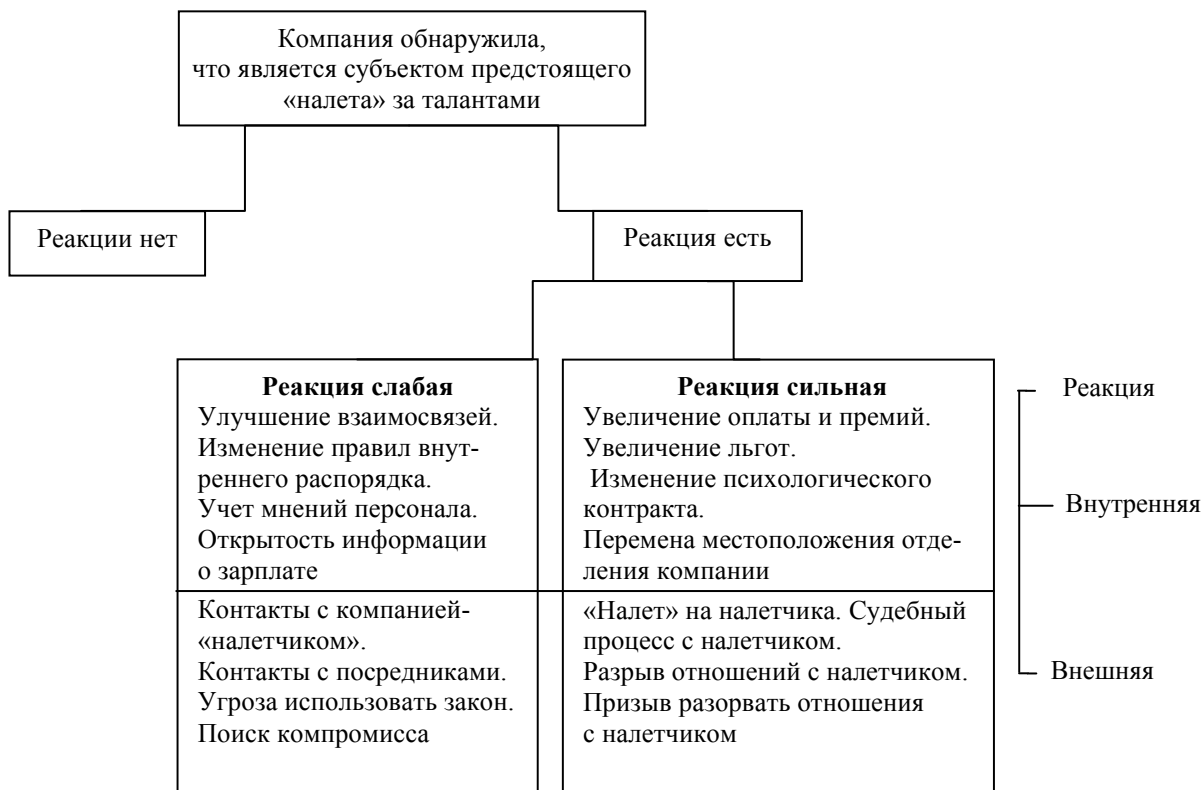


Рис. 3. Основные формы и характер реакции компаний на состоявшийся «налет»

Реакция подвергшейся «налету» компании может быть внутренней или внешней, а по интенсивности – слабой или сильной.

Слабая внутренняя реакция практически полностью предполагает использование моральных факторов, побуждающих талантливых работников не покидать компанию. По сути, эта реакция сводится к увеличению открытости во взаимоотношениях руководителей и персонала всех уровней.

Сильная внутренняя реакция компании проявляется в виде увеличения материальных стимулов и решения передислоцировать подразделение компании, непосредственно подвергшееся «налету», на новое место расположения.

Соответственно, слабая внешняя реакция главным образом проявляется в виде переговоров с целью поиска компромисса с «налетчиком». Во многих практических случаях такая реакция малоэффективна. В то же время сильная внешняя реакция характеризуется решительными действиями, вплоть до судебного преследования.

Одним из провоцирующих войну факторов является успешный бизнес компании на фоне сравнительно малоэффективной деятельности конкурентов. Действие этого фактора может усиливаться за счет того, что руководство успешно функционирующей компании зачастую теряет «бдительность» и мало внимания уделяет превентивным мероприятиям для предотвращения последствий возможного «налета».

Другой объективно способствующий «налету» фактор связан со степенью централизации деятельности HR-служб компании. Как правило, менеджеры компаний, где функции HR-служб существенно централизованы, в меньшей степени ощущают изменения динамики спроса и предложения талантов на рынке труда, чем компании, где эти функции децентрализованы. Между тем централизация функций HR-департамента, особенно для корпораций, имеющих разветвленную сеть филиалов, на самом деле снижает административные и рекламные расходы в части найма персонала. Однако конкурентная борьба за таланты на

рынке труда больше всего ощутима непосредственно на «нижнем уровне» рынка, куда у менеджеров HR-департаментов могут просто «не доходить руки».

Таким образом, можно выделить четыре основных вида факторов, способствующих «налету»:

- количество работников, представляющих потенциальный интерес для конкурентов;
- производительность труда этих работников;
- работают ли эти люди на ключевых участках компании;
- мобильность использования квалификационных навыков таких работников.

Последний из указанных факторов делает работников наиболее уязвимыми для перемаивания, поскольку позволяет им достаточно легко адаптироваться на новом месте работы.

Анализируя «интервью на выходе» работников разных компаний, можно утверждать, что идентичные причины увольнения за короткий период двух и более работников свидетельствуют о состоявшемся или продолжающемся «налете».

Чем выше оценивается угроза «налета», тем больше вероятность того, что ответные действия «жертвы» будут характеризоваться сильной внутренней реакцией. При этом интенсивность реакции будет в значительной степени определяться местонахождением субъекта возможного налета: является ли это конкурент из другого географического региона или это компания из окружающей отраслевой среды. В последнем случае реакция будет максимально интенсивной, поскольку одновременно ослабляется «жертва» и усиливается конкурентоспособность «налетчика». В этом случае вероятны даже встречные «налеты» конкурирующих компаний.

Эта реакция может быть сопряжена со значительными затратами финансовых и административных ресурсов, однако может сильно затруднить «налетчику» продолжение своей «игры», а то и вовсе заставит прекратить это занятие.

Наконец сочетание совместного воздействия высокой угрозы «налета» на работников, обладающих высококачественными для использования профессиями, вызывает самую большую вероятность сильной внешней реакции, вплоть до ответных «налетов» на «агрессора» [24].

В индустриальную эпоху существовала теория, которая гласила, что талант пробьется сам без помощи со стороны, если же ему это

не удастся, то там ему и оставаться. Ее автором являлся директор по маркетингу компании по производству программного обеспечения Wakesoft, Харли Ситнер, по мнению которого, наиболее способный сотрудник в любом случае поднимется на самый верх и непременно накопит все знания и опыт, необходимые для того, чтобы с успехом справляться с все более сложными задачами [25], т. е. понятие «таланта» не предусматривалось в работе с персоналом. Бизнес традиционно строился на усредненных сотрудниках-исполнителях и некотором количестве управленческих кадров. Задачей первых было четкое выполнение поставленных перед ними задач, а задачей вторых – управление подчиненными и стратегические разработки. Таланты же, в базовом понимании этого термина, в данную модель никак не вписывались: их наличие для компании означало только необходимость титанических усилий со стороны руководства по приведению их в «усредненное» состояние хорошего исполнителя.

В период становления российского бизнеса работодателей на улицах ждала когорта добровольцев, которым нужна была только зарплата, чтобы кормить семьи. Ни о каком саморазвитии, защите собственных прав, а тем более о внимании к талантам и желаниям сотрудников даже речи не шло. В то время сотрудники с разной степенью успешности самостоятельно занимались своим развитием: таланты с предпринимательскими способностями сами организовывали бизнес, а талантам-исполнителям приходилось надеяться лишь на добрую волю работодателя и на русский авось.

Сегодня, если компания ставит перед собой задачу выжить на рынке, то для нее важно прежде всего повышать продуктивность наименее эффективных сотрудников. Если же организация рвется в лидеры, то она должна внимание направить на самых результативных.

Сами таланты хорошо осознают свою ценность и не испытывают проблем с трудоустройством. Их финансовые ожидания высоки. Они требовательны к качеству менеджмента и корпоративной культуре компании. Они хотят заниматься тем, что им интересно, и это не всегда совпадает с тем, что необходимо работодателю или клиентам.

Талантливые сотрудники терпеть не могут никакого давления, не признают служебную иерархию и требуют права на свободный доступ к руководству. Они не переносят скучной, рутинной работы, и, если вы не найдете им интересное занятие, они уйдут к конкурентам.

Тем более что обычно они знают себе цену и при кажущейся инфантильности прекрасно ориентируются на рынке труда. К тому же они неблагодарны и вряд ли скажут вам спасибо. Талантливые люди искренне считают, что руководить ими не нужно.

Собирательный образ «трудных» качеств талантливого специалиста: выглядит примерно так [26]:

- разрушает стандартные нормы работы;
- требует к себе повышенного внимания и лучших условий для работы, в том числе индивидуального графика, отмены для него ряда правил;
- переутомляется, чаще болеет, поскольку имеет более высокую нервную организацию;
- обидчив, как ребенок, если не смог продвинуть или воплотить в жизнь свою идею;
- оказывает иногда негативное влияние на климат в коллективе, вызывая у коллег-«среднячков» раздражение и зависть;
- может нанести при увольнении устоявшейся системе работы фирмы большой вред, поскольку является ключевым звеном в работе по одному или нескольким направлениям.

Однако, несмотря на все эти «минусы», сегодня иметь в коллективе одного или несколько талантливых сотрудников в качестве «моторчиков» бизнеса означает получить преимущество перед конкурентами. Чем больше подобных сотрудников, тем больше довольных клиентов, тем лучше состояние дел в компании.

Для руководителя главное – сделать так, чтобы таланты не замечали, что ими руководят. Другими словами, отношения «начальник – талант» сильно отличаются от отношений «начальник – обычный подчиненный».

Менеджерам не дает покоя мысль: не занимают ли лучшие сотрудники совсем не те позиции, где могут себя достойно проявить? По данным консалтинговой компании «Center for Business Skills Development» только 30 % работников находятся «на своем месте», развитием и продвижением остальных 70 % можно и нужно заниматься постоянно. Получив результаты исследования, специалисты заключили, что «необходимо максимально индивидуализировать процесс обучения персонала, а не учить всех по одной программе», именно это позволит компаниям эффективно использовать инструменты управления талантами [27].

Необходимость постоянно иметь кадры для возможной замены основана на реалиях бизнеса, а не на желании менеджеров кого-либо пугать. Иногда требуется серьезный кризис, чтобы это понять. Необходимо больше внима-

ния уделять преемственности в ключевых позициях.

В большинстве компаний практически не готовят смену руководителей, и для этого нет эффективных механизмов. Несколько лет назад эксперты McKinsey провели опрос 6000 управленцев 50 крупнейших корпораций США, и только 3 % считали, что в их компаниях талантливые люди получают необходимую поддержку и быстро делают карьеру [28]. Остальные же опрошенные подтвердили, что у них системы подготовки руководителей – ротация кадров, тренинги и повышение квалификации, наставничество – слишком далеки от идеала.

Таким образом, XXI век меняет представление о талантах: сегодня компании переходят от борьбы с ними к их выращиванию. «Теория пузыря», согласно которой талант пробивается сам, ушла в прошлое, на смену ей пришло управление талантами.

Классическое представление о том, что же такое «талант», рассматривалось ранее исключительно применительно к творческим организациям. В психологическом словаре приводится следующая трактовка таланта: «Талант – высокий уровень развития способностей, проявляющихся в творческих достижениях, важных в контексте развития культуры» [29]. Талант в Малом энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона трактуется как «высокое природное дарование, выдающаяся способность к деятельности в какой-либо области: научной, художественной, практической (политика, техника и пр.) От гения талант отличается меньшей степенью творческой оригинальности» [30]. В словаре по общественным наукам понятие «талант» раскрывается с учетом этимологии слова, происходящего от греч. *talanton* – выдающиеся способности. Здесь отмечается, что «талант – это человек, обладающий выдающимися способностями в той или иной области» [31].

В свою очередь, способности – это индивидуальные особенности личности, являющиеся субъективными условиям успешного осуществления определённого рода деятельности. Понятиями «талант» и «гениальность» выражается качественный уровень развития способностей. Их различие обычно проводится по характеру полученных продуктов деятельности: талантом называют такую совокупность способностей, которая позволяет получить продукт деятельности, отличающийся новизной, высоким совершенством и общественной значимостью.

Гениальность – высшая ступень развития таланта, позволяющая осуществлять принципиальные сдвиги в той или иной сфере творчества. Способности человека не сводятся к имеющимся у индивида знаниям, умениям, навыкам, они обнаруживаются в быстроте, глубине и прочности овладения способами и приёмами некоторой деятельности и являются внутренними психическими регулятивами, обуславливающими возможность их приобретения [32].

Автор под талантом понимает человека, наделенного хотя бы одним выдающимся качеством (существенно выше среднего) и проявляющего это качество в работе. Талант сотрудника можно представить как функцию от его навыков и компетенции (рис. 4).

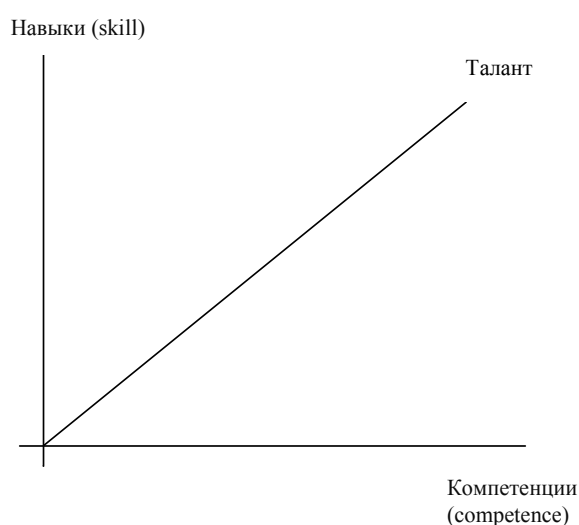


Рис. 4. Взаимосвязь таланта, навыков и компетенций персонала в трудовой деятельности

Резюмируя, можно сказать, что теория о таланте как о природном даровании, которое раскрывается само по себе, ушла в прошлое, сменившись новой теорией о развитии и поиске талантов.

Отмеченные обстоятельства указывают на то, что в политике подбора персонала должно произойти серьезное смещение акцентов: если раньше в центре был набор требований, то сейчас – талантливый кандидат, т. е. в бизнесе произошла эволюция, наметились совершенно явные тенденции к смене приоритетов.

При приеме на работу личные качества зачастую значат больше, чем профессиональные навыки и образование (последние перешли в разряд необходимого, но недостаточного условия). Заработная плата, которую готов предложить работодатель, варьируется в зависимости от способностей и опыта конкретного соискателя, причем разница может достигать 40–50 %.

Компании готовы искать сотрудников в других регионах и оплачивать их переезд к месту работы. Социальный пакет становится более разнообразным, работодатели предлагают сотруднику несколько опций на выбор, в зависимости от возраста, семейного положения и интересов последнего (в списке могут быть медицинская страховка для членов семьи, карта фитнес-клуба, страховка по ведению беременности и родам, бесплатное обучение иностранному языку). Во многих компаниях составляются индивидуальные планы обучения и карьерного развития сотрудников. Рассматривать перечисленные явления как временные, призванные локально решить проблему нехватки персонала, некорректно. Количественная составляющая перешла в качественную: изменился подход, политика, ее вектор [33]. Такие изменения являются структурными.

Происходит рождение новой культуры взаимоотношений с персоналом. Отошла в прошлое модель, при которой оценка потенциала основывалась на прошлых достижениях сотрудника. Теперь надо находиться в постоянном диалоге с людьми, а не просто ставить галочки в анкетах, добиваться определенного баланса между целями, которые ставят перед собой сотрудники, и перспективными нуждами организации. Если раньше карьерное продвижение происходило по схеме: нужно хорошо себя проявить, наладить связи с нужными людьми и надеяться, что компания тебя в конце концов оценит, то сегодня, конечно, связи все так же важны, но теперь больше времени надо уделить так называемым «талантам на подходе», постоянно отслеживая их прогресс в организации и обсуждать с ними возможные перспективы.

1. Выход из кризиса: отказ от сырьевой модели. Новая индустриализация. Ежегодный экономический доклад «Деловой России» / А. Д. Голубович, А. Б. Идрисов, В. Л. Иноземцев и др. – М., 2009. – С. 34.

2. Баикатова А. Отток капитала и утечка мозгов – вместо развития // Независимая газета. – 2011. – 9 июня.

3. Медведев Д. А. Россия, вперед! – URL : <http://www.kremlin.ru/news/5413>.

4. Кудрин А. 18 февраля 2011 г. заявил на Красноярском форуме о необходимости свести бюджетный дефицит к нулю уже к 2015 г. вопреки предложению Минэкономразвития сохранить дефицит бюджета около 2 % вплоть до 2020 г.

5. См.: Иноземцев В. Л. «Modernizatsya.ru: Made in Russia» // Ведомости. – 2010. – 12 июля.

6. Рассчитано на основе: Центры коллективного пользования научным оборудованием в современном секторе исследований и разработок: сб. материалов науч.-практ. совещания 19 февраля 2010 г. / под общ. ред. В. В. Качака // Министерство образования и науки. – М., 2010. – С. 13–14; Научно-образовательные центры. – URL : http://www.rsci.ru/innovations/young_specialists/centers/; Ассоциация государственных научных центров. – URL : <http://www.agnc.ru/>; Шепелев Г. В. Проблемы развития инновационной инфраструктуры. – URL : http://regions.extech.ru/left_menu/shepelev.php/

7. См.: Белоусов Д. Модернизация – дорога в новый мир. Экспертный канал «Открытая экономика» 22 декабря 2010 г. – URL : <http://www.opes.ru/1337738/html>

8. См.: выступление В.В. Путина на съезде машиностроителей России в г. Тольятти, 11 мая 2011 г. – URL : <http://premier/qov.ru>

9. Идея создания Агентства стратегических инициатив (АСИ) выдвинута Председателем Правительства Российской Федерации В.В. Путиным в ходе его выступления на межрегиональной конференции партии «Единая Россия» в Волгограде 6 мая 2011 г.

10. Расходы России на образование в процентах от ВВП соответствуют уровню Индии. Затраты на науку составляют 1,2 % ВВП, при том что в Китае они уже 1,5 % ВВП, в развитых европейских странах – более 2 %. Вложения в инфраструктуру ниже показателя этих государств почти в два раза.

11. См.: Доклад о состоянии законодательства, регулирующего деятельность оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации / Совет Федерации, Аналитическое управление. – М., 2010.

12. Каблов Е. Курсом в 6-й технологический // Индустрия. – 2010. – № 2. – Февраль.

13. Современную экономику рано называть экономикой знаний вследствие низкого удельного веса производимого знания, по сравнению с производимой информацией. Для получения 1 байта знаний необходимо накопить не менее 14,75 млн байт информации. Таким образом, современное состояние общества еще рано характеризовать как общество знаний. По оценкам ученых, в 2007 г. общий объем накопленной информации составил 295 экзабайт (Библиотека Конгресса США. – URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki>). Общий объем накопленной информации в Библиотеке Конгресса США – самой большой в мире библиотеке составляет 17–20 терабайт (1 терабайт = 1012 байт, 1 экзабайт = 1018 байт). См.: Сколько информации

накопило человечество. – URL : http://infox.ru/science/tech/2011/02/10/information_mir.phtml.

14. Вузовские вести. – 1999. – № 16. – С. 4.

15. Московский бизнес-журнал. – 2011. – № 8. – С. 6.

16. Тараскова Е. Правильное решение. Управляем талантами. 2008. – URL : http://www.ancor.ru/labour_market/article/articleid/2013/

17. Савченко А. Найти или вырастить таланты. 2007. – URL : <http://www.hr-portal.ru/article/naiti-ili-vyrastit-talanty>.

18. См.: Metro. – 2011. – 7 ноября. – С. 14.

19. Гроув Э. Выживают только параноики. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 208 с.

20. HR – Лига. Война за таланты. 2005. – URL : <http://www.hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=112>.

21. Необходимо отметить появление новой терминологии, характеризующей различные по поставленным целям операции, связанные с переманиванием талантов. Появился термин «браконьерство» (*poaching*), определяющий операцию рекрутинга любым способом одного-двух ключевых специалистов из чужой компании. Существует также операция под названием «налет» (*raid*), задачей которой является также «захват» целой группы ключевых специалистов из конкурирующей компании.

22. Майклз Э., Хэндфилд-Джонс Х., Экселрод Э. Война за таланты / пер. с англ. Ю. Е. Корнилович. – М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2005. – 253 с.

23. Значительный интерес для исследования сути проблемы представляют «интервью на выходе», которые могут дать неоценимую предупредительную информацию для HR-менеджеров компаний о действительных причинах ухода специалистов. Ценность этой информации настолько возросла, что уже появились компании, готовые заплатить 100 долл. США каждому покидающему компанию работнику за правдивое интервью, содержащее объяснение причин, побудивших их принять решение об увольнении. Некоторые HR-службы пытаются за соответствующее вознаграждение проинтервьюировать своих бывших работников с целью выяснить истинную причину их ухода из компании.

24. См.: Справочник по управлению персоналом. – 2003. – № 8. – С. 112.

25. Горшкова С. Игра в слова. Почему «управлять талантами» выгоднее, чем «отправлять на обучение» // Штат. – 2008. – № 12. – С. 25–28.

26. Карьера. – 2009. – № 3. – Март. – С. 53.

27. См.: Штат. – 2008. – № 12. – С. 29.

28. См.: The War for Talent / E.G. Chambers, M. Foulon, H. Hanfield-Jones et al. // McKinsey Quarterly. – 1998. – № 3. – P. 44–57.

29. Талант. Психологический словарь. – URL : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/psihologic/1788>.

30. Талант. Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. – URL : <http://slovari.yandex.ru>

31. См.: Словарь по общественным наукам. Глоссарий.ру. – URL : <http://samadhy.ru/content/view/548/1375>

32. *Алексеев Г.* Проект Рубрикон. – URL : <http://rubricon.com>

33. Персонал МИКС. – 2007. – № 10.

ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МОДЕЛЕЙ ОПЛАТЫ ТРУДА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

EMPIRICAL ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF PAYMENT MODEL IN FOREIGN COUNTRIES

Л.С. Бабынина

L.S. Babynina

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва

В статье рассмотрены основные элементы модели оплаты труда в зарубежных компаниях с середины XX в. по настоящее время. На основе авторского подхода выделены основные этапы и типологические признаки нового и старого подходов в оплате труда.

The article describes the main elements of the model wages in foreign companies since the mid twentieth century to the present. Based on the author's approach highlights the main stages and typological features of the old and new approaches to pay.

Ключевые слова: оплата труда, компенсации, льготы, оценка должностей, традиционная система компенсаций, гибкая система компенсаций, суммарное вознаграждение.

Key words: wages, compensation, benefits, job evaluation, the traditional system of compensation, flexible compensation, total rewards.

Формирование корпоративных моделей оплаты труда российских организаций, получивших возможность с начала 1990-х гг. стать акторами глобальной экономики, происходит с учетом влияния глобальных и национальных факторов, что делает актуальным изучение опыта международных корпораций. Анализ развития моделей оплаты труда в зарубежных странах позволяет выявить определенные законо-

мерности, характерные для всех участников глобального рынка труда, учет которых может быть полезен в российской практике оплаты труда.

Проведенные автором эмпирические исследования развития зарубежных моделей оплаты труда во второй половине XX – начале XXI вв., позволили выделить три этапа (см. рис.).



Этапы развития зарубежных моделей оплаты труда (составлено автором)

Первый этап, по мнению автора, связан с периодом интенсивного развития организаций со сложными иерархическими структурами (1950–1970-е гг.). С середины XX в. вплоть до 1970-х гг. модель оплаты труда «была неприкосновенной святыней» [1, с. 284] и находилась под усиленным контролем государства

и профсоюзов. Большинству американских рабочих, 95 % которых работали в крупных корпорациях, платили базовую ставку, установленную в соответствии с коэффициентами сложности выполняемой ими работы. Используемая модель оплаты труда в этот период соответствовала задачам, в которых все решения прини-

мало высшее руководство, менеджеры среднего и низшего звена несли ответственность за их реализацию, а от рядовых работников требовалось исполнять только то, что предписывалось должностными инструкциями. Для работников, выполняющих близкие по сложности функции, устанавливалась примерно равная заработная плата. Такая модель называлась традиционной системой компенсации или подходом «распределение зарплаты», при котором специалисты по оплате труда, управляя бюрократическими системами, обеспечивали высокую степень справедливости как в пределах одного предприятия, так и в разных организациях [2, с. 545].

Использование этой модели оплаты труда обеспечивало высокую степень справедливости как в пределах одного предприятия, так и в разных организациях. Любую работу, выполняемую в компании, оплачивали по единому стандарту, что делало сопоставимой оплату труда каждого сотрудника с оплатой других работников в компании. Работник мог переходить из одного подразделения в другое, но повсюду использовались одинаковые система оплаты труда. За работу, сопряженную с более высокой ответственностью, платили больше независимо от того, где находилось рабочее место. При таких обстоятельствах сопоставление видов работ и их оплата в разных компаниях, а также в отраслях осуществлялись по одним и тем же факторам и предполагался жесткий контроль заработной платы в компании высшим руководством, независимо от ее размеров.

Традиционные системы оплаты труда поддерживались консалтинговыми фирмами, предлагавшими большие базы данных и готовые к использованию количественные модели, которые придавали советам по рутинным вопросам оплаты труда «ауру научности и объективности» и позволяли избегать конфликтов. Увязка базовой оплаты с оценкой эффективности труда конкретных работников создавала иллюзию оплаты за эффективность: работники с высокой производительностью имели больший рейтинг и соответственно большие надбавки; работники с низкими рейтингами – минимальные надбавки, а то и вовсе никаких надбавок.

Циклические экономические кризисы 1974–1975 гг. и 1980–1982 гг., имевшие место в США, Англии и ФРГ, а позже охватившие все развитые и развивающиеся страны, привели к росту безработицы и увеличили совокупные затраты предпринимателей на рабочую силу. При этом они росли быстрее, чем базовая заработная плата. Возрастающая конкуренция

поставила перед американскими и западноевропейскими компаниями новые задачи в глобальном масштабе. Возросшая конкуренция в новой экономической ситуации, необходимость ускоренного экономического роста и структурной перестройки экономики потребовали от компаний гибкости, способности к новаторству. Традиционная система компенсации с ее жёсткостью, «бюрократизмом», недостаточным учетом влияния внешних факторов и индивидуальных результатов труда сотрудников показала свою ограниченность в этих условиях.

Анализируя качественные модернизационные изменения в производстве и отраслях экономики 1980–1990-х гг. зарубежных стран, автор выделяет второй этап в развитии модели оплаты труда, сопровождающийся изменением спроса на рабочую силу, когда потребовались работники нового типа: не просто исполнители, а осуществляющие сложные технологические процессы, умеющие принимать решения и быть высоко ответственными за результаты. Повышение интеллектуальной составляющей трудовых функций потребовало изменения принципов оплаты труда. Был взят курс на индивидуализацию и гибкость заработной платы, которые обеспечивались дифференциацией размеров минимальной годовой заработной платы для каждой категории работников с учетом всех выплат; неодинаковым повышением зарплаток по категориям работников в рамках заранее заданного прироста общего фонда заработной платы; отказом от индексации заработной платы по мере роста цен; установлением персональных надбавок с учетом индивидуальных заслуг работников, а не их стажа; повышением основной заработной платы в соответствии с конкретными результатами; участием в прибыли и капитале.

Например, в США на подавляющем большинстве промышленных предприятий и в учреждениях сферы обслуживания в этот период стали применять систему оплаты труда с оценкой результатов работы. В отличие от ранее применяемых систем оплаты труда в пределах каждого квалификационного разряда рабочих или должностей служащих стали устанавливать определенный диапазон, позволяющий учесть индивидуальные результаты работы. Так, диапазон заработной платы у инженеров составлял от 60 до 80 %; «Bank of America» установил для 86 тыс. своих служащих систему зарплаты по итогам работы с использованием 200 специальных показателей. В состав оценочных показателей входили количество произведенных работниками выплат и вновь

открытых лицевых счетов, число ответов на запросы по телефону. Причем качество ответов (вежливость, оперативность) контролировались внешним агентством, служащие которого периодически звонили по телефону в банк, выдавая себя за клиентов. Полученные данные позволили классифицировать всех служащих на пять категорий. В высшей категории сотрудники получали премии на 40 % больше, чем в последней, сотрудники которой обязаны были в короткий срок повысить отдачу и перейти в следующую категорию, иначе они рисковали быть уволенными в первую очередь [3, с. 55].

Во Франции жесткую сетку тарифов пытались смягчить посредством индивидуализации зарплаты путем использования прибавки к ней на основе личных заслуг и достигнутых результатов. В отличие от оценки работ, объектом которой является содержание выполняемого труда, оценка заслуг связана с непосредственным исполнителем работ. Работники, имеющие одинаковую квалификацию и занимающие одну должность, благодаря своим природным способностям, стажу, целевым установкам, мотивам и стремлениям могут добиваться различных результатов в работе, что должно найти отражение в заработной плате с помощью дифференциации окладов в рамках одного разряда или должности. Из пассивного, играющего роль дополнительного средства стимулирования, оценка заслуг стала активным элементом заработной платы работников. И если прежде заработная плата связывалась у специалистов со стажем, а в западноевропейских странах еще и с возрастом, то в 1980-е гг. оклад, премия и в ряде случаев косвенные выплаты – с деловыми и личными качествами [4, с. 101].

По мнению Р. Хендерсона, основное различие между методами оценки работ (заданий/ сложности труда) и основанными на них системами заработной платы в первой половине и в последней трети XX в. заключалось в следующем. В самом начале оно носило общий характер и разрабатывалось с ориентацией на все задания (работы) всех организаций, а в 1970–1990-е гг. в каждой организации стали использовать уникальные системы оценки должностей, соотношенные с конкретными видами работ, знаниями и навыками, которыми должны обладать наемные работники именно данной организации [5, с. 540].

К середине 1990-х гг. в большинстве американских и европейских компаний система оплаты труда в соответствии с коэффициентом

сложности выполняемой работы практически уже не использовалась. Модель оплаты труда была представлена двумя основными структурными элементами: 1) базовой ставкой, определяемой навыками и квалификацией конкретного работника; 2) стимулирующими выплатами, зависящими от эффективности работы группы и (или) компании. Такая модель оплаты труда была названа гибкой моделью компенсации. Кроме того, расширение правительствами многих стран программ социальных гарантий и льгот для наемных работников (выходные пособия, пособия по безработице, медицинское и пенсионное страхование, др.) привело к быстро растущим расходам, что побудило работодателей ввести принципы гибкости и адресности для их сокращения.

В 1990-е гг. впервые в США была предложена концепция общего (суммарного) вознаграждения (total rewards) как новый подход в развитии компенсаций и социальных льгот в сочетании с другими материальными и нематериальными методами мотивации. основоположниками концепции управления общим вознаграждением являются Э. Лоулер, П. Шустер, Ж. Зингхайм, Т. Фланнери и др. [6, р. 5].

Концепция общего (суммарного) вознаграждения рассматривается автором как третий этап развития моделей оплаты труда в зарубежных странах. Ее отличительные характеристики автор связывает с использованием финансовых и нефинансовых форм вознаграждения персонала; интегрированной оценкой результатов работы персонала, детерминированных оценкой их профессиональных и личных качеств, обусловленных поиском путей эффективности деятельности компаний и новых инструментов ее оценки. Процесс управления эффективностью (Performance Management) стал рассматриваться как стратегический и интегрированный подход к достижению устойчивого успеха организации, определяемого на основе системы показателей, в том числе показателей труда ее сотрудников и развития их способностей. При этом «управление показателями труда... возникло из давно установленных, но потерявших доверие систем оценки качества и управления по целям» [2, с. 415]. Развитию интегрированного подхода к управлению эффективностью организации способствовали разработки Р. Каплана и Д. Нортон, предложивших модель критериев и показателей эффективности для каждого организационного уровня (подразделений), построенного на основе причинно-следственных связей, достижение которых направлено на реализацию стратегии

организации [7, с. 6]. При этом оценка результатов деятельности осуществляется как финансовыми, так и нефинансовыми показателями. Последнее обстоятельство позволило широко использовать в зарубежной практике управления человеческими ресурсами и оплате труда (позже и в России) оценку профессиональных знаний и навыков, личностных качеств сотрудников с использованием нефинансовых критериев, например «удовлетворенность» внутреннего и внешнего клиента в системе управления эффективностью.

Новый подход к управлению показателями труда предполагает интегрированную оценку того, что люди делают (работа), как они это делают (поведение) и чего они достигают (результаты). Наиболее значимыми факторами в политике оплаты труда стали: усиление связи с результатами бизнеса, контроль расходов, поддержка организационных изменений, внимание к подбору и удержанию персонала. В модели оплаты труда при обосновании уровня базовой части заработной платы стали использовать данные рыночных обзоров; проектировать расширенные тарифные диапазоны (broadbands) для базовой части заработной платы за счет сокращения количества разрядов (грейдов); использовать системы оплаты труда, основанные на оценке индивидуальной эффективности (Individual Performance – Related pay – IPRP); на компетентности персонала; на его вкладе в общие результаты; на командной работе; с учетом стажа работы [6, р. 15].

В ходе опроса, проведенного компанией Тауэрс Перрин (Towers Perrin) в конце 1990-х гг. в 13 европейских странах, 93 % фирм-респондентов использовали системы оплаты в соответствии с индивидуальными результатами [8, р. 133].

Даже в Японии, известной своим подходом к оплате труда на основе должности, возраста и стажа работы, некоторые крупные компании, например «Фудзицу», заменили традиционную систему пожизненного найма и соответствующую ей систему оплаты труда на оплату по результатам (10,8 % обследованных компаний); компания «Хитачи» использует управление результатами (Performance Management), в основе которого – оплата на основе достижения поставленных целей (32,4 % обследованных компаний) [9, с. 13]. Однако эта система применяется в основном для менеджеров, а не для сотрудников нижнего уровня [10, р. 235]. Увеличение количества программ оплаты труда за эффективность в японских компаниях и более высокие размеры бонусов ме-

неджеров компании Тошиба (37 % всех их денежных выплат) в сравнении с размерами бонусов типичного американского менеджера (10 %), по мнению Дж. Милковича и Дж. Ньюмана, является подтверждением изменений политики заработной платы «старшинство – стаж» [11, с. 61]. Однако, по мнению японских менеджеров, использование оплаты за повышение эффективности, основанной на оценке результатов, может быть несправедливой, что разрушает моральный дух, командную работу и сплоченность их компаний. Кроме того, в большинстве японских компаний не желают, чтобы молодые работники контролировали старших, более опытных. Вместе с тем технологические изменения выявили некоторые ограничения японской практики оплаты, основанной на старшинстве, опыте и обучении на рабочем месте. Быстрые технологические изменения превзошли навыки многих опытных работников, вследствие чего увеличилась конкуренция среди компаний за перспективных молодых работников из-за их быстрой адаптации к освоению новых технологий [10, р. 240]. Несмотря на то, что в последнее десятилетие (2000–2010 гг.) происходит изменение систем оплаты труда в японских компаниях в направлении более тесной связи с результативностью бизнеса, тем не менее, укрепление (strengthens) системы оплаты труда основано на грейдах (разрядах), предусматривающих традиционную оценку навыков персонала [12, р. 427]. Поэтому делать вывод о сохранении отмеченной тенденции в японских компаниях в перспективе достаточно сложно [10, р. 629].

По мнению П.Т. Чингоса, «оплата по результату» – это очень непростой вопрос в условиях быстро меняющейся деловой среды. Используя такую систему оплаты труда, компания рискует поощрять личный интерес работников в ущерб их преданности организации, так как измерение индивидуальных результатов и вознаграждение на их основе становятся инструментами контроля. На самом деле в центре внимания должны быть цели бизнеса, а не задания [13, с. 25]. Эту точку зрения поддерживают Дж. Шустер и П. Зингхайм, обобщая результаты своего исследования практики компенсаций и управления человеческими ресурсами в финансовых организациях перед и после финансового кризиса 2008 г. «Система оплаты за работу, а не за мастерство и компетентность не соответствовали потребностям бизнеса во время кризиса» [14, р. 13].

Таким образом, с начала 2000-х гг. модель общего (суммарного) вознаграждения стано-

вится преобладающей и реализуется глобальными корпорациями на национальных рынках труда в качестве наиболее эффективной мо-

дели вознаграждения. Нами выделены сравнительные типологические признаки этой модели ниже (см. таблицу).

Изменения подходов в оплате труда в странах с развитыми рыночными отношениями 1990–2000 гг. (составлено автором)

<i>Типологические признаки</i>	<i>Старый подход</i>	<i>Новый подход</i>
Структура выплат	Акцент на финансовые выплаты (базовая и переменная оплата, льготы)	Акцент на общее вознаграждение (базовая и переменная оплата, льготы, нефинансовые вознаграждения)
Принципы распределения	Делится доход, но не возможный риск снижения дохода	Партнерство с участием в риске, а не компенсационная выплата
Организация оплаты	Иерархические бюрократические системы с множеством разрядов при ежегодном увеличении расходов, слабая связь со стратегий бизнеса	Гибкие системы с расширенными диапазонами ответственности и группами должностей. Оплата по результатам вклада, в соответствии с эффективностью вместо ежегодного повышения оклада
Принципы установления оклада	Приоритет в установлении окладов – внутренняя справедливость в соответствии с профессиональной квалификацией	Приоритет в установлении оклада – рыночная ценность работника, его компетентность, личные способности
	Системы оплаты ориентированы на задачи, поставленные должностной инструкцией	Ориентированы в большей степени на людей, создающих добавленную стоимость, их профессиональные и личные качества, роли
Оценка результатов труда	Производительность труда	Управление эффективностью (Performance Management) с использованием подходов управления по целям и сбалансированной системы показателей
Управление оплатой труда	Заработная плата контролируется отделом кадров (персонала)	Предоставлены широкие полномочия по оплате подразделениям, линейным руководителям
	Использовалась концепция универсальных методов – делать то, что надо	Интеграция процессов оплаты труда с другими процессами управления человеческими ресурсами
		Концепция «наилучшее соответствие» потребностям компании и ее организационной культуре

Таким образом, в конце XX – начале XXI вв. зарубежные исследования оплаты труда наемных работников были нацелены на обоснование, формирование и развитие модели оплаты труда, определяющей эффективность деятельности организации, выходящей за рамки традиционной компенсационной системы.

Для традиционного (старого) подхода в оплате труда характерны привычные стандартные тарифные ставки заработной платы, отчисления в пенсионный фонд, страхование здоровья, жизни. В качестве дополнительных социальных выплат и компенсаций, получаемых работниками опосредованно (бенефиты), могут использоваться программы поддержания здорового образа жизни (wellness plan) или частичная оплата за обучение. Однако их количество небольшое, и каждая из них рассматривается отдельно, а не как часть единой системы оплаты труда.

При использовании нового подхода (total rewards) в оплате труда был принят интегрированный подход, объединяющий финансовые (прямые) и нефинансовые (относительные/косвенные) формы вознаграждения персонала: зарплата, социальные программы, в том числе программы поддержания баланса между работой и жизнью (Work-Life), признание за заслуги и отличную работу (Performance and Recognition), развитие и карьерный рост. Социальные выплаты и льготы становятся значительно разнообразнее, чем при традиционном подходе.

Эмпирический анализ развития моделей оплаты труда в зарубежных странах показывает, что аналогичные тенденции в настоящее время отмечаются в российских организациях, но с временным лагом. Так, в развитых зарубежных странах переход от традиционных систем оплаты труда к использованию гибких систем оплаты труда на основе уникальных сис-

тем оценки должностей в конкретных организациях произошел в 1970–1990-е гг., а в России такие системы стали использовать с начала XXI в. Однако процесс конвергенции систем оплаты труда ускоряется. Российские организации, так же как и зарубежные корпорации, начинают использовать подход суммарного вознаграждения (total rewards).

1. *Бойетт Д. Г., Бойетт Д. Т.* Путеводитель по царству мудрости: лучшие идеи мастеров управления: пер. с англ. – 2-е изд. стер. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 416 с.

2. *Армстронг М.* Практика управления человеческими ресурсами: пер. с англ. – 8-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 832 с.

3. *Силин А. А.* О некоторых тенденциях политики в области заработной платы на Западе в 80-е годы // Труд за рубежом. – 1992. – № 2. – С. 55–57.

4. Пути повышения эффективности труда (Опыт капиталистических предприятий). – М.: НИИ труда, 1991. – 172 с.

5. *Хендерсон Р.* Компенсационный менеджмент.: пер с англ. / под ред. Н. А. Горелова. – 8-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 880 с.

6. *Armstrong M., Brown D.* Strategic Reward: Making It Happen. Kogan Page, 2006. – 274 p.

7. *Каплан Р., Нортон Д.* Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: Олимп Бизнес, 2003. – 320 с.

8. *Redman T., Wilkinson A.* Contemporary Human Resource Management. Text and cases. Pearson Education Limited. First published. 2001. – 486 p.

9. *Матрусова Н.* Японская система управления трудом в условиях глобализации // Труд за рубежом. – 2001. – № 1. – С. 13–14.

10. *Shibata H.* Wage and performance appraisal systems in flux: a Japan-United States comparison // Industrial relations. October 2002. – Vol. 41. – № 4.

11. *Милкович Дж. Д., Ньюман Дж. М.* Система вознаграждений и методы стимулирования персонала. – М.: Вершина, 2005. – 760 с.

12. *Selmer J.* Human resource management in Japan. Adjustment or transformation? // International Journal of Manpower. – 2001. – Vol. 22. – № 3.

13. *Чингос П. Т.* Оплата по результату (из опыта оплаты персонала в США). – М.: Диалектика, 2004. – 416 с.

14. *Schuster J. R., Zingheim P. K.* Compensation and Human Resource Practices During Crisis: Which Solutions Add Value? // Worldat-Work Journal. – 1-st Quarter 2012. – P. 11–27.

РОЛЬ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ROLE OF THE LEGAL FRAMEWORK IN THE FORMATION OF SOCIAL STANDARDS IN RUSSIAN FEDERATION

Д.К. Молоканова, Е.В. Шубенкова
D.K. Molokanova, E.V. Shubenkova

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва

Статья рассматривает проблемы формирования системы государственных социальных стандартов, связанные с отсутствием в РФ законодательной базы в сфере социальных отношений. Поскольку РФ является членом многих международных организаций, она должна стремиться к установлению социальных стандартов, отвечающих международным нормам, ориентируясь при этом на нормативно-правовую базу развитых европейских стран.

The article considers the problem of forming a system of state social standards associated with the lack of Russian legislation in the sphere of social relations. Since Russia is a member of some international organizations, it should seek to establish social norms that meet international standards based on the legal framework of the developed European countries.

Ключевые слова: социальные стандарты, уровень и качество жизни, нормативно-правовые акты, законодательная база, социальная защита населения.

Key words: social standards, living standard and quality of life, legal foundation, legal framework, social protection of citizens.

Проводимые в последние годы в Российской Федерации различные реформы требуют своевременного и адекватного нормативно-правового сопровождения во всех сферах общественной жизни. Качественное правовое регулирование отношений в данных сферах имеет принципиальное значение, так как включает в себя регулирование социально-экономических, политических, культурных отношений, имеющих ключевое значение для установления необходимых социальных стандартов и достижения достойного уровня и качества жизни населения России.

Как показывает практика, в современном мире благополучно и устойчиво развиваются только страны, обладающие эффективным государственным управлением, высокопроизводительной и конкурентоспособной экономикой, обеспечивающие высокий уровень качества жизни.

В настоящее время у большинства населения выросли требования к уровню и качеству жизни. Однако за прошедшее десятилетие социальная сфера не успела адаптироваться к изменившимся потребностям общества. Населе-

ние, в первую очередь образованные и хорошо зарабатывающие люди, которых можно отнести к «среднему классу», остается неудовлетворенным предоставляемым уровнем социальных услуг. Несмотря на рост бюджетного финансирования образования и здравоохранения, сохраняется их низкое качество, не остановлено увеличение количества платных организаций в этих сферах и платных услуг. Кроме того, далеки от решения задачи создания комфортной среды проживания для населения.

По данным Росстата, в 2011 г. число общеобразовательных учреждений (без вечерних (сменных) общеобразовательных учреждений) сократилось на 4,7 % и составило 47 146 единиц. По сравнению с 2010 г. увеличилось число негосударственных общеобразовательных учреждений (на 3,3 %) и составило 687 единиц. Кроме того, продолжается тенденция по сокращению числа учреждений высшего профессионального образования, при этом число государственных и муниципальных образовательных учреждений уменьшилось на 2,9 %, а негосударственных – на 3,5 %. Ситуация в сфере здравоохранения показана в таблице [1].

Основные социально-экономические показатели здравоохранения

Показатель	Год		
	2005	2009	2010
Платные услуги населению, млн руб.			
медицинские	109 756	222 950	244 440
санаторно-оздоровительные	36 082	61 090	60 523
услуги физической культуры и спорта	14 862	28 170	27 857
Расходы консолидированного бюджета РФ на здравоохранение и социальное обеспечение, млрд руб.			
здравоохранение, физическая культура и спорт	797	1 653	1 709
социальная политика	1 889	4 719	6 178

Учитывая сложившуюся неблагоприятную ситуацию в социальной сфере государства, Правительством РФ были предложены к реализации национальные проекты, такие как «Образование», «Здоровье», «Доступное и комфортное жилье», «Развитие агропромышленного комплекса» и др., дающие гражданам надежду на улучшение социально-экономической ситуации в стране. На наш взгляд, для достижения цели по коренному преобразованию всех сфер общественной жизни необходима повседневная и напряженная работа как Правительства РФ, юристов, экономистов, ученых, так и самого гражданского общества, которое в отличие от европейских или американских граждан не принимает участие не только в разработке и принятии социальных стандартов и других социальных норм, положений, законов, но и в политической жизни страны.

В научной литературе отмечается, что определение новой стратегии развития российского государства в XXI в. сопряжено с необходимостью выработки нового политического мировоззрения, новой конституционной идеологии и, следовательно, принципиально новых конституционно-правовых подходов к пониманию и реализации основных направлений модернизации России. Необходимо отметить, что данная модернизация, направленная на повышение качества жизни граждан, должна осуществляться исходя как из интересов общества, так и из интересов конкретного человека [2]. Такая задача была поставлена Президентом РФ В.В. Путиным в своем послании к Федеральному Собранию в 2006 г. и, на наш взгляд, она является актуальной до сих пор.

Поэтому, как нам представляется, для развития и совершенствования социальной политики, повышения качества и уровня жизни граждан и создания эффективного государства Россия должна стремиться к установлению социальных стандартов, соответствующих меж-

дународным нормам, поскольку подобные социальные стандарты помогут создать действенный и оптимальный механизм реализации конституционных прав, положений и свобод человека и гражданина, условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие каждого человека.

Однако в настоящий момент в Российской Федерации не существует ни сформированной системы социальных стандартов, обеспечивающей выполнение указанных выше прав граждан, ни институционально-правовой основы социальной стандартизации (имеются ввиду конкретные правовые документы, задающие рамочные основы социальных стандартов, описывающих и регулирующих порядок их формирования и применения), ни даже основного закона «О государственных минимальных социальных стандартах», который должен представлять собой отправную точку в системе социального развития и социальной стандартизации.

Прямое отношение к началу формирования нормативной базы социальной стандартизации и разработке государственных минимальных социальных стандартов имеет Закон РФ 1993 г. «Об основах бюджетных прав и прав по формированию и использованию внебюджетных фондов». Этот закон ввел понятие минимальных социальных и финансовых норм и нормативов как «единых или групповых удельных показателей минимально необходимой обеспеченности важнейшими жилищно-бытовыми, социально-культурными и другими услугами соответственно в натуральном и денежном выражении» [3]. Закон регламентировал отраслевой состав норм и нормативов по 15 отраслям, а базой расчета соответствующих минимальных бюджетов устанавливались фактические расходы по отраслям за отчетный год в расчете на натуральные единицы и с корректировкой на инфляцию. К сожалению, этот закон не был реализован надлежащим образом.

Немного позже в 1995 г. задача по созданию единой системы государственных минимальных социальных стандартов была впервые сформулирована в ежегодном Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию РФ, где указывалось, что дальнейшее совершенствование бюджетно-финансовой работы должно осуществляться с использованием государственных минимальных социальных стандартов по основным показателям уровня жизни.

Решение этой задачи потребовало разработки и принятия законодательных норм, регулирующих процесс социальной стандартизации. В соответствии с указом Президента РФ № 769 от 23 мая 1996 г. «Об организации подготовки государственных минимальных стандартов для обеспечения финансовых нормативов формирования бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов» была принята Федеральная программа государственной поддержки местного самоуправления, введенная в действие распоряжением Правительства РФ № 1063 от 3 июля 1996 г. Важнейшим компонентом этого распоряжения стали официально рекомендованные социальные нормы и нормативы.

В соответствии с Распоряжением № 1063 необходимо было одобрить уточненные тогда еще существовавшими Министерством здравоохранения и медицинской промышленности РФ, Министерством образования РФ, Минкультуры России, Минсоцзащиты России, Минсвязи России социальные нормативы и нормы. Рекомендовать органам исполнительной власти субъектов РФ и органам местного самоуправления использовать одобренные социальные нормативы и нормы при формировании проектов бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов.

На основе вышеназванного указа Президента РФ в 1997 г. Министерством экономики России совместно с другими министерствами и ведомствами был подготовлен первый вариант проекта Федерального закона «О государственных минимальных социальных стандартах». Однако в Государственной Думе он не прошел установленного порядка обсуждения, так как в нем имелись противоречия большинству федеральных законов, резкие несоответствия минимального уровня гарантированно предоставляемых социальных благ реальным финансовым возможностям государства. Применение государственных минимальных социальных стандартов по отношению к гражданам, обеспечение их конституционными социальными гарантиями здесь тоже не затрагивалось.

Закон должен был ограничиваться правилами определения и порядка применения государственных минимальных социальных стандартов, а не перечислять их и ссылаться на другие федеральные законы, устанавливающие социальные стандарты («О прожиточном минимуме в РФ», «О государственных пенсиях в РФ» и др.).

Однако с точки зрения социально-политической ориентации выдвинуть формирование и применение государственных минимальных социальных стандартов в качестве главного направления государственной социальной политики – сделать исключительную ориентацию на социальный минимум, низкий уровень обеспечения и обслуживания – противоречит положениям Конституции РФ, которая не ограничивает социальную политику, социальные права и стандарты минимумом. Следовательно, социальные стандарты необходимо использовать в рациональных (разумных) пределах, по мере необходимости и целесообразности.

Подобный подход в определении социальных стандартов в области социальной защиты населения был предложен европейскими специалистами Д. Питером и Дж. Никлессом. Он предполагает установление минимального, среднего или более высокого стандарта в зависимости от социально-экономического положения страны-члена Европейского союза. При этом основной сложностью является определение страны с лучшим уровнем социальной защиты (в качестве ориентира) и установление оптимального социального стандарта в остальных странах ЕС таким образом, чтобы не снизить уровень социальной защиты в странах с более высокими показателями [4].

Продолжая рассмотрение нормативно-правовой базы, необходимой для формирования системы социальных стандартов, следует отметить, что в 1999 г. Минэкономики РФ предполагал совместно с социальными ведомствами завершить разработку системы государственных минимальных социальных стандартов, чтобы на ее основе полностью рассчитать трансферты регионам на 2000 год. Однако эта задача не была решена. В 2000 г. в Государственной Думе так и не прошел ни один из подготовленных в 1997–1999 гг. проектов Федерального закона «О государственных минимальных социальных стандартах», который должен был определить предметный круг государственных минимальных социальных стандартов и установить общую процедуру их разработки и утверждения.

В 2003 г. в Государственной Думе прошел первое чтение новый доработанный законопроект «О государственных минимальных социальных стандартах», но получил отрицательное заключение президента и правительства РФ из-за больших вложений, необходимых для его осуществления.

При этом некоторые социальные стандарты все же были определены, но очень ограничено, отрывочно; и не определено, по какому принципу только данные нормы были включены в законопроект.

За последние годы перечень законов и нормативных правовых актов, которые ссылаются на государственные социальные стандарты, вырос. Упоминание о государственных социальных минимальных стандартах есть в «Программе развития бюджетного федерализма в РФ на период до 2005 г.», в «Концепции государственной поддержки экономического и социального развития районов Севера», в Федеральном законе «Об основных гарантиях прав ребенка» и др., но самих этих стандартов не существует.

В августе 2004 г. Совет Федерации одобрил проект Федерального закона «О реализации мер социальной поддержки, предусмотренных законодательством Российской Федерации для отдельных категорий граждан». Суть законопроекта в том, что он предполагает замену льгот денежными выплатами и завершает разграничение полномочий между различными уровнями власти.

В 2005 г. было принято решение сохранить наиболее значимые для граждан натуральные льготы. Эти услуги были названы «социальным пакетом», который предоставляется всем льготникам федерального уровня. В «социальный пакет» входит право на предоставление бесплатных медикаментов при амбулаторном лечении, право на получение путевки на санаторно-курортное лечение по медицинским показаниям, право на транспортное обслуживание, которое включает проезд на пригородном железнодорожном транспорте без ограничения расстояния и частоты поездок и проезд один раз в год к месту лечения при наличии санаторной путевки. Также у граждан осталось право выбирать получать данные льготы в натуральном или денежном выражении (при подаче заявления об отказе от получения набора социальных услуг («социального пакета»)) [5].

По прошествии времени, в марте 2012 г., Минфин РФ предложил отменить натуральные льготы для работников бюджетных организаций в рамках повышения оплаты их труда, как

это было сделано с военнослужащими: с 1 января 2012 г. денежное довольствие было повышено в 2,5–3 раза, была существенно реорганизована система оплаты труда и отменены натуральные льготы [6].

Таким образом, проанализировав имеющиеся законодательные акты, очевидно, что они не решают социальных проблем в полном объеме. Утвержденные данными актами социальные стандарты: величина прожиточного минимума, минимальный размер оплаты труда, минимальный размер пенсий, социальных выплат – не соответствуют нормальным потребностям и не отвечают нормальным условиям жизни населения, а являются лишь нормативной базой для определения минимальных условий для выживания населения.

В связи с этим необходимо совершенствование нормативно-правовой базы государственных социальных стандартов. Прежде всего требуется тщательная доработка и совершенствование проекта Федерального закона «О государственных минимальных социальных стандартах», его принятие и приведение законов субъектов РФ в соответствии с ним.

Кроме того, при разработке Федерального закона «О государственных минимальных социальных стандартах» следует придерживаться следующих требований:

- 1) устранить все противоречия федеральным законам;
- 2) сформировать четкую структурированную систему государственных социальных стандартов с учетом особенностей социальных сфер, природно-климатического характера, международных норм;
- 3) определить величину социальных стандартов и меру реальной возможности их предоставления государством и регионом, зависящую от бюджетного потенциала страны и региона;
- 4) закрепить основные принципы и единую методику расчета социальных стандартов и финансовых нормативов.

На основании вышесказанного, по нашему мнению, помимо российского законодательства в области социального обеспечения граждан, необходимо также обратить внимание на те международные документы, которые наша страна либо уже ратифицировала, либо собирается ратифицировать в будущем. Это является необходимым условием для улучшения социальной обстановки в стране, увеличения показателей по уровню и качеству жизни, а также для создания государственных социальных стандартов, отвечающих международным

нормам. Необходимо отметить, что практический опыт европейских стран в области нормативно-правовой базы будет полезен для нашего государства.

Поскольку основными декларируемыми жизненными стандартами являются права человека, то основным документ, определяющий базовые права – это Всеобщая декларация прав человека, принятая на третьей сессии Генеральной Ассамблеи ООН 10 декабря 1948 г. Декларация имеет только рекомендательный статус, но на её основании были приняты два обязательных договора для стран-членов ООН: Международный пакт о гражданских и политических правах и Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах. Для нашей страны основными ориентирами и рекомендациями для создания системы государственных социальных стандартов могут являться такие декларируемые права, как право на труд, право на справедливые и благоприятные условия труда, право каждого человека на социальное обеспечение, защита семьи, материнства и детей, право на достаточный жизненный уровень, право каждого человека на образование, право на участие в культурной жизни.

Кроме того, в области обеспечения трудовых прав граждан и формирования соответствующих социальных стандартов незаменимыми являются конвенции и рекомендации Международной организации труда.

Важным шагом на пути к сближению нашего социального законодательства с международными правовыми нормами стало подписание 8 февраля 2003 г. Президентом РФ Федерального закона «О ратификации Конвенции о запрете и немедленных мерах по искоренению наихудших форм детского труда (Конвенция № 182)». С принятием этого закона Россия стала участницей всех восьми основополагающих конвенций МОТ, регулирующих сферу социально-трудовых отношений.

Другим основополагающим международным договором Совета Европы в сфере обеспечения социальных прав человека является Европейская социальная хартия (далее по тексту – Хартия) [7].

Хартия охватывает очень широкую сферу социальной стандартизации, включая жилищно-коммунальное хозяйство, здравоохранение, образование, сферу занятости, юридические услуги, социальное обеспечение, а также задает рамочные условия для регулирования свободы передвижения и недопущения дискриминации населения. Более того, представляется, что рамочный характер имеют все области

социальной стандартизации, представленные в Хартии, поскольку, с одной стороны, для стран, ратифицировавших этот документ, он имеет обязательную юридическую силу, но с другой стороны, оставляет последним возможность самим проводить социальную политику для выполнения основных положений Хартии.

В то время как для Европейского союза Хартия, ратифицированная практически всеми членами ЕС (за исключением четырех стран: Лихтенштейна, Монако, Сан-Марино и Швейцарии) является своего рода основанием для разработки социальных стандартов и повышения уровня и качества жизни граждан, в законодательстве Российской Федерации имеется только часть правовых, социальных и экономических гарантий прав граждан, соответствующих требованиям Хартии. Это связано с тем, что существующие стандарты Европы пока не выполнимы для нашего государства, прежде всего в силу экономических причин: наиболее востребованные российским обществом социальные гарантии, касающиеся повышения уровня жизни граждан, условий труда и уровня его оплаты, требуют значительных финансовых расходов.

В заключение нужно подчеркнуть, что для решения важнейших проблем в области формирования государственной системы социальных стандартов на территории всей Российской Федерации, необходимо принимать во внимание и активно использовать опыт социально и экономически развитых стран в области законодательства. Данная необходимость вызвана и тем, что Россия входит в мировое сообщество, является членом Организации Объединенных Наций и иных международных организаций, в том числе Международной Организации Труда (МОТ). Россия входит в Совет Европы (СЕ), Содружество Независимых Государств (СНГ), в которых находят свое проявление общепризнанные принципы и нормы международного права, международные договоры. Международные правовые нормы и документы должны выполнять роль ориентира (стандарта) для национального социального законодательства с целью соблюдения и обеспечения фундаментальных прав человека. Реализуемые через национальную нормативно-правовую базу, они призваны способствовать усилению гарантий социальной защищенности всех категорий населения, увеличению уровня и качества жизни граждан во всей Российской Федерации.

1. Федеральная служба государственной статистики. – URL : <http://www.gks.ru>.

2. Путин В. В. О положении в стране и основных направлениях внутренней и внешней политики государства. – М., 2006. – С. 3.

3. Закон РФ от 15 апреля 1993 г. № 4807-1 «Об основах бюджетных прав и прав по формированию и использованию внебюджетных фондов представительных и исполнительных органов государственной власти республик в составе Российской Федерации, автономной области, автономных округов, краев, областей, городов Москвы и Санкт-Петербурга, органов местного самоуправления» (утратил силу с 1 января 2000 г.) // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

4. Pieters D., Nickless J. A. Pathways For Social Protection In Europe, report to the Finnish Ministry of Social Affairs and Health. – URL : <http://pre20031103.stm.fi/english/tao/publicat/pathways/contens.htm>.

5. Префектура Северо-восточного административного округа города Москвы. – URL : <http://www.sva0.mos.ru/ma/social>

6. BFM.ru – деловой портал. – URL : <http://www.bfm.ru/news/2012/03/22/minfin-predlozhitmenit-naturalnye-igotybyudzhetikam.html>.

7. Council of Europe. – URL : <http://conventions.coe.int>.

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ФОРМОЙ ЗАНЯТОСТИ

MANAGEMENT STRATEGY OF THE REMOTE WORK

А.В. Юдин

A.V. Yudin

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва

Описана стратегия управления дистанционной формы занятости. Стратегический подход позволит понять проблемы, связанные с удаленной работой, для решения которых требуется участие руководства: нахождение правильного баланса между работой и личной жизнью, преодоление изоляции на рабочем месте, компенсация нехватки личного общения и компенсация недостаточной заметности работника. Для решения каждой из проблем мы предлагаем набор управленческих стратегий. Поняв проблемы своих сотрудников, руководители смогут использовать стратегии для их решения.

The author describes a strategy of management of the remote work. This approach allows us to understand the problems associated with remote work, the solution of which requires the participation of leaders: finding the right balance between work and personal life, overcoming the isolation in the workplace, compensation of lack of personal communication and lack of visibility of employee compensation. To solve each problem, the author proposes a set of management strategies. Realizing the problems of their employees, managers will be able to use strategies to solve them.

Ключевые слова: дистанционная работа, удаленная работа, телеработа, гибкая работа, HR.

Key words: telecommuting, remote work, telework, flexible work, HR.

За последнее десятилетие дистанционная работа получила широкое распространение. Все больше специалистов работают удаленно из дома, из клиентских офисов, коллективных центров телекоммуникационных услуг или в любом другом удобном для них месте. Некоторые компании из списка Fortune 500, включая Procter & Gamble, IBM, Accenture и AT&T, частично или полностью отказались от традиционных офисов [1]. Сейчас в США работают из дома уже 10 % всех работников – это в три с лишним раза больше, чем в 2000 г. Кроме того, компании сокращают штатные единицы в IT-отделах, бухгалтерии и департаментах по связям с общественностью, все больше полагаясь на фрилансеров [2]. В следующие десятилетия в ответ на продолжающуюся глобализацию, растущие требования клиентов, увеличение расходов и времени, необходимых на поездку до офиса, удаленную работу будут использовать еще интенсивнее.

Удаленная работа привлекательна и для корпораций, и для сотрудников, поскольку позволяет экономить средства, одновременно повышая автономию работников и предоставляя им больше личной свободы. Гибкость такой схемы позволяет корпорациям нанимать и

удерживать сотрудников, которые ценят возможность откликаться на нужды семьи и хотят иметь больше контроля над собственным временем, местом и организацией своей работы. Уменьшая число сотрудников, проводящих полный рабочий день в офисе, корпорации добиваются более высокой производительности и снижают затраты на офисную недвижимость. Например, IBM экономит ежегодно \$100 млн, позволяя 42 % своих сотрудников работать удаленно [3]. Однако и «дистанционные» сотрудники, и их руководители все отчетливее понимают связанные с удаленной работой сложности – и во внутренних коммуникациях, и в социальном взаимодействии, и в удовлетворенности и лояльности сотрудников.

«За» и «против» удаленной работы. Традиционная организация работы основана на увязывании времени, которое тратит сотрудник, с его задачами и местонахождением. Весь рабочий процесс построен вокруг группы сотрудников, находящихся в одном месте, что позволяет руководителям координировать их деятельность и налаживать внутренние коммуникации. Традиционный формат работы дает людям возможность обмениваться опытом, координировать действия, формировать общий

стандарт профессионального поведения, советоваться друг с другом. Дистанционная же работа представляет собой целый спектр различных форм деятельности вне традиционного офиса: от возможности иногда оставаться дома до работы в офисе, где оборудованы места для периодически заходящих сотрудников, от постоянной работы дома до «мобильной» схемы организации труда, позволяющей работать из любой точки мира, включая дорогу.

Трудно повторить все свойства традиционного офиса при организации виртуального офиса, поэтому руководителям становится сложнее создавать и развивать корпоративную культуру. Развитие технологий – сервисы обмена мгновенными сообщениями или социальные сети – позволяет корпорациям сгладить некоторые различия, предлагая альтернативы личному общению. Например, в IBM во время телефонной конференции с клиентами члены команды могут обмениваться рабочей информацией через службу обмена мгновенными сообщениями, а также пользоваться различными социальными сетями, включая facebook.com и Beehive, собственную сеть компании. Однако некоторые проблемы требуют новых методов и процессов управления, не связанных с технологиями.

Исследования показывают, что у сотрудников и работодателей порой складывается разное представление об удаленной работе, и они по-разному к ней адаптируются [4]. С одной стороны, сотрудники и компании осознают значительные преимущества дистанционной работы. Сотрудники ценят экономию времени и денег, которые прежде тратились на дорогу в офис и домой, большую гибкость и автономность в работе и возможность уделять больше внимания семейным обязанностям. Это часто способствует большей удовлетворенности от работы, снижению потерь рабочего времени от невыхода на работу и удержанию сотрудников в компании. Компании за счет использования дистанционной работы увеличивают производительность труда, повышают качество обслуживания клиентов, снижают затраты на недвижимое имущество. С другой стороны, и те и другие указывают на некоторые проблемы, обусловленные дистанционной работой. Сотрудники упоминают о рисках удаленной работы, самые серьезные из которых – чувство изолированности и отсутствие возможностей для карьерного роста. В свою очередь, компании, управляющие удаленными работниками, обеспокоены снижением организационной синергии, опасаются за безопасность данных и

боятся потерять контроль над дистанционными сотрудниками.

В этой статье мы рассмотрим четыре важные проблемы, связанные с удаленной работой, для решения которых требуется участие руководства: нахождение правильного баланса между работой и личной жизнью, преодоление изоляции на рабочем месте, компенсация нехватки личного общения и компенсация недостаточной заметности работника. Для решения каждой из проблем мы предлагаем набор управленческих стратегий. Поняв проблемы своих подчиненных, руководители смогут использовать стратегии для их решения. Но даже при полной поддержке со стороны руководства не все сотрудники могут успешно работать вне офиса. Для такой работы лучше всего подходят независимые, уверенные в себе специалисты с хорошими навыками коммуникаций, умеющие работать в сложной обстановке.

Проблема 1. Нахождение правильного баланса между работой и личной жизнью.

Вопросы управления балансом между работой и домом и интеграции этих двух сфер являются сложными и насущными и для организаций, и для сотрудников. Требования работы и семьи часто несовместимы. А отсутствие баланса между личной жизнью и работой может снижать эффективность сотрудников и руководителей, а также лояльность клиентов [4].

Для сотрудников одна из наиболее привлекательных черт работы из дома состоит в том, что они смогут лучше совмещать потребности работы и семьи [5]. На данный момент есть лишь небольшое количество исследований, посвященных балансу между работой и личной жизнью при удаленной работе. Одно недавнее исследование показало, что работа из дома снижает риск конфликта между работой и семьей благодаря автономности работы и гибкости графика [3]. Но удаленная работа может иметь и обратный эффект: у дистанционных сотрудников может уходить больше времени на работу, и они с трудом выкраивают время для личной жизни. Во многих случаях идея заниматься личными делами в рабочие часы оказывается несостоятельной, и некоторые сотрудники в итоге и дома работают в течение стандартного рабочего дня.

Большинству дистанционных работников сложно окончить рабочий день. У специалистов, которые трудятся удаленно, работа может занимать больше рабочих часов, чем в традиционных офисах. Часто они работают в выходные, в праздники, по вечерам, а также в те

часы, что раньше проводили в дороге. Более того, удаленные работники часто работают и во время болезни, в то время как при работе в офисе они бы взяли больничный.

Такая отдача, конечно, выгодна работодателям. У дистанционных сотрудников нагрузка может быть настолько велика, что они предпочли бы вернуться в офис.

Баланс между работой и личной жизнью при дистанционной работе нарушают три фактора. Первый фактор – отсутствие традиционных границ (территориальных, временных и социальных) между работой и личной жизнью. Дистанционные сотрудники должны сами управлять собственным временем и разделять рабочую и личную жизнь. Цифровые и мобильные технологии (телефоны, ноутбуки), сделавшие работу мобильной, только усугубили ситуацию. Стираются различия между личным и профессиональным, и в результате не переступить границу становится еще сложнее. Второй фактор, нарушающий баланс, связан с природой удаленной работы: она выполняется иначе. Объем коммуникаций при удаленной работе часто больше, но это не значит, что она более эффективна: электронная коммуникация страдает от потери контекстуальных подсказок и норм. Третий фактор связан с психологическими требованиями. Многие дистанционные работники (особенно это относится к членам международных команд) постоянно испытывают необходимость доказывать свою полезность, работая больше и оставаясь на связи дольше, чем ожидают остальные люди, что увеличивает стресс.

Управленческие стратегии.

Для увеличения эффективности удаленной работы руководство компании должно установить корпоративные нормы для работы из дома и помочь дистанционным сотрудникам сбалансировать профессиональную и личную жизнь. Компании могут:

– *установить нормы.* Руководители дистанционных работников могут обсуждать удачные примеры сохранения баланса между личной жизнью и работой с членами своей команды. Например, руководители советуют сотрудникам не работать в праздники и выходные, заканчивать рабочий день в определенное время, оставлять ноутбук дома, отправляясь в отпуск. Руководителям стоит проявлять инициативу, рассказывая подчиненным, как они сами поддерживают баланс между работой и жизнью;

– *расставить приоритеты.* Руководителям следует определять приоритетность задач

и регулярно поддерживать обратную связь с дистанционными сотрудниками, чтобы помочь им справляться с большой нагрузкой;

– *признать уникальную природу дистанционной работы.* Удаленная работа делается иначе, чем традиционная офисная работа. Она требует более частых и разнообразных форм коммуникации, более тщательного планирования рабочего времени и постоянной «многозадачности». При планировании работ и расстановке приоритетов руководство должно учитывать, сколько времени занимают эти действия.

Проблема 2. Преодоление изоляции на рабочем месте.

Вторая большая проблема дистанционной работы – изоляция от коллег и ее последствия. Сотрудники, ощущающие свою изолированность, менее удовлетворены работой, менее лояльны и более склонны к смене места работы. Ощущение изолированности развивается, когда дистанционные сотрудники не имеют поддержки со стороны коллег и руководства. Это ощущение возникает в связи с недостатком социального и эмоционального взаимодействия с коллегами. Переживание социальной изоляции особенно свойственно сотрудникам, которые живут одни, а также тем, кто лишь недавно переехал из другого города или только что присоединился к компании.

Управленческие стратегии.

Ощущение изоляции, которое испытывают сотрудники, тесно связано с действиями руководителя. Часто руководители кажутся главным каналом коммуникаций, и именно они могут создать у дистанционного сотрудника ощущение принадлежности к организации.

Для уменьшения изоляции эффективные руководители могут:

– *неформально общаться.* Руководители, снижающие эффект изоляции, могут проводить с дистанционными работниками неформальные индивидуальные или групповые встречи, иногда очные. Разговаривать с сотрудниками, чтобы понять их проблемы и тревоги, связанные с удаленной работой. Неформальные обсуждения помогают обмениваться информацией, не смущая сотрудников. Они также демонстрируют поддержку и готовность руководителя к контакту;

– *поощрять общение между членами команды.* Руководители могут еще более снизить ощущение изоляции, содействуя общению между членами виртуальных команд и между руководителями и дистанционными работниками. Руководители могут регулярно проводить официальные совещания для обмена неформ-

мальными и личными новостями и поощрять общение сотрудников в социальных сетях.

Очные форумы, конференции, мастерские и вечеринки на уровне организации или отдела дают дистанционным сотрудникам отличную возможность пообщаться с коллегами на профессиональные и личные темы. Такие встречи позволяют удаленным сотрудникам больше узнать о компании, поделиться опытом и перспективами удаленной работы. А руководителям, которые серьезно относятся к своей обязанности, развивать корпоративное сообщество;

– *поощрять работу в парах и наставничество*. Создав рабочие партнерства, в которых один из коллег трудится удаленно, а другой – в офисе, компания может помочь своим сотрудникам быстрее адаптироваться к условиям дистанционной работы. Такое партнерство особенно эффективно в тех случаях, когда дистанционный сотрудник живет недалеко от офиса компании и может посещать общие праздники и другие неформальные встречи с коллегами, работающими в офисе. Также возможно создание программы наставничества или партнерства, при которых новые дистанционные сотрудники объединяются с теми, у кого уже есть значительный опыт такой работы;

– *помогать освоиться новым сотрудникам*. Руководители могут помочь новым людям влиться в коллектив, прислав им «приветственный пакет», содержащий список членов команды, личную информацию о них, контактные данные и фотографии. Руководителям стоит побуждать других сотрудников приветствовать новичков, предлагать им помощь и делиться опытом и успешными наработками по удаленной работе.

Проблема 3. Компенсация нехватки личного общения.

При удаленной работе основная форма общения – электронная коммуникация (электронная почта, телеконференции, мгновенные сообщения). Все это только усиливает у дистанционных сотрудников ощущение изоляции и создает трудности для формирования личных отношений и взаимного доверия. Электронные коммуникации обычно лишены того спектра эмоций [2] и эффекта личного присутствия, которые свойственны очному общению. Многие дистанционные работники отмечают, что электронные коммуникации требуют больше времени и объяснений, так как им не хватает контекстуальных подсказок.

В компаниях, где полагаются на электронное общение, объем коммуникаций может быть

очень большим, но их эффективность при этом остается низкой.

Управленческие стратегии.

Руководители компаний должны предоставлять своим подчиненным возможности для личного общения и принимать необходимые меры, чтобы помочь дистанционным сотрудникам справиться со сложностями, присущими виртуальным коммуникациям. Руководители могут:

– *организовать личные встречи с сотрудниками*. Руководители, работающие на традиционном рабочем месте, по мере возможности, должны хотя бы раз в год собирать свою дистанционную команду в главном офисе компании;

– *сделать электронное общение неформальным*. Если организовать личные встречи невозможно, то их отчасти могут заменить телеконференции, мгновенные сообщения и электронная почта, если, конечно, эти формы коммуникации используются неформально, насколько это возможно. Например, вместо того чтобы начинать еженедельную телеконференцию с формальной повестки дня, руководитель может начать с обмена личными и семейными новостями, рассказать, что нового происходит в компании. Неформальный обмен информацией могут дополнить более формальные коммуникации, связанные с целями и задачами компании, и помочь наладить отношения между сотрудниками.

Проблема 4. Компенсация недостаточной заметности.

Дистанционные сотрудники полагают, что недостаток заметности ограничивает их возможности продвижения по карьерной лестнице. И хотя большинство дистанционных сотрудников это не тревожит, кое-кто из них испытывает чувство, что ему придется прилагать больше усилий, чем офисным сотрудникам, чтобы добиться признания и получить повышение.

Управленческие стратегии.

Для удаленных сотрудников руководители – воплощение организации. По тому, как руководитель ведет себя с подчиненными, можно предсказать их удовлетворенность работой, уровень лояльности, эффективности и готовности перейти на другую работу. Руководители, оказывающие поддержку дистанционным сотрудникам, могут сыграть ключевую роль в устранении неопределенности их положения и помочь своим подчиненным избавиться от тревог, суть которых можно выразить известной поговоркой «с глаз долой – из сердца вон». Чтобы увеличить заметность дистанционных сотрудников, руководители могут:

– продвигать личные и командные достижения. Руководители, оказывающие поддержку дистанционным сотрудникам, находят способы рассказать в организации об их личных и командных усилиях;

– демонстрировать свою доступность. Чтобы сотрудники могли рассказывать о своих достижениях, руководители должны дать им понять, что начальство открыто и для формального, и для неформального общения. Нужно сообщить дистанционным сотрудникам о том, когда у руководителя есть время для беседы, установить стандарты для ответов на телефонные звонки, электронные письма и другие сообщения.

Кроме того, проводя совещания и индивидуальные беседы, руководители должны выделить время для разговора о личных или организационных проблемах дистанционных сотрудников, требующих решения;

– разрабатывать методы успешной дистанционной работы. Компаниям следует разрабатывать и внедрять тренинги, которые помогают справляться со сложностями дистанционной работы. Эти тренинги должны быть доступны всем заинтересованным лицам: и сотрудникам, для которых дистанционная работа впервые, и более опытным удаленным сотрудникам, и вспомогательному персоналу, работающему из дома, и всем руководителям, имеющим дело с этой формой работы.

Чтобы развивать коммуникации между разными подразделениями организации, можно создать базу данных сотрудников, которая содержит их личные данные и сведения о сфере их компетенции. Кроме того, целесообразно создать список «часто задаваемых вопросов», которые касаются проблем дистанционной работы, и предложить методы их решения.

Развитие технологий и коммуникаций сократило расстояния и создало глобальный рынок труда. Но это также способствовало физической и психологической изоляции дистанционных сотрудников от коллег и организаций. Компании извлекут пользу из новой формы работы, если смогут лучше понять, что нужно дистанционным сотрудникам для поддержания здорового баланса между личной и профессиональной жизнью, для общения с руководителями и коллегами, повышения мотивации и признания. Успешные компании найдут способы приспособиться к новым условиям и смогут предложить специализированное обучение, наставничество и широкие возможности для личного и профессионального общения между традиционными и дистанционными сотрудниками.

1. *Hymowitz C.* Have Advice Will Travel: Lacking Permanent Offices, Accenture's Executives Run 'Virtual' Company on the Fly // *Wall Street Journal*. – 2006. – June 5.

2. *Daft R. L., Lengel R. H.* Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design // *Management Science*. – 1986. – № 32. – P. 554–571.

3. *Greenhaus J. H., Powell G. N.* When Work and Family Are Allies: A Theory of Work-Family Enrichment // *Academy of Management Review*. – 2006. – № 31. – P. 72–92.

4. *Kugelmass J.* Telecommuting: A Manager's Guide to Flexible Work Arrangements. – New York: Jossey-Bass, 1995.

5. *Mulki J. P., Locander W. B., Marshall G. W.* et al. Workplace Isolation, Salesperson Commitment and Job Performance // *Journal of Personal Selling & Sales Management*. – 2008. – № 28. – P. 67–78.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ КАК ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

THE DIFFERENTIATION OF WAGES AS A PART OF THE MARKET ECONOMY

Ж.А. Черняк

J.A. Chernyuk

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматривается дифференциация заработной платы как неотъемлемый элемент рыночной экономики, определены причины дифференциации заработной платы в России и факторы, на нее влияющие.

The article is devoted to the differentiation of wages as an integral part of the market economy, the reasons of wage differentiation in Russia and the factors influencing it.

Ключевые слова: рыночная экономика, заработная плата, производительность труда, квалификация, рыночный механизм, доходы, заработок.

Key words: market economy, wages, productivity, skills, market mechanism, revenues, earnings.

Важнейшей проблемой российской экономики является неоправданно высокая дифференциация заработной платы по отраслям, регионам, отдельным предприятиям. Такое положение напрямую влияет на перспективы роста в высокотехнологичных секторах экономики. Для преодоления негативных последствий этого необходимо, предварительно выявив факторы этой дифференциации, снизить ее неоправданные компоненты с тем, чтобы оставшиеся были обусловлены только необходимостью выполнения заработной платой своих функций: воспроизводственной, стимулирующей, регулирующей, социальной, т. е. обеспечивающих преимущества рыночной экономики, ее гибкость.

Дифференциация заработной платы свойственна рыночной экономике. Такие авторы, как П.А. Самуэльсон и В.Д. Нордхаус [1] считают, что при наличии в экономике одного вида труда и одного вида работ, взаимодействие спроса и предложения и конкуренция приводят к единственной ставке заработной платы для всех рабочих. На практике ставки заработной платы различаются потому, что различны затраты на воспроизводство рабочей силы и дифференциация заработной платы используется как материальный стимул увеличения количества и улучшения качества труда. Подобная дифференциация заработной платы оправдана и не оказывает дестабилизирующего воздействия на экономику.

Также дифференциация в условиях рыночной экономики может существовать по следующим причинам: наемные работники в соответствии с их способностями и уровнем подготовки попадают в различные сегменты рынка труда – не конкурирующие друг с другом профессиональные группы; тем, что виды работ различаются своей привлекательностью, а неденежные аспекты различных работ неодинаковы, реализуется социальная функция заработной платы; а также тем, что рынки труда обычно характеризуются несовершенной конкуренцией. Несовершенная конкуренция ограничивает мобильность работников по трем направлениям – географическому (люди обычно привязаны к конкретному месту проживания); институциональному (принадлежность к профсоюзу, требования определенного уровня образования и квалификации, выдвигаемые рабочим местом или организацией); социологические (дискриминация по полу, национальности) [1; 2].

С точки зрения автора, дифференциация заработной платы присуща рыночной экономике по объективным причинам, и сама по себе не является отрицательным явлением. Более того, «именно дифференциация оплаты труда может создать материальный стимул в увеличении количества и улучшении качества труда... Разный по количеству и качеству труд должен оплачиваться по-разному» [3].

Мы также считаем, что дифференциация заработной платы необходима, так как дает возможность разграничить вознаграждение отдельных работников в соответствии с умственными и физическими затратами труда, образованием, условиями труда и т. д. Вышеназванные причины являются общими для стран с рыночной экономикой. Что же касается величины дифференциации заработной платы в условиях наличия множества факторов, определяющих ее, Л.С. Ржаницына выявила такую закономерность: «чем разнообразнее объективные условия, отражаемые заработной платой, тем выше значение дифференциации» [4].

Традиционно в странах с рыночной экономикой выделяют внутренние и внешние факторы, влияющие на дифференциацию заработной платы. Они определяются необходимостью выполнения заработной платой ее функций: воспроизводственной, стимулирующей, регулирующей и социальной [5].

Носителем воспроизводственной функции является наемный работник, она реализуется через выплату основной части заработной платы, которая должна определяться стоимостью набора продуктов питания, стоимостью услуг, стоимостью товаров непродовольственной группы, стоимостью найма жилья и т. д.

Носителем стимулирующей функции является работодатель. Она реализуется через выплату переменной части заработной платы за более высокую интенсивность труда, его качество и т. д.

Носителем регулирующей функции является государство, которое через величину заработной платы оказывает влияние на объем совокупного спроса и совокупного предложения. Данная функция реализуется через выплату надбавок отдельным категориям работников.

Носителем социальной функции являются работодатель и государство, подталкивающие работника к изменению с помощью параметров заработной платы его профессиональной и социальной принадлежности, к занятию непрестижными видами трудовой деятельности.

В России процесс перехода от командно-административной системы к рыночной экономике был неравномерным: отдельные отрасли, предприятия и регионы в этом движении опережали, а другие отставали. С нашей точки зрения, на дифференциации заработной платы это отразилось в том, что помимо ее предпосылок, порожденных рыночной экономикой, у нас продолжают действовать ее причины, сложившиеся в командно-административной системе.

В качестве основных источников неоправданной дифференциации заработной платы в советской экономике В.М. Мелиховский в статье «Модель дифференциации трудового вознаграждения в смешанной экономике» [6] рассматривает деформации трудового вознаграждения, накопившиеся за годы существования командно-административной системы, которые необходимо преодолеть при переходе к рынку.

Наиболее негативные последствия для развития трудового потенциала повлекли две деформации в оплате труда: фактическое устранение дифференциации между физическим и умственным трудом и многократное превышение уровня заработной платы в добывающих отраслях и отраслях тяжелого машиностроения по сравнению с отраслями обрабатывающей, легкой промышленности и отраслями непродовольственной сферы.

На ранних этапах рыночных преобразований источником различий в величине заработной платы являлась форма собственности предприятия. В первую очередь это было связано с отменой нормативов на величину фонда заработной платы и премий на всех предприятиях, но более быстрый отказ от них в реальной практике был осуществлен именно на частных предприятиях. На появившихся кооперативных и частных предприятиях наемные работники по сравнению с государственными предприятиями получали значительно более высокую заработную плату за аналогичный труд, так как руководству негосударственных предприятий было необходимо обеспечивать свою конкурентоспособность в борьбе за работников, обладающих необходимыми качествами на рынке труда. Для этого им требовалось заменить более высокой заработной платой на своем предприятии потери работников от тех благ, которые те могли бы получить, оставаясь на прежнем месте работы.

В связи с переходом отечественной экономики на рыночные принципы хозяйствования резко увеличилась величина дифференциации между отдельными предприятиями, принадлежащими к одной отрасли и расположенными на одной территории.

Если в дореформенный период руководство какого-либо предприятия желало привлечь к себе ценного работника, то оно могло сделать это не с помощью величины заработной платы, а с помощью набора дополнительных благ: получения квартиры, наличия у предприятия профилактория и санатория для сотрудников, детских садов и пионерских лагерей, очереди

на получение автомобиля, продуктового снабжения и др.

Сегодня главным способом привлечения работников на предприятие является увеличение заработной платы. Поэтому большая привлекательность предприятия для работников обеспечивается именно за счет более высокой заработной платы.

Весьма негативно можно оценить такое явление в отечественной экономике, как высокая межотраслевая дифференциация заработной платы. Эта серьезная проблема уже существовала к моменту начала перестройки. Уровень заработной платы в отдельных отраслях практически не увязывался с трудовым вкладом каждой отрасли в национальный продукт.

Л.С. Ржаницина отмечает, что «несоответствие оплаты и производительности труда имеет свои исторические корни. Здесь сказались политика льготных цен на средства производства, народнохозяйственное значение отрасли, степень привлекательности условий труда... Подобные пропорции поддерживались с помощью государственного регулирования межотраслевых различий, учитывающих тяжесть и непривлекательность работы» [7].

Анализируя эту ситуацию в конце 1980-х гг., Л.С. Ржаницина делает вывод, который, с нашей точки зрения, остается актуальным и в наши дни: «...находящиеся на бюджетном финансировании отрасли всегда развивались медленнее, чем хозрасчетные, а сейчас на фоне дефицита бюджета, эта причина приобретает особое значение. Новый хозяйственный механизм усиливает различия в заработной плате, связанные с источниками финансирования: оплаченная конкретным потребителем деятельность свободнее в стимулировании, чем бесплатная, живущая за счет государственных ассигнований» [8].

Однако одной из основных причин высокой дифференциации заработной платы между отдельными предприятиями, принадлежащими к одной отрасли и расположенными на одной территории стал переход к такому механизму формирования заработной платы, когда определяющим фактором ее величины становятся решения менеджмента предприятия. Ни его собственники, ни государство, ни сами работники или профсоюзы не оказывают на менеджмент определяющего воздействия. На финансово-благополучных предприятиях заработная плата оказывается почти в два раза выше, чем на финансово неблагополучных; на прибыльных – почти в полтора раза выше, чем на убыточных; на имеющих высокую загрузку

производственных мощностей – почти в полтора раза выше, чем на имеющих низкую загрузку [9].

Дифференциация в доходах предприятий – неотъемлемый элемент рыночной экономики, способ усиления стимулирования предпринимательства и трудовой деятельности работников. Дифференциацию в доходах предприятий должны определять различия в эффективности хозяйствования, сложность и количество труда, квалификация работников, качество труда, степень учета потребности потребителей в данных товарах и услугах. Если бы усиление дифференциации в оплате труда в различных отраслях экономики вызывалось этими обстоятельствами, то это можно было бы оценить как положительное явление.

Однако возрастание дифференциации в доходах предприятий и, следовательно, в величине заработной платы работников в условиях перехода к рынку было вызвано не различиями в эффективности хозяйствования, а другими причинами. Монопольное положение предприятия на рынке, его отраслевая принадлежность, близость к рынкам сбыта и другие факторы предопределяют доходность предприятий в России.

Между тем ни в одной стране с рыночной экономикой вопросы регулирования заработной платы только уровнем предприятия не ограничиваются. Наоборот, действует многоуровневая система коллективных договоров (тарифных соглашений): национальных, отраслевых, территориальных и в рамках отдельных предприятий. Передача решения всех вопросов, о которых идет речь, на уровень предприятия, по существу, означает исключение влияния рынка труда на уровень оплаты труда работников. Такое положение ведет к сужению рынка труда до масштабов одного предприятия. Поэтому надо создать подлинно рыночный механизм регулирования заработной платы на основе системы социального партнерства.

Итак, дифференциация заработной платы в рыночной экономике – явление, обусловленное объективными причинами. Среди них можно выделить две большие группы: во-первых, это затраты на воспроизводство рабочей силы, а во-вторых, доходность организаций. Факторы первой группы – образование, квалификация, опыт работы и т. д. – отражают возможности и потребности работника, факторы второй группы – возможности работодателя.

Рыночный механизм теоретически должен обеспечивать наибольшую заработную плату лицам, обладающим максимальным объемом

накопленного трудового потенциала. И данный вывод подтверждается результатами исследований (рис. 1).

Однако при рассмотрении динамики данного явления можно сделать вывод, что в нашей стране под влиянием диспропорций в оп-

лате труда, сложившихся в командно-административной системе и углубившихся в трансформирующейся экономике, происходит фактическое нивелирование различий в оплате труда работников с разным уровнем образования и квалификации (таблица 1).

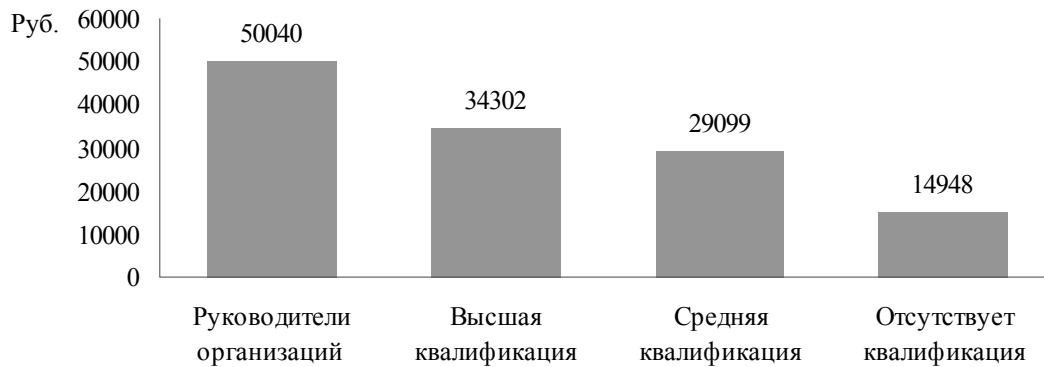


Рис. 1. Средняя начисленная заработная плата работников по уровням квалификации (по результатам выборочных обследований за октябрь 2011 г.) [10]

Таблица 1

Средняя начисленная заработная плата работников по профессиональным группам (по результатам выборочных обследований за октябрь), руб. [10]

Профессиональная группа	Год	
	2005	2011
Руководители организаций и их структурных подразделений (служб)	15 164	50 040
Специалисты высшего уровня квалификации	9414	34 302
Специалисты среднего уровня квалификации	7201	29 099
Работники, занятые подготовкой информации, оформлением документации, учетом и обслуживанием	5708	19 716
Работники сферы обслуживания, жилищно-коммунального хозяйства, торговли и родственных видов деятельности	5684	17 324
Квалифицированные рабочие промышленных предприятий, строительства, транспорта, связи, геологии и разведки недр	9449	24 321
Операторы, аппаратчики, машинисты установок и машин	9956	24 955
Неквалифицированные рабочие	3914	14 948
Всего	8694	28 020

Так, если в 2005 г. заработная плата руководителей организаций и их структурных подразделений (служб) – наиболее высоко оплачиваемая группа – в 3,9 раза превышала показатель неквалифицированных рабочих – самая низкооплачиваемая группа, то в 2011 г. данное соотношение сократилось до 3,3.

В отечественной экономике сложившийся механизм формирует более значимую дифференциацию в зависимости от места работы,

обеспечивая наиболее высокую заработную плату работникам, занятым в организациях с наивысшими показателями выручки и прибыли. В РФ таковыми являются предприятия добывающих отраслей (во многом по причине наличия возможности получать сверхприбыли в результате активного участия на мировом рынке), обслуживающие их организации и финансово-кредитные учреждения (таблица 2).

Таблица 2

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности (рублей)

Вид экономической деятельности	Год	
	2005	2010
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3646,2	10 668,1
Рыболовство, рыбоводство	10 233,5	23 781,9
Добыча полезных ископаемых	19 726,9	39 895,0
Обрабатывающие производства	8420,9	19 078,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	10 637,3	24 156,4
Строительство	9042,8	21 171,7
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	6552,1	18 405,9
Гостиницы и рестораны	6033,4	13 465,8
Транспорт и связь	11 351,1	25 589,9
Финансовая деятельность	22 463,5	50 120,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	10 236,8	25 623,4
Государственное управление и обеспечение военной безопасности, обязательное социальное обеспечение	10 958,5	25 120,8
Образование	5429,7	14 075,2
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	5905,6	15 723,8
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	6291,0	16 371,4
Вся экономика	8554,9	20 952,2

В то же время в условиях рыночной экономики, конкурентного рынка труда величина заработной платы не должна напрямую зависеть от уровня доходов и прибыли предприятия.

Одним из факторов, повышающих уровень дифференциации заработной платы, являются диспропорции, сложившиеся в кадровом обеспечении отдельных отраслей и предприятий. Эти диспропорции сложились в связи с преобразованием структуры экономики при ее интеграции в мировую экономическую систему.

Также присутствует связь дифференциации заработной платы и развитием процессов глобализации. Между тенденциями изменения неравенства в разных странах и периодами, отмеченными активным развитием или, напротив, стагнацией общемирового или регионального рынков присутствует несомненная корреляция. Периоды активного движения капиталов, широкого развития международной торговли ведут к заметному объединению и рынков труда разных стран, вызывая массовые миграции рабочей силы. Приток большой массы рабочих, прежде всего неквалифицированных, снижает заработную плату работников с низкой квалификацией и увеличивает дифференциацию в недостаточно населенных странах, обладающих при этом большим объемом неиспользуемых ресурсов.

В настоящее время на рынок труда России происходит широкий приток низкоквали-

фицированной рабочей силы из Таджикистана, Узбекистана, Молдавии и других стран бывшего СССР. Это увеличивает неравенство в оплате высококвалифицированного и низкоквалифицированного труда. Этот же процесс вызывает уменьшение неравенства в оплате труда в странах, из которых происходит движение низкоквалифицированной рабочей силы, где существует несбалансированное предложение рабочей силы.

Итак, в период глобализации, характеризующийся для передовых стран масштабными преобразованиями экономики, стремительным развитием транспорта и связи, высоких технологий, интеграцией рынков многих стран в широкий межрегиональный или международный рынок, страны с более высоким средним уровнем заработной платы, обусловленным недостатком рабочей силы, испытывают заметный ее приток и соответствующее повышение уровня неравенства. После же насыщения рынка труда степень неравенства в оплате труда будет снижаться. То есть одни и те же экономические процессы, действуя в международном масштабе, приводят к различным типам динамики неравенства в оплате труда в разных странах в зависимости от их экономических условий.

Итак, качественное развитие функций заработной платы должно было бы изменить модель дифференциации заработной платы. Воспроизводственная, стимулирующая, социаль-

ная и регулирующая функции заработной платы как основной формы дохода наемного работника в условиях современной России должны быть нацелены на развитие у современного работника трудового потенциала.

Сегодня в России из всего многообразия факторов, определяющих дифференциацию заработной платы, наиболее сильны доходность предприятия, его прибыльность, отраслевая принадлежность, географическое расположение, форма собственности. Другими словами, все эти факторы по отношению к труду – внешние. Как правило, работник для повышения своей заработной платы не нуждается в повышении своей квалификации, приобретении новых или совершенствования уже имеющихся знаний, навыков, способностей.

По нашему же мнению, необходимо преобразовать данную модель дифференциации заработной платы, сделав квалификацию, умения, навыки, знания и опыт, способности к их постоянному совершенствованию главными факторами дифференциации заработной платы.

1. Самуэльсон П. А., Нордхаус В. Д. Экономика: пер. с англ. – М. : БИНОМ: Лаборатория базовых знаний, 1997. – 265 с.

2. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономика: принципы, проблемы и политика. – пер. 17-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 634 с.

3. Мазитова Р. К. Заработная плата и проблемы ее взаимосвязи с экономическими ин-

тересами. Вопросы теории и методологии. – Казань : Изд-во Каз. гос. ун-та, 1983. – С. 53.

4. Ржаницына Л. С. Повышение оплаты труда бюджетников объективно необходимо // Человек и труд. – 2002. – № 5. – С. 67.

5. Нуртдинов И. И. Дифференциация заработной платы как фактор развития трудового потенциала : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Казань, 2007. – 18 с.

6. Мелиховский В. М. Модель дифференциации трудового вознаграждения в смешанной экономике // Дифференциация трудового вознаграждения в условиях перехода к рыночным отношениям: сб. статей. – Ярославль : Изд-во Ярославского гос. ун-та, 2010. – С. 22–26.

7. Ржаницына Л. С. Политика доходов: этапы и резервы // Экономист. – 1999. – № 9. – С. 45.

8. Ржаницына Л. С. Доходы: уровень, дифференциация, гарантии. – М. : Профиздат, 1999. – С. 19.

9. Капелюшников Р. Механизмы формирования заработной платы в Российской промышленности // Вопросы экономики. – 2010. – № 4. – С. 69.

10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. – URL : <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstat/site/main/population/wages/>.

ОБ УЧАСТНИКАХ МОББИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ ABOUT PARTICIPANTS THE MOBBING IN ORGANIZATION

Е.С. Корыстина

E.S. Korystina

Воронежский государственный университет

В статье анализируются характерные черты объектов, субъектов и других участников моббинга, обобщается авторская классификация субъектов моббинга в организации.

The content of the paper describes outstanding characteristics of mobbing objects, subjects and other participants. The author proposes her classification of mobbing-parties in organization.

Ключевые слова: моббинг, объект моббинга, моббер, субъект моббинга, участники моббинга, стигматизация, виктимное поведение.

Key words: mobbing, mobbing object, mobber, mobbing subject, mobbing parties, stigmatization, victim behavior.

Моббинг в хозяйствующих субъектах – распространенное явление, степень влияния которого на производственный процесс сегодня только осознается российскими предпринимателями, руководителями и менеджерами по персоналу. Для успешной борьбы с ним необходимо знать не только причины его возникновения, но и четко определить круг лиц, задействованных в процессе. Без своевременного и полноценного выявления всех участников моббинга его можно только купировать, но не прекратить.

Изучением моббинга занимаются многие дисциплины, в том числе конфликтология, социология, психология, юриспруденция, менеджмент. В науке управления персоналом моббинг определяют как преднамеренное, повторяющееся в течение полугода и более поведение одного или нескольких субъектов (мобберов) по отношению к одному или нескольким сотрудникам с целью навредить их авторитету, положению в обществе, карьере (заставить их уйти с занимаемой должности или уволить из организации).

Моббинг – это процесс, в котором есть свои участники, объекты и субъекты. В классическом определении объект – это то, на что направлена познавательная и иная деятельность субъекта; явление – предмет, на который направлена какая-либо деятельность. Субъект – носитель этой деятельности, т. е. индивид, познающий внешний мир (объект) и воздейст-

вующий на него в своей практической деятельности; человек или группа лиц, общество, культура или даже человечество в целом, противопоставляемые познаваемым или преобразуемым объектам.

Применительно к моббинг-процессу, объект моббинга – это личность, на которую направлены моббинг-действия, а субъект – тот, от кого они исходят, их инициатор. Часто в популярных и некоторых научных статьях о моббинге применительно к его объекту используется термин «жертва». Как показал анализ, не все исследователи соглашались с правомочностью его использования. Так, Х. Лейман определяет жертву как человека, задействованного в конфликте и, вследствие психического насилия, потерявшего возможность преодолеть сложившуюся ситуацию, рискующего потерять свое место (трудоустройство). С поведением жертвы чаще всего ассоциируется:

- неспособность человека действовать (перевести конфликт в позитивное для себя русло);
- неспособность противостоять конфликтной ситуации;
- сомнения в собственной профессиональной квалификации и социальной компетенции;
- неуверенность в себе.

Целесообразно разделять объект моббинга как участника процесса, на которого направлена деятельность моббера как субъекта, и жертву, т. е. индивида, вышедшего из ситуации

пострадавшим. Далее мы будем считать объектом моббинга человека или группу лиц, находящихся в состоянии конфликта с субъектом моббинга, на которых направлены его агрессия и нападки. Под жертвой моббинга в дальнейшем будет пониматься человек или группа лиц, пострадавших в результате моббинг-конфликта, потерявших работу или оказавшихся ущемленными любым другим способом (потеря физического или психического здоровья, социального статуса и т. д.).

Исследования гендерного состава объектов моббинга по разные стороны земного шара дают примерно одинаковые результаты. Многие ученые свидетельствуют, что в большинстве случаев участниками травли являются представители обоих полов. Однако несколько исследований показывают, что участниками моббинга являются в основном мужчины, в то время как в качестве объектов выступают, как правило, женщины. Так, исследования, проведенные в США в The Workplace Bullying & Trauma Institute (WBTI) в 2003 г., говорят о том, что объектами моббинга чаще всего ста-

новятся женщины (70%), и процентное соотношение со временем только растет в их пользу. Это связано с тем, что

- доля мужчин среди общего количества занятых несколько выше, чем доля женщин;
- мужчины чаще занимают руководящие должности;
- женщины, как правило, более охотно обсуждают случаи моббинга, признаются в своих психологических проблемах и проблемах со здоровьем, а также более склонны к тому, чтобы принять предложение помощи. Мужчины же чаще утаивают случаи моббинга от окружающих.

В результате национального исследования в Швеции было установлено, что мужчины в 76 % случаев подвергаются нападкам со стороны мужчин, в 3 % – со стороны женщин и в 21 % – со стороны женщин и мужчин одновременно. Над женщинами в 40 % случаев издеваются женщины (тут результаты исследования немного разнятся с американским), в 30 % – мужчины и в 30 % – те и другие (рис. 1, 2).

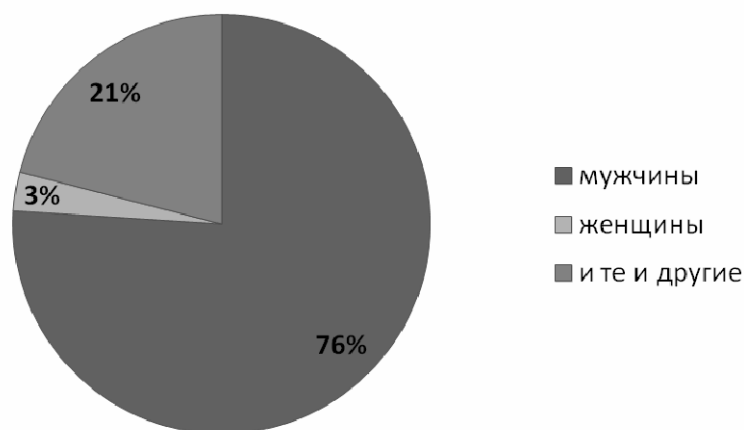


Рис. 1. Гендерная принадлежность субъектов моббинга (объекты – мужчины)

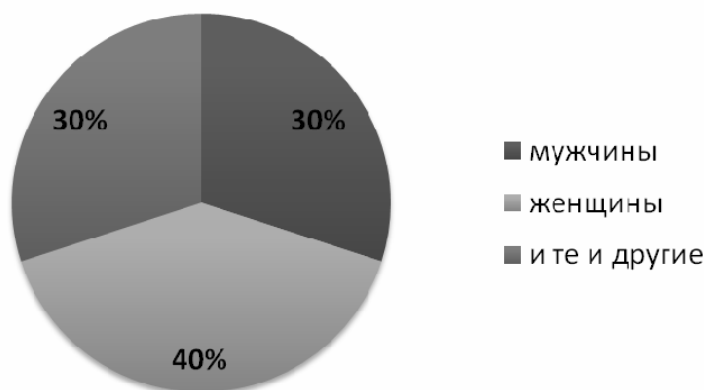


Рис. 2. Гендерная принадлежность субъектов моббинга (объекты – женщины)

Из этого также следует, что мужчин – субъектов моббинга значительно больше, чем женщин. Это объясняется, во-первых, уже упомянутым неравенством в распределении внутриорганизационных руководящих позиций, во-вторых, патриархальной идеологией.

Статистические данные исследований возрастных групп, наиболее подверженных моббингу, разнятся. Лейман говорит о том, что исследования не дают четкой картины зависимости между возрастом и подверженностью моббингу. По другим же данным, люди в возрасте от 20 до 35 лет становятся жертвами моббинга чаще, чем старшие коллеги. Результаты исследований показывают, что на крайних точках процесса становления в профессии (в период начала профессиональной деятельности и перед ее окончанием) существует повышенный риск подвергнуться моббингу.

Данные относительно личных качеств объектов моббинга, которые могут стать триггером, тоже не одинаковы. Здесь также следует разделять личные качества жертвы и объекта моббинга. Так, некоторые исследователи (Rammsayer & Schmiga (2003), Coyne, Seigne & Randall (2002)) утверждают, что, как правило, жертвы моббинга являются нерешительными и пугливыми людьми, которые пытаются избегать подобных ситуаций любой ценой. Говоря об объектах моббинга, Лейман [1; 2] утверждает, что при неблагоприятных внешних условиях практически любой человек может стать участником моббинга и, соответственно, личные качества индивида не оказывают влияния.

Также не было установлено четкой связи между вовлеченностью в моббинг и принадлежностью к определенным сферам деятельности. В то же время Нидл указывает, что в любой сфере моббинг в первую очередь возникает между людьми, равными по должности. Боссинг занимает второе место.

Исследовав российскую действительность, мы выделили несколько сфер, в которых моббинг встречается наиболее часто:

- административный сектор. Из-за (зачастую) специфической системы субординации и кумовства, в административных учреждениях достаточно часто создаются условия для боссинга. Чаще всего «неподготовленные» сотрудники, не имевшие опыта работы в подобных учреждениях, адаптируются не полностью либо вообще не адаптируются, фокусируя на себе внимание потенциальных мобберов;

- государственные учреждения. В таких государственных учреждениях, как больницы, школы, наблюдается схожий круг проблем: боссинг, сэндвич-моббинг, буллинг. Они обуслов-

лены многими причинами, в частности: отсутствием альтернативных рабочих мест, жесткой системой субординации или кумовством, низкими зарплатами и манипулированием с их премиальными составляющими и т. д.;

- вооруженные силы (моббинг в армии и силовых структурах известен как дедовщина и изучается особо);

- предприятия мелкого и среднего бизнеса. Как и в случаях, описанных выше, проблемы сферы деятельности или отрасли производства обуславливают наиболее характерный для нее вид моббинга. В частности, для малого и среднего предпринимательства характерно манипулирование заработной платой сотрудника (иногда сотрудники работают, не будучи официально принятыми на работу), его рабочим графиком (двойные или ночные смены, работа в праздничные и выходные дни) и т. д. Чаще всего моббинг в этой сфере характеризуется тем, что субъект (чаще всего, руководитель) старается некорректно или незаконно манипулировать документальной базой (чаще всего, договором найма или его отсутствием) в свою пользу;

- сетевые компании. Большие сетевые компании, независимо от вида деятельности, объединяет хорошо развитая организационная культура, большое количество сотрудников, филиальная структура и зачастую присутствие в нескольких странах. Боссинг в этих условиях не самое распространенное явление. При развитой организационной культуре и социальной политике компании, наиболее частым проявлением конфликта может стать скорее буллинг;

- сезонный бизнес (курортный, отельный, строительный). Моббинг в этой сфере характерен не только для России. Конфликт в этих сферах возникает зачастую по тем же причинам, что и в сфере мелкого бизнеса и характеризуется в основном боссингом.

У субъектов моббинга также наблюдаются гендерные особенности. Как уже говорилось выше, мужчины статистически чаще становятся мобберами, а женщины – объектами моббинга. В отношении мужчин чаще применяются акцентирование внимания на физических пороках и иных особенностях сотрудника и угрозы физического насилия; в отношении женщин применяются:

- неприятие в расчёт вклада «объекта» в результаты работы;

- доведение до стресса, до ухода на больничный;

- ограничение в средствах, полномочиях и последующие обвинения в случае недостижения результатов;

– ограничение доступа к информации, средствам труда, влияющим на результаты работы;

– неожиданные проверки работы, просмотр электронной почты, контроль за поведением на рабочем месте.

Положение субъектов моббинга в организационной иерархии в большинстве случаев выше, чем у объекта. Исследования Кнорца и Цапфа показывают, что руководитель в большой мере участвует в моббинге, и при издевательствах над кем-либо руководитель действует совместно с коллегами [3; 4].

Что касается личных особенностей субъектов моббинга, существует несколько их классификаций, на основании которых мы составили сводный список основных типов мобберов:

1. Тип «В центре внимания» (в некоторых классификациях – *attention seeker*) – обычно женщина, цель которой – создать впечатление доброго, заботливого и сострадающего человека. На самом деле – высокомерная, некомпетентная в области профессиональной деятельности. Может показать открытую злобу, если назначается за что-либо ответственной;

2. Тип «Скандалист» – обычно женщина, для которой агрессивное поведение норма. Целью буллеров такого типа становится втягивание объекта нападок в конфликт, при котором агрессор чувствует себя увереннее и тем самым демонстрирует свое превосходство;

3. Тип «Критик» – по выбираемому стилю поведения похож на предыдущие. Использует нападки, постоянную критику, предвзятость, придирки в целях уничтожения самооценки объекта моббинга;

4. Тип «Мечтатель» (в некоторых классификациях *want to be*) – обычно мужчина, мечтающий о почете и уважении, для достижения которых ему не хватает профессионализма в своей области. Вместо достижения цели направляет деятельность на обман, мошенничество и лесть;

5. Тип «Гуру» – чаще всего компетентный профессионал со слабыми социальными навыками, неразвитыми эмоциями, не способный к проявлению эмпатии;

6. Тип «Контролер» – чаще всего сотрудник, стоящий выше объекта по карьерной лестнице или его начальник, контролирующий все виды ресурсов, от которых зависит успешное выполнение работы (время, бюджет, поддержка). Его цель – создание для жертвы невыносимых условий работы, создание видимости ее некомпетентности, несоответствия занимаемой должности;

7. Тип «Социопат» – обычно интеллектуальный мужчина, неспособный к сочувствию

или раскаянию, получающий большое удовольствие от натравливания людей друг на друга и выступающий в качестве наблюдателя;

8. Тип «Интриган» – манипулятор, основное оружие которого – общественное мнение, настроенное против объекта моббинга.

Анализ этих типов дает возможность выделить наиболее характерные для мобберов черты:

- низкая самооценка (как правило, моббер с низкой самооценкой стремится уничтожить ее и у объекта);

- необоснованно-высокая самооценка (в этом случае моббер, наиболее вероятно, будет стремиться подчеркнуть свое превосходство);

- агрессия как норма поведения (иногда сотрудники просто не замечают, что ведут себя агрессивно; морально-этические нормы воспитания у таких людей могут быть сдвинуты);

- агрессия как самозащита (если сотрудник видит в коллеге конкурента и не находит других способов показать свое над ним превосходство, элементом самозащиты может стать агрессивное и вызывающее поведение);

- неразвитые социальные навыки;

- манипуляция (является противоположностью неразвитым социальным навыкам. Мобберы-манипуляторы, как правило, используют именно эти свои способности, вместо профессиональных навыков, для устранения нежелательных конкурентов);

- непрофессионализм (довольно часто встречающийся случай в российской действительности, нередко результат кумовства; также может встречаться в том случае, если руководителем становится сотрудник извне предприятия. Руководитель-непрофессионал может стать как осознанным моббером, в случае если хочет утвердить свои позиции в коллективе при недостаточном знании области производства/бизнеса, так и неосознанным, в том случае если считает свои знания достаточными, в то время как это противоречит действительности);

- профессионализм в сочетании с неразвитыми социальными навыками (чаще всего руководители авторитарного типа, плохо знающие коллектив. Такие руководители могут стать субъектами боссинга, сами того не замечая, при условии распределения слишком большого или сложного объема работы, с которым коллектив, по их мнению, должен справляться).

Как видно из приведенного списка, эти черты в основном полярны.

На рис. 3 показана связь черт мобберов и их типов. Исходя из этих данных, можно создать рейтинг основных черт мобберов (рис. 4).

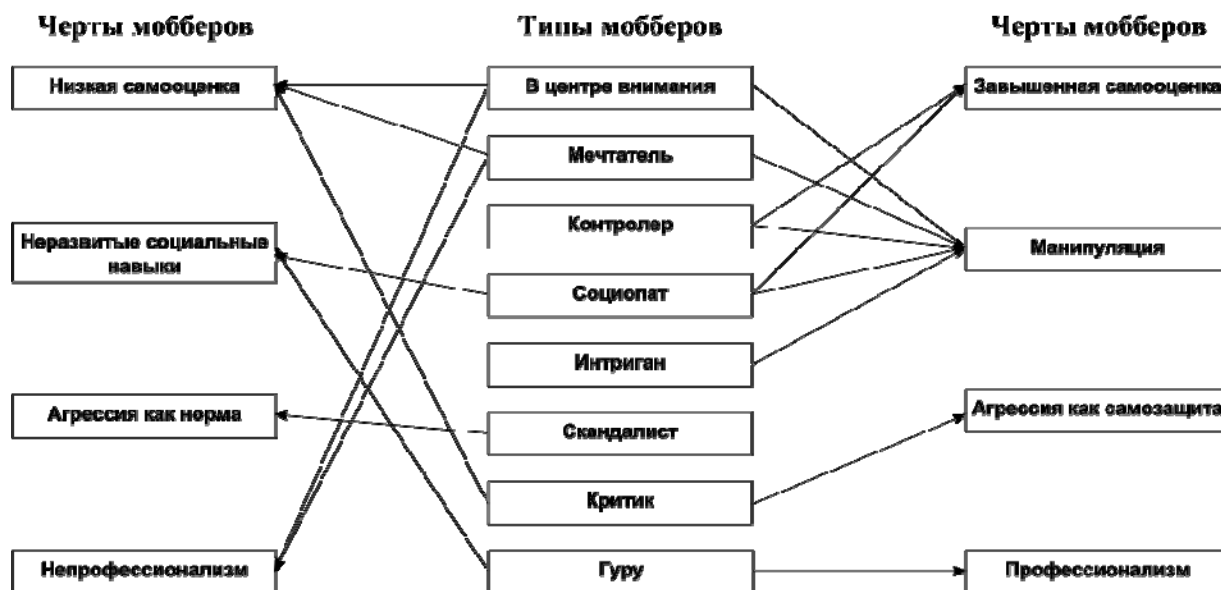


Рис. 3. Типы и черты мобберов



Рис. 4. Основные черты мобберов

Данные рейтинга показывают, что чаще всего мобберами являются манипуляторы с завышенной самооценкой либо непрофессионалы с заниженной самооценкой. Низкая самооценка также часто является характерной чертой моббера. Проявления агрессии, как и моббинг со стороны профессионалов, встречаются не часто.

Исследования участников моббинга подтверждают, что люди с устойчивым социальным статусом, устоявшимися моральными ценностями и прочным положением в коллективе имеют наименьшие шансы стать субъектами моббинга.

Мобберов также можно классифицировать следующим образом (см. таблицу).

Классификация мобберов

Классификатор	Мобберы
По характеру вовлеченности в моббинг-процесс	Единовременные и серийные (буллеры)
По степени уверенности в себе	Уверенные и неуверенные
По характеру поведения	Проактивные и реактивные
По степени осознания своих целей	Сознательные и бессознательные

Наряду с объектами и субъектами существуют также участники моббинг-конфликта, «наблюдающие» его, не принимающие активного участия и не занимающие чью-либо сторону. Ученые нашли формулировку для определения подобных пассивных соучастников, назвав их содействующими, подразумевая под этим понятием руководителей, которые не вмешиваются в моббинг-ситуацию. «Итак, можно утверждать, что конфликт может превратиться в моббинг и в психотеррор только потому, что кто-то способствует его развитию. После подробных исследований выяснилось, что этот процесс невмешательства является самой важной причиной возникновения моббинга. Те, кто наблюдает, могут быть виноваты в моббинге, в этом случае они – содействующие» [5, с. 61].

По этому принципу участников моббинга делят на нападающих (субъектов), жертв (объектов), помощников, защитников и нейтральных участников.

Среди потенциальных мобберов (буллеров) у непосредственных нападающих наибольшая склонность к авторитаризму, они являются лидерами в своем кругу общения, что помогает им подчинять себе помощников. Такими становятся зависимые индивиды с достаточной степенью авторитаризма, что делает их зачастую «орудием» нападающего, который только руководит моббинг-процессом. Участники конфликта, становящиеся на сторону объектов моббинга, занимают самое прочное положение в коллективе. Они сами практически никогда не становятся агрессорами или жертвами конфликтов, обладают устойчивым социальным статусом. Они обладают, как правило, высокой самооценкой и имеют устоявшиеся моральные ценности, что позволяет им понимать жертв, сочувствовать и помогать им. Остальной коллектив, в котором происходит моббинг-

конфликт, является его нейтральным участником. Чаще всего он не подпадает ни под чье влияние, просто смотрит со стороны, но, как уже отмечалось выше, это далеко не всегда хорошо, так как во многом именно его бездействие провоцирует буллинг. Более того, преследователи зачастую являются лишь исполнителями воли таких нейтральных участников.

Следовательно, в процессе может принимать участие от трех до пяти видов участников, однако всегда будут присутствовать моббер, объект моббинга и нейтральные участники (зачастую сами того не подозревая и не ассоциируя себя с таковыми). Будут ли у моббера и его объекта помощники – зависит как от них самих, так и от коллектива.

1. *Leymann H.* Vuxenmobbing: Om psykiskt våld i arbetslivet // Studentlitteratur, Lund. – 1986.

2. *Leymann H.* Mobbing. Psychoterror am Arbeitsplatz und Wie man sich dagegen wehren kann // Reinbeck (Rowohlt). – 1993. – P. 21.

3. *Knorz C., Zapf D.* Gießener Stichprobe von Knorz und Zapf. Mobbing – eine extreme Form sozialer Stressoren am Arbeitsplatz // Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie. – 1996. – № 40. – P. 12–21.

4. *Zapf D.* Mobbing in Organisationen – Überblick zum Stand der Forschung. Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie. – 1999. – № 43. – P. 1–25.

5. *Кораблёва Н. В.* Проявления моббинга и буллинга на предприятиях как социально-психологическая проблема // Материалы XXXIX научно-технической конференции по итогам работы профессорско-преподавательского состава СевКавГТУ за 2009 г. – Ставрополь : СевКавГТУ, 2010. – Т. 3. Общественные науки. – 131 с.

КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ НОВЫМ МЕТОДАМ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ

COMPETENCE-ORIENTED TRAINING TO NEW METHODS OF ADMINISTRATIVE CONSULTATION

С.Н. Апенько

S.N. Apenko

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

М.Н. Шавровская

M.N. Shavrovskaya

ОАО «Газпромнефть-Омск»

Подготовка специалистов по управленческому консультированию относится к сложным образовательным задачам, так как предполагает формирование комплекса разноплановых компетенций, центральное место в котором занимают навыки реализации специальных методов и технологий консалтинга. Предлагаются описание нескольких новых и эффективных методов, уникальность которых заключается в том, что их можно использовать и в управленческом консультировании, и в образовательном процессе.

The article is devoted to training of specialists on administrative consultation. It belongs to complex educational challenges as it assumes the formation of a complex of versatile competences, the central place in which occupy skills of realization of special methods and technologies of consulting. The authors offer the description of several new and effective methods which uniqueness is that they can be used both in administrative consultation and in educational process.

Ключевые слова: управленческое консультирование, компетенции, компетентностный подход, метод управленческого консультирования.

Key words: administrative consultation, competences, competence approach, method of administrative consultation.

Управленческое консультирование, призванное оказывать предприятиям и организациям профессиональную помощь в построении эффективного управления, становится всё более востребованной сферой бизнеса. Потребность в управленческом консультировании формируется под влиянием роста динамичности и неопределенности среды функционирования предприятий, инновационных преобразований во всех направлениях деятельности компаний. В этих условиях многократно увеличиваются риски от неверно принятых управленческих решений. В целях управления рисками и оптимизации процессов принятия и реализации значимых управленческих решений предприятия привлекают внутренних и внешних консультантов. Значимым мотивом обращения к управленческому консалтингу также является осознание эффекта синергии, который может быть получен с помощью объединения знаний, опыта, способностей и творчества управлен-

ческой команды предприятия и независимых консультантов.

Объективный процесс возрастания потребности в управленческом консультировании, наряду с факторами позитивного влияния на него, сопровождается воздействием сдерживающих факторов. К ним относится дефицит высококвалифицированных консультантов, обладающих передовыми и наиболее эффективными методами и технологиями консалтинга, способными грамотно выстраивать долгосрочные и плодотворные отношения с предприятиями-партнерами. Достаточно распространен отрицательный опыт обращения к управленческому консалтингу, который снижает доверие со стороны предприятий зачастую не к самому непосредственно управленческому консультированию, а к его кадровому обеспечению.

В этой связи особо значима задача подготовки и повышения квалификации специалистов по управленческому консультированию

учетом новых требований. Известно, что в России до недавнего времени отсутствовала подготовка специалистов в области управленческого консалтинга в системе высшего образования. В качестве объяснения такой ситуации высказывается идея о том, что высокопрофессиональным консультантом невозможно стать по учебникам, в аудитории. Становление консультанта в области управления происходит в процессе приобретения практического опыта и личного развития. Это справедливое утверждение. Действительно, личный опыт и практика участия в разнообразных управленческих проектах значительно повышает профессионализм консультанта и потребительский спрос на его услуги. Вместе с тем управленческое консультирование в мировой науке и практике признано серьезной отраслью знаний, в которой объединены на уровне теоретических выводов и рекомендаций проверенные временем и опытом самые эффективные приемы управления предприятием. Изучение теоретических основ выступает первым и обязательным этапом на пути вхождения в профессию консультанта и развития мастерства.

Внедрение в российских вузах уровневой модели подготовки специалистов высшей квалификации, в частности введение магистерской образовательной ступени, способствовало преодолению проблемы обучения консультантов по управлению. В вузах появились магистерские программы, ориентированные на профессионализацию в области управленческого консалтинга. Если следовать сложившейся в мировом образовательном пространстве идее уровневой модели, то в магистратуру предпочтительно должны поступать люди, которые уже имеют практический опыт, более осознанно выбирают соответствующую специализированную программу. Кроме того, многие магистранты российских вузов стремятся совместить обучение с практикой. Нередки случаи обучения в магистратуре руководителей и специалистов, занимающих высокий статус на предприятии. Это способствует тому, что получаемые знания по вопросам управленческого консультирования магистранты могут сразу сопоставить с имеющимся у них опытом, оперативно проверить на практике с точки зрения их пользы для решения управленческих задач.

Вместе с тем следует отметить, что не любое обучение позволяет решить проблему профессиональной подготовки специалистов по управленческому консультированию. Значительно повышает качество обучения, приближает его к запросам практики компетентност-

ный подход. Сущность этого подхода заключается в формировании и развитии у обучающихся системы взаимосвязанных значимых для успешной профессиональной деятельности компетенций.

В системе высшего образования традиционно целевым ориентиром являлось формирование знаний, навыков и умений (ЗУНов). В условиях современных реалий стало очевидно, что обладание необходимыми ЗУНами позволяет решать только относительно простые профессиональные задачи и выполнять набор традиционных функций. Решение же сложных задач, выполнение динамично меняющихся и усложняющихся функций требует синтеза и интеграции частных знаний, навыков и умений в комплексные образования, которые обозначают как компетенции. К примеру, в понятие компетенции в качестве составных частей включают знания, умения и навыки, личностные качества (инициативность, целеустремленность, ответственность и т. д.), социальную адаптацию (умение работать как самостоятельно, так и в коллективе, соотносить планирование и результаты своей деятельности с потребностями бизнеса и социальной среды и т. д.), поведенческие модели (способы постановки и решения профессиональных задач).

То есть в рамках компетентностного подхода в образовании понятие компетенции включает в себя совокупность взаимосвязанных качеств личности (мотивационно-ценностных, когнитивных, мировоззренческих, коммуникативных), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов. Компетентностный подход предполагает, что основной акцент делается не просто на получение знаний и умений, а на формирование системного набора компетенций. Поэтому компетентностный подход выступает как оппозиция предметной и дисциплинарной формы организации образования.

Принципиальным, на наш взгляд, является понимание, что компетенции – это те свойства личности, которые демонстрируются в поведении и могут быть измерены. Например, в теории и практике управления под компетенциями понимаются атрибуты личности, которые важны для успешного, результативного выполнения профессиональной деятельности на соответствующей позиции и которые могут быть измерены через наблюдаемое поведение. В образовании же выдвигается тезис о том, что комплекс составных элементов компетенции (ЗУНы, личностные черты и пр.) формируют требуемые поведенческие модели, являясь ус-

ловием необходимого поведения при выполнении профессиональных задач. Но поведенческие модели рассматриваются не как сущность компетенции, а как результат (следствие) её наличия или один из составных элементов наряду с прочими. Поэтому допускается, что судить о компетенциях можно только лишь по знаниям, навыкам, умениям, способностям и прочим качествам личности. В этом случае правильнее было бы применять термин «компетентность», означающий способность выполнить задание, наличие знаний и умений для осуществления функций. Отчасти такой подход оправдан для первой образовательной ступени в вузе – бакалавриата, так как студент на этом этапе профессиональной подготовки ограничен в возможностях продемонстрировать модели поведения в процессе решения профессиональных задач (он это может сделать только в период практики, научно-исследовательской работы на предприятии), в процессе же аудиторного обучения в большей степени демонстрируются ЗУНы и способности. Вместе с тем в последние годы появляются интересные исследования, в которых разрабатывается деятельностно-компетентностный подход к построению и реализации образовательных программ. Этот подход акцентирует внимание на ключевой роли именно поведения в структуре компетенций.

На второй ступени, а именно в процессе обучения в магистратуре, развитие поведенческих моделей, максимально приближенных к специфике профессионализации магистранта и являющихся условием успешности в получаемой специализации, является обязательным принципом. Этот принцип предопределяет соответствующие технологии, методы и приемы обучения. Так, при подготовке специалистов по управленческому консультированию необходимо, ориентируясь на требуемые компетенции, подобрать соответствующие методы обучения. Более того, как будет показано далее, существует возможность применять в процессе обучения те методы, которые сегодня признаны в качестве новых и результативных приемов реализации управленческого консультирования. У магистранта появляется возможность уже на занятиях осваивать методы решения профессиональных задач, отрабатывать поведенческие навыки.

Обучение управленческому консультированию – процесс длительный и сложный. Это обусловлено, во-первых, тем, что специфика деятельности делает обязательным непрерывное, многоступенчатое обучение с использо-

ванием самых разных форм, начиная от академической подготовки и заканчивая саморазвитием в ходе практики. Во-вторых, обучение предполагает развитие различных компетенций, которые, на наш взгляд, можно объединить в три блока:

1. Компетенции, связанные с бизнесом, в котором осуществляется консультирование;
2. Компетенции, касающиеся технологий управленческого консультирования;
3. Коммуникативные компетенции.

Блок компетенций, связанных с бизнесом, в котором осуществляется консультирование, предполагает, что консультанту важно понимать многие процессы, события и явления, происходящие во внутренней и внешней среде предприятия-клиента. Но степень понимания зависит от того, какую роль он играет в процессе консультирования клиента. Н. Маргейлис и Э. Райи делят роли консультантов на «ориентированные на задачи» (роль технического эксперта) и «ориентированные на процессы» (роль помощника в процессах). Консультант по ресурсам – это экспертная (ключевая) роль. Он помогает клиенту, предоставляет необходимую информацию, диагностирует организацию, разрабатывает новые системы, обучает персонал новым методам (здесь обучение как услуга, а не условие внедрения инноваций) и т. д. Руководство предприятия сотрудничает с таким консультантом и принимает или отклоняет его предложения.

Консультант по процессу пытается научить организацию решить проблему. Он не передает конкретные знания и готовые решения, а старается научить клиента самому проводить диагностику и решать проблему (синтез обучающего и процессного консультирования). Консультант по процессу концентрируется в том числе на межличностной и межгрупповой динамике, влияющей на процесс решения проблемы и изменений. В этой роли важной функцией консультанта является обеспечение обратной связи.

Таким образом, консультант может давать свою экспертную оценку происходящего и предлагать пути решения, но он также может направлять свои усилия для того, чтобы максимально использовать опыт клиента. Очевидно, что в первом случае степень понимания бизнеса должна быть выше, чем во втором.

Второй блок компетенций, касающихся технологий управленческого консультирования, указывает на то, что консультанту необходимо обладать различными методами, технологиями для успешного консультирования, на-

чина с этапа диагностики проблемы, заканчивая составлением рекомендаций и внедрением их на предприятии.

На этапе диагностики могут быть использованы следующие методы: интервью, анкетирование, анализ показателей результативности, изучение документов, наблюдение, тестирование, метод причинно-следственного анализа (диаграмма Исикавы), метод сравнения, методы определения приоритетов проблем (графопроблем, экспертных оценок, дерева целей и пр.) и др. Про каждый из данных методов написано много литературы, но есть те, которые не так давно стали использоваться в бизнесе, среди них *open-mind* и *world-café*.

Технология *world-café* известна с 1995 г. Она представляет собой простой и очень эффективный метод создания атмосферы, необходимой для плодотворного обсуждения жизненно важных вопросов. *World Café* позволяет вовлечь в процесс обсуждения коллективный интеллект и располагает к полномасштабному, многоуровневому диалогу. Метод предполагает создание атмосферы кафе, расставляются столики, за каждым столиком ставят 4–5 стульев, включается тихая музыка, подаются напитки (чай, кофе). Участникам обсуждения за каждым столиком дается вопрос, который анализируется около 20–30 минут. Время, затраченное на анализ вопроса, называется раунд. В конце каждого раунда за каждым столиком остается один человек – так называемый «хозяин стола», а остальные участники идут за другие столы (вместе с чашками) – по возможности участники одного стола переходят за разные столы – и анализируют другие темы. Так происходит до тех пор, пока участники не пройдут обсуждение за всеми столами. Затем ответы на поставленные вопросы фиксируются на листах. После чего происходит коллективный анализ предложенных идей.

Технология *open-mind* предполагает, что группам дается определенный вопрос (у каждой группы он свой), на который они в течение заданного времени получают ответы у других групп. Поиск ответов происходит следующим образом: например, участник группы 1 поднимает руку и говорит «Готов отвечать!» и ищет свободного участника другой группы. Подходя к участнику другой группы, например 2, он задает свой вопрос и фиксирует его, а после предоставления ответа участник группы 2 задает свой вопрос участнику группы 1. Далее участники группы 1 и 2 поднимают руки и го-

ворят «Готов отвечать!», переходя к другим людям. Задача – получить как можно больше ответов на свой вопрос. Далее все возвращаются в свои группы, в которых анализируются полученные ответы и представляется общая презентация.

Преимущества данных технологий заключаются в том, что они позволяют в максимально короткие сроки получить информацию от достаточно большого количества людей. При этом они могут использоваться консультантом как на этапе диагностики состояния предприятия, выявления управленческих проблем, так и на этапе планирования действий.

На этапе обработки информации консультанты могут использовать две группы методов: статистические и экспертные. К первой группе относятся такие методы, как регрессионный, факторный анализ и т. д. Ко второй SWOT-анализ, PEST-анализ, метод Дельфи и т. д.

Для осуществления этапа внедрения изменений можно выделить такие методы, как участие и вовлечение, помощь и поддержка, переговоры и согласие, манипуляции и принуждение. Опытные консультанты должны понимать их преимущества и ограничения, а также знать области применения.

Коммуникативные компетенции, относящиеся к третьему блоку, в частности: умение консультанта устанавливать контакт, задавать вопросы, слушать и аргументировать свою позицию, важны на каждом этапе консультирования.

На подготовительном этапе ключевую роль играет то, насколько хорошо консультант сможет определить проблемы и ожидания клиента, так как часто клиенты не могут четко обозначить ожидания и не видят истинной проблемы. Как видно из рис., задача консультанта состоит в том, чтобы, услышав запросы клиента, сформулировать вместе с ним конкретные ожидания от планируемых действий, включая действия консультанта. Кроме того, услышав запрос, консультант должен не просто диагностировать симптомы патологий, а сформулировать вместе с заказчиком суть проблемы и уточнить ожидания.

На этапе диагностики от консультанта требуется умение задавать вопросы и слушать, так как его задача побудить клиента к осознанию проблемы. От того, насколько глубоко он сможет понять проблему, зависит эффективность результата.

В И Д И М О Е	КЛИЕНТ	КОНСУЛЬТАНТ
	ЗАПРОС	СИМПТОМЫ
С У Т Ь	ОЖИДАНИЯ	ПРОБЛЕМА

*Матрица запросов и ожиданий, симптомов и проблем,
диагностируемых на предварительном этапе управленческого консультирования*

Что касается этапа планирования действий, то здесь важно умение аргументировать позицию, так как задача консультанта предложить определенный вариант действий и обосновать его. Также на этом этапе у клиента могут появиться возражения, поэтому консультанту нужно уметь отвечать на них. Одной из техник ответа на возражения является техника «шаг назад два вперед». Она заключается в том, что сначала консультант присоединяется к возражению, далее говорит связующую фразу типа «и в то же время», «при этом», а потом приводит свой аргумент. Например, на возражение «у нас это не получится», используя эту технику, можно ответить: «Возможно, на первый взгляд, эта задача кажется сложной и недостижимой, и в то же время, я думаю, что это не получится, если мы это будем делать без вас или вы без нас, а вместе мы это обязательно сделаем».

Приведенные примеры методов и техник показывают, насколько важны для специалистов по управленческому консультированию разнообразные компетенции, как аналитические, творческие, предпринимательские, так и поведенческие навыки, способности эффективно взаимодействовать с клиентом. Эти компетенции необходимо формировать с помощью новых приемов обучения, которые одновременно являются и приемами работы консультанта. В результате эффект обучения возрастает, на занятиях в интерактивной форме происходит овладение компетенциями. Практическая польза этих методов подтверждена на практике, многие организации их используют в процессе внутреннего или внешнего консалтинга, а также при самостоятельной диагностике и решении управленческих проблем.

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ВУЗА В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS OF UNIVERSITY WITHIN A RELATIONSHIP MARKETING CONCEPT

Т.В. Бакун, О.Ю. Лейнвебер

T.V. Bakun, O.Y. Leinveber

Омский экономический институт

В статье представлены два аспекта маркетинга взаимоотношений вуза: интегрированные маркетинговые коммуникации и CRM-системы. Рассмотрены возможности и особенности их применения к маркетинговой деятельности высших учебных заведений. Авторы рассмотрели модель интегрированных маркетинговых коммуникаций, которая послужила основой для определения процесса образования синергического эффекта при интеграции маркетинговых коммуникаций в деятельности учебного заведения.

The article presents two aspects of relationship marketing: the integrated marketing communications and CRM-systems. The authors consider the possibilities and peculiarities of their application to the marketing activities of higher educational institutions. The authors consider a model of integrated marketing communications, which served as the basis for determination of the formation of synergistic effect with the integration of marketing communications in the activities of the educational institution.

Ключевые слова: маркетинг взаимоотношений, маркетинговые коммуникации, информационные технологии, образовательные услуги.

Key words: marketing of mutual relations, marketing communications, information technology, educational services.

За последние десятилетия произошли значительные качественные изменения в практике видения экономической деятельности организаций, что предопределило стремительное развитие концепции маркетинга взаимоотношений не только на промышленных рынках, но и в других отраслях и сферах деятельности.

Маркетинг, ориентированный на взаимоотношения, – концепция, которая подчеркивает длительные отношения, которые должны существовать между организацией и ее клиентами. Данная терминология была впервые введена Теодором Левиттом (Theodore Levitt) в 1983 г. В экономической литературе указывается, что в научный оборот термин «маркетинг взаимоотношений» ввел Л. Бери, использовавший его применительно к маркетингу услуг. Некоторые авторы считают, что маркетинг отношений является просто интенсификацией или индивидуализацией традиционного маркетинга. Однако можно отметить ряд черт, которые выделяют рассматриваемое понятие в самостоятельную категорию.

Во-первых, маркетинг взаимоотношений расширяет традиционное понятие потреби-

лей. В их число включаются поставщики, дистрибьюторы, работники фирмы, СМИ, общественность и т. п. Во-вторых, маркетинг взаимоотношений в отличие от традиционного транзакционного маркетинга направлен на удовлетворение не отдельной потребности, а на удовлетворение потребителя в целом (комплекса его потребностей). В-третьих, маркетинг взаимоотношений подразумевает наличие постоянной «обратной связи» с потребителем [1].

Исследования показывают, что в отечественной и зарубежной науке и практике накоплен большой методический опыт по оценке применения маркетинга взаимоотношений в разных его аспектах.

В ряде работ маркетинг взаимоотношений авторы называют «коммуникационным маркетингом», направленным на создание и поддержание высокоэффективных коммуникаций с целевым сегментом рынка [1].

В работах В.В. Салий, А.В. Наумовой маркетинг отношений рассматривается как осуществление непрерываемых коммуникаций организации с маркетинговой средой. Авторы от-

мечают, что сочетание инструментов маркетинговых коммуникаций способствует формированию обратной связи – канала доверия. Тем самым маркетинг отношений позволяет организации достичь конкурентного преимущества (внутреннего и внешнего) за счет рационального конкурентного поведения, которое обеспечивают интегрированные маркетинговые коммуникации. С помощью интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятие позиционирует себя на рынке (маркетинговое позиционирование) и в сознании потребителей (рекламное позиционирование). Позиционирование позволяет создать яркий запоминающийся и привлекательный образ товару, торговой марке или самой организации [2].

В сфере образования маркетинг связан с управлением взаимоотношениями между учебными заведениями и их клиентами. Маркетинг учебного заведения можно определить как «средство, при помощи которого учебное заведение сообщает и продвигает свои цели, ценности и продукты учащимся, их родителям, своим сотрудникам и обществу в целом» [3]. Управление информационными потоками в системе маркетинга взаимоотношений позволяет вузу передавать сообщения о себе и своих услугах, и получать обратную связь от существующих и потенциальных потребителей. На рис. 1 показаны связи вуза с существующими и возможными потребителями в рамках маркетинга взаимоотношений.

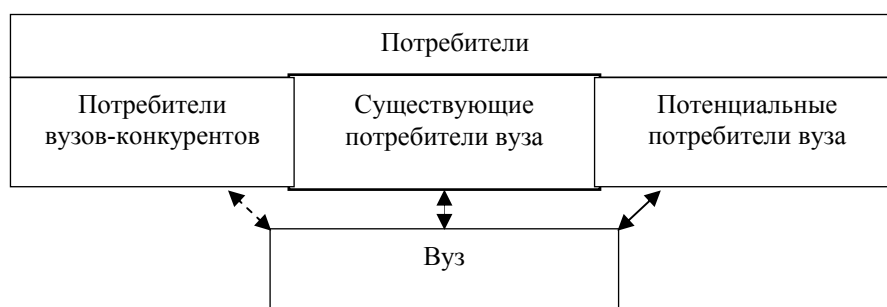


Рис. 1. Связи вуза с потребителями в рамках концепции маркетинга взаимоотношений

Существует много форм и методов продвижения образовательных программ вуза, информации о предоставляемых им услугах, их качестве, квалификации преподавателей и т. п. Вуз может использовать газетные и журнальные публикации, другие средства массовой информации, издавать свои брошюры, проводить традиционные дни открытых дверей и презентации в школах. Кроме этого для продвижения продуктов вуза могут использоваться различные юбилеи или памятные даты вуза и его сотрудников, встречи выпускников, учреждение ассоциаций выпускников, клубов почетных докторов, проводимые вузом конференции и симпозиумы, ставшие популярными в последние годы Дни карьеры, которые могут быть не только методом продвижения товара, но и каналом распределения выпускников вуза [1]. В совокупности использование разнообразных форм продвижения образовательных услуг мы будем считать интеграцией маркетинговых коммуникаций.

Формируя интегрированные маркетинговые коммуникации, учебное заведение тщательно продумывает и координирует работу своих многочисленных каналов коммуникации, передавая информацию о предоставляемых образовательных услугах, их качестве, квалифи-

кации преподавателей и т. п. Используя различные способы коммуникации, необходимо следить за тем, чтобы они реализовывались с единой точки зрения и все сообщения выдерживались в рамках одной концепции [4].

Интегрированность маркетинговых коммуникаций предполагает комплексное использование всех элементов: рекламы в средствах массовой информации, личной продажи, стимулирования сбыта, дает больший эффект, чем использование отдельно каждого из них. Применение комплекса маркетинговых коммуникаций, взаимодействие с их помощью с потребителями образовательных услуг позволит учебному заведению создать хорошую деловую репутацию и «налаженные связи», что, в свою очередь, положительно повлияет на развитие вуза и достижение им максимально положительных результатов. Цель интеграции маркетинговых коммуникаций – не только сокращение затрат, но и получение эффекта синергии, т. е. согласованного использования нескольких инструментов маркетинговых коммуникаций, которые способны принести больший эффект, чем их отдельное применение [5; 6; 7].

На существовании этого эффекта основывается модель интегрированных маркетинговых

коммуникаций, сформулированная Д. Шульцем, С. Таненбаумом, Р. Лаутерборном и получившая широкое распространение на практике (рис. 2).

Кроме того, синергический эффект – это эффект взаимодействия скоординированных (интегрированных) маркетинговых и реклам-

ных действий различного типа, объединенных одной целью, благодаря чему общий эффект воздействия может повышать сумму воздействий каждого из них в отдельности, что является одним из способов продвижения образовательных услуг.



Рис. 2. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций [8]

Создание интегрированных маркетинговых коммуникаций определяется последовательным выстраиванием уровней интеграционного процесса. Профессора П. Смит, К. Берри и А. Пулфорд выявили ряд уровней и соответствующие им степени интеграции [9]. Базовым является уровень вертикальной интеграции, закрепляющей ситуацию соответствия постановочных задач интегрированных маркетинговых коммуникаций задачам маркетинга и общим целям корпорации.

Из существующих уровней возникновения синергического эффекта системы интегрированных маркетинговых коммуникаций наибольшее проявление в теории и практике связано с понятием комплекса маркетинговых коммуникаций, содержание которого может варьировать в зависимости от уровня рыночного развития и особенностей типа рынка. Схематично уровни возникновения синергического эффекта представлены на рис. 3.

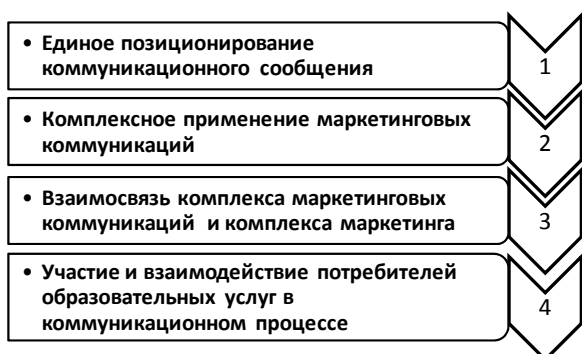


Рис. 3. Уровни образования синергического эффекта при интеграции маркетинговых коммуникаций

Данная последовательность сохраняет преемственность модели интегрированных маркетинговых коммуникаций, предложенной

А.В. Арланцевым и Е.В. Поповым (уровни 1–3 на рис. 3) [5]:

– на первом уровне синергический эффект возникает при взаимодействии структурных элементов одного коммуникационного сообщения, воздействующих на разные каналы восприятия человека (зрение, слух, обоняние, осязание). Так, ТВ-реклама может быть более эффективна, чем радиореклама, вследствие воздействия на аудиторию как посредством изображения, так и звуковыми средствами. При этом величина и направленность эффекта напрямую зависят от стереотипов, имеющихся у объекта воздействия, а также степени их выраженности;

– на втором уровне синергический эффект проявляется от интеграции комплекса продвижения. Так, реклама и мероприятия по стимулированию сбыта дают больший эффект от совместного использования, чем использование отдельно рекламы и отдельно стимулирования сбыта;

– на третьем уровне синергический эффект усиливается, когда в продвижении задействуются коммуникационные ресурсы всех элементов комплекса маркетинга.

Нами предложен четвертый уровень, на котором синергический эффект усиливается за счет непосредственного взаимодействия прямых (внутренних) и косвенных (внешних) потребителей образовательных услуг. Дополнительный эффект возникает от взаимодействия в реализуемых вузом корпоративных проектах с участием различных групп потребителей, для которых формируется комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, с учетом позиционирования на каждом целевом сегменте вплоть до его индивидуализации.

Таким образом, основная идея коммуникационного маркетинга взаимоотношений за-

ключается в том, что объектом управления становятся отношения коммуникации с участниками процесса купли-продажи. Единственный способ удержать потребителя – это индивидуализация отношений с ним, что возможно в результате долгосрочного взаимодействия партнеров и персонализации удовлетворения потребностей клиента. Долгосрочное взаимодействие партнеров происходит с использованием информационно-коммуникационных технологий, в том числе реализация информационно-сетевых моделей, работающих с сетевыми структурами потребителей.

Другой актуальной и клиентоориентированной информационно-коммуникационной технологией являются CRM-системы.

К необходимости их применения приводит несколько важных тенденций:

- переход от транзакционной маркетинговой деятельности к маркетингу взаимоотношений;

- более широкое использование технологий для управления информацией;

- системы и процессы CRM дают вузу возможность держать в памяти каждый значимый контакт с потребителем;

- CRM – это возможность развития и поддержания длительных взаимовыгодных отношений со стратегически значимыми клиентами.

Отметим, что при исследовании проблем внедрения CRM-систем в рамках коммуникационной концепции, не были получены данные об их использовании в сфере образования. Однако имеется опыт использования CRM-систем другими организациями сферы услуг. Поэтому, адаптировав программные продукты этой маркетинговой технологии, вуз на основе опыта других организаций рынка услуг получит преимущества в работе с клиентами:

- использование единого для вуза инструмента, позволяющего накапливать и анализировать всю информацию о потребителях и контактах;

- организация совместной работы с потребителями – преподавателями и сотрудниками разных подразделений вуза;

- распределение групп потребителей между сотрудниками подразделений вуза в зависимости от характера связи.

Таким образом, рассмотрев два компонента маркетинга взаимоотношений в деятельно-

сти высшего учебного заведения: интегрированные маркетинговые коммуникации и применение CRM-систем, можно сделать вывод о том, что концепция маркетинга взаимоотношений вуза требует обязательного установления и постоянного взаимодействия потребителей образовательных услуг, которое возможно с помощью эффективного использования современных маркетинговых и коммуникационных технологий.

1. *Мамонтов С. А., Бакун Т. В.* Информационное (коммуникационное) обеспечение маркетинга взаимоотношений вуза // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2011. – № 2. – С. 123–127.

2. *Салий В. В., Наумова А. В.* Маркетинг отношений : монография / Центросоюз РФ, Сибирский ун-т потребительской кооперации. – Новосибирск, 2005. – 148 с.

3. *Петренко Е. С.* Информационно-сетевой маркетинг в отрасли массового питания: концепция и механизмы реализации. – Караганда : ИП «Жолдак Е.В.», 2010. – 304 с.

4. *Маркова В. Д.* Маркетинг услуг. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 128 с.

5. *Арланцев А. В., Попов Е. В.* Синергизм коммуникационного инструментария // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 1. – URL : <http://www.mavriz.ru/articles/2001/1/68.html>

6. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс и др. – 2-е европ. изд. – М. : Издат. дом «Вильямс», 1998. – 1056 с.

7. *Глебова Н. М., Барановский А. И., Лейнвебер О. Ю.* Интегрированный маркетинговый подход в формировании системы коммуникаций вуза // Проблемы современной экономики: Евразийский международный науч.-аналит. журнал. – 2011. – № 4(40). – URL : <http://mecompu.ru/art.php?nArtid=3830>

8. *Шульц Д. Е., Танненбаум С. И., Лауретборн Р. Ф.* Новая парадигма маркетинга: Интегрированные маркетинговые коммуникации. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 233 с.

9. *Смит П., Бэрри К., Пулфорд А.* Коммуникации стратегического маркетинга : учеб. пособие: пер. с англ. / под ред. проф. Л. Ф. Никулина. – М., 2001. – 416 с.

ОЦЕНКА ИЗМЕНЕНИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

APPRAISAL OF PRODUCTION ACTIVITY CHANGES IN COMPETITON TERMS

М.А. Миллер

M.A. Miller

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Рассмотрены основные варианты оценки изменений производственной деятельности предприятий. Определены содержание и особенности каждого из исследуемых вариантов. Выделено влияние изменений на результирующие показатели деятельности предприятия.

The article considers major options of enterprises production activity changes appraisal. The content and peculiarities of each of examined option are defined. The authors mark the changes impact on enterprise activity performance.

Ключевые слова: оценка, изменения, предприятие, производственная деятельность.

Key words: appraisal, changes, enterprise, production activity.

В современных условиях конкурентного рынка предприятия ориентированы на создание высокодоходных производств, отличающихся гибкостью управленческих форм и внедрением наукоемких технологий. Изменения факторов внешней среды и условий, в которых работают предприятия, приводят к тому, что многие из них переходят к ориентации на нужды потребителей, децентрализации управления. Кроме того, сегодня «чисто экономические» подходы и прежние технические расчетные модели устарели, и приоритеты сместились в сторону ориентации продуктивной деятельности предприятий с точки зрения повышения конкурентоспособности и внедрения на новые сегменты рынка. Сохранить и упрочить свои конкурентные позиции предприятия могут лишь в случае, если они оптимизируют собственные системообразующие параметры конкурентных преимуществ на внешних рынках, осуществляя различные стратегии и работая с учетом не только экономических, но и других аспектов производства.

Как в теоретических, так и прикладных исследованиях уделяется внимание эффективным способам ведения хозяйственных дел на достаточно самостоятельной и независимой основе, на развитие конкурентной стратегии как одного из возможных способов успешного ведения дел в одном или нескольких структурных подразделениях промышленного предприятия.

Как правило, эти процессы сегодня связывают с эффектом так называемой правильно осуществленной децентрализации управления предприятием. Крупные предприятия традиционно организованы функционально и достаточно часто испытывали затруднения, когда нужно вовремя отреагировать на изменения в производственной деятельности, зависящие от условий внешних рынков, успеть оптимизировать противоречащие друг другу функциональные потребности.

В условиях сложной конкурентной среды стратегической целью промышленного предприятия по-прежнему является производство продукции как совокупности произведенных потребительных стоимостей в виде готовых изделий, работ и услуг промышленного характера, являющихся прямым результатом производственной деятельности. В состав продукции предприятия включается лишь полезный результат промышленно-производственной деятельности данного предприятия – материальные блага, в которых воплощены затраты труда его работников. Оценка материальных благ осуществляется через экономические измерители, отражающие условия производства. Такими измерителями в товарном производстве является стоимость и ее выражение – цена, которая является всеобщей мерой в экономических расчетах.

Однако даже в рыночной экономике не всегда удается при построении цены учесть

действие всех факторов и правильно оценить значимость каждого из них в данной обстановке. Как всякое многофакторное решение уровень цены имеет лишь относительную устойчивость. Изменение факторов приводит к необходимости изменения цен. Иначе, если цена не соответствует изменившимся условиям, она уже перестает отвечать своему назначению. Из общественной оценки товара, обеспечивающей эквивалентный обмен, она постепенно превращается в некоторое условное средство соизмерения товаров, перестает отвечать своему экономическому содержанию. Все это говорит о том, что уровень цены должен иметь определенный допуск, т. е. уровень, за пределами которого показатель теряет свое экономическое значение. Поддержание этого необходимого допуска возможно только в том случае, если при определенном изменении факторов происходит автоматически новая оценка величины показателя. Например, при определенном изменении условий и через достаточно короткие промежутки времени происходит пересмотр цен.

Процесс производства, равно как и процессы сбыта, реализации, потребления продукции, осуществляется во временном диапазоне. Поэтому все расчеты должны производиться с учетом данного диапазона времени. При этом к «действию времени» будут относиться и те измененные во времени факторы, которые непосредственно не учтены в расчете, особенно действие технического прогресса. Иными словами, при временных расчетах имеют дело не с идентичными, тождественными себе объектами, но и с объектами, изменяющимися под влиянием роста производительности труда, требований повышения качества продукции, изменения методологии учета тех или иных показателей и т. д.

Как известно, основным требованием к единицам измерения является их постоянство, неизменность в процессе измерения. В экономических измерениях неизменным, пожалуй, является только астрономическое время (час, сутки, год) простого труда. Поэтому можно говорить лишь об относительном постоянстве единиц измерения в течение определенного промежутка времени. Стоимостное измерение не инвариантно к ценам разных периодов. Оценка одной и той же продукции в разных ценах приводит к различным стоимостным пропорциям в производстве и потреблении продукции. Появляется необходимость разных методов измерения статистики экономических показателей и их динамики в условиях, когда можно

предполагать непостоянство самой единицы измерения. При этом расчеты динамики всегда заведомо неточны. Изменчивость основных единиц измерения приводит к тому, что результаты каждого расчета действительны только в узких пределах времени. Поэтому разные экономические показатели сопоставимы, только если они пересчитаны по одной и той же методике. Нарушение этого условия приводит к погрешности расчетов.

Поскольку результаты экономических расчетов используются для принятия решений в производственной деятельности, то ошибки в них могут привести к прямым потерям в производстве, может возникнуть диспропорция из-за неправильного определения необходимых ресурсов. Это, в свою очередь, приводит к потере репутации поставщика из-за нарушения сроков поставки, нарушения хода производства и к необходимости создания резервов для их предотвращения. Нарушение хода производства приводит к значительным потерям (оплата простоев, брака и др.), относительному возрастанию условно-постоянных расходов и сверхнормативному образованию запасов незавершенного производства.

Все вышеназванное позволяет сделать вывод о необходимости строгого упорядочения оценки используемых в экономических расчетах показателей.

Разные уровни управления предполагают наличие соответствующих им показателей. Так, чем выше уровень управления, тем более общи используемые здесь показатели. Этим создается возможность планирования и анализа основных направлений развития экономической системы в целом без непосредственного вмешательства в деятельность ее отдельных частей.

Использование обобщающих показателей позволяет получить характеристику всей группы объектов управления. В таких показателях учитываются только существенные факторы по всей совокупности и элиминируется влияние ряда факторов, определяющих реальную вариацию отдельных объектов управления, а отсюда происходит неизбежная колеблемость исходных данных вокруг общих и частных показателей.

Специфические вопросы приходится решать при функционировании показателей различных уровней управления во времени, поскольку они сами изменяются во времени, а их одновременные состояния не всегда соизмеримы.

Для оценки изменений производственной деятельности необходимо, чтобы показатели,

отражающие эффективность производства, отвечали требованиям сравнимости во времени и пространстве. Решение этой проблемы достигается обеспечением сравнимости показателей как по горизонтали (между анализируемыми предприятиями), так и по вертикали (показатели производственного подразделения с показателями предприятия); обеспечением достоверности показателей в смежные периоды времени и в динамике за ряд лет.

В настоящее время в научной литературе и хозяйственной практике существует три варианта по решению этой проблемы. Сторонники первого варианта предлагают оценивать эффективность изменений производственной деятельности промышленного предприятия по уровню использования технического или производственного потенциалов [1; 2].

Для обеспечения сравнимости технических потенциалов различных промышленных предприятий выделяются признаки, позволяющие классифицировать объекты на родственные группировки [2]: тип производства (единичный, мелкосерийный, серийный, крупносерийный, массовый); конструктивно-технологическая сложность продукции; объем производства; среднегодовая стоимость производствен-

ных основных фондов; количество основных технологических переделов.

Для обеспечения сравнимости производственных потенциалов промышленных предприятий предлагается набор частных показателей производственного потенциала и уровня его использования и построение на их основе обобщающих показателей [1; 2]. Величина обобщающего показателя производственного потенциала определяется исходя из следующих частных показателей: среднегодовой стоимости основных производственных фондов, численности производственного персонала, величины оборотных средств, уровня специализации.

Обобщающий показатель использования производственного потенциала (эффективности производства) определяется на основе таких частных показателей, как рентабельность, себестоимость и производительность труда.

Однако широкого распространения в производственной практике рассматриваемые подходы не получили. Это связано прежде всего со слабой теоретической разработкой вопросов, связанных с определением величины как технического, так и производственного потенциалов. Численно это подтверждается данными таблицы 1.

Таблица 1

Состояние основных производственных фондов на машиностроительных предприятиях

Показатель	Год	Предприятие – представитель					
		1	2	3	4	5	6
Износ основных фондов, %	2007	62,3	67,8	72,4	64,8	59,5	61,2
	2008	61,6	65,4	68,4	67,9	55,4	64,5
	2009	59,8	68,3	67,1	66,2	58,3	67,3
	2010	63,6	67,7	71,9	63,7	61,9	69,8
	2011	61,1	59,8	66,5	61,9	64,8	70,4
Доля изношенных основных фондов	2007	0,261	0,241	0,255	0,247	0,234	0,294
	2008	0,310	0,298	0,237	0,244	0,247	0,287
	2009	0,301	0,314	0,258	0,265	0,269	0,285
	2010	0,355	0,327	0,298	0,282	0,231	0,261
	2011	0,333	0,306	0,301	0,276	0,272	0,259
Ввод в действие основных фондов, %	2007	0,5	0,8	1,2	0,7	0,5	1,2
	2008	0,5	0,8	0,8	0,7	0,8	1,4
	2009	0,6	1,6	1,5	1,2	2,1	2,4
	2010	0,8	1,9	2,7	1,9	2,7	3,5
	2011	3,2	2,4	3,5	3,9	3,6	4,1

«Основная сложность в определении величины технического потенциала связана с измерением совокупного качества основных производственных фондов. Очевидно, что в данном случае можно использовать тот же принцип, что и при оценке совокупного качества продукции аналогичного назначения, т. е. выделить основные структурные уровни системы

и осуществить последовательное агрегирование показателей прогрессивности оборудования и применяемой технологии по этим уровням. Синтез структурных параметров с показателями, отражающими стоимость основных производственных фондов, позволяет определить величину технического потенциала. Иначе говоря, технический потенциал необходимо

рассматривать как многоуровневую систему, обладающую сложной структурой» [2, с. 54].

Трудность в определении производственного потенциала заключается прежде всего в том, что на практике ее решают двумя путями: подменяют понятие производственного потен-

циала понятием производственной мощности; характеризуют производственный потенциал и его использование несколькими показателями. Ситуация с использованием производственных мощностей машиностроительных предприятий отражена в таблице 2.

Таблица 2

Использование производственных мощностей машиностроительных предприятий, %

Стадия производства	Год					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Заготовительное производство	88,9	82,7	67,2	63,9	64,4	68,8
Сборка	91,3	69,4	36,8	30,8	35,4	31,0
Механообработка	77,2	27,0	11,4	37,1	44,0	53,7

Это приводит к тому, что «динамика их не совпадает не только по величине, но и нередко и по направлению, что делает однозначные выводы практически невозможными» [3, с. 142].

Целесообразно отметить, что дальнейшее развитие данного направления и распространение его на структурные подразделения промышленного предприятия является весьма перспективным в развитии внутри- и межпроизводственных экономических связей. Перспективность его заключается прежде всего в том, что реально учет производственного потенциала каждого предприятия, степени его использования на всех уровнях управления позволит ликвидировать ряд недостатков в планировании, будет способствовать дополнительному поиску резервов производства и полному использованию основных и оборотных фондов.

Сторонники второго варианта предлагают обеспечивать оценку изменений производственной деятельности промышленного предприятия по величине удельного уровня показателя. В качестве такого оценочного показателя предлагают использовать прибыль, соизмеренную с фондом заработной платы предприятия [4, с. 49–50]. Таким образом, этот показатель будет стимулировать рост прибыли и одновременно экономное расходование фонда заработной платы и сокращение непроизводительных выплат из него.

Необходимо отметить, что выбор прибыли в качестве оценочного показателя изменений производственной деятельности не случаен. Преимущество прибыли состоит в том, что она не только отражает эффективность производства продукции, но и дает возможность установить зависимость между ней и оплатой труда работника. Функционирование прибыли как показателя экономического стимулирования позволяет связать оплату труда работника с об-

щественными результатами труда коллектива. Объем средств для материального поощрения работника также зависит от массы прибыли, полученной промышленным предприятием, поэтому работники заинтересованы в улучшении производственной деятельности предприятия. Таким образом, с помощью прибыли удастся подчинить интересы коллектива интересам общества, а интересы каждого работника – интересам коллектива. Размеры материальных выплат должны быть обязательно связаны с показателями непосредственного труда работников, тогда они будут материально заинтересованы в улучшении своих показателей.

В прибыли аккумулируются все стороны производственной деятельности промышленного предприятия. Прибыль зависит, с одной стороны, от объема реализации товара, который при данных ценах определяется количеством реализованной продукции, ее ассортиментом и качеством. Стимулируется рост производства не всякой продукции, а улучшенного качества, пользующейся спросом потребителей. Высокое качество обеспечивает реализацию, сбыт продукции и тем самым получение прибыли. Кроме того, высокие показатели качества учитываются при построении оптовых цен путем установления надбавок к ним. С другой стороны, размер прибыли соизмеряется с издержками производства, выступающими в форме себестоимости продукции, и уровнем затрат по реализации продукции. Прибыль представляет собой избыток над произведенными затратами и, таким образом, служит показателем, эффективности работы промышленного предприятия. Стимулирование роста прибыли означает стимулирование повышения эффективности производства и получения наибольших результатов при наименьших затратах, что отвечает насущным требованиям динамичной экономики.

В целях объективной оценки предлагаемого метода необходимо рассмотреть поведение показателя прибыли, соотнесенного с фондом заработной платы на уровне промышленного предприятия (таблица 3).

С помощью модульного инструментария можно оценить достигнутый уровень исследуемого показателя по каждому промышленному

предприятию и наметить конкретные мероприятия по повышению эффективности их деятельности. Так, чтобы достичь наибольшей эффективности, необходимо осуществить ряд мер по росту производительности труда, повышению качества продукции, снижению себестоимости выпускаемой продукции за счет сокращения непроизводительных расходов, брака и др.

Таблица 3

Доля прибыли в фонде оплаты труда машиностроительных предприятий

Предприятия – представители	Год				
	2007	2008	2009	2010	2011
1	0,12	0,15	0,21	0,17	0,18
2	0,17	0,21	0,19	0,17	0,15
3	0,14	0,19	0,17	0,15	0,12
4	0,16	0,18	0,17	0,15	0,12
5	0,12	0,16	0,19	0,17	0,14
6	0,14	0,16	0,16	0,14	0,12

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод о возможности оценки изменений производственной деятельности промышленных предприятий между собой. Для решения вопроса об изменении показателей в смежные периоды времени необходимо отметить следующее. На практике основные экономические показатели производственной деятельности промышленного предприятия, такие как балансовая прибыль и себестоимость товарной продукции, подвержены влиянию таких факторов, как изменение цен, качества перерабатываемого сырья и т. п. Поэтому, чтобы обеспечить их изменение, балансовая прибыль дается в ценах и методологии предыдущего анализируемому года, и себестоимость товарной продукции также дается в ценах предыдущего года.

Что касается других показателей, влияющих на эффективность производственной деятельности промышленного предприятия (производительность труда и др.), то они наиболее тесно связаны с объемными показателями и всецело зависят от их изменения в смежные периоды времени. Наибольшие трудности приведения показателей в достоверный вид связаны с деятельностью производственных подразделений промышленных предприятий, занятых изготовлением и реализацией основной продукции.

Таким образом, получаем, что результирующей оценкой изменения деятельности производственного подразделения промышленного предприятия является прибыль этого подразделения. Мы коснулись проблематики многолетней дискуссии экономистов о выборе по-

казателя оценки изменений производственной деятельности структурного подразделения: прибыль или снижение себестоимости. Не вдаваясь в подробности данной дискуссии, подчеркивая важность этого вопроса, целесообразно отметить, что в настоящее время в экономической литературе сложилось по существу три подхода к рассмотрению этого вопроса.

Первый подход состоит в обосновании возможности применения в системе внутрифирменных отношений прибыли и рентабельности. В современных условиях доведение до производственных подразделений показателей прибыли и рентабельности способствует более тесной увязке бизнес-планов подразделений с бизнес-планами предприятия. Применение этих показателей расширяет возможности производственных подразделений в маневрировании производственными ресурсами, позволяет им самостоятельно выбирать пути выполнения бизнес-планов, создает экономическую заинтересованность в снижении издержек производства, повышении качества продукции и др.

Суть другого подхода состоит в том, что между производственными подразделениями предприятий нет процесса обращения, основанного на использовании товарно-денежных отношений, что прибыль, являясь экономической категорией, присуща процессу обращения. Поэтому прибыль и рентабельность на этом уровне управления являются показателями условными и использовать их для оценки изменений производственной деятельности подразделений нецелесообразно.

Третий подход показывает, что показатели прибыли и рентабельности могут быть ис-

пользованы в производственных подразделениях с замкнутым циклом производства и подразделениях, выпускающих готовую продукцию и полуфабрикаты, на которые установлены прейскурантные цены. В остальных же случаях планировать производственным подразделениям показатель прибыли не следует.

Обобщая вышеизложенное, следует отметить, что, прежде чем решать вопрос о выборе показателей оценки изменений производственной деятельности подразделения, необходимо определить порядок их расчета. При этом закономерен следующий вывод: в основе расчетов показателей, отражающих изменения производственной деятельности подразделений всегда лежит объемный измеритель. Поэтому, чтобы обеспечить достоверность оценки изменений производственной деятельности подразделений, необходимо, чтобы измеритель объема производства отвечал следующим требованиям: он должен обеспечивать сравнимость показателей не только на уровне родственных структурных подразделений, но и быть сравнимым с показателями предприятия. Кроме этого измеритель объема производства должен быть сопоставим и в смежные периоды времени.

Рассмотрим третий вариант оценки изменений производственной деятельности. По существу, и в теории, и особенно на практике он является общепризнанным и нашел широкое применение и распространение на промышленных предприятиях. Оценка изменений показателей, как правило, достигается путем пересчета базовых показателей по ценам или нормативам бизнес-плана. Такой метод обладает существенным преимуществом, так как позволяет обеспечивать текущий контроль за ростом производства на протяжении всего планового периода.

Однако использование данного метода затруднено в производственных подразделениях серийного типа производства, имеющих, как правило, технологическую специализацию, и где бизнес-планирование и учет произведенной продукции ведется комплектно. Попытки введения различных коэффициентов (поправочных, пересчета, корректирующих и пр.) не приводят к желаемым результатам, поскольку изменение цен готовый продукт оказывается связанным не только с изменениями трудоемкости, но и с изменениями структуры продукта вследствие влияния ряда факторов: конструкторские доработки, изменения в техноло-

гии изготовления комплекта, перерасцеховка (передача отдельных деталей из одного производственного подразделения в другое) и др.

Пересчеты продукции базисного года в ценах текущего (анализируемого) не лишены определенных недостатков. Во-первых, на базе данных пересчетов нельзя проследить за изменением цены, поскольку снижение трудоемкости дается не по конкретному изделию, а приводится общей суммой. В связи с этим в случае снижения трудоемкости происходит искусственное занижение объема продукции, а в случае повышения трудоемкости объем завышается. Во-вторых, сама методика пересчета не стимулирует снижение трудоемкости конкретных изделий, а следовательно, рост производительности труда, совершенствование технологии производства и т. д. Это связано прежде всего с тем, что сам коэффициент пересчета задает как бы уровень снижения трудоемкости. При этом трудно учесть как дополнительное снижение трудоемкости, так и невыполнение заданного уровня. В-третьих, определенная условность применения коэффициентов не позволяет объективно оценить достижения конкретного производственного подразделения, а следовательно, достоверно оценить вклад каждого в общие конечные результаты.

Таким образом, проведенное исследование показало, что на уровне промышленных предприятий в настоящее время нет единого системного подхода к оценке изменений производственной деятельности, что в условиях сложной конкурентной среды не позволяет организовать действенной системы внутрифирменных экономических отношений и связей, ориентированной на получение прибыли.

1. Дугельный А. П., Комаров В. Ф. Структурные преобразования промышленного предприятия. – Новосибирск : Новосиб. гос. ун-т, 2001. – 256 с.

2. Ефремова В. В. Оценка деятельности производственно-предпринимательских структур. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2004. – 140 с.

3. Богданов А. А. Тектология (Всеобщая организационная наука): в 2 кн. – М. : Экономика, 1989. – Кн. 1. – 304 с.

4. Миллер А. Е., Голофаст В. Л. Планирование и оценка изменений производственной деятельности: процессно-модульный подход. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2012. – 160 с.

КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ПРОЦЕССЕ КОНСАЛТИНГА ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

THE CONCEPT OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT FORMATION IN THE COURSE OF CONSULTING OF DIVERSIFIED ENTERPRISES

И.Я. Иванов

I.Y. Ivanov

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Для разработки и реализации проектов диверсификации предприятия нередко обращаются к помощи внешних консультантов по управлению. При этом проект диверсификации предполагает преобразования в системе управления персоналом. Но рекомендаций о том, что необходимо анализировать при принятии решения о системе управления персоналом диверсифицированного предприятия, крайне мало. В статье предложена авторская концепция формирования управления персоналом в консалтинговом проекте с учетом форм и видов диверсификации, возникающих кадровых рисков и возможностей.

For the diversification project's development and implementation the enterprise quite often address to the help of external management consultants. Thus the project of diversification assumes transformations in a personnel management system. But there are not enough recommendations about what is necessary to analyze at making decision on a personnel management system of the diversified enterprise. The author offers his own concept of human resource management formation in the consulting project taking into account forms and types of the diversification, arising personnel risks and possibilities.

Ключевые слова: диверсификация, управление персоналом, кадровые риски и возможности.

Key words: diversification, human resource management, personnel risks and possibilities.

В условиях конкуренции любая компания стремится упрочить свое положение на рынке и пытается своевременно реагировать на изменение конъюнктуры. Одним из способов решения этих задач является диверсификация производства и предпринимательской деятельности. На данный момент многие предприятия приобрели опыт диверсификации, который демонстрирует, что принятие и реализация решения о диверсификации – сложный процесс, требующий учета многих факторов и существенных организационных преобразований.

Сложность и неординарность диверсификационных проектов заставляет предприятия обращаться к помощи консультантов по управлению. Внешний взгляд консультантов на состояние и возможности организации помогает выбрать оптимальный вариант диверсификации. Основываясь на приобретенном опыте, многие руководители диверсифицированных предприятий говорят о пользе привлечения сторонних специалистов в проект диверсификации. Основная аргументация строится на том, что сформированная в компании управленческая команда может предлагать шаблонные

решения, копировать ранее освоенные подходы к управлению бизнесом, не замечать наличие глубинных управленческих проблем или несправедливо относить их к разряду неразрешимых, порожденных объективными внешними обстоятельствами. Приглашенные специалисты могут предложить новые и эффективные формы и виды диверсификации, которые в силу привычки и шаблонности мышления не были сгенерированы функционирующими на предприятии управленцами.

Использование внешнего управленческого консультирование возможно на разных этапах и направлениях проекта диверсификации, начиная от рождения идеи диверсификации и разработки её стратегии и закрывая реализацией данной стратегии. При этом консультанты могут курировать разнообразные функциональные направления проекта. К важнейшим направлениям относится преобразование системы управления персоналом с учетом задач и особенностей диверсификации бизнеса. Несмотря на очевидную значимость вопросов построения системы управления персоналом, адекватной специфике диверсифицированного пред-

приятия, они слабо проработаны как в теории, так и в практике консалтинговых компаний, предприятий различных сфер и отраслей. Поэтому далее представим подход к преобразованию управления персоналом в диверсифицированном бизнесе посредством анализа возникающих кадровых возможностей и рисков.

Основная идея авторской концепции построения системы управления персоналом на диверсифицированных предприятиях раскрывается через следующие тезисы. Управление персоналом, как важнейшее направление деятельности любого предприятия, производно от особенностей данного предприятия и среды, в которой оно функционирует. Структура персонала, требования к нему, кадровая политика и технология кадровой работы зависят от размера предприятия, его отраслевой принадлежности, специализации, реализуемых стратегий и т. д. Если предприятие принимает решение о диверсификации своего бизнеса, то это неизбежно повлияет на персонал и на управление им. В этих условиях для верного обоснования кадровой стратегии и выстраивания кадровых технологий необходимо учитывать особенности диверсифицированного предприятия. Но изменения в управлении персоналом должны проводиться в соответствии со спецификой диверсификации, которая заключается в том, что на практике существует достаточно большое разнообразие форм и видов диверсификации, а также соответствующих им стратегий. Они настолько разнятся, что делают невозможным выработку единой для любого диверсифицированного предприятия кадровой стратегии и системы управления персоналом. Речь должна идти о наборе различных моделей управления персоналом.

В частности, выстраивание управления персоналом в условиях диверсификации зависит, во-первых, от мотивации обращения предприятия к диверсификации, которая дает субъективную трактовку причин диверсификации. Далее на базе мотивации выбирается стратегия диверсификации, включающая ответы на вопросы о цели диверсификации, способах её осуществления через определенные формы и виды, методах и средствах осуществления. На основе этого формируется стратегия управления персоналом в условиях диверсифицированного бизнеса, которая также отвечает на вопросы: что именно, с какой целью, как и с помощью чего необходимо сделать в управлении персоналом. Следовательно, чтобы выработать логику преобразований в управлении персоналом диверсифицированного предприятия необходи-

мо проанализировать мотивацию, определить форму, вид и стратегию диверсификации.

Мотивы обращения предприятий к диверсификации могут быть разные. Диверсификация может использоваться как средство:

– быстрого развития; для предприятия основной мотив – скорость развития бизнеса. В этом случае выбираются те направления диверсификации, которые можно быстро освоить и которые дают быструю прибыль. Данный мотив можно реализовать в редких случаях, так как диверсификация, как правило, требует определенного времени для осуществления вложений, организации нового направления и получения прибыли. Например, такой вариант возможен при поглощении существующего хорошо организованного бизнеса;

– успешного и стабильного развития; основной мотив – достижение стабильной эффективности; ставка делается на направления, которые потенциально эффективны, но для получения эффективности требуется время, ресурсы и создание условий. Иногда данный мотив трактуется как желание оставаться конкурентоспособными, гибко реагировать на изменения на рынке. Сюда же можно отнести мотив обеспечения стабильности и ритмичности посредством объединения разнородных с точки зрения влияния сезонных факторов направлений бизнеса;

– достижения относительной независимости от внешних факторов (поставщиков, сбытовиков и пр.), которая возможна благодаря созданию собственных поддерживающих основной процесс диверсифицированных направлений; упор делается на собственные нужды и потенциально рисковые зоны в уже реализуемой производственной цепочке;

– стать лидером рынка; для предприятия важна не просто эффективность бизнеса, а устойчивое опережение конкурентов по базовым показателям, следовательно, выбираются направления, по которым либо уже сформированы ключевые компетенции, либо высоковероятно их появление и наращивание; благодаря им предприятие способно стать лидером;

– выживания; основной мотив – с помощью диверсификации выйти из кризиса, реализовать антикризисную программу, основной упор делается на быстрый и экономически приемлемый способ поддержки бизнеса;

– реализации спонтанно возникающих экономических интересов, например интереса к приобретению «дешевого» бизнеса в условиях кризиса и падения стоимости предприятий, оказавшихся в сложных экономических условиях;

интерес к новому направлению бизнеса, желание «попробовать» новую сферу приложения предпринимательских способностей, интересы значимых партнеров и сособственников, последовать модному тренду.

Мотивы могут объединяться, а решаемые с помощью диверсификации задачи могут быть разноплановыми. Но обычно какой-то мотив преобладает, и он становится определяющим при выборе вида и стратегии диверсификации. В свою очередь, мотив формируется под влиянием объективных и субъективных факторов – состояния предприятия (финансового, степени развитости стратегического и оперативного менеджмента, маркетинга и пр.), возможностей для диверсификации, положения в отрасли, предпочтений собственников бизнеса и пр. Все эти факторы следует проанализировать в процессе консалтинга проекта диверсификации.

Стратегия диверсификации и система управления персоналом, как отмечалось, производны от формы диверсификации. Рассмотрим базовые, сложившиеся на практике формы диверсификации. Диверсификация в одно или несколько направлений деятельности осуществляется путем приобретения действующего предприятия, организации новой компании или создания совместного предприятия. Каждая из форм имеет определенные преимущества, включая кадровые, но и содержит вероятность риска негативных последствий. Их надо в обязательном порядке анализировать, сопоставлять и учитывать при разработке стратегии диверсификации и построении системы управления персоналом. Дадим пояснения по некоторым особенностям управления персоналом в различных формах диверсификации.

Покупка функционирующего предприятия, по мнению специалистов, является самой распространенной формой проникновения в новый бизнес. Среди ее преимуществ следует отметить: получение готовых технологий производства, наличие функциональных связей с поставщиками сырья и материалов, отсутствие необходимости широкой рекламы, существующая известность готовой продукции на рынке, налаженные каналы сбыта. Кроме того, имеется квалифицированный персонал, обладающий значимыми компетенциями по реализуемым на предприятии технологиям работы. Отпадает необходимость в масштабном привлечении и отборе персонала, его адаптации, обучении. Объединяет все эти позиции финансовая компонента. Диверсифицирующейся компании требуется не такая значительная сумма средств по сравнению с тем, если бы эти меро-

приятия организовывались вновь. Вероятность кадровых рисков связана с наличием сформированного персонала с определенным набором компетенций, мотивацией, отношением к труду и к процессу смены собственника. Сложилось также свои внутренние отношения, политические течения, вид корпоративной культуры. Если всё это согласуется с концепцией развития бизнеса и видением нового собственника, новой управляющей команды, то кадровые риски минимизируются. Но если предполагаются инновационные изменения, развитие новой корпоративной культуры, организационные перестройки, то высоковероятны сопротивление со стороны персонала, борьба за привычные отношения, технологии и приемы работы. Кроме того, на приобретаемом предприятии уже существует своя система управления персоналом, возможно наличие кадровой службы. Может возникнуть сложная задача реорганизации кадровой службы, слияния служб, сокращения штатных единиц специалистов по персоналу, возможно потребуются серьезные меры по адаптации или кардинальной перестройке сложившихся методов работы с персоналом.

Кадровые риски в данном виде диверсификации могут многократно увеличиться в ситуации приобретения кризисного предприятия. Компания должна произвести выбор: приобретение финансово устойчивого и успешно действующего предприятия или покупка предприятия, имеющего низкие финансовые показатели. Успешно функционирующий объект покупки требует больших средств, но обеспечивает быстрый вход в новый бизнес. Возможно, что приобретение субъекта, находящегося в сложном финансовом положении, будет более продуктивным, если просматриваются перспективы развития этого предприятия. К примеру, требуется только финансовый толчок для стимулирования имеющихся новых технологий и производства современных видов продукции. Однако причины кризисного состояния могут быть разные, в том числе и неудовлетворительный уровень персонала: отсутствие должной квалификации, мотивации, высокая текучесть и пр. Тогда кадровые риски очень высоки, требуется существенная работа с персоналом. Ситуация с покупкой кризисного предприятия многих убеждает в том, что компания, расширяющая сферу своей деятельности, должна сопоставлять не только затраты на приобретение и будущие доходы на вложенные в покупку средства, но и кадровые преимущества и риски.

Вхождение в новые виды бизнеса может осуществляться при создании нового предприятия. Диверсифицирующейся компании требуется затратить определенные ресурсы на приобретение производственного оборудования, формирование каналов снабжения и сбыта, определение соответствующего круга потребителей продукции будущего предприятия. Необходимо осуществить поиск и отбор персонала, сформировать новые коллективы. Всё это требует значительных финансовых ресурсов, времени, управленческих усилий. Кадровые преимущества здесь заключаются в том, что есть возможность привлечь высококвалифицированный персонал, сформировать такой кадровый состав, который максимально соответствует требованиям бизнеса. Здесь можно не приспосабливаться под имеющийся персонал, как в первом варианте. Но кадровые риски также имеются: отсутствие или дефицит на рынке труда специалистов требуемой квалификации, высокая стоимость привлечения таких специалистов, конфликты и текучесть персонала как высоковероятные спутники начальных этапов формирования новых коллективов. Опыт показывает, что успешным решение о создании нового предприятия будет при условии наличия времени, опыта и персонала в данной отрасли либо в ситуации, когда создаваемый бизнес относится к новым и в этом секторе рынка еще не функционируют крупные хозяйственные объединения, которые могут оказать существенное противодействие появлению нового предприятия.

Иногда купленное предприятие полностью перепрофилируется или делится на специализирующиеся подразделения, набирается новый персонал. Данную ситуацию лучше трактовать как создание нового предприятия.

Еще один вариант диверсификации – это создание совместного предприятия. К положительным моментам принятия решения о создании совместного нового бизнеса относится снижение риска для диверсифицирующейся компании, а точнее распределение риска между участниками совместного предприятия. Отдельные компании имеют в наличии определенные элементы производства. Одна компания – производственные площади, другая – высокопроизводительное оборудование, третья – современные технологии как источник инвестиций. Объединение названных субъектов рождает на рынке совместное предприятие с крепким начальным финансовым потенциалом и конкурентной позицией. Комплектование штата персонала совместного бизнеса может происхо-

дить как с помощью набора новых сотрудников, так и привлечения уже имеющегося персонала одного или нескольких объединившихся предприятий за счет кадрового перераспределения, оптимизации структуры персонала или сокращения устаревших направлений бизнеса с соответствующим высвобождением сотрудников и привлечением их в новый бизнес. Чаще используется смешанный вариант. К кадровым преимуществам можно отнести возможность оптимизировать имеющиеся структуры персонала, обеспечить наиболее оптимальную занятость, у сотрудников появляются шансы изменить профиль деятельности, коллектив, попробовать себя в новой сфере. Кадровые риски в этой ситуации могут проявиться через нежелание уже работающих сотрудников входить в состав нового бизнеса, сложности в переподготовке под новые требования, отсутствие специалистов требуемой квалификации и специализации, конфликт интересов соучредителей и, как следствие, вероятность сокращений персонала, неоптимальных трудовых перемещений. Могут возникнуть разногласия по системе управления персоналом на новом предприятии, модель управления персоналом какого из объединяющихся предприятий взять за основу. Если в объединяющихся бизнесах уже существовали свои кадровые должности и службы, то появляются проблемы с их реорганизацией.

Обобщая, можно сделать вывод, что, на первый взгляд, наименее трудоемкая и затратная с позиций управления персоналом форма диверсификации – это приобретение уже готового бизнеса с укомплектованным персоналом. Но если персонал неэффективен, его параметры не отвечают требованиям нового бизнеса, то первоначальные низкие затраты на его отбор далее перекроют высокие затраты на оптимизацию персонала, его замену, переподготовку, изменение отношения к работе и пр. Часто на практике экономичнее оказывается вариант создания диверсифицированного направления «с нуля». В любом варианте требуется предварительный анализ кадровых рисков и кадровых возможностей.

Рассмотренные формы реализуются в разных видах диверсификации. В частности, различают диверсификацию в родственный бизнес (или деятельность с определенным действующему бизнесу стратегическим соответствием) и диверсификацию в кардинально отличающийся бизнес. Родственная диверсификация возможна при технологической совместности функционирующего и нового бизнеса. При этом используется материальная база, тех-

нологии, каналы снабжения и сбыта, реклама и торговая марка действующего и присоединяемого (вновь создаваемого) предприятия. Может быть использован персонал через трудовые перемещения на диверсифицируемое направление, его опыт и квалификация, может быть полезен опыт управления персоналом и способности управленческого звена. Сопутствующим эффектом является возможность пересмотреть структуру персонала на действующем предприятии. При родственной диверсификации наблюдается значительная экономия издержек производства (эффект масштаба), что ведет к росту прибыли. Развивающаяся компания получает мощный потенциал в виде конкурентного преимущества в определенном секторе рынка. Затраты на персонал и на управление им также могут быть низкие, приобретенные ключевые компетенции в области управления персоналом можно перенести на новый бизнес.

Практический опыт деятельности диверсифицированных компаний демонстрирует разные варианты возможных точек соприкосновения родственных бизнесов – аналогичные сектора рынка потребителей, соответствие производственных процессов. Например, когда стратегически соответствующие виды бизнеса создают готовую продукцию, которую покупают одни и те же группы потребителей. При этом используются одни каналы оптового сбыта и розничной реализации, взаимная реклама, логистические операции по доставке, маркетинговые услуги, сервисное обслуживание и т. д. В этом случае персонал, занятый на этапе сбыта (маркетологи, менеджеры по продажам, специалисты по рекламе и логистике и т. д.), может привлекаться к обслуживанию сразу нескольких диверсифицированных направлений. Обучение данных групп персонала, создание для них систем заработной платы, продвижения и карьеры может быть общим.

Соприкосновение близких видов бизнеса в диверсифицированной компании может достигаться с помощью координации менеджмента. Приемы и методы управления базовым бизнесом переносятся в новый бизнес. Выработанные и доказавшие свою результативность технологии и методы управления персоналом используются в диверсифицированной компании. Возможна централизация процесса принятия управленческих решений в диверсифицированном бизнесе. Организационно этот вопрос решается путем создания единого управленческого подразделения для базового и нового вида деятельности. Одна кадровая служба мо-

жет обсуживать сразу несколько диверсифицированных предприятий. Условно это можно назвать внутренним аутсорсингом функций управления персоналом, при котором в единую кадровую службу обращаются диверсифицированные предприятия по мере возникновения потребности в отборе, обучении и пр. Этот процесс, конечно, требует определенных затрат. Однако результативность более прогрессивного менеджмента позволяет применять эффективные направления для получения высокого совокупного уровня, что экономит управленческие издержки в целом для диверсифицированной компании.

Таким образом, диверсификация через создание родственных бизнесов имеет следующие кадровые преимущества: возможность гибко использовать персонал в разных диверсифицируемых направлениях, максимально вовлечь кадровый потенциал, опыт, профессионализм, в случае необходимости, можно перемещать персонал, использовать разные внутрифирменные формы занятости, реализовывать единые кадровые технологии (отбор, обучение) на основе единой кадровой политики. В конечном счете возможна высокая экономия затрат на управление персоналом. Важно то, что реализуя единую кадровую политику, формируя общие ключевые компетенции персонала и корпоративные компетенции, диверсифицированная компания имеет существенное конкурентное преимущество перед партнерами на рынке. В качестве кадровых рисков стоит назвать то, что при возникновении сложностей в данной отрасли или на данном сегменте рынка они будут влиять на персонал сразу всех диверсифицированных направлений: вызывать текучесть кадров, дефицитность или избыточность кадров определенного профиля на рынке труда и т. д. Если диверсификация осуществляется в инновационных отраслях, в принципиально новых нишах экономики, то возможен острый недостаток соответствующего персонала, высокая стоимость данной категории сотрудников. То есть кадровые риски распространяются сразу на все направления бизнеса.

Именно масштабность рисков и желание их минимизировать ведет к тому, что большая часть российских предприятий проводят диверсификацию в неродственный бизнес. Во многих сферах бизнеса имеются достаточные средства и стремление уменьшить степень риска и выгодно инвестировать свои капиталы. Этот вид диверсификации инвестиционно привлекателен. Но с позиций управления персоналом он более сложен. Так, высоки риски длитель-

ного поиска необходимого персонала, получения персонала с неудовлетворительными характеристиками в результате приобретения предприятия. По причине слабой компетентности специалистов предприятия в данной сфере можно сразу не увидеть реальных погрешностей в квалификационных и профессиональных характеристиках сотрудников. Вероятна низкая степень мобильности персонала и возможностей в перемещениях, взаимозаменяемости в разных диверсифицированных направлениях. Технологии работы с персоналом в новых неродственных направлениях могут быть настолько непривычными, отличающимися от используемых, что потребуются время, чтобы их освоить. Возможно, необходимо будет привлекать соответствующих специалистов по управлению персоналом, имеющих опыт работы в новом направлении. Всё это значительно повышает затраты на привлечение персонала и

мероприятия по управлению им. Преимуществом данного вида диверсификации является возможность сформировать более эффективный персонал и вывести бизнес на новый уровень, в том числе с помощью современных наиболее актуальных компетенций вновь привлеченного персонала.

Таким образом, различные формы и виды диверсификации имеют свои кадровые преимущества и кадровые риски, которые необходимо учитывать при построении системы управления персоналом на диверсифицируемых направлениях. Использование предлагаемой концепции, в основе которой лежит принцип реализации логической последовательности анализа и учета мотивации диверсификации, её формы, вида, стратегии, позволит выработать такую систему управления персоналом, которая бы была максимально приближена к особенностям диверсифицируемого предприятия.

КРИВАЯ БЕСКУПОННОЙ ДОХОДНОСТИ КАК ИНДИКАТОР КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

ZERO-COUPON YIELD CURVE AS AN INDICATOR OF CRISES ON RUSSIAN FINANCIAL MARKET

А.А. Парфенов

A.A. Parfenov

Тюменский государственный университет

Статья посвящена анализу деформаций кривой бескупонной доходности по российским государственным облигациям в условиях российского финансового рынка. Раскрыты особенности изменения кривой бескупонной доходности в период мирового финансово-экономического кризиса. Предлагается система индикаторов кризисных явлений на основе анализа деформаций кривой.

The article covers the analysis of zero-coupon yield curve deformations of Russian government bonds in conditions of Russian financial market. Some distinctive features of the curve in conditions of the world economic crisis are reflected in the article. Based on the analysis of curve deformations the system of indicators is offered.

Ключевые слова: финансовый кризис, кривая бескупонной доходности, деформации, российский финансовый рынок, система индикаторов.

Key words: financial crisis, zero-coupon yield curve, deformations, Russian financial market, system of indicators.

Финансово-экономические кризисы, сопровождающие рыночную экономику на протяжении последних двух столетий, ставят перед научным сообществом поистине непростые задачи приращения знаний о природе кризисов с целью управления ими при проведении эффективной антикризисной политики.

Данные задачи, помимо прочих аспектов, включают в себя определение индикаторов, на основе которых можно было бы говорить о кризисных явлениях, рисках их реализации и прогнозировании. При поиске таких индикаторов важно учитывать природу современных кризисов. Первоисточником их зарождения являются, как правило, отрасли реального сектора экономики, имеющие наибольшую связь с фиктивным капиталом, либо финансовый рынок, его глубокое расстройство [1, с. 12, 47]. При этом неважно, в каком сегменте финансового рынка он возник изначально: фондовом, кредитном, долговом, валютном, страховом – через многочисленные «каналы перелива» и множество цепочек причинно-следственных связей он распространяется на все сегменты финансового рынка. В конечном итоге финансовый

кризис трансформируется в экономический кризис в виде социально-экономических последствий: падении объема ВВП и уровня занятости, росте инфляции, многочисленных дефолтах по обязательствам и банкротствах.

Таким образом, индикаторы кризисных явлений должны учитывать современные тенденции развития финансового сектора, его возросшую роль в экономике, а также иметь связь с реальным сектором экономики. Одним из таких финансовых индикаторов, на наш взгляд, является кривая бескупонной доходности по государственным ценным бумагам (КБД, G-кривая).

В статье исследуется кривая бескупонной доходности по российским государственным облигациям с целью выявления ее индикативных свойств по определению кризисных явлений в экономике, рисков их реализации.

Кривая бескупонной доходности по государственным ценным бумагам сама по себе является ценным аналитическим инструментом, поскольку отражает безрисковые (базовые, эталонные) текущие и ожидаемые процентные ставки для различных периодов времени, на

которые ориентируются регуляторы и участники финансового рынка. Однако не меньшую ценность представляет исследование деформаций кривой доходности: в зависимости от экономических условий они меняются наряду с графическим отображением срочной структуры процентных ставок (КБД принимает восходящую, нисходящую, нейтральную или изогнутую формы). В этом случае она может выступать в качестве индикатора кризисных явлений в экономике [2, с. 1].

Анализ деформаций кривой предполагает мониторинг изменения доходностей на краткосрочном, среднесрочном, долгосрочном концах кривой как отдельно, так и в их взаимосвязи. Выделяют три важнейшие деформации кривой доходности [3, с. 35]:

1) сдвиг (или смещение, *shift*) – изменение ставок в одном направлении;

2) поворот (или наклон, *slope*) – изменение доходностей по краткосрочным и долгосрочным ставкам в противоположном направлении. В данном исследовании наклон G-кривой измеряется как спрэд между десятилетними и однолетними ставками доходности;

3) изгиб (*curvature, degree of curvature, смещения-«бабочки»*) – изменение среднесрочных ставок КБД противоположно краткосрочным и долгосрочным ставкам. В данном исследовании изгиб измеряется как разность между четырехлетней ставкой доходности (среднесрочная ставка) и средним значением ставки доходности по однолетним и десятилетним облигациям.

Ниже представим анализ КБД в условиях российского финансового рынка. В исследовании использовались бескупонные доходности, рассчитанные на основе данных торгов по российским государственным облигациям и находящиеся в открытом доступе на сайте Центрального Банка РФ [4]. Используемые данные содержат 2 342 дневных наблюдений в период с 4 января 2003 г. по 18 июля 2012 г.

Данный временной отрезок был разделен на четыре периода в зависимости от экономических условий, однако с точки зрения цели исследования ограничимся рассмотрением двух периодов, представляющих наибольший интерес в анализе КБД:

1) период «инвестиционной» модели роста, или бескризисный период (сентябрь 2005 г. – июль 2008 г.). Он характеризуется [5; 6]:

– высокими темпами экономического роста (рост реального ВВП в 2006 г. составил 8,15 %, в 2007 г. – 8,54 %, в 2008 г. ВВП вырос на 5,25 % в связи с начавшимся финансо-

во-экономическим кризисом) и снижением безработицы;

– высоким темпом внутреннего спроса (13 % в 2006 г., 17 % – в 2007 г. на фоне опережающих ростов дохода населения, быстрого роста потребительского кредитования);

– дальнейшим повышением цены на нефть (экспортная цена в 2006 г. составила \$56,32 за баррель, в 2007 г. – \$64,28, в 2008 г. – \$90,68);

– благоприятными изменениями в динамике притока капитала (впервые с 2000-х гг. наблюдается чистый приток капитала: в 2006 г. – \$41,4 млрд, в 2007 г. – рекордные \$81,7 млрд, за первое полугодие 2008 г. – \$15,7 млрд), который объяснялся не только хорошими макроэкономическими показателями российской экономики, но и общим трендом массивованного притока международного капитала на развивающиеся рынки в период с 2005 г. по первую половину 2008 г.;

– благоприятной динамикой прямых инвестиций в экономику (зафиксировано положительное сальдо: \$6,55 млрд в 2006 г., \$9,16 млрд в 2007 г., \$19,41 млрд в 2008 г.);

– изменением тренда в антиинфляционной политике (в 2006 г. инфляция снизилась относительно 2005 г. с 10,9 до 9 %, однако в 2007 г. составила 11,9 %). Инфляцию подстегнула общая тенденция повышения цен на сырьевых рынках, что в условиях большой импортозависимости страны сказалось на ускоренном росте внутренних цен. Ставка рефинансирования Центробанка РФ колебалась в диапазоне 10–12 %.

В этот период многие экономисты отмечали признаки перегрева экономики, высокую инвестиционную активность и быстрое расширение платежеспособного спроса [7, с. 2];

2) кризисный период (август 2008 г. – сентябрь 2010 г.). Данный период характеризуется:

– высокой уязвимостью российской экономики к воздействию глобального кризиса. Несмотря на то, что российская экономика на момент кризиса имела очень хорошие макроэкономические показатели, в том числе за счет высокой цены на нефть (экспортная цена нефти в 2008 г. составила \$90,68 за баррель), проблемы в мировой финансовой системе сказались на российской экономике. Снижение цены на «черное золото» вследствие схлопывания «пузыря» на рынке нефти на рубеже 2008–2009 гг. негативно сказалось на бюджете страны и ее важнейших макроэкономических показателях;

– падением темпов роста реального ВВП (5,25 % в 2008 г., 7,82 % в 2009 г., 4,34 % в 2010 г.) и ростом безработицы;

– массивным оттоком капитала с мировых развивающихся рынков и российского рынка, в частности, сворачиванием инвестиционных программ предприятий (по итогам 2008 г. чистый вывоз капитала частным сектором составил астрономические \$133,7 млрд, в 2009 г. – \$56,1 млрд, в 2010 г. – \$34,4 млрд. Сальдо прямых инвестиции составило \$7,16 млрд в 2009 г., 9,24 млрд в 2010 г.);

– ростом инфляции и процентных ставок на фоне «кризиса ликвидности» и проводимой в предыдущие годы мягкой денежно-кредитной политики, запустившей инфляционные процессы. В 2008 г. инфляция составила 13,3 %, в 2009 и 2010 г. инфляцию удалось снизить до 8,8 %;

Выбор даты окончания кризисного периода (сентябрь 2010 г.) связан с тем, что уже с октября 2010 г. Федеральная резервная система США запустила второй раунд количественного смягчения (quantitative easing, или QE2) объемом \$600 млрд, вследствие чего на мировом рынке наблюдался рост цен на большинство сырьевых активов, в том числе и на нефть, позволяющий говорить о стабилизации ситуации.

В результате анализа деформаций российской G-кривой в разрезе выделенных периодов и за всю историю наблюдений рассчитана описательная статистика КБД (таблица 1).

Таблица 1

**Описательная статистика КБД
по российским государственным облигациям в разрезе периодов**

Период	Доходность, %			Станд. отклонение доходности, %	Асимметрия	Эксцесс
	Среднее значение	Минимум	Максимум			
<i>сентябрь 2005 – июль 2008 г. (бескризисный период)</i>						
1 год	5,63	4,93	6,48	0,28	0,11	-0,17
4 года	6,29	5,80	6,99	0,24	0,44	-0,17
10 лет	6,77	6,42	7,62	0,19	0,41	-0,33
Поворот (slope)	1,14	0,20	2,31	0,34	0,03	0,30
Изгиб (curvature)	-0,87	-1,36	-0,17	0,24	0,44	-0,17
<i>август 2008 – сентябрь 2010 г. (кризисный период)</i>						
1 год	7,61	4,19	13,10	2,36	0,08	-1,30
4 года	8,87	5,90	12,21	2,07	0,04	-1,58
10 лет	9,56	7,15	11,89	1,60	0,06	-1,65
Поворот (slope)	1,95	-2,57	3,39	1,23	-1,43	2,20
Изгиб (curvature)	0,99	-2,69	5,05	2,19	0,03	-1,28
<i>январь 2003 – июль 2012 г. (вся история наблюдений)</i>						
1 год	6,09	2,23	13,10	1,73	1,48	2,41
4 года	7,58	5,80	13,93	1,56	1,55	2,04
10 лет	8,24	6,42	13,70	1,40	1,15	1,23
Поворот (slope)	2,16	-2,57	5,84	1,16	0,02	0,90
Изгиб (curvature)	0,41	-1,36	6,77	1,56	1,55	2,04

Из таблицы 1 видно, что наибольшая средняя доходность наблюдается в кризисный период, для которого характерен общерыночный рост ставок (на краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном концах кривой доходности составляют 7,61, 8,87 и 9,56 % соответственно).

Графический вид кумулятивно построенной кривой меняется: если в бескризисный период она восходящая, то в кризисный период она принимает изогнутую форму: на интервале 1–3 года образуется горб (см. рис. 1). Вероятно, это связано с реализуемым «кризисом ликвидности», который заставил участников рынка активно избавляться от кратко-

срочных и среднесрочных (до трех лет) облигаций, тем самым «задрал» короткий конец кривой.

Также наблюдается смещение кризисной кривой вверх относительно оси абсцисс, которое не является параллельным даже на дневных фреймах, как допускают некоторые экономические модели (например, модель иммунизации портфеля облигаций): если во время кризиса средние ставки доходности по однолетним облигациям выросли на 1,98 % относительно аналогичных ставок бескризисного периода, то за это время ставки доходности по четырехлетним и десятилетним облигациям выросли на 2,58 и 2,79 % соответственно.

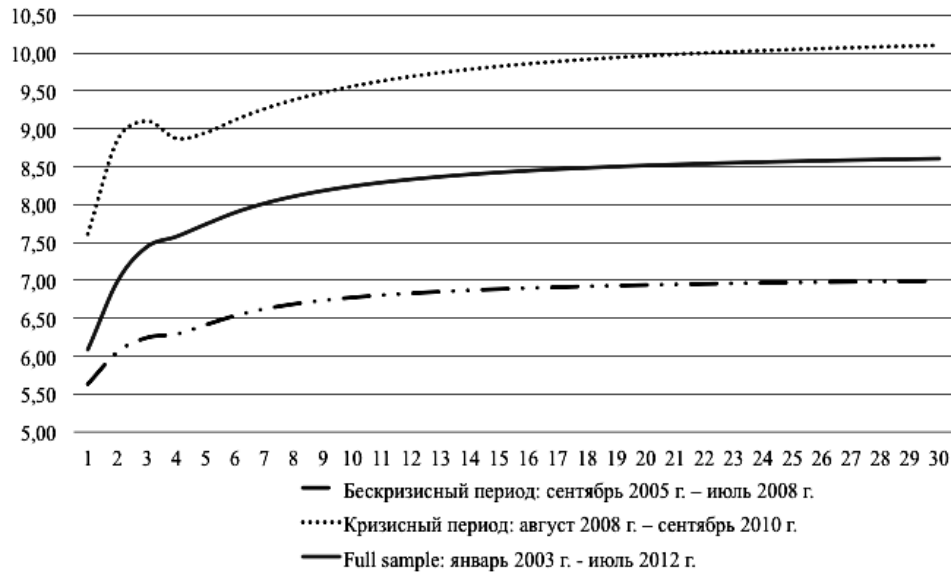


Рис. 1. Кумулятивная КБД по российским государственным облигациям в разрезе периодов

Для кризисного периода характерно наибольшее стандартное отклонение доходностей (2,36, 2,07 и 1,60 % по облигациям со сроком до погашения 1, 4 и 10 лет соответственно), наименьшее – для периода «инвестиционной» модели роста (0,28, 0,24 и 0,19 % соответственно). В целом за всю историю наблюдений стандартное отклонение доходностей на рассматриваемых интервалах составляет 1,73, 1,56 и 1,40 % соответственно.

Еще одной особенностью при рассмотрении КБД в кризисный период является стре-

мительный уход поворота кривой в отрицательную плоскость, что означает нивелирование разницы в доходностях по десятилетним и однолетним облигациям, или полное отсутствие премии за риск инвестирования в долгосрочные, более рискованные облигации (рис. 2). Это объясняется опережающим ростом ставок на коротком конце кривой по сравнению с длинным концом кривой в условиях острого кризиса ликвидности и «кризиса доверия» на финансовом рынке.

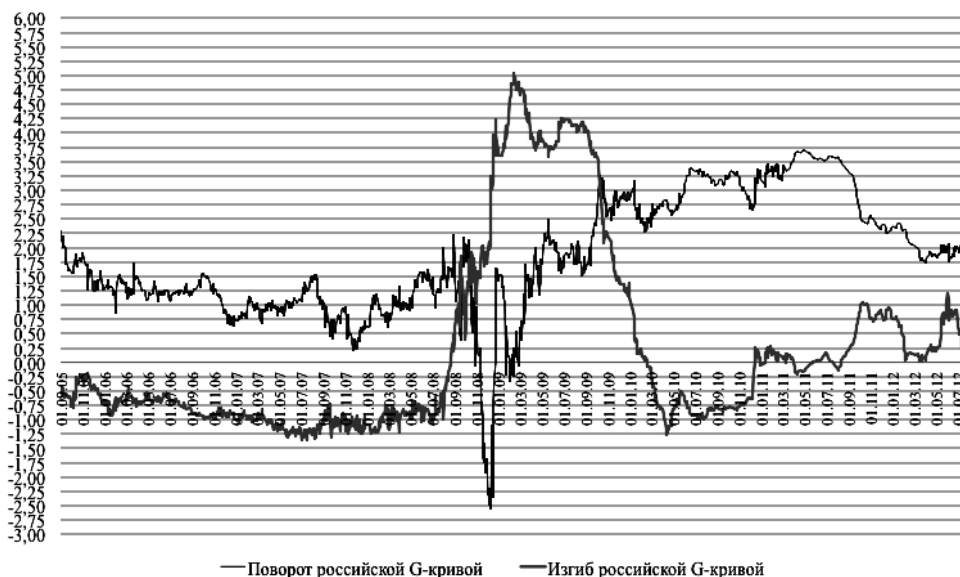


Рис. 2. Поворот и изгиб КБД по российским государственным облигациям в период с сентября 2005 по июль 2012 г.

Динамика изгиба G-кривой также имеет свои особенности в кризисный период по сравнению с периодом «инвестиционной модели

роста» (рис. 2). Если в последнем случае среднее значение изгиба принимает отрицательную величину (-0,87 %), то в кризисный период оно

принимает положительное значение (0,99 %), т. е. среднесрочные ставки на G-кривой становятся выше суммарных средних значений по краткосрочным и долгосрочным ставкам. Максимальной отметки в 5,05 % изгиб достиг 11 февраля 2009 г., после чего наметилась тенденция к его снижению. Предкризисного уровня изгиб достиг в апреле-сентябре 2010 г. по мере последовательной стабилизации ситуации на финансовых рынках. В целом за всю историю наблюдения изгиб КБД положителен (0,41 %).

Наконец, в кризисный период была зафиксирована околонулевая асимметрия распреде-

ления доходностей (0,08, 0,04, 0,06 для 1-, 4-, 10-летних бескупонных облигаций соответственно) и наблюдалось более плосковершинное распределение (отрицательный эксцесс) по сравнению с периодом «инвестиционной модели роста».

Проведенный анализ позволил сформировать систему индикаторов кризисных явлений, в основе которой лежат особенности деформации и поведения российской КБД. Данная система может быть использована в качестве индикатора кризисных явлений в условиях российского финансового рынка (таблица 2).

Таблица 2

Индикаторы кризисных явлений

№	Показатель	Интервал	Индикативный уровень	Примечание
1	Стандартное отклонение доходности безрисковых ставок			
	1 год	Недельный	>0,2 %	В кризис средние недельные стандартные отклонения на каждом из отрезков КБД (краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный) одновременно превышают заданные индикативные уровни. Для большей репрезентативности важно, чтобы обозначенные индикативные уровни на каждом из интервалов фиксировались в течение двух недель, поскольку могут происходить «случайные» недельные всплески
	4 года	Недельный	>0,11 %	
	10 лет	Недельный	>0,08 %	
2	Изгиб кривой	Дневной	>0,5 %	В кризис изгиб кривой принимает положительное значение, но наиболее достоверную информацию о начале кризисных явлений дает при перешагивании индикативного уровня
3	Поворот кривой	Дневной	<0 %	Характеризует лишь «острую» фазу кризиса. В кризис поворот кривой может принимать положительное значение
4	Сдвиг кривой (изменение доходности безрисковых ставок)	Дневной	Рост ставок	В кризис наблюдается тенденция к росту процентных ставок на всей КБД. G-кривая смещается вверх относительно оси абсцисс
5	Форма КБД	Дневной	Изогнутая форма	В кризисный период наблюдается тенденция к формированию изогнутой кривой доходности с горбом на интервале 1–3 года. Изменение формы кривой может происходить мгновенно после выхода важной новости

В целом, чем больше показателей одновременно соответствуют индикативным уровням, тем правомернее говорить о рисках реализации кризисов в экономике.

Таким образом, проведенное исследование деформации КБД по российским государственным облигациям позволяет говорить о практической ценности данного аналитического инструмента, имея в виду его индикативные свойства по определению кризисных явлений в экономике. Между тем полученная система индикаторов на основе ряда специфических изменений кривой доходности в кризис-

ный период 2008–2010 гг. нуждается в дальнейшем тестировании на российском финансовом рынке.

1. Политическое измерение мировых финансовых кризисов. Феноменология, теория, устранение : монография / под ред. С. С. Сулакшина. – М. : Научный эксперт, 2012.

2. Estrella A., Trubin M. R. The Yield Curve as a Leading Indicator: Some Practical Issues // Federal Reserve Bank of New York, Current Issues in Economics and Finance. – 2006. – Vol. 12. – № 5.

3. *Меньшиков И. С.* Устойчивость портфеля облигаций к трансформациям кривой доходности. – М. : Российская академия наук. Вычислительный центр им. А. А. Дородницына, 2003.

4. База данных срочной структуры процентных ставок // Центральный Банк РФ. – URL : <http://cbr.ru/GCurve/GDB.asp>

5. Статистика внешнего сектора // Центральный Банк РФ. – URL : <http://cbr.ru/statistics/?Prtid=svs>

6. Национальные счета, цены // Федеральная служба государственной статистики РФ. – URL : <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/account/>

7. Доклад об экономике России – июнь 2008. – № 16 // World Bank. – URL : http://siteresources.worldbank.org/intrussianfederation/Resources/rr16_rus.pdf

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕОРИИ КОНТРАКТОВ В ДОВЕРИТЕЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

USAGE OF CONTRACT THEORY IN INVESTMENT MANAGEMENT

Е.В. Люц

E.V. Lyuts

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Статья посвящена перспективам применения теории контрактов в доверительном управлении на рынке ценных бумаг. Сделаны выводы о типах контрактов в доверительном управлении, возможных транзакционных издержках и проявлении оппортунистического поведения. Раскрыта существующая практика контрактации в Российской Федерации и Соединенных Штатах Америки, проведен сравнительный анализ.

The paper is devoted to the prospects of contract theory in investment management. The conclusions are made regarding the type of contracts, possible transaction costs and demonstration of opportunistic behavior. The existing practices of contracting in Russian Federation and the United States of America are demonstrated and comparative analysis is performed.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, доверительное управление, теория контрактов, транзакционные издержки, оппортунистическое поведение.

Key words: securities market, investment management, contract theory, transaction costs, opportunistic behavior.

В последние десятилетия происходит сдвиг граней между экономикой и правом, широко используется описание экономических отношений через призму гражданских институтов, что получило свое отражение в развитии отдельной ветви экономической науки – институциональной теории. В рамках этой теории существует теория контрактов, которая исследует договорные отношения между контрагентами в экономике.

В общем виде контракт представляет собой «соглашение об обмене правомочиями и их защите, являющийся результатом осознанного и свободного выбора индивидов в заданных институциональных рамках» [1, с. 229].

В зависимости от степени полноты контракта выделяются следующие их типы:

– классический контракт. Предусматривает все условия его осуществления, характеризуется четкостью и исчерпывающей определенностью всех условий взаимодействия;

– неоклассический контракт. Долговременный контракт в условиях неопределенности, базируется на предпосылке о том, что не все будущие события могут быть предусмотрены и определены;

– имплицитный контракт. Нет четкого определения условий взаимодействия, специфика

контракта происходит в процессе его реализации [2].

Необходимость урегулирования споров в процессе выполнения контрактов связана не только с их неполнотой, но и с оппортунизмом, свойственным всем экономическим субъектам. Оппортунистическое поведение представляет собой «предпосылку о поведении экономического агента, который, следуя личной выгоде, может уклоняться от соблюдения условий договора с целью получения прибыли за счет ущемления прав партнера, в том числе за счет обмана и сокрытия информации» [1, с. 381]. При этом экономические субъекты проявляют оппортунизм как на стадии подготовки контракта (предконтрактное оппортунистическое поведение), так и в ходе его исполнения (постконтрактное оппортунистическое поведение).

Договорная основа деятельности по доверительному управлению на финансовом рынке является неотъемлемой составляющей данного вида деятельности в рамках нормативно-правового подхода к определению данного понятия [3].

Путем синтеза институционального определения контракта и нормативно-правового подхода можно говорить о том, что контракт на доверительное управление на финансовом рын-

ке – это совокупность норм и правил, сформулированных в результате свободного выбора учредителя управления (принципала) и доверительного управляющего (агента), определяющих условия и порядок оказания услуги по

доверительному управлению ценными бумагами во времени и пространстве, закрепляющих взаимные обязательства сторон и условия обеспечения их соблюдения.

Т а б л и ц а 1

Сравнительная характеристика типов контрактов

№ n/n	Критерий сравнения	Классический контракт	Неоклассический контракт	ИмPLICITный контракт
1	Форма контракта	Контракт в стандартной форме, в котором полностью оговорены все детали его выполнения	Форма контракта специально разрабатывается «под сделку». Контракт не полностью специфицирован, а оставляет возможность для корректировки	Основные положения контракта могут вообще не специфицироваться эксплицитно. Контракт сводится к передаче одной стороной права контроля своих действий другой стороне
2	Период, на который заключается контракт	Краткосрочный	Средне- и долгосрочный	Долгосрочный
3	Стимулы к выполнению условий контракта	Сильные, вознаграждение сторон привязано к выполнению конкретных задач, зафиксированных в контракте	Средние, использование доктрины «оправдания» позволяет сторонам ссылаться на непредвиденные обстоятельства в качестве препятствий выполнению обязательств	Слабые, одна из сторон контракта получает фиксированное вознаграждение за сам факт делегирования права контроля
4	Санкции за неисполнение условий контракта	Легальные, зафиксированные в самом контракте	Потеря репутации, созданной за период длительного взаимодействия сторон	Наложение административного взыскания, менее выгодные условия компенсации за делегированное право контроля
5	Инстанция, в которой разрешаются конфликты	Суд	Третья сторона: арбитражный суд, третейский суд	Решение диспутов происходит без привлечения какой-либо третьей стороны, на основе использования власти

Составлено по: [4].

При этом контракт на доверительное управление имеет ряд своих особенностей, вытекающих из сути этих отношений:

- доверительное управление является услугой длящегося характера;
- стороны контракта, как правило, имеют неравные представления о характере предоставляемой услуги;
- стратегии доверительного управления строятся исходя из склонности к риску принципалов: сбалансированная стратегия – для нейтральных к риску, консервативная – для противников риска и агрессивная – для склонных к риску.

На основе анализа представленного ранее сравнения типов контрактов и особенностей доверительного управления можно сделать следующие выводы:

во-первых, доверительное управление не может оформляться классическим контрактом,

поскольку отношения принципала и агента имеют средне- и долгосрочную основу, не предполагают детальной регламентации деятельности агента, форма контракта не может быть стандартной ввиду различной склонности к риску учредителей управления;

во-вторых, имплицитные контракты, как правило, регламентируют отношения работника и работодателя, строятся на отношениях власти и, следовательно, при доверительном управлении такие контракты не заключаются;

в-третьих, неоклассические контракты отражают специфику доверительного управления.

Данные теоретические выводы, которые должны базироваться на неоклассическом контракте, дают возможность сконструировать основной каркас отношений доверительного управления. Неполнота данного вида контракта позволяет раскрыть в доверительном управлении

проблемы оппортунистического поведения и трансакционных издержек.

Предконтрактное оппортунистическое поведение заключается в сокрытии информации управляющим от учредителя управления в силу того, что управляющий, как профессиональный участник рынка, обладает информацией о его специфике, имеет квалифицированный персонал. Сокрытие информации учредителем управления не наблюдается, поскольку, являясь принципалом, он получает большую часть дохода от верных действий агента на рынке. Возникающая проблема – неблагоприятный отбор.

Постконтрактный оппортунизм выражается в нарушении условий контракта, отклонении от их выполнения. Такая ситуация в теории контрактов характеризуется как моральный риск.

Трансакционные издержки в доверительном управлении в условиях неполноты информации и контрактов возникают на всех стадиях отношений управляющего и учредителя управления. Подробная характеристика издержек представлена в таблице 2.

Таблица 2

Трансакционные издержки в доверительном управлении

№ n/n	Виды издержек	Содержание издержек	
		Издержки доверительного управляющего	Издержки учредителя управления
1	Издержки поиска информации об альтернативах сделки	Для привлечения клиентов издержки связаны с: рекламой, деловыми визитами	Поиск информации: о наиболее выгодных договорах, о самой низкой цене услуг агента, о надежности управляющего, о предыдущих результатах деятельности управляющего
2	Издержки измерения количественных и качественных характеристик блага	Отсутствуют	Сложность в оценке качества деятельности управляющего, отсутствие критериев и способов их измерения
3	Издержки ведения переговоров и заключения контракта	Заключаются в составлении договора доверительного управления, использовании услуг профессиональных юристов	Заключаются в составлении договора доверительного управления, использовании услуг профессиональных юристов
4	Издержки контроля за соблюдением контракта со стороны партнеров по сделке и предупреждения оппортунистического поведения партнеров	Отсутствуют	Необходимость постоянного мониторинга деятельности управляющего. Данный вид издержек достаточно высок
5	Издержки защиты контракта от посягательств третьей стороны	Отсутствуют	Отсутствуют

Подводя итог, можно говорить о том, что содержание деятельности по доверительному управлению обуславливает применение неоклассических контрактов в процессе регулирования отношений учредителя управления и доверительного управляющего, которые ввиду своей неполноты создают предпосылки для возникновения трансакционных издержек и проявления оппортунистического поведения.

Для изучения практики контрактации необходимо проанализировать регулирование контрактных отношений в деятельности по доверительному управлению на макроуровне посредством обзора законодательства и на мик-

роуровне – с помощью анализа договоров доверительного управления, доступных на официальных сайтах профессиональных участников рынка ценных бумаг.

Изучение законодательной базы доверительного управления на финансовом рынке в России дает следующий результат:

- Гражданский кодекс РФ устанавливает следующие обязательные реквизиты договора по доверительному управлению: состав имущества, передаваемого в доверительное управление, наименование учредителя управления и выгодоприобретателя, размер и форма вознаграждения, срок действия договора [5];

- Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» не дано описание сути и содержания договора доверительного управления [6];

- Приказом Федеральной службы по финансовым рынкам «Об утверждении порядка осуществления деятельности по управлению ценными бумагами» в косвенной форме указаны основные содержательные элементы договора доверительного управления: объекты доверительного управления, право на заключение срочных сделок и депозитных договоров, право управляющего на вознаграждение, условия хранения ценных бумаг и денежных средств и порядок их возврата, содержание и порядок предоставления отчетности управляющим [7].

Таким образом, на уровне федерального законодательства незакрепленные условия контракции между учредителем управления и управляющим позволяют осуществлять доверительное управление на основе неоклассического контракта. Но в то же время подзаконные акты регулирующего органа в жесткой форме устанавливают обязательные минимальные требования к контракту по доверительному управлению, что является попыткой полного детального описания условий контракта и вынуждает стороны разрешать споры в судебном порядке и, как следствие, смещает контрактные отношения доверительного управления в сторону классических контрактов.

Поскольку между регулированием контракции доверительного управления на финансовом рынке в России и теоритическими выводами существует противоречие в части типов контрактов, оформляющих данные отношения, необходимо выяснить типы контрактов, заключаемых российскими доверительными управляющими. При анализе договоров доверительного управления рассматривались только профессиональные участники рынка ценных бумаг, имеющие соответствующую лицензию и осуществляющие индивидуальное доверительное управление.

Для анализа были отобраны сайты 109 профессиональных участников, осуществляющих деятельность по управлению ценными бумагами, что составляет 11,7 % от общего числа лицензиатов. При этом на сайтах только 18 управляющих раскрываются договоры доверительного управления. Итак, от 10 до 23 % всех доверительных управляющих раскрывают на своих сайтах контракты на доверительное управление (с вероятностью 95 %). Изучение выборки позволило сделать следующие выводы:

1. Управляющие максимально полно отражают требования органа исполнительной вла-

сти по рынку ценных бумаг в части основных содержательных элементов контракта, при этом не расширяя ограничений в части своей деятельности и требований к предоставлению отчетности, но увеличивая количество обстоятельств, за которые они не несут ответственность. Однако ряд управляющих размещают на своих сайтах редакции договоров, соответствующих утратившей силу нормативно-правовой базе. На сайтах четырех компаний ставки вознаграждения не указаны, что не соответствует требованиям Гражданского кодекса РФ.

2. 8 из 18 компаний предлагают заключение договора доверительного управления в форме присоединения к регламенту, что нивелирует индивидуальный характер отношений между учредителем управления и управляющим, позволяет изменять договор без согласования в одностороннем порядке.

3. Договоры предусматривают краткосрочный характер отношений на год и менее с возможностью пролонгации, что не соответствует характеристике отношений по доверительному управлению как длящихся.

4. Управляющие имеют средние стимулы к исполнению контрактов, поскольку их вознаграждение хоть и привязано к результату, но существует его фиксированная часть, которую управляющий получает в любом случае. При этом каждый управляющий разрабатывает свой перечень событий, риск реализации которых лежит на учредителе управления, тем самым ограничивая свою ответственность. Уведомление о рисках, как правило, сводится к простой классификации рисков и их перечислению, а также включению в текст требований законодательства о доверительном управлении в части уведомления о рисках.

5. Минимальные суммы инвестирования колеблются от 500 до 3 млн руб., что свидетельствует о доступности индивидуального доверительного управления и его гибкости в части передачи средств в управление.

6. Только трое управляющих указали результаты своей деятельности в прошлом, что говорит о том, что учредителю управления достаточно тяжело оценить результаты работы профессионального участника. Это затрудняет выбор, приводит к появлению транзакционных издержек. При этом одним из управляющих размещены данные об ожидаемой доходности, что запрещено действующим законодательством.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на российском рынке индивидуальных доверительных услуг сложилась практика

заключения классических контрактов в стандартной форме, которые, как правило, максимально отражают требования законодательства, но не предполагают гибкости, присущей доверительному управлению. Установившаяся практика взимания вознаграждения оказывает дестимулирующее воздействие на управляющих, поскольку обеспечивает их гарантированным доходом от «комиссии за оборот».

На американском рынке ценных бумаг аналогом российского института деятельности по доверительному управлению является инвестиционное консультирование, осуществляемое инвестиционными консультантами (investment adviser) [8].

Перечень требований к контрактам на инвестиционное консультирование указан в законе «Об инвестиционных консультантах» 1940 г. (США). Консультативные контракты должны включать:

условия оплаты услуг управляющего. В договоре указываются все пошлины и сборы, а в случае если комиссия составляет процент от активов, то способ определения цены активов.

Также перечисляются все прочие расходы: брокерская комиссия, биржевые сборы и др.;

объем предоставляемых услуг. Описывается, через каких брокеров совершаются сделки, могут ли они быть аффилированы с управляющим;

административные вопросы, среди которых выбор кастодиана, частота инвестиционных отчетов, инвестиционные цели клиентов и лимиты по бумагам, условия о конфиденциальности;

порядок разрешения споров: указание на законы, возможность урегулирования споров с помощью независимого арбитра;

обязательства сторон;

внесение поправок и изменений, условия прекращения договора. Запрещается взимание штрафов в случае расторжения договора по решению клиента [9].

Сравнительный анализ российской и зарубежной практики контрактации в деятельности по доверительному управлению представлен в таблице 3.

Таблица 3

Сравнительная характеристика контрактации в деятельности по доверительному управлению в Российской Федерации и Соединенных Штатах Америки

Вид контракта	Модель доверительного управления	
	в Российской Федерации	в Соединенных Штатах Америки
	Договоры (контракты) на доверительное управление	
	Классический	Неоклассический
Требования к контракту	Установлены в разных нормативных актах	Установлены только законом об инвестиционных консультантах
Ограничения в деятельности управляющих	Установлены законодательно	Определяются контрактом
Условия предоставления отчетности	Установлены законодательно	Определяются контрактом
Вознаграждение и условия его выплаты	Обязательное условие контракта	Обязательное условие контракта
Вопросы организации управления	Обязательное условие контракта	Обязательное условие контракта
Срок осуществления доверительного управления	Обязательное условие контракта	Может быть не определен

Таким образом, можно говорить о том, что теория контрактов позволяет рассмотреть доверительное управление как совокупность контрактов между доверительным управляющим и учредителем управления. При этом был сделан вывод о том, что доверительное управление с точки зрения теории контрактов должно осуществляться на основе неоклассического контракта, сопряженного с проблемой оппортунистического поведения и транзакционных издержек. Российская практика контрактации

не соответствует теоритическим посылам и тяготеет в сторону использования классических контрактов, что является причиной ущемления прав инвесторов, негибкости и ограниченности отношений доверительного управления, ведет к обезличиванию индивидуального доверительного управления. Американская модель доверительного управления в части контрактов соответствует теоритическим предпосылкам, законодательно закреплена неоклассическая форма контракта, что позволяет учесть инве-

стиционные интересы учредителей управления, сократить транзакционные издержки и исключить оппортунистическое поведение со стороны управляющих.

1. *Одинцова М. И.* Институциональная экономика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика». – 2-е изд. – М. : ГУ ВШЭ, 2008. – 397 с.

2. *Агапова И. И.* Институциональная экономика : учеб. пособие. – М. : Магистр, 2009. – 269 с.

3. *Горловская И. Г., Люц Е. В.* Содержание и особенности предпринимательской деятельности по доверительному управлению на рынке ценных бумаг // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2012. – № 1. – С. 168–174.

4. *Олейник А. Н.* Институциональная экономика : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 416 с.

5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): федеральный закон от

26 января 1996 г. № 15-ФЗ (ред. 28 ноября 2011 г. № 336-ФЗ). Документ опубликован не был // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

6. О рынке ценных бумаг: федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ (ред. 28 июля 2012 г. № 145-ФЗ). Документ опубликован не был // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

7. Об утверждении порядка осуществления деятельности по управлению ценными бумагами: Приказ ФСФР России от 3 апреля 2007 г. № 07-37 / пз-н. Документ опубликован не был // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

8. Investment advisers act of 1940 // Official website of the Securities and Exchange Commission U.S. – URL: <http://www.sec.gov/about/laws/iaa40.pdf>.

9. *Demby E. R.* The RIA's Compliance Solution Book. – New York : Bloomberg Press, 2006. – P. 90–94.

ОПЫТ КНР В РЕГУЛИРОВАНИИ РИСКОВ ДЕМПИНГА НА НАЛОГОВОЙ ОСНОВЕ

TAX-BASED REGULATION OF DUMPING RISK IN CHINA

Л.А. Родина

L.A. Rodina

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Статья посвящена вопросам налогового регулирования рисков демпинга. Опыт Китая представляется достаточно интересным и может быть эффективно адаптирован на российские условия. Нормы законодательства призваны защитить национальную экономику и поддержать отечественного товаропроизводителя.

The article deals with the dumping risk tax regulations. In this regard, China's experience is quite interesting and can be effectively adapted to Russian conditions. Rules of law designed to protect the national economy and to support domestic producers.

Ключевые слова: налоговое регулирование, риск демпинга, адаптация опыта Китая.

Key words: tax regulations, the risk of dumping, the adaptation of China's experience.

Проблема демпинга в российской экономике не ослабевает со временем, являясь достаточно серьезным экономическим риском для отечественной экономики и товаропроизводителей. С вступлением России в ВТО этот вопрос, возможно, будет разрешаться уже на уровне международного расследования подобных нецивилизованных торговых отношений, так как демпинг официально осуждается ВТО. Однако современные схемы демпинга настолько латентны, что выявить недобросовестную ценовую конкуренцию не всегда удается. Именно поэтому необходимо страховать риски демпинга действенными внутренними инструментами. В этой связи опыт Китая может быть достойным примером такого механизма регулирования международной торговли.

В силу того что государственное регулирование экономических отношений наиболее ярко выражено в налоговой политике государства, не вызывает сомнений, что именно налоговые, таможенные барьеры, вероятно, наиболее действенны в решении проблемы демпингового ценообразования. Доказательством тому является опыт Китая в разрешении экономических споров по поводу расследования и применения антидемпинговых мер относительно импортеров. Традиционно применяя таможенные пошлины в качестве инструмента протек-

ционисткой торговой политики, на службу государственным интересам поставлены и налоговые органы. В этой связи налоговые компетенции отражены в Положении Китая (КНР) «Об антидемпинге и антидотациях». Данные положения разработаны в соответствии с «Законом внешней торговли КНР» для поддержания порядка в зарубежной торговле и честной конкуренции и для защиты отечественной промышленности по выпуску аналогичных товаров.

В случаях, если импортируемые товары дотируются или ввозятся на внутренний рынок Китая по демпинговым ценам, а также являются причиной ущерба, угрозой материального ущерба соответствующим отраслям отечественной промышленности или служат реальным препятствием для создания соответствующих отраслей отечественной промышленности, то в соответствии с положениями о защите интересов КНР правительством должны быть приняты комплексные меры по борьбе с демпингом и дотациями.

Традиционным считается понятие демпинга, когда имеет место ситуация, при которой экспортная цена импортируемых товаров ниже их обычной цены. При этом обычная цена определяется следующими способами.

1. Если товары, идентичные или сходные с импортируемым продуктом, продаются по

сопоставимым ценам в странах-экспортерах, то эти цены считаются обычными ценами.

2. Если товары, идентичные или сходные с импортируемым продуктом, не продаются по сопоставимым ценам в странах-экспортерах, то обычной ценой является:

– либо сопоставимая цена на идентичные или сходные товары, экспортируемые в третью страну;

– либо себестоимость идентичных или сходных товаров плюс приемлемые расходы и прибыль.

Экспортная цена определяется следующим образом.

1. Реально заплаченная цена или цена, которая должна была быть заплачена за импортированные товары, является экспортной ценой.

2. Если никакая цена не была заплачена и не должна была быть заплачена за импортируемые товары, то экспортной ценой следует считать:

– цену, по которой импортируемый товар продается впервые независимому покупателю;

– цену, которую на разумной основе вычисляет Министерство внешней торговли после консультаций с таможенным бюро.

Демпинговой разницей считается величина, на которую экспортная цена импортируемых товаров меньше обычной цены. При определении демпинговой разницы экспортная цена импортируемых товаров и обычная цена должны сравниваться путем использования честных и разумных средств. Эта проблема решается на уровне строгого выбора лиц, осуществляющих расследование и применяющих регулирующие меры. Также для гарантии честного и разумного отношения к процессу оценки и реагирования на демпинговые цены предусмотрен высокий уровень ответственности лиц-исполнителей с диапазоном мер наказания за нарушение принципов справедливости и разумности от ощутимых штрафных санкций до уголовного преследования.

Ущерб включает в себя причинение материального ущерба или угрозу материального ущерба уже существующим отраслям отечественной промышленности или создание препятствий для возникновения соответствующей отрасли отечественного производства путем использования демпинга.

При определении ущерба, причиненного отечественным отраслям производства путем использования демпинга, принимаются во внимание следующие аспекты.

1. Количество демпингового товара, включая его общее количество или возрастающее

увеличение общего количества по отношению к идентичным или сходным отечественным товарам и возможности дальнейшего увеличения.

2. Цены демпинговых товаров, включая снижение цен на демпинговые товары или влияние этого демпинга на цены идентичных или сходных отечественных товаров.

3. Влияние демпингового товара на отечественное производство.

4. Производственная мощность компании, занимающейся демпингом, объем экспорта и наличные товары.

В антидемпинговом расследовании касательно товаров, импортируемых из двух и более стран, оценка влияния родственных импортируемых товаров может суммироваться.

Отечественными производителями считаются все производители, изготавливающие идентичные или сходные товары на территории КНР или производители большей части идентичных или подобных товаров.

Производители отечественной продукции, связанные с экспортом или импортом или сами импортирующие продукцию по демпинговым ценам, могут быть исключены из категории отечественных производителей. Данная норма при всей своей строгости имеет очень действенное влияние и поддерживается предпринимателями как справедливое наказание даже резидентов, нарушающих закон и дающих право на такие же нарушения другим участникам международного рынка.

Отечественные производители товаров, идентичных или сходных с импортируемыми товарами или относящиеся к ним организаторы (далее именуемые «заявители») могут подать письменное заявление в Министерство внешней торговли о проведении антидемпингового расследования в соответствии с пунктами данных положений.

Заявление должно содержать следующую информацию:

1. Название и адрес заявителя или заявителей и производители, которых они представляют.

2. Предназначение и описание импортируемых продуктов, номера их тарифного кода, предназначение и описание идентичных или сходных отечественных товаров.

3. Количество и цена импортируемых товаров, и их влияние на отечественное производство.

4. Причинно-следственная связь между демпингом и нанесением ущерба.

5. Другая информация, оговоренная Министерством внешней торговли (МОФТЕС).

6. Необходимые доказательства следует приложить к форме заявления.

Получив письменное заявление от заявителя, Министерство внешней торговли должно его рассмотреть вместе с прилагаемыми доказательствами и после консультаций с Государственным комитетом по экономике и торговле решить, целесообразно ли отправлять дело на расследование.

Если при особых обстоятельствах у Министерства внешней торговли появляются доказательства того, что имеет место демпинг, нанесение ущерба и причинно следственная связь между этими двумя событиями, то оно после консультаций с Государственным комитетом по экономике и торговле может принять самостоятельное решение о расследовании дела.

Публичное оглашение окончательного решения результатов антидемпингового расследования должно произойти в течение 12 месяцев, начиная с момента публичного оглашения решения о направлении дела на расследование. При особых обстоятельствах, этот срок может быть увеличен до 18 месяцев.

Министерство внешней торговли должно публично огласить, направляет ли оно дело на расследование, и известить об этом заявителя экспортеров и импортеров, правительство страны экспортера и другие заинтересованные стороны.

После принятия решения о направлении дела на расследование Министерство внешней торговли и Таможенное бюро должны совместно расследовать, имел ли место демпинг, определить демпинговую разность. Государственный комитет по экономике и торговле и соответствующие отделы Госсовета должны совместно расследовать, был ли нанесен ущерб и степень этого ущерба. Министерство внешней торговли и Государственный комитет по экономике и торговле должны каждый по отдельности огласить свое первоначальное решение на основе результатов расследования. Министерство внешней торговли должно публично огласить свое первоначальное решение.

Если первоначальное решение установило существование демпинга и факт причинения ущерба, то будет проведено дополнительное расследование касательно демпинга, демпинговой разности, ущерба и степени ущерба. Министерство внешней торговли и Государственный комитет по экономике и торговле должны каждый по отдельности принять свое окончательное решение, основываясь на результатах дополнительного расследования. Министерство внешней торговли должно публично огласить свое окончательное решение.

Антидемпинговое расследование прекращается, и Министерство внешней торговли публично оповещает о его прекращении при наличии следующих обстоятельств:

- 1) заявитель забрал свое заявление;
- 2) первоначальное слушание не выявило наличия демпинга и нанесения ущерба;
- 3) последнее слушание не выявило наличия демпинга и нанесения ущерба;
- 4) демпинговая разность и количество импортируемых демпинговых продуктов могут игнорироваться.

В процессе проведения совместного расследования Министерством внешней торговли и Таможенным бюро или Государственным комитетом по экономике и торговле и соответствующими отделами Госсовета они могут направлять заинтересованным сторонам опросные листы и проводить исследования образцов. По запросу заинтересованной стороны ей предоставляется возможность выразить свое мнение.

Министерство внешней торговли может, если сочтет это необходимым, направлять свой персонал в соответствующие страны для проведения расследования, при условии, что эти страны не возражают.

При совместном расследовании Министерством внешней торговли и Таможенным бюро или Государственным комитетом по экономике и торговле и соответствующими отделами Госсовета заинтересованные стороны должны давать точные отчеты о текущем положении и предоставлять необходимые материалы. Если они не дают точного отчета о ситуации и не представляют необходимых материалов или другими способами препятствуют расследованию, то Министерство внешней торговли и Государственный комитет по экономике и торговле могут выносить решение на основании имеющихся в их распоряжении материалов.

Министерство внешней торговли и Государственный комитет по экономике и торговле должны предоставить заявителю и другим заинтересованным сторонам доступ к материалам дела при условии, что эти материалы не являются секретными.

В случае, если предварительные слушания вскрыли существование демпинга, нанесшего ущерб соответствующим отраслям отечественной промышленности, то могут быть предприняты следующие антидемпинговые меры.

1. В соответствии с оговоренной процедурой может быть введен временный антидемпинговый налог.

2. Может быть запрошен денежный залог или другая форма гарантии.

Сумма временного антидемпингового налога, денежного залога и других форм гарантии должны быть совместимы с демпинговой разницей, определенной на предварительных слушаниях.

Министерство внешней торговли может предложить и Комитет по таможенно-налоговой политике при Госсовете может принять решение о наложении временного антидемпингового налога. Министерство внешней торговли должно решить, потребовать ли предоставления денежного залога и других форм гарантии.

Также Министерство внешней торговли должно публично объявить о своем решении принять временные антидемпинговые меры, а Таможенное бюро должно реализовать эти решения.

Срок введения временных антидемпинговых налогов составляет 4 месяца, начиная с момента публичного оглашения решения о введении временных мер. При особых обстоятельствах этот период может быть увеличен до 8 месяцев.

Если экспортер демпинговых продуктов или правительство страны-экспортера обещают принять эффективные меры для возмещения ущерба, нанесенного промышленности КНР, то Министерство внешней торговли, проконсультировавшись с Государственным комитетом по экономике и торговле, может принять решение приостановить антидемпинговое расследование. Министерство внешней торговли должно публично объявить о принятом решении.

Министерство внешней торговли может потребовать от экспортера или правительства страны-экспортера регулярно сообщать о выполнении взятых на себя обязательств.

Если экспортер демпингового продукта или правительство страны-экспортера не выполняет свои обязательства или отказывается от своих обязательств, то Министерство внешней торговли, проконсультировавшись с Государственным комитетом по экономике и торговле, может принять решение о возобновлении антидемпингового расследования.

Если окончательно установлено наличие демпинга, нанесшего ущерб промышленности страны, то, согласно установленным процедурам, может быть введен антидемпинговый налог и Министерство внешней торговли должно публично объявить об этом решении.

Министерство внешней торговли может предложить, Комитет по таможенной политике при Госсовете должен решить и Таможенное бюро должно провести в жизнь введение любого антидемпингового налога.

Плательщиком антидемпингового налога является импортер товаров, цена которых признана искусственно заниженной, демпинговой.

Сумма антидемпингового налога не может превышать демпинговую разницу, определенную в окончательном решении.

Если сумма антидемпингового налога, определенная в окончательном решении, меньше суммы временного антидемпингового налога, то лишняя часть уплаченного налога возвращается. Если сумма антидемпингового налога, определенная в окончательном решении, больше суммы временного антидемпингового налога, то разницу между ними платить не нужно.

Если, согласно окончательному решению, налог не вводится, то собранный временный антидемпинговый налог, денежный залог и другие виды залога должны быть возвращены. Это означает положительное решение властей относительно импортера и окончание расследования, в результате которого выявлено, что предварительные претензии, подозрения в применении демпинговой цены не оправдались и импортер не имел умысла нанести ущерб национальной экономике.

При наличии одновременно двух перечисленных ниже обстоятельств Комитет по тарифной политике при Госсовете может по представлению Министерства внешней торговли решить уже постфактум вопрос о наложении антидемпингового налога на товары с искусственно заниженной ценой, импортированные в период за 90 дней перед публичным оглашением решения о принятии временных мер, если

1) демпинговый продукт неоднократно наносил ущерб отечественному производству или импортер демпингового товара знал или должен был знать, что экспортер товара завозит его по демпинговым ценам и этот демпинг нанесет ущерб отечественному производству;

2) большое количество демпингового товара было импортировано за короткий промежуток времени и уже причинило ущерб отечественному производству.

Промежуток времени, отведенный на введение антидемпинговых налогов и принятие решений относительно цен, составляет 5 лет. В течение этого времени Министерство внешней торговли после консультаций с Комитетом по экономике и торговле, или по своему собственному решению, или по запросу заинтересованных сторон может проводить перепроверку решений, касающихся введения антидемпинговых налогов.

В течение 12 месяцев после начала перепроверки Министерство внешней торговли мо-

жет предложить Комитету по политике таможенных тарифов при Госсовете изменить, отменить или оставить в силе предыдущее решение, касающееся антидемпинговых налогов. Комитет по политике таможенных тарифов при Госсовете может пересмотреть решение и Министерство внешней торговли должно публично объявить о своем решении.

Если импортер демпингового товара имеет свидетельство, доказывающее, что сумма уже уплаченного им антидемпингового налога превышает демпинговую разность, то он может обратиться в Министерство внешней торговли для возврата налога. Министерство внешней торговли и Таможенное бюро должны провести совместное расследование и проверить факты.

После этого Министерство внешней торговли может отправить предложение по возвращению налоговой суммы в Комитет по политике таможенных тарифов при Госсовете. Комитет по политике таможенных тарифов при Госсовете принимает решение касательно возмещения налоговой суммы, и Таможенное бюро воплощает решение в жизнь.

Министерство внешней торговли, Государственный комитет по экономике и торговле и соответствующие отделы Госсовета могут предпринимать надлежащие меры с целью предотвращения попыток избежать антидемпинговых налогов. Это означает, что принимаемое решение предварительно очень тщательно готовится, проверяются все факты, ведется комплексное расследование, исключая возможность случайных решений по отношению к добросовестным импортерам.

По официальному определению дотацией считается финансовая поддержка или привилегия, прямо или косвенно предоставленная отрасли производства, предприятию зарубежным правительством или общественной организацией.

Данные положения касаются дотируемых импортированных товаров. Однако эти положения не распространяются на импортируемые товары, использующие дотации только в целях промышленных исследований и развития, дотации на поддержку отсталых регионов, защиту окружающей среды и т. д. Однако данные положения применяются одновременно и для внутреннего товаропроизводителя. При этом не имеет значение, какое резидентство у лица, которому предоставляется поддержка. В этом тоже проявляется справедливость отношения государства к участникам торгового обмена, так как под ответственность может попасть и китайский товаропроизводитель, уличенный в ис-

пользовании дотаций, если это прямо не предусмотрено договорами или иными предварительными условиями с согласия государства.

Считается, что чистая сумма полученных товаров дотаций, собственно, и является суммой дотаций. По закону сумма дотаций должна подсчитываться справедливо и разумно. В этой связи разрабатываются серьезные методики расчета с обоснованным выбором критериев справедливости и разумности на основе статистических выборок, расчета погрешностей, а также с использованием сложных математических, информационных моделей и технологий.

Также в нормах закона об антидемпинговом противодействии зафиксировано, что в зависимости от реальных обстоятельств КНР может предпринимать соответствующие шаги в отношении любой страны или региона путем принятия антидемпинговых или антидотационных мер против экспортных товаров. Таким образом, в вопросах защиты национальных интересов Китай не применяет режимы благоприятствования ни для одного государства, даже состоящего с ним в партнерских отношениях. Это означает, что предварительная договоренность о некотором уровне цен предполагает их снижение по отношению к средним на рынке, но одностороннее решение импортера о снижении цен уже расценивается как демпинг с вытекающими последствиями.

Министерство внешней торговли, Государственный комитет по экономике и торговле и соответствующие отделы при Госсовете могут разрабатывать новые меры, руководствуясь базовыми положениями национального законодательства о противодействии демпингу и дотациям.

Таким образом, четко проработанная, в правовом плане выверенная и корректная, законодательно зафиксированная политика противодействия демпингу и дотаций на цены ввозимых товаров позволяет осуществлять на цивилизованной основе протекцию национальных экономических интересов. Опыт Китая показывает, что системный подход при постоянном отслеживании действий лиц, ввозящих товары на территорию страны, учет мировых тенденций в международной торговле эффективен в вопросах регулирования торгово-экономических отношений с партнерами. Адаптацию подобного опыта к российским условиям уже диктует современная экономическая ситуация в соответствии с необходимостью решительного противодействия демпингу на российском рынке и вхождением страны в ВТО.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ

THE SOCIOLOGICAL APPROACH TO THE RESEARCH OF TAX CULTURE

Т.Н. Богославец

T.N. Bogoslavets

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматриваются причины применения социологического подхода в процессе исследования налоговой культуры общества. Процесс налогообложения изучается как социальный процесс в сфере экономических отношений, определенный объективными и субъективными факторами, среди которых налоговое поведение и налоговая культура неразрывно взаимосвязаны и влияют на эффективность самого процесса налогообложения.

The article deals with the reasons of application of the sociological approach in the course of research of tax culture of a society. Taxation process is studied as social process in sphere of economic relations, defined by objective and subjective factors among which the tax behaviour and tax culture. These factors are indissolubly interconnected and influence on efficiency of the process of the taxation.

Ключевые слова: налоговая культура, социологический подход, экономическая социология, социокультурный механизм, налоговое сознание, налоговое поведение.

Key words: tax culture, sociological approach, economic sociology, socio-cultural mechanism, tax awareness, tax behavior.

В научной литературе процесс налогообложения чаще всего рассматривается как экономический процесс, представляющий собой систему расчетов налогов и форм их выплаты. Характерной чертой налоговых отношений служит их имущественный характер, т. е. выполнение налоговой обязанности, которая означает передачу в распоряжение государства определенных денежных средств их собственником. Выполняя социальные функции, налогообложение имеет особенности развития и представляет собой реальный предмет исследования в области экономической социологии. Использование социологического подхода в изучении налоговой культуры позволяет исследовать ее специфику в системе социальных отношений, которые развиваются в сфере экономики и финансов с учетом закономерностей развития системы хозяйствования. Следовательно, налоговую культуру необходимо изучать как длительный, регулируемый социальный процесс, в основе которого лежит взаимодействие между его участниками ради достижения определенной цели.

Изучение налоговой культуры в рамках экономического процесса значительно сужает ее роль и влияние на развитие общества, социальное и экономическое положение населения,

поведение в сфере налогообложения, на конечные результаты действия вводимых налогов. Использование социологического подхода в исследовании налоговой культуры как социального процесса объясняется тремя причинами.

Во-первых, выполняя перераспределительную функцию, налогообложение затрагивает социальные интересы и уровень доходов всех социальных групп, независимо от сферы их профессиональной занятости. Именно функция социальной справедливости является одной из самых конфликтогенных социальных функций процесса налогообложения. От степени ее реализации зависит способность или сглаживать социальное неравенство в доходах различных групп населения и таким образом предотвращать конфликты, или, напротив, обострять их. Если рассматривать налоговую систему Российской Федерации, то она не только не сглаживает социальный разрыв разных групп налогоплательщиков, а, наоборот, усиливает социальную и имущественную поляризацию, содействуя социальным конфликтам.

Во-вторых, поскольку налогообложение носит всеобщий характер, участниками этого процесса являются не только сотрудники налоговых органов, управленческий персонал организаций, но и все население, выступаю-

щее как социально-ролевая группа налогоплательщиков, проявляющая разные формы налогового поведения. В современном российском обществе распространена девиантная форма налогового поведения, связанная с нарушениями установленной законом обязанности налогоплательщика платить налоги. Это свидетельствует о серьезных социальных причинах, поддерживающих такое отношение населения к закону.

В-третьих, являясь эволюционным процессом, налогообложение в значительной мере зависит от уровня налоговой культуры налогоплательщиков, которая, в свою очередь, обуславливает формирование налогового поведения всех его участников. В формировании налоговой культуры существенное значение играет налоговое поведение, которое определяется ценностными ориентациями, в том числе правовыми нормами, мотивациями, обычаями, традициями и нравами в обществе. Однако социологических исследований особенностей налогового поведения и, как следствие, определенного уровня налоговой культуры в современной российской социологии не ведется, и объясняется это следующими противоречиями. Во-первых, в российском обществе существует социальное противоречие между широким распространением девиантных форм налогового поведения, низким уровнем налоговой культуры населения и потребностью в социально-справедливом распределении и перераспределении доходов в обществе. Во-вторых, есть противоречие между интересами государства, направленными на реализацию социально-экономических задач посредством налогообложения, и низким уровнем жизни большинства населения, его стремлением сэкономить на сокрытии налогов.

В научной литературе (Б.Х. Алиев, Д.Г. Черник и др.) систему налогообложения исследуют преимущественно с позиций экономического подхода, как процесс установления и взимания налогов. С.В. Маркин, Н.В. Милляков, Ю.А. Крохина налогообложение рассматривают как совокупность законодательно установленных норм права, определяющих порядок установления и взимания налогов. В.М. Пушкарева и Н.И. Осетрова, анализируя историю налогообложения и эволюцию развития, используют исторический подход.

Таким образом, существующие теоретические подходы в исследовании процесса налогообложения вносят важный вклад в понимание его сущности, назначения и перспектив. Однако социальные особенности налогообло-

жения, его влияние на уровень жизни, налоговое поведение и налоговую культуру налогоплательщиков ни экономического, ни правовой, ни исторический подходы не раскрывают. Именно с позиций социологического подхода процесс налогообложения может рассматриваться как социальный процесс в сфере экономических отношений, который обусловлен объективными и субъективными факторами, среди которых налоговое поведение и налоговая культура неразрывно взаимосвязаны и влияют на эффективность самого процесса налогообложения.

Анализ влияния процесса налогообложения на уровень жизни населения, связь с социальной и налоговой политикой государства были предприняты в ряде исследований начала XXI в. В частности, Л.Н. Потрубач и Л.Э. Гаджиева [1] рассматривают оптимизацию налогообложения с целью обеспечения социальной справедливости; М.Д. Дубова [2] на уровне единого социального налога изучает его роль в реализации социальной политики государства; Д.В. Доспишил [3] анализирует реализацию социальной функции налоговой политики в странах с постсоциалистической экономикой на примере России и Чехии; С.Б. Мурашов [4] исследует социальное регулирование уровня и качества жизни населения в процессе развития системы налогообложения; Е.Б. Поспелова [5] исследует формирование социальной направленности налогообложения семей; А.О. Гребенчук [6] рассматривает налогообложение как социальный процесс и его влияние на формирование налогового поведения в России; А.А. Махонина [7] анализирует формирование налоговой культуры старших подростков в системе экономического восприятия учреждений дополнительного образования.

Особенностям поведения населения в процессе уплаты налогов большое внимание уделяется в зарубежной литературе. В результате исследований французского социолога М. Леруа [8] и американского социолога Ю. Бэксауза и др. в рамках развития экономической социологии в Европе и Америке была выделена отдельная дисциплина, получившая название «фискальная социология» (социология налогов), развитие которой исследуется в работе Г.Г. Силласте [9]. Систематизацией зарубежного опыта занималась российский социолог Е.Г. Новикова [10]. Значительный вклад в анализ мотиваций девиантного налогового поведения внес А.В. Брызгалин, рассматривая налоговую оптимизацию.

Таким образом, исследованием вопросов налогообложения и формирования налоговой

культуры занимаются экономисты, социологи и педагоги. Все они отмечают, что формирование определенных поведенческих установок и конкретных форм налогового поведения населения определяется социальным характером процесса налогообложения.

Теоретико-методологической основой являются частносоциологические законы ряда социологических теорий среднего уровня: социологии и социальной конфликтологии финансово-банковской сферы (Г. Силласте), социологии налогов (фискальной социологии) (М. Леруа), социологии труда (И.И. Чангли, А.И. Кравченко, В.И. Добреньков). При анализе налогообложения как социального процесса следует использовать теории социального действия (М. Вебер, Т. Парсонс), ролей и социального статуса (Р.К. Мертон), социальной структуры (М. Руткевич), стратификации (П. Сорокин), социального конфликта (Р. Дарендорф, И. Козер), социальных изменений (П. Штомпка, В. Радаев, Н. Тихонова), социальной справедливости (Л. Потрубач, Л. Гаджиева).

Исследование налоговой культуры наиболее органично осуществлять с позиций экономической социологии. Налоговая культура, представляет собой многоплановую и разноуровневую структуру. В то же время она является целостной подсистемой экономической, правовой и общей культуры гражданина. Поэтому следует рассматривать три вида элементов налоговой культуры: понятия, отношения и ценности. Во-первых, понятия, или концепты, – это терминология, которой пользуются в налогообложении. Она помогает гражданам организовать и упорядочить свой налоговый опыт. Изучение налоговой терминологии позволяет ориентироваться в сфере налогообложения путем усвоения, накопления и организации своего опыта. Во-вторых, отношения – это определенные представления о том, как составные части налоговой культуры связаны друг с другом в пространстве и времени. В-третьих, это разделяемые всеми убеждения относительно целей, к которым следует стремиться. Они лежат в основе моральных доктрин, а в каждом социальном устройстве гражданин делает свой выбор, что считать ценностью, а что нет.

Налоговую культуру следует рассматривать не как особую часть культуры, а как «проекцию» общей культуры на сферу социально-экономических отношений. По отношению к общей культуре налоговая выступает как часть по отношению к целому, имея в то же время свои отличительные особенности, которые определяются функциями налоговой культуры.

1. Функция аккумуляции налогового опыта.

2. Функция гносеологическая, познавательная, когда, охватывая налоговую сферу, налоговая культура дает целостную картину познания процесса налогообложения, а также уровень навыков и умений.

3. Функция исторического обмена, передачи опыта в налогообложении, эту функцию называют еще информационной.

4. Функция коммуникативная.

5. Функции регулятивная и нормативная, когда налоговая культура выступает как система норм и требований, предъявляемых моралью и правом.

6. Функция сигнификативная – это способность налоговой культуры создавать целостные, осмысленные представления о мире налогообложения, ее философии. Для этого налоговая культура вырабатывает запас значений, имен, знаков, язык. Наука, искусство, философия – это особым образом организованные знаковые системы, призванные с разных сторон представить мир налогообложения, сделать его понятным, осмысленным, близким человеку.

7. Гуманистическая функция налоговой культуры является основной, поскольку в ней заключен смысл создания налоговой системы.

Налоговая культура, наряду с основными функциями, призвана выполнять дополнительные функции: познавательную, прикладную, воспитательную и т. д. Познавательная функция заключается в том, что новые налоговые знания стимулируют критическую переоценку старых знаний и осознание тенденций развития общества на перспективу. Прикладная функция налоговой культуры характеризует умение применять налоговые знания на практике. Воспитательная функция необходима для передачи налоговых знаний, образцов поведения при формировании высокого уровня налоговой культуры налогоплательщика.

Таким образом, выполняя свои функции, налоговая культура влияет на социальную жизнь различными путями, через социализацию, создание и введение ценностей, образцов поведения, создание моделей институтов и социальных систем.

Для современной России характерны социальные трансформации, меняются все типы культуры: интеллектуальная, политическая, экономическая, бытовая. Эти изменения объясняются динамикой трех групп факторов: объективные перемены, происходящие внутри России; тенденции и инерция сложившейся национальной и цивилизационной культуры; за-

висимость от общемирового развития. Все три группы факторов в той или иной степени определяют социально-экономические отношения и, следовательно, уровень налоговой культуры граждан России.

Эволюция налоговой культуры происходит в рамках социальной эволюции. Рассматривая социальную эволюцию как процесс взаимного приспособления преобразующего человека и изменяющейся социальной среды, целесообразно определить границы взаимного влияния и методологические рамки, в которых этот процесс следует изучать. Для этого необходимо определить, в чем заключается социокультурный механизм трансформации налогового сознания и поведения и какие методы для его изучения следует использовать. Кроме того, следует определить характер социальной эволюции, в рамках которой происходит эволюция налоговой культуры.

1. Потрубач Л. Н., Гаджиева Л. Э. Оптимизация налогообложения с целью обеспечения социальной справедливости // Журнал социально-гуманитарные знания. – 2001. – № 5. – С. 145–160.

2. Дубова М. Д. Роль единого социального налога в реализации социальной политики государства // Финансы. – 2002. – № 12. – С. 44–45.

3. Доспишил Д. В. Реализация социальной функции налоговой политики в странах с пост-социалистической экономикой: на примере России и Чехии: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2003. – 163 с.

4. Мурашов С. Б. Социальное регулирование уровня и качества жизни населения в процессе развития системы налогообложения: дис. ... канд. соц. наук. – СПб., 2004. – 322 с.

5. Поспелова Е. Б. Формирование социальной направленности налогообложения семей: дис. ... канд. экон. наук. – М., 2006. – 182 с.

6. Гребенчук А. О. Налогообложение как социальный процесс и его влияние на формирование налогового поведения в России: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2009. – 207 с.

7. Махонина А. А. Формирование налоговой культуры старших подростков в системе экономического восприятия учреждений дополнительного образования: автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Вологда, 2002. – 38 с.

8. Леруа М. Социология налога. – М. : Дело и сервис, 2006. – 96 с.

9. Силласте Г. Г. Экономическая социология : учеб. пособие. – М. : Гардарики, 2005. – 383 с.

10. Новикова Е. Г. Фискальная социология: обзор западных исследований налогообложения // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6. – № 1. – С. 95–103.

МЕТОДЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ В ПЛАНИРОВАНИИ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК

METHODS OF VISUALIZATION IN TAX AUDITS PLANNING

Г.С. Айтхожина, С.Е. Баженов

G.S. Aytkhozhina, S.E. Bazhenov

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Рассматриваются методы визуализации как важное перспективное направление в развитии системы планирования налоговых проверок в России, как наиболее перспективный метод интеллектуального анализа данных и метод превентивного воздействия.

The article considers a visualization methods as the important perspective direction in development of tax audits planning system in Russia, as the most perspective method of intellectual analysis of data and a method of preventive impact.

Ключевые слова: планирование налоговых проверок, методы визуализации.

Key words: tax audits planning, methods of visualization.

В век информационных технологий мы сталкиваемся с проблемой анализа и интерпретации накопленного массива данных. На помощь нам приходят разнообразные компьютерные программы, включающие в себя инструменты анализа и обработки большого количества числовой и текстовой информации. Зачастую такие программы сложны и требуют специальных знаний от пользователя. Однако как исследователю, так и обществу в целом важны результаты подобного анализа данных. Для этого как нельзя лучше подходят методы визуализации, с помощью которых удастся представить выявленные закономерности, тенденции, особенности в наглядной и понятной форме. Как точно заметил У. Боумен: «Говорят, один рисунок стоит тысячи слов, и это действительно так, но при условии, что рисунок хороший».

Планирование контрольной работы как одно из направлений деятельности налоговых органов подразумевает взаимодействие с огромным количеством баз данных. В этой связи методы визуализации находят широкое применение в планировании налоговых проверок. На сегодняшний день представленная тема малоизучена и разработана в научной литературе. Этому есть разумное объяснение. До недавнего времени планирование налоговых проверок являлось особо закрытой процедурой налоговых органов. Однако с принятием Концепции системы планирования выездных налоговых проверок данная процедура стала рассматри-

ваться как открытая, построенная на отборе хозяйствующих субъектов для последующего контроля по критериям риска налоговых правонарушений, в том числе общедоступным для граждан. Данное обстоятельство обуславливает придание заявленной теме особую актуальность.

В рамках действующего законодательства о налогах и сборах представляется целесообразным рассмотреть методы визуализации в планировании налоговых проверок с двух позиций:

- как инструмента воздействия на налоговую грамотность и дисциплину налогоплательщиков;

- как важного элемента метода специального отбора для налогового контроля.

Рассмотрим каждую позицию в отдельности.

Открытые интернет-источники определяют визуализацию в общем виде как метод представления информации в виде оптического изображения (в свою очередь, методы визуализации определяются как представление такой информации в виде рисунков и фотографий, графиков, диаграмм, структурных схем, таблиц, карт и т. д.) [1].

В рамках раскрытия информации по осуществлению налогового контроля Федеральная налоговая служба (ФНС) России на своем сайте, в разделе «Контрольная работа. Концепция системы планирования выездных налого-

вых проверок» представила к общедоступному критерию самостоятельной оценки налоговых рисков № 12 «Ведение финансово-хозяйственной деятельности с высоким налоговым риском» наглядные схемы уклонения от уплаты налогов. Данные способы представлены на сайте в виде лаконичных схем, отражающих типовые способы уклонения от налогообложения с использованием фирм-однодневок, вывода средств через оффшоры, обналичивание средств и т. п.

Это очень удачный пример сочетания схемы как метода визуализации и планирования контрольной работы. Налогоплательщик может сверить свою деятельность на наличие подобных схем. Наглядность и простота этого метода позволяет налогоплательщику сэкономить время и не вдаваться в сложные формулировки закона.

В качестве рекомендаций хотелось бы отметить, что представленные в Концепции схемы есть смысл пополнить новыми, которые выявляют налоговики, и выставлять их на общее обозрение на сайте ФНС. Это позволит придать огласке мошеннические схемы уклонения

от уплаты налогов, что поставит под сомнение деятельность организаций, использующих подобные схемы.

Процедура налогового контроля в форме выездной и камеральной налоговых проверок законодательно оформлена в Налоговом кодексе РФ. На сайте ФНС России, все в том же разделе «Контрольная работа», мы находим блок «Налоговый контроль», где содержится процедура выездной и камеральной налоговых проверок. Однако она представлена выдержками из Налогового кодекса РФ и других нормативных документов. Визуализация данных процедур отсутствует. Это серьезный недостаток. На сегодняшний день правовая культура наших граждан все еще находится на низком уровне. Многие люди считают сложным язык, на котором написан Налоговый кодекс РФ, кто-то просто не захочет читать статьи из-за их объема. Кто-то воспользуется Интернетом и обнаружит наглядную схему проведения налоговой проверки, но не сайте ФНС России, а на сайте юридической фирмы, специализирующейся на оказании консалтинговых услуг.

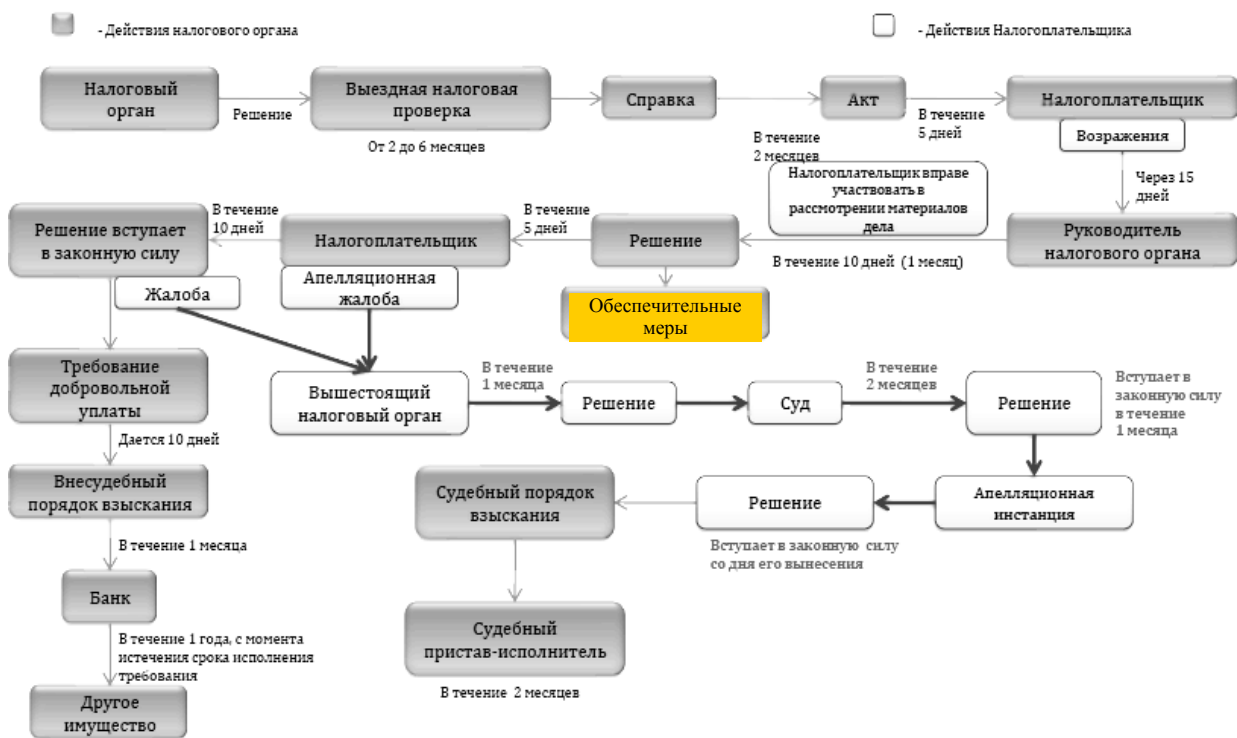


Рис. 1. Схема проведения выездной налоговой проверки и порядок ее обжалования [2]

С тем же успехом данная блок-схема могла бы быть представлена на сайте www.nalog.ru, где каждый налогоплательщик мог бы ознакомиться с процедурой налоговой проверки, в которой ему предстоит участвовать. Это бы стало дополнительной мерой воздействия на дисциплину налогоплательщика на этапе планирования налоговых проверок и соответствовало бы принципу открытости, заявленному в Концепции.

Результаты контрольной работы налоговых органов, безусловно, влияют на планиро-

вание. Налоговые органы выявляют проблемные области в проверках и учитывают их в дальнейшем, налогоплательщикам интересна результативность налогового контроля. По словам главы ФНС М. Мишустина: «Выездных налоговых проверок стало меньше, при этом растет их эффективность. Это – результат серьезной аналитической работы, которая предшествует выездным проверкам» [3].

В подтверждении этих слов мы можем рассмотреть сводные отчеты по формам статистической отчетности налоговых органов, в частности отчет №2-НК, например, по Омской области. Но более наглядным для налогоплательщиков (и в целом для любого пользователя) представляется оформление подобной информации в форме диаграммы.

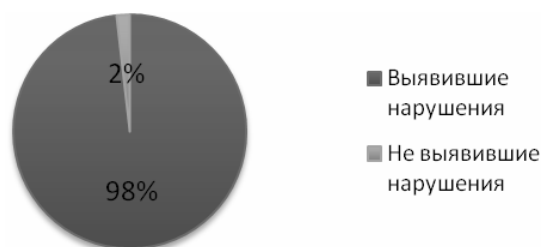


Рис. 2. Сведения о проведении выездных налоговых проверок по Омской области по состоянию на 1 октября 2011 г.

В настоящее время большую популярность приобретает такое направление, как инфографика. По сути, это способ подачи информации,

данных и знаний посредством методов визуализации.

На сегодняшний день многие информационные ресурсы (например, Издательский дом «Коммерсантъ», Газета.РУ) имеют на своих сайтах раздел инфографики. В данном разделе организованы большие объемы информации, более наглядно показаны соотношения предметов и фактов во времени и пространстве, а также продемонстрированы тенденции в разных сферах деятельности посредством методов визуализации.

На расширенной коллегии ФНС, прошедшей 21 февраля 2011 г., было заявлено, что «повышение уровня информационной открытости налоговых органов и качества взаимодействия с налогоплательщиками является одной из приоритетнейших задач, стоящих перед службой. Отчасти решению этих вопросов будет способствовать уже состоявшийся запуск новой версии официального интернет-портала ФНС России (www.nalog.ru)» [4].

В этой связи представляется необходимым дополнить раздел сайта ФНС «Контрольная работа» блоком «Инфографика», где была бы собрана вышеуказанная визуальная информация (см. рис. 3).

Такие действия способствовали бы повышению налоговой культуры и дисциплины налогоплательщиков и, как следствие, повышению эффективности планирования налоговых проверок.

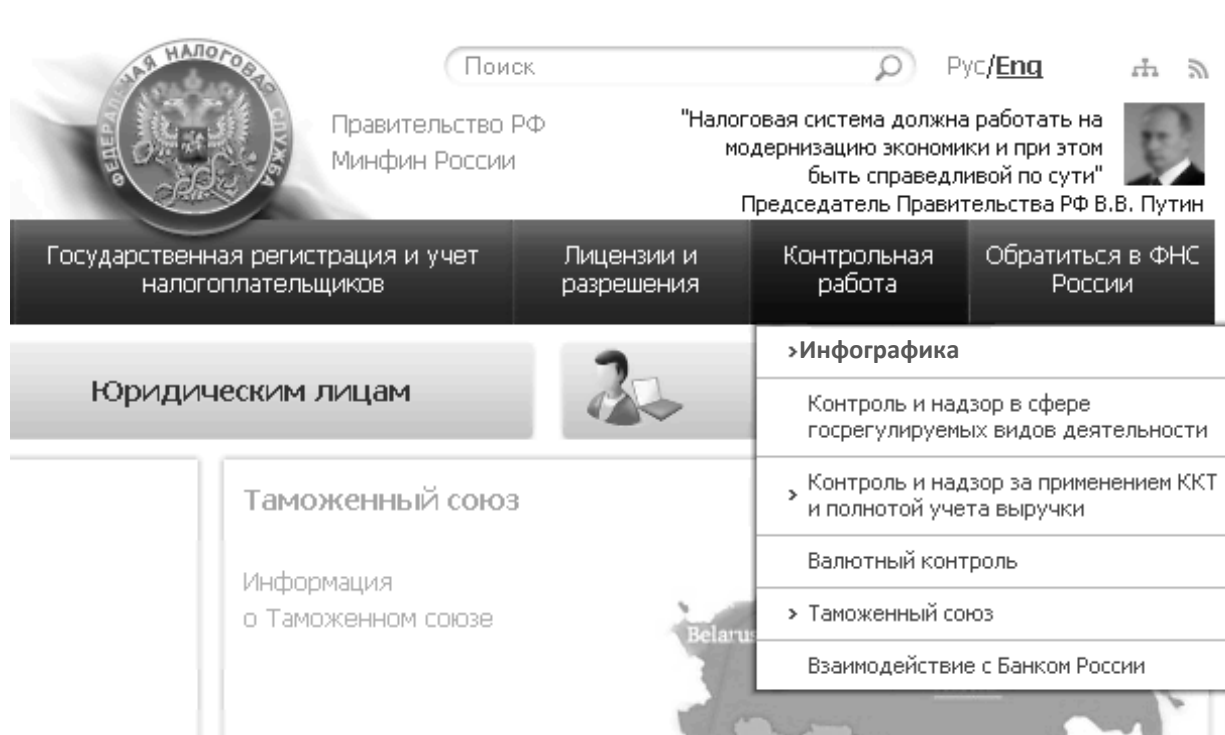


Рис. 3. Модернизация сайта ФНС России

Методы визуализации можно рассматривать и в качестве метода специального отбора для налогового контроля. Как известно, все существующие методы отбора для контроля делят на 3 группы: целенаправленный, обязательного включения и случайного отбора. Целенаправленный (специальный, критериальный) отбор обеспечивает целенаправленный выбор налогоплательщиков, в показателях деятельности которых усматриваются наибольшие риски (вероятность) налоговых правонарушений. Методы специального отбора разделяют на две подгруппы: традиционные методы и интеллектуальный анализ данных. Интеллектуальный анализ данных заключается в автоматизированном поиске определенных закономерностей в информационных базах данных налоговых органов о деятельности хозяйствующих субъектов и использовании полученных результатов при выявлении признаков налоговых правонарушений. В свою очередь, в зависимости от используемого математического аппарата методы интеллектуального анализа данных к настоящему времени включают экспертные системы, статистический анализ, нейронные сети [5]. Сюда же относятся и методы визуализации данных.

Интеллектуальный анализ данных (ИАД) в зарубежной литературе называется Data Mining. Data Mining – это процесс обнаружения в сырых данных ранее неизвестных, нетривиальных, практически полезных и доступных интерпретации знаний, необходимых для принятия решений в различных сферах человеческой деятельности [6]. С этой точки зрения методы визуализации можно рассматривать как один из методов Data Mining, в зарубежной литературе они получили название Visual Mining.

Основной идеей визуального анализа данных является представление данных в некоторой визуальной форме, позволяющей человеку погрузиться в данные, работать с их визуальным представлением, понять их суть, сделать выводы и напрямую взаимодействовать с данными.

Каждый из подходов ИАД использует определенный метод визуализации:

- для деревьев решений это визуализатор дерева решений, список правил, таблица сопряженности;
- для нейронных сетей, в зависимости от инструмента, это может быть топология сети, график изменения величины ошибки, демонстрирующий процесс обучения;
- для линейной регрессии в качестве визуализатора выступает линия регрессии;

- для кластеризации – дендрограммы, диаграммы рассеивания [7].

Каждый из этих методов может применяться и в планировании налоговых проверок. Е. Маградзе в своей диссертационной работе «Разработка и исследование моделей оценок системы налогового контроля» подробно описывает применение методов ИАД в планировании налоговых проверок. Так, для определения однотипных групп организаций применялся один из методов кластеризации, в результате организации были разбиты на группы, каждой из которых присвоен код; далее был использован метод деревьев решений. Код группы (результат работы предыдущего метода) использовался для интерпретации полученных закономерностей [8]. Результаты, полученные в ходе применения вышеуказанных методов, были визуализированы соответствующими способами для наглядного представления и понимания.

В этой связи, все методы визуального представления или отображения данных могут выполнять одну из функций:

- являются иллюстрацией построения модели (например, представление структуры (графа) нейронной сети);
- помогают интерпретировать полученный результат;
- являются средством оценки качества построенной модели;
- сочетают перечисленные выше функции (дерево решений, дендрограмма) [7].

В планировании налоговых проверок данное направление особенно перспективно. К примеру, в результате внедрения полноценного электронного документооборота счет-фактур, использования базы данных банков и других сопряженных баз можно формировать сложные схемы прямого и косвенного взаимодействия физических и юридических лиц на основе метода графов (см. рис. 4). Это позволит налоговым органам эффективнее выявлять мошеннические схемы уклонения от уплаты налогов, неправомерного возмещения НДС.

Методы визуализации являются и важнейшим инструментом превентивного характера в системе планирования налогового контроля. Визуализация законодательных норм, критериев отбора объектов предстоящего контроля, результатов предварительного анализа данных, итогов контрольной работы и т. п. способна оказывать необходимое воздействие на субъекты налогообложения с целью предупреждения налоговых правонарушений.

Данный вывод подтверждает и практика. Так, заместитель главы налоговой службы, ку-

рирующий контрольный блок, С.Н. Андрущенко видит в качестве основных мер по предупреждению налоговых нарушений – активную

разъяснительную работу налоговых органов, способствующую отказу налогоплательщиков от применения схем минимизации налогов [9].

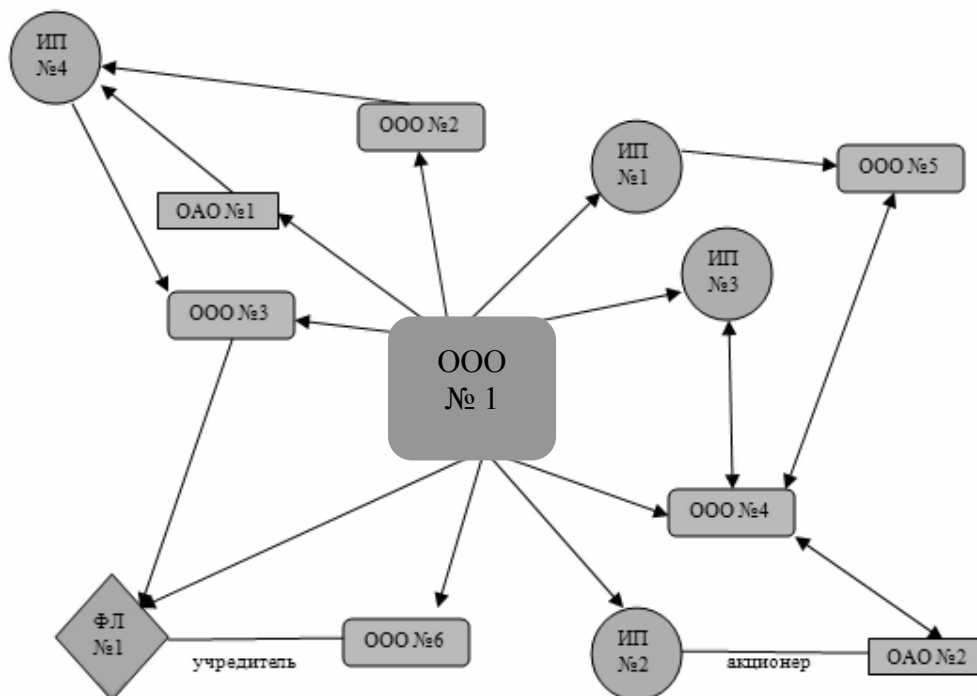


Рис. 4. Схема взаимодействия общества с физическими и юридическими лицами

Следует отметить, что методы ИАД, в том числе методы визуализации данных, так же как и методы случайного отбора, в отечественной практике налогового администрирования при планировании налоговых проверок практически не используются. В Башкирии некоторыми авторами, например А.Н. Бирюковым, разработаны теоретические подходы к применению нейронных систем в планировании налоговых проверок [10]. Несмотря на серьезную теоретическую проработку, использование моделей, базирующихся на методе интеллектуального анализа данных, еще не достаточно адаптировано к практике налоговых органов.

Таким образом, методы визуализации – весьма перспективное направление в планировании налоговых проверок. С одной стороны, это хороший инструмент воздействия на налоговую грамотность и дисциплину налогоплательщиков. Это достигается в уже существующей Концепции, а также может найти свое развитие в дальнейшем совершенствовании уровня информационной открытости налоговых органов. С другой стороны, как показывают многие исследования, визуализация является одним из наиболее перспективных направлений анализа данных, в том числе ИАД. Ее преимущества в том, что она может служить источни-

ком информации для ФНС, не требуя теоретических знаний и специальных навыков работы, может выступить тем языком, который объединит профессионалов из различных проблемных областей, может превратить исходный набор данных в изображение, благодаря которому у налоговых органов могут появиться абсолютно новые, эффективные решения существующих проблем налогового контроля.

1. Бизнес-словарь. – URL : <http://www.businessvoc.ru>.

2. Искусство быть правым. – URL : <http://legalart.ru>

3. Васильева Ю. Инспектор зря не ходит. ФНС меняет акценты в контрольной работе // Российская бизнес-газета. – 2011. – 22 ноября.

4. Мишустин М. В. Повышение уровня информационной открытости налоговых органов является одной из приоритетнейших задач // Российский налоговый курьер. – URL : <http://www.rnk.ru/journal/archives/2011/6>.

5. Айтхожина Г. С. Случайный выбор в планировании налоговых проверок // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2010. – № 1. – С. 36–38.

6. Технологии анализа данных: Data Mining, Visual Mining, Text Mining, OLAP / А. А. Барсе-

гян, М. С. Куприянов, В. В. Степаненко и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : БХВ – Петербург, 2007. – 384 с.

7. Чубукова И. А. Курс лекций (INTUIT) по «Data Mining». – URL : <http://www.intuit.ru/department/database/datamining>

8. Маградзе Е. Разработка и исследование моделей оценок системы налогового контроля: диссертационная работа на соискание академической степени доктора наук. – URL : http://www.gtu.edu.ge/Disertacia/Ekaterine_Magradze_dissertation.pdf

9. Андриющенко С. Н. Число выездных налоговых проверок снизилось в 3 раза, результативность одной проверки возросла в 4,5 раза // Российский налоговый курьер. – 2011. – № 10.

10. Бирюков А. Н. Алгоритм ранжирования налогоплательщиков на основе общесистемных закономерностей асимметрии и неполного подавления побочных дисфункций структурирования информационной системы // Экономические науки. – 2010. – № 11. – С. 266–269.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В ЦЕЛЯХ ПЛАНИРОВАНИЯ ВЫЕЗДНЫХ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК

THE USE OF INDICATOR OF TAX BURDEN FOR PLANNING FIELD TAX AUDITS

В.В. Мосейкин

V.V. Moseykin

Инспекция ФНС России по Октябрьскому административному округу г. Омска

В статье рассматривается возможность использования среднероссийских отраслевых показателей налоговой нагрузки в целях планирования выездных налоговых проверок. Отражена необходимость учета региональных особенностей ведения финансово-хозяйственной деятельности, влияющих на показатели налоговой нагрузки. Кроме того, вынесен ряд предложений по изменению алгоритма расчета показателя налоговой нагрузки. Предлагается рассчитывать данный показатель исходя из начисленных сумм налогов, а также исключить из расчета суммы налога на доходы физических лиц, удерживаемых хозяйствующим субъектом в качестве налогового агента.

The article describes the possibility of using the national average sectoral indicators of tax burden for the planning of field tax audits. The need for taking into account regional perspective of the financial and economic activities that affect the performance of the tax burden is reflected. In addition, a number of proposals submitted to change the algorithm for calculating the rate of the tax burden are given. It is suggested to calculate this figure based on the amount of taxes, and to exclude from the calculation of the amount of the income tax on individuals held by an economic entity as a tax agent.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, Концепция системы планирования выездных налоговых проверок.

Key words: tax burden, concept of planning field tax audits.

В целях обеспечения системного подхода к отбору налогоплательщиков для проведения выездных налоговых проверок Федеральной налоговой службой Российской Федерации в 2007 г. была принята и опубликована концепция системы планирования выездных налоговых проверок (далее – Концепция) [1]. С принятием указанной Концепции планирование строится на принципах благоприятствования добросовестным налогоплательщикам, а также неотвратимости наказания за нарушения налогового законодательства путем формирования и развития у налогоплательщиков правильного понимания законодательства о налогах и сборах, а также открытого доступа к критериям отбора объектов для проведения выездных налоговых проверок.

При этом планирование выездных налоговых проверок осуществляется на основе принципа двухсторонней ответственности налогоплательщиков и налоговых органов, при соблюдении которого первые стремятся к исполнению своих налоговых обязательств, а вторые – к обоснованному отбору налогоплательщиков для проведения выездных налоговых проверок. Налогоплательщику фактически предла-

гается самостоятельно оценить риски возможного включения в план проведения проверок и оценить преимущества самостоятельного исправления допущенных ошибок и неточностей в налоговой отчетности.

Для оценки финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщиков Концепцией установлен ряд показателей, которые могут свидетельствовать о наличии повышенных рисков совершения налоговых правонарушений. Следует отметить, что налоговыми органами Омской области в соответствии с данной Концепцией в целях проведения выездных налоговых проверок в 2009 г. отобрано 689 налогоплательщиков из 1008, в отношении которых были проведены проверки, что составляет 68,4 %. В 2010 г. в соответствии с Концепцией было отобрано 729 налогоплательщиков из 1029 (70,8 %), а в 2011 г. – 547 из 729 (75,0 %). Таким образом, можно говорить о значительной и с годами возрастающей роли указанных в Концепции критериев, являющихся для налоговых органов ориентирами при отборе налогоплательщиков в целях проведения выездных налоговых проверок.

Одним из основных показателей, указанных в Концепции, является отклонение налоговой нагрузки анализируемого налогоплательщика от среднеотраслевых значений в меньшую сторону. В соответствии с указанной Концепцией налоговую нагрузку следует рассчитывать как отношение сумм уплаченных хозяйственным субъектом налогов к его выручке за определенный налоговый период. В качестве приложения в Концепции приведены среднероссийские показатели налоговой нагрузки в разрезе отраслей народного хозяйства за 2006–2011 гг., на которые следует ориентироваться в целях определения возможного наличия налоговых рисков.

С учетом того, что показатель налоговой нагрузки отражает фактическую генерацию хо-

зяйствующим субъектом налоговых платежей в бюджетную систему страны, расчет и последующее сопоставление его значения со среднеотраслевыми показателями является важнейшим этапом анализа финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика в целях определения целесообразности проведения выездной налоговой проверки.

В связи с этим следует отметить некорректность использования среднероссийских показателей, не учитывающих региональную специфику ведения деятельности в той или иной отрасли. Таблица 1 наглядно иллюстрирует наличие значительных расхождений между показателями налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов Омской области со среднероссийскими показателями в аналогичных отраслях.

Таблица 1

Сравнение среднероссийских и средних по Омской области показателей налоговой нагрузки по некоторым видам предпринимательской деятельности

<i>Вид экономической деятельности</i>	<i>2009 г. (Россия)</i>	<i>2009 г. (Омская область)</i>	<i>Отклонение</i>	<i>2010 г. (Россия)</i>	<i>2010 г. (Омская область)</i>	<i>Отклонение</i>
Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта	40,8	12,2	28,6	23,1	11,2	11,9
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	33,2	9,1	24,1	33,2	-1,2	34,4
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	37,3	17,1	20,2	22,3	14,7	7,6
Деятельность гостиниц и ресторанов	18,0	1,1	16,9	12,9	2,6	10,3
Деятельность железнодорожного транспорта	16,0	0,5	15,5	13,0	5,5	7,5
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	23,7	11,8	11,9	19,7	6,8	12,9
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табак	14,6	3,5	11,1	15,4	2,9	12,5
Строительство	16,2	6,1	10,1	11,3	5,0	6,3
Транспорт и связь	13,0	7,2	5,8	9,8	8,6	1,2
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	7,4	3,3	4,1	4,2	1,6	2,6
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	5,4	1,4	4,0	3,7	1,4	2,3
Транспортирование по трубопроводам	7,7	8,8	-1,1	3,1	12,6	-9,5
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	9,6	11,4	-1,8	6,0	-3,1	9,1
Производство и распределение газообразного топлива	4,6	20,2	-15,6	3,2	15,1	-11,9
Деятельность воздушного транспорта	2,8	36,0	-33,2	1,4	10,1	-8,7

В 2009 г. только три отрасли имеют между собой расхождения в пределах одного процентного пункта – это торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их тех-

ническое обслуживание и ремонт; производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования; производство и распределение электроэнергии, газа и воды. При

этом следует отметить, что хозяйствующие субъекты Омской области несут значительно меньшую (расхождение более 10 процентных пунктов) по сравнению со среднероссийскими показателями налоговую нагрузку в восьми отраслях, таких как деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта; добыча полезных ископаемых (в том числе топливно-энергетических); предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг; деятельность гостиниц и ресторанов; деятельность железнодорожного транспорта; операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг; производство пищевых продуктов, включая напитки и табак; строительство. Одновременно наблюдается значительное превышение по сравнению со среднероссийскими показателями налоговой нагрузки (более 10 процентных пунктов) на налогоплательщиков Омской области, осуществляющих деятельность в сфере производства и распределения газообразного топлива, а также в сфере воздушного транспорта.

По результатам 2010 г. также прослеживаются вышеуказанные расхождения. Так, в рамках одного процентного пункта расхождения наблюдаются в трех отраслях: производство резиновых и пластмассовых изделий, оптовая и розничная торговля автотранспортными средствами, их обслуживание и ремонт; производство и распределение электроэнергии, газа и воды (в том числе тепловой энергии). Можно отметить значительно меньшую (расхождение более 10 процентных пунктов) по сравнению со среднероссийскими показателями налоговую нагрузку в пяти отраслях, уже упомянутых при описании показателей 2009 г.: добыча полезных ископаемых (в том числе топливно-энергетических); операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг; производство пищевых продуктов, включая напитки и табак; деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта; деятельность гостиниц и ресторанов. Также наблюдается значительное превышение по сравнению со среднероссийскими показателями налоговой нагрузки (более 10 процентных пунктов) на налогоплательщиков Омской области, осуществляющих деятельность в сфере производства и распределения газообразного топлива.

Исходя из вышеизложенного, при определении возможных налоговых рисков следует учитывать региональные особенности ведения предпринимательской деятельности, влияющие

на показатели налоговой нагрузки. Для корректного отбора налогоплательщиков в целях проведения выездных налоговых проверок необходимо ориентироваться не на среднероссийские показатели налоговой нагрузки по видам деятельности, а на аналогичные показатели, рассчитанные по результатам финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщиков в конкретном субъекте Российской Федерации.

Также спорной можно считать утвержденную Концепцией методику расчета налоговой нагрузки в части соотношения суммы уплаченных налогов к выручке за определенный период времени. С учетом того, что сроки окончательного расчета и уплаты основных налогов наступают по истечении налоговых периодов, расчет налоговой нагрузки за которые будет производиться, а также в связи с наличием временных разрывов между начислением и уплатой налогов (в том числе связанных с нехваткой оборотных активов) применение указанной методики повлечет за собой искажение показателя налоговой нагрузки и может привести к неверной оценке налоговых рисков анализируемого хозяйствующего субъекта. Кроме того, факты возможной неуплаты отраженных налоговых обязательств позволяют приступить к процедуре принудительного их взыскания, но не включаются в результаты выездных налоговых проверок ввиду самостоятельного их заявления хозяйствующим субъектом в налоговых декларациях.

В рамках настоящего исследования были проанализированы показатели налоговой нагрузки налогоплательщиков, в отношении которых в 2009–2011 гг. налоговыми органами Омска были проведены выездные налоговые проверки (далее – ВНП). Ввиду установленных статьей 89 Налогового кодекса Российской Федерации ограничений, в ходе анализируемых проверок была проверена в 2006–2009 годовые периоды деятельность хозяйствующих субъектов (далее – периоды). Результаты данного анализа приведены в таблице 2.

Проведенный анализ позволяет говорить о наличии значительных расхождений при расчете налоговой нагрузки исходя из уплаченных и начисленных сумм налогов. При этом доля налогоплательщиков, рассчитанная пропорционально выручке от реализации товаров (работ, услуг), у которых наблюдались отклонения налоговой нагрузки при расчете указанными двумя способами, в 2006 г. в целом составила 90,2 %, в 2007 г. – 90,9 %, в 2008 г. – 94,8 %, в 2009 г. – 97,5 %.

Таблица 2

Сравнительная характеристика агрегированных показателей налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов Омска, охваченных выездными налоговыми проверками

Показатель за проверяемый период	Среднее значение по ВВП за 2009–2011 гг.			
	1 период	2 период	3 период	4 период
Налоговая нагрузка исходя из уплаченных сумм налогов (НН упл.), %	5,0	4,8	4,7	4,6
Налоговая нагрузка исходя из начисленных сумм налогов (НН нач.), %	4,4	4,2	4,5	4,1
Разница, п.п.	0,6	0,6	0,2	0,5
Доля лиц, у которых НН упл. превышает НН нач., %	54,5	57,9	58,6	53,9
НН упл., %	7,0	5,3	4,7	6,7
НН нач., %	5,4	3,9	3,5	5,0
Разница, п.п.	1,6	1,4	1,2	1,7
Доля лиц, у которых НН нач. превышает НН упл., %	35,7	33,0	36,2	43,6
НН упл., %	3,2	4,9	5,2	2,3
НН нач., %	3,8	5,6	6,4	3,1
Разница, п.п.	- 0,6	- 0,7	- 1,2	- 0,8

Следует отметить, что по каждому анализируемому году колебания агрегированного показателя налоговой нагрузки налогоплательщиков, администрируемых разными налоговыми органами Омска, весьма значительны. Так, в 2006 г. минимальная разница между налоговой нагрузкой, рассчитанной исходя из уплаченных налогов, и налоговой нагрузкой, рассчитанной исходя из начисленных сумм обязательных платежей, составила 0,13 п.п., максимальная же разница составила 1,55 п.п. В 2007 г. в одном налоговом органе наблюдалась обратная динамика: расхождение составило 0,19 п.п., в остальных случаях указанная тенденция сохранялась, максимальное отклонение составило 1,11 п.п. В 2008 г. в двух налоговых органах наблюдалась обратная динамика, при этом минимальное расхождение составило 0,56 п.п., в остальных случаях указанная тенденция сохранялась, максимальное отклонение составило 0,79 п.п. В 2009 г. в одном налоговом органе наблюдалась обратная динамика: расхождение составило 0,33 п.п., в остальных случаях указанная тенденция сохранялась, максимальное отклонение составило 1,04 п.п.

При этом отклонения показателя налоговой нагрузки, рассчитанного на основе уплаченных сумм налогов, от аналогичного показателя, расчет которого основан на сумме начисленных налоговых обязательств, неоднородны. Рассматривая случаи превышения первого из указанных вариантов расчета над вторым, необходимо отметить, что в 2006 г. доля налогоплательщиков с данными отклонениями в целом по Омску составляла 54,5 %, при этом величина отклонения в разных налоговых органах колебалась от 0,4 до 3,35 п.п.; в 2007 г. доля

налогоплательщиков составляла 57,9 %, колебание отклонений – от 0,53 до 2,29 п.п.; в 2008 г. доля налогоплательщиков составляла 58,6 %, колебание отклонений – от 0,28 до 1,86 п.п.; в 2009 г. доля налогоплательщиков составляла 53,9 %, колебание отклонений – от 1,09 до 2,68 п.п.

Также необходимо отметить случаи превышения показателя налоговой нагрузки, рассчитанного исходя из начисленных сумм налогов, над данным показателем, рассчитанным исходя из уплаченных налоговых обязательств. В 2006 г. доля налогоплательщиков с данными отклонениями в целом по Омску составляла 35,7 %, при этом величина отклонения в разных налоговых органах колебалась от 0,31 до 2,07 п.п.; в 2007 г. доля налогоплательщиков составляла 33,0 %, колебание отклонений – от 0,23 до 1,63 п.п.; в 2008 г. доля налогоплательщиков составляла 36,2 %, колебание отклонений – от 0,37 до 1,19 п.п.; в 2009 г. доля налогоплательщиков составляла 43,6 %, колебание отклонений – от 0,24 до 1,83 п.п.

Таким образом, можно сделать вывод о наличии значительных расхождений между показателем налоговой нагрузки, рассчитанным исходя из уплаченных сумм налогов, и аналогичным показателем, рассчитанным исходя из продекларированных субъектом предпринимательской деятельности налоговых обязательств, что позволяет говорить о необходимости внесения изменений в Концепцию в части алгоритма расчета данного показателя исходя из начисленных налогоплательщиком сумм налогов.

Также необходимо отметить тот факт, что в указанной Концепции не указан перечень на-

логов, которые должны учитываться при расчете показателя налоговой нагрузки. Одним из наиболее распространенных подходов к данному вопросу является исключение из расчета налога на доходы физических лиц (далее – НДФЛ), удерживаемого работодателями со своих работников [2]. Следует согласиться с таким ограничением, так как хозяйствующий субъект в данном случае выступает в качестве налогового агента, удерживающего налог у дей-

ствительного налогоплательщика – работника и перечисляющего его в бюджет.

В ходе анализа показателей налоговой нагрузки налогоплательщиков, в отношении которых в 2009–2011 гг. налоговыми органами Омска были проведены выездные налоговые проверки, было уделено внимание влиянию НДФЛ на данный показатель, рассчитанный исходя из уплаченных и начисленных сумм налогов. Результаты данного анализа приведены в таблице 3.

Таблица 3

Анализ влияния НДФЛ на показатели налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов Омска, охваченных выездными налоговыми проверками

Показатель за проверяемый период	Среднее значение по ВВП за 2009–2011 гг.			
	1 период	2 период	3 период	4 период
Налоговая нагрузка исходя из уплаченных сумм налогов (с учетом НДФЛ), %	5,0	4,8	4,7	4,6
Налоговая нагрузка исходя из уплаченных сумм налогов (без учета НДФЛ), %	4,1	3,9	3,7	3,8
Разница, п.п.	0,9	0,9	1,0	0,9
Налоговая нагрузка исходя из начисленных сумм налогов (с учетом НДФЛ), %	4,4	4,2	4,5	4,1
Налоговая нагрузка исходя из начисленных сумм налогов (без учета НДФЛ), %	3,5	3,3	3,4	3,4
Разница, п.п.	0,9	0,9	1,1	0,7

Проведенный анализ позволяет говорить о значительном влиянии НДФЛ на показатель налоговой нагрузки при любом варианте его расчета исходя из уплаченных или начисленных сумм налогов. Это обусловлено высокой долей данного налога в общей сумме уплаченных обязательных платежей: в 2006 г. она составила 17,7 %, в 2007 г. – 18,3 %, в 2008 г. – 21,2 %, в 2009 г. – 18,8 %. При этом доля НДФЛ в общей сумме начисленных налогов также высока: в 2006 г. составила 20,8 %, в 2007 г. – 22,0 %, в 2008 г. – 23,0 %, в 2009 г. – 17,4 %.

Следует отметить, что по каждому анализируемому году колебания доли НДФЛ в общей сумме уплаченных платежей налогоплательщиками, администрируемыми разными налоговыми органами Омска, весьма значительны, однако сама доля во всех рассмотренных случаях стабильно высока. Так, в 2006 г. минимальная доля составила 12,1 %, максимальная доля – 20,6 %. В 2007 г. минимальная доля составила – 12,7 %, максимальная доля – 22,7 %. В 2008 г. минимальная доля составила 15,1 %, максимальная доля – 26,8 %. В 2009 г. минимальная доля составила 13,7 %, максимальная доля – 22,9 %.

Если рассматривать долю НДФЛ в общей сумме начисленных налоговых обязательств,

то также можно отметить наличие колебаний данного показателя в разных налоговых органах Омска, однако выявленная тенденция сохраняется. Так, в 2006 г. минимальная доля составила 13,2 %, максимальная доля – 30,4 %. В 2007 г. минимальная доля составила – 14,5 %, максимальная доля – 32,9 %. В 2008 г. минимальная доля составила 15,8 %, максимальная доля – 36,1 %. В 2009 г. минимальная доля составила 11,5 %, максимальная доля – 22,8 %.

Таким образом, можно сделать вывод о некорректности включения в расчет показателя налоговой нагрузки хозяйствующего субъекта сумм НДФЛ, удержанных им в качестве налогового агента у своих работников, ввиду значительной доли данных сумм в общем объеме налоговых обязательств, что ведет к завышению указанного показателя и неверной оценке налоговых рисков анализируемого налогоплательщика.

Кроме того, распространен подход по исключению из расчета показателя налоговой нагрузки косвенных налогов, таких как акцизы и налог на добавленную стоимость. Мотивируется данное исключение тем, что исходя из экономической сущности данных налогов их действительными плательщиками являются конечные потребители товаров (работ, услуг),

так как указанные обязательные платежи включаются в цену товара. При определении налоговой нагрузки на организацию или индивидуального предпринимателя в целях проведения экономического анализа такой подход оправдан. Однако при определении налоговых рисков в целях отбора налогоплательщиков для проведения выездных налоговых проверок указанные налоги должны включаться в расчет налоговой нагрузки ввиду своей значимости и распространенности «схем» уклонения от налогообложения путем искусственного наращивания вычетов.

В связи с вышеизложенным представляется целесообразным внесение изменений в Концепцию в части алгоритма расчета налоговой

нагрузки и закрепления необходимости использования региональных среднеотраслевых ее показателей для оценки налоговых рисков хозяйствующих субъектов.

1. Приказ ФНС России от 30 мая 2007 г. № ММ-3-06/333@ «Об утверждении концепции системы планирования выездных налоговых проверок» (в ред. приказа ФНС от 10 мая 2012 г. № ММВ-7-2/297@). – URL : <http://base.consultant.ru/cons/cqi/online.cqi?req=doc;basc=LAW;n=129610>

2. *Лермонтов Ю. М.* Актуальные вопросы расчета налоговой нагрузки на предприятии // *Налоговая политика и практика.* – 2004. – № 6. – С. 46–48.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. № 4. С. 192–195.

УДК 657:502.12: 550.8

УЧЕТ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ГЕОЛОГОРАЗВЕДОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ОХРАНЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

LIABILITY ACCOUNTING FOR ENVIRONMENTAL PROTECTION AT EXPLORATION ORGANIZATION

Н.В. Зылёва

N.V. Zyleva

Тюменский государственный университет

Статья посвящена детальному исследованию актуальных проблем организации и ведения бухгалтерского учета обязательств предприятий геологоразведочной отрасли в отношении охраны окружающей среды, возникающих в связи с выполнением работ по поиску и разведке нефти и газа в северных районах.

The article is devoted to a detailed study of actual problems in organization and liability accounting for environmental protection at the exploration industry. This problems associated with work on prospecting and exploration of oil and gas in the northern areas.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, обязательства, затраты, охрана окружающей среды, оценочные обязательства.

Key words: accounting, liability, expenses, environmental protection, estimated liability.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации каждый гражданин имеет право на благоприятную окружающую среду и обязан сохранять природу и бережно относиться к природным богатствам, которые являются основой устойчивого развития, жизни и деятельности народов, проживающих на территории Российской Федерации.

Отношения, возникающие при осуществлении хозяйственной и иной деятельности, связанной с воздействием на природную среду, регулирует федеральный закон РФ «Об охране окружающей среды» № 7-ФЗ от 10 января 2002 г. В соответствии со ст. 3 указанного закона, хозяйственная деятельность юридических лиц, оказывающая воздействие на окружающую среду, должна осуществляться на основе следующих принципов:

- охрана, воспроизводство и рациональное использование природных ресурсов;
- учет природных и социально-экономических особенностей территорий при планировании и осуществлении хозяйственной деятельности;

– обязательность оценки воздействия на окружающую среду при принятии решений об осуществлении деятельности;

– платность природопользования и возмещение вреда окружающей среде;

– обязательность проведения проверки проектов и иной документации, обосновывающих хозяйственную деятельность, которая может оказать негативное воздействие на окружающую среду, на соответствие требованиям технических регламентов в области охраны окружающей среды;

– ответственность за нарушение законодательства в области охраны окружающей среды и т. п. [1]

Геологоразведочные организации при поиске нефти и газа осуществляют свою деятельность, используя непосредственно почву и недра земли, которые, в свою очередь, являются объектами охраны окружающей среды. Организация полевых геологоразведочных работ наносит колоссальный ущерб окружающей среде, в связи с чем обязательства в отношении охраны окружающей среды включаются в состав

расходов организации. В соответствии с установленными требованиями к безопасности и охране окружающей среды, затраты на подготовку территории к разведке включают в себя: устройство временных подъездных путей, подготовку площадок для разведочного бурения и строительства временных сооружений (вахтовых поселков), сбор и хранение плодородного слоя почвы, предназначенного для последующей рекультивации земель. Кроме того, эксплуатация объектов разведки допускается только при наличии проектов восстановления загрязненных земель в зонах временного использования земель, положительного заключения государственной экспертизы проектной документации.

В настоящее время отсутствуют утвержденные нормативы для расчетов количественных показателей уровней воздействия на окружающую среду на предпроектных стадиях. Количественные показатели объемов воздействия на природную среду при строительстве проектируемых объектов и их эксплуатации, бурении геологоразведочных скважин определяются по удельным показателям для аналогичных сооружений.

Деятельность по охране окружающей среды геологоразведочными организациями осуществляется согласно разработанному плану природоохранных мероприятий по следующим основным направлениям: чистый воздух и чистая вода, отходы, рекультивация, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, работа с фондом скважин, экологический мониторинг.

Затраты на природоохранные мероприятия в основном имеют текущий характер, такие как плата за пользование водными объектами, плата за негативное воздействие на окружающую среду (за размещение отходов, выбросы в атмосферу). Однако полную рекультивацию земельных участков, отводившихся во временное использование организациям геологоразведки, до состояния, близкого к природному, можно лишь после окончания геологоразведочного цикла. При этом биологическую рекультивацию на нарушенных в процессе геологоразведки участках проводить необходимо, так как из-за природно-климатических факторов северных районов разведки (короткое лето, переувлажненность, невысокая сумма положительных температур и др.) минерализация органических остатков происходит медленно, естественное восстановление почвенно-растительного покрова – очень медленно – в течение нескольких десятков лет.

До 2011 г. право создавать резерв на предстоящие затраты на рекультивацию земель и осуществление иных природоохранных мероприятий в целях равномерного включения предстоящих расходов в издержки производства отчетного периода организациям предоставлял пункт 72 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ № 34н. С 2011 г. данный пункт отменен с одновременным вступлением в силу ПБУ 8/2010 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы».

ПБУ 8/2010 в пункте 4 дает понятие оценочного обязательства как «обязательства организации с неопределенной величиной и (или) сроком исполнения» [2]. В соответствии с данной формулировкой обязательства геологоразведочной организации в отношении охраны окружающей среды можно отнести к «оценочным», поскольку заранее не всегда возможно точно знать на какую сумму полевые работы нанесут ущерб почве и недрам и не всегда возможно знать когда закончатся разведочные работы и начнутся природоохранные работы.

Однако уже в следующем пункте указанного ПБУ прописаны условия, одновременное соблюдение которых позволяет признать оценочное обязательство в бухгалтерском учете:

а) у организации существует обязанность, явившаяся следствием прошлых событий ее хозяйственной жизни, исполнения которой организация не может избежать;

б) уменьшение экономических выгод организации, необходимое для исполнения оценочного обязательства, вероятно;

в) величина оценочного обязательства может быть обоснованно оценена.

Таким образом, наблюдается несоответствие, приводящее к разногласию: оценка величины оценочного обязательства может все же быть «неопределенной» (п. 4 ПБУ 8/2010) или должна быть «обоснованно оценена» (п. 5в ПБУ 8/2010). Кроме того, в п. 9 ПБУ указано, что вследствие невыполнения условия, предусмотренного подпунктом «в» пункта 5, существующее на отчетную дату оценочное обязательство относится к условным обязательствам. Очередное разногласие: к оценочным обязательствам или к условным все же нужно относить «обязательства организации с неопределенной величиной». Данные разногласия существенны, поскольку оценочные обязательства учитываются и отражаются на счете 96 «Резервы предстоящих расходов» (п. 8 ПБУ 8/2010), а условные обязательства не признаются в бухгалтерском учете актов (п. 14 ПБУ 8/2010).

Выражение «величина... обоснованно оценена» предоставляют простор для интерпретаций, возможно, «обоснованной оценкой» будет являться расчет экономической оценки воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду. Таким образом, обязательства геологоразведочной организации в отношении охраны окружающей среды, возникающие в связи с выполнением работ по поиску, оценке и разведке полезных ископаемых, можно отнести к оценочным обязательствам. Кроме того, именно оценочное обязательство в отношении охраны окружающей среды у геологоразведочной организации возникает из норм законодательных правовых актов (п. 4а ПБУ 8/2010).

В проекте ПБУ 24/2011 «Учет затрат на освоение природных ресурсов» [3] предлагалось обязательства организации в отношении охраны окружающей среды, рекультивации земель, возникающие в связи с выполнением работ по поиску, оценке и разведке полезных ископаемых, учитывать в соответствии с ПБУ 8/2010, т. е. относить величину обязательства на расходы по обычным видам деятельности (или на прочие расходы) или включать в стоимость актива (поискового). В утвержденном Приказом № 125н от 6 октября 2011 г. ПБУ 24/2011 [4] нет ссылки на то, что обязательства геологоразведочной организации в отношении охраны окружающей среды необходимо учитывать в соответствии с ПБУ 8/2010. В утвержденной редакции прописано, что «обязательства в отношении охраны окружающей среды, рекультивации земель и т. п., возникающие в связи с разведкой полезных ископаемых, связанные с признаваемыми поисковыми активами, включаются в фактические затраты на приобретение (создание) поисковых активов» (п. 13 ПБУ 24/2011). То есть, согласно ПБУ, резерв предстоящих (постразведочных) расходов будет формироваться на субсчетах «Материальные поисковые активы» или «Нематериальные поисковые активы» к счету 08 «Вложения во внеоборотные активы».

Несмотря на то, что в утвержденном ПБУ 24/2011 нет указаний на это, оценочные обязательства в отношении охраны окружающей среды целесообразно включать в расходы по обычным видам деятельности организации. Это связано с тем, что организация, осуществляющая разведку, сама устанавливает какие из поисковых затрат включаются в стоимость внеоборотных активов, а какие признаются расходами по обычным видам деятельности (п. 4 ПБУ 24/2011). В случае, если организация признает поисковые затраты, с которыми связаны обя-

зательства в отношении охраны окружающей среды, в качестве расходов по обычным видам деятельности, такие обязательства включаются в расходы по обычным видам деятельности организации.

Таким образом, по признанному в бухгалтерском учете оценочному обязательству в отношении охраны окружающей среды в бухгалтерской отчетности следует раскрывать следующую информацию:

- характер обязательства и ожидаемый срок его исполнения;

- величину, по которой оценочное обязательство отражено в бухгалтерском балансе организации на начало и конец отчетного периода;

- сумму оценочного обязательства, признанную в отчетном периоде либо списанную в счет отражения затрат или признания кредиторской задолженности в отчетном периоде;

- списанную в отчетном периоде сумму оценочного обязательства в связи с ее избыточностью или прекращением выполнения условий признания оценочного обязательства.

Более того, согласно ПБУ 4/99 [5] при раскрытии в отчетности информации о природоохранных мероприятиях должны приводиться

- основные мероприятия в области охраны окружающей среды;

- влияние этих мероприятий на уровень вложений долгосрочного характера и доходности в отчетном году, характеристику финансовых последствий для будущих периодов;

- данные о платежах за нарушение природоохранного законодательства, экологических платежей и плате за природные ресурсы;

- данные о текущих расходах по охране окружающей среды и степени их влияния на финансовые результаты деятельности организации.

1. «Об охране окружающей среды». Федеральный закон РФ № 7-ФЗ от 10 января 2002 г. // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

2. Положение по бухгалтерскому учету «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» (ПБУ 8/2010). Приказ Министерства финансов РФ № 167н от 13 декабря 2010 г. // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

3. Проект положения по бухгалтерскому учету «Учет затрат на освоение природных ресурсов» (ПБУ 24/2011) // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет затрат на освоение природных ресурсов» (ПБУ 24/2011) Приказ Министерства финансов РФ № 125н от 6 октября 2011 г. // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

5. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99). Приказ Министерства финансов РФ № 43н от 6 июля 1999 г. // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ И ИХ ФОРМИРОВАНИЕ В ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

CLASSIFICATION OF EXPENSES AND CONDITIONS OF THEIR FORMING IN CHEMICAL INDUSTRY

Е.М. Радченко

K.M. Radchenko

Киевский национальный университет им.Т. Шевченко

В статье рассмотрены варианты классификаций затрат предприятия, определена значимость группировки видов затрат по отдельным признакам и правильность их выбора, приведен перечень и содержание возможных классификационных признаков. Проведен анализ исследований в работах известных ученых-экономистов. Приведена классификация затрат в химической промышленности.

The article reviews different classifications of enterprise costs, the importance of grouping of cost for individual characteristics and correctness of their choice, gives a list of the contents and possible classifications signs. The author analyzes the research results of famous scientists and economists and presents his own classification of costs for the chemical industry.

Ключевые слова: затраты, классификация, классификационные признаки, химическая промышленность.

Key words: expenses, classification, classification signs, chemical industry.

Сложные процессы реформирования экономики требуют новых подходов к организации производственно-хозяйственной деятельности, принципов и методов управления производством.

Поскольку в условиях рыночной экономики главной целью предприятия является достижение максимальной прибыли, трудно переоценить роль анализа затрат и управления ими. Современные условия ведения хозяйства и увеличение роли новых технологий в мире выдвигают новые требования к системе управления затратами, как со стороны государства, так и со стороны владельцев и управленцев предприятий.

Первоочередное задание построения системы управленческого учета на предприятии – получение определенным образом структурированного потока управленческих данных, пригодного для сопровождения процессов управления. Организация производственного учета на предприятиях в основном зависит от технологии и организации производства, характера изготавливаемой продукции, структуры управления и других факторов, которые определяют процессы документального оформления хозяйственных операций, их систематизацию, обобщение и отображение, ведение синтетического и аналитического учета, разграничение и рас-

пределение затрат и др. Следовательно, одной из проблем учета затрат является зависимость от особенностей соответствующей отрасли или вида экономической деятельности.

Поэтому учет затрат на предприятиях разных отраслей сферы материального производства и непромышленной сферы деятельности рассматривается во многих научных трудах.

Формирование и учет затрат в значительной мере зависит от их четкой и функциональной классификации.

В общем понимании классификация – это распределение предметов, явлений и понятий по классам, отделам в зависимости от их общих признаков. Классификация затрат – это научно обоснованное группирование затрат по определенным однородным признакам для целей учета, анализа, контроля, планирования и принятия управленческих решений относительно процесса производства продукции. Это их систематизация и группировка в соответствии с потребностями управления. Информация о затратах, которая сгруппирована разными способами, нужна для эффективного и четкого управления предприятием.

Классификация затрат производства, по словам П. Безруких, – это сводка по определенным признакам всего разнообразия затрат

на производство и сбыт продукции в экономически обоснованные группы, которые включали бы затраты, однородные по своему содержанию или подобные между собой [1, с. 159]. Использование классификаций, по мнению В. Керимова, помогает не только лучше планировать и учитывать затраты, но и точнее их анализировать, а также обнаруживать определенные соотношения между отдельными видами затрат и рассчитывать степень их влияния на уровень себестоимости и рентабельность производства [2, с. 45]. Л. Нападковская утверждает, что классификация затрат – это разделение их на классы на основе определенных общих признаков объектов и закономерных связей между ними [3]. По словам Б. Ананькиной с соавторами, классификация затрат – средство для решения задач управления [4, с. 24].

Группировка видов затрат по отдельным признакам является основой учета, анализа и калькуляции себестоимости продукции. К тому же группировка затрат помогает находить решение в нестандартных ситуациях, в новых сферах деятельности. Классификация затрат нужна для определения стоимости продукции, себестоимости единицы продукции и для ценообразования. Группировка затрат является важной не только для расчета себестоимости, но и для установления определенного соотношения между ними с целью взаимного контроля и согласования. Такое согласование возможно только при наличии экономически обоснованной классификации затрат по определенным группам, что также имеет большое значение для экономического анализа себестоимости, установления и оценки факторов ее формирования и снижения. Одним из определяющих моментов рациональной организации учета затрат является их экономически обоснованная классификация, что, в свою очередь, зависит от правильного выбора классификационных признаков.

На данный момент существует большое количество классификаций затрат по разным признаками: по центрам ответственности, по видам продукции, по способу включения в себестоимость, по целесообразности, по периодичности возникновения, по видам, по степени влияния объема производства на уровень затрат и др. Как правило, классификация затрат осуществляется на предприятии в зависимости

от цели, которая должна быть достигнута при ее помощи. Это связано с тем, что управленческий учет не регламентируется законодательно и имеет в большей степени креативный и футурологический характер. Поэтому субъекты предпринимательской деятельности самостоятельно разрабатывают и применяют методику учета затрат.

Вопрос классификации затрат является очень актуальным и исследуется в работах известных ученых-экономистов. В экономической литературе существуют разные направления классификации затрат (см. таблицу 1).

Основные принципы учета затрат и их классификации, в частности, в соответствии с законодательством Украины раскрыты в Положении (стандарте) бухгалтерского учета (П(С)БУ) 3 «Отчет о финансовых результатах» и П(С)БУ 16 «Расходы» и предусматривают их группировку в соответствии с видами деятельности (расходы обычной и чрезвычайной деятельности). Детализированный состав расходов по видам деятельности приводится в Плане счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций. В Отраслевых методических рекомендациях по учету затрат и калькуляции себестоимости указана классификация по статьям.

В России состав затрат производственных предприятий регламентирует Налоговый кодекс РФ, а также Положение бухгалтерского учета (ПБУ) 10/99 «Расходы организации».

Как П(С)БУ, которые действуют на территории Украины, так и ПБУ, принятые в России, дают обобщенную информацию, без учета особых аспектов деятельности отдельных предприятий. Сегодня руководителям для прогнозирования текущих и стратегических управленческих решений и контроля затрат по сферам деятельности и центрам ответственности недостаточно общепринятой классификации затрат. Информация в управленческом учете зависит от его цели и заданий. Соответственно, производственные субъекты самостоятельно избирают методы учета затрат и калькуляции себестоимости, способы группировки затрат, определяют степень детализации информации о них в зависимости от отраслевой принадлежности предприятия, объемов их деятельности и потребностей обоснования управленческих решений.

Таблица 1

Направления классификации затрат

Источник информации	Вид затрат			
	Прямые и косвенные	Постоянные и переменные	Основные и накладные	По экономическому содержанию
Ф. Бутинец [5, с. 146], С. Голов [6, с. 59], Т. Карпова	По характеру связи с определенным объектом	Для принятия управленческих решений	Для принятия управленческих решений	По элементам и статьям затрат (элементы (статьи) затрат)
Л. Нападовская [7, с. 67–92]	По способу отношения на себестоимость продукции	В зависимости от объема производства	По экономической роли в процессе производства	По экономическому содержанию (элементы расходов, статьи калькуляции)
В. Сопко, З. Гуцайлюк, М. Щырба, М. Бенько [8, с. 423]	По способу отношения на себестоимость продукции	По отношению к объему производства	По отношению к хозяйственному процессу	По элементам затрат. По статьям затрат
В. Лень, В. Гливенко [9, с. 255]	По способам перенесения стоимости на продукцию	По степени влияния объема производства на уровень затрат	–	По экономическим элементам и статьям (виды затрат)
Н.М. Грабова [10, с. 209]	По способу включения в себестоимость продукции	По признаку зависимости от выпуска продукции	По целевому направлению (основные, на обслуживание, на управление)	По экономическому содержанию (операционные, финансовые, необычные, чрезвычайные)
О. Каверина [11, с. 66]	Для калькуляции	Для подготовки информации относительно оперативных, тактических и стратегических управленческих решений	–	Для калькуляции (элементы расходов, статьи калькуляции)
О. Николаева, Т. Шишкова [12, с. 20–27]	По способу включения в себестоимость продукции	По отношению к объему производства	По экономической роли в процессе производства	–
Т. Карпова [13, с. 59]	По способу отношения на себестоимость продукции	По отношению к объему производства	По назначению	По видам (элементы расходов, статьи калькуляции)

В бухгалтерском управленческом учете профессор Ф. Бутинец [5, с. 280] выделяет такие основные группировки затрат:

- по элементам затрат (материальные расходы, расходы на оплату труда, отчисления на социальное страхование, амортизация, другие операционные расходы);
- по статьям;
- по способу включения в затраты отдельных структурных подразделений предприятия (прямые и косвенные расходы);
- по объему производства продукции (переменные и постоянные);
- по отчетным периодам (расходы отчетных периодов и расходы будущих периодов);
- по функциональному назначению.

Классификацию затрат по направлениям: оценка запасов и определение финансовых результатов; принятие управленческих решений; контроль и регулирование, приводят такие ведущие ученые, как Ф. Бутинец, С. Голов,

Н. Адамова и Т. Карпова, Л. Нападовская, О. Каверина.

Л. Нападовская также классифицирует затраты в зависимости от стратегических направлений деятельности (краткосрочные и долгосрочные); в зависимости от срока возникновения (фактические, плановые, прогнозные); в зависимости от возможности планирования (плановые и неплановые).

Комплексный подход к классификации затрат нашел поддержку также среди других ученых-экономистов. В частности, В. Бачинский изложил свое видение классификации затрат, которая делится на четыре составляющие в зависимости от цели и функции управления: классификация для планирования, нормирования и принятия решений; классификация для учета и калькуляции; классификация для оценки и анализа хозяйственной деятельности; классификация для контроля и регулирования.

Л. Мельниченко разделяет затраты по времени возникновения, по реакции на смену активности, в зависимости от финансовых показателей, по возможности влияния на принятие решений [14].

Вопросу классификации затрат посвятили свои труды такие зарубежные ученые, как А. Апчерч, К. Друри, Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер и др. Их подходы к классификации затрат приведены в таблице 2.

По мнению К. Друри, себестоимость состоит из трех элементов: основных материалов, труда рабочих основного производства и производственных накладных затрат [15]. Такие же элементы затрат на производство, в частности основные материалы, прямые затраты труда и непрямые расходы [16], выделяют Ч. Хорнгрен и Дж. Фостер.

О. Каверина [11] для калькуляции, кроме общепринятых видов затрат, выделяет затраты по традиционным и нетрадиционным объектам учета. При этом к традиционным относятся затраты, которые непосредственно формируются по отдельной продукции, а к нетрадиционным – по объектам учета затрат процессов производства (стадии, переделы, этапы и т. п.).

Т. Карпова предлагает два признака классификации затрат: по видам деятельности (расходы, связанные с созданием и хранением запасов, производством, финансово бытовой и организационной деятельностью) и по целям учета (калькуляция и оценка произведенной продукции; принятие решений и планирование; контроль и регулирование) [13, с. 51–101].

Таблица 2

Классификация затрат в экономической литературе

<i>Источник информации</i>	<i>Направление классификации</i>	<i>Виды затрат</i>
К. Друри [15, с. 44–56]	В зависимости от характера связи расходов с определенным объектом (по способу перенесения на себестоимость объектов)	Прямые, непрямые
	По отношению к себестоимости продукции	Расходы отчетного периода, себестоимость продукции
	В зависимости от влияния управленческого решения на величину затрат	Релевантные, нерелевантные
	В зависимости от оценки альтернативных вариантов решений	Возможные (альтернативные)
	В зависимости от ситуации, для которой необходима информация о затратах	Маржинальные
	В зависимости от поведения затрат (по степени влияния объема производства на уровень затрат)	Переменные (условно переменные), полупеременные, постоянные (условно постоянные), полупостоянные
	В зависимости от возможности влияния на затраты	Возвратные, безвозвратные
А. Апчерч [17, с. 67–76]	По характеру	Прямые, непрямые
	По поведению затрат	Постоянные и переменные, полупеременные, полупостоянные, ступенчатые
	Для принятия решения	Релевантные и нерелевантные, дополнительные, альтернативные, маржинальные
Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер [16, с. 35–70]	По экономическому содержанию	Элементы затрат и статьи калькуляции
	По отношению к калькуляции себестоимости	Расходы, которые учитываются и не учитываются при калькуляции
	По учету при определении прибыли	Себестоимость реализованной продукции, расходы деятельности
	По способу включения в себестоимость	Прямые и непрямые
	По отношению к производственному процессу	Основные и накладные
	По отношению к объему производства	Переменные, постоянные
	По отношению к указанным параметрам	Стандартные (нормативные), фактические
В зависимости от сферы полномочий руководителя	Контролируемые и неконтролируемые. Релевантные, нерелевантные	

В зависимости от видов деятельности формируются и классифицируются затраты предприятия. Деятельность предприятия разделяется на обычную и чрезвычайную. К обычной деятельности предприятия относятся: операционная, финансовая и инвестиционная. В свою очередь, операционная деятельность разделяется на основную и другую. В соответствии с таким распределением видов деятельности предприятия формируются и классифицируются затраты предприятия.

В то же время А. Шеремет классифицирует затраты в зависимости от экономической роли в процессе производства (основные и накладные); от способа включения в себестоимость продукции (прямые и косвенные); по отношению затрат к объему производства (переменные и постоянные) [18].

Затраты предприятия на производство и реализацию продукции (сырье, топливо, заработная плата работников, оплата услуг сторонних организаций и др.) различаются по составу, значению, экономическому содержанию, по местам возникновения. Очень трудно определить себестоимость отдельного вида продукции путем оценки каждого вида затрат. Поэтому при планировании, учете и анализе себестоимости, необходимо объединить определенные затраты по определенному общему признаку в ограниченное число групп. В основу классификаций, которые применяются на практике, заложены разные категории:

- экономическое содержание затрат,
- целевое назначение затрат,

- роль затрат в производственном процессе,
- способ отнесения затрат на отдельные виды продукции,
- характер связи затрат с изменением объема производства.

Наиболее важным является способ классификации затрат по экономическому содержанию и целевому назначению в производственном процессе. Основные признаки, по которым проводится классификация: во-первых, однородность по экономическому содержанию, во-вторых, общность производственного назначения и места возникновения затрат. В соответствии с этими признаками все затраты, которые составляют себестоимость, классифицируют по первичным экономически однородным элементам и калькуляционным статьям.

При классификации затрат по экономически однородным элементам не суть важно, где и с какой целью тратят те или другие виды ресурсов, необходимо лишь, чтобы затраты, включенные в одну группу, имели одинаковую экономическую природу. Так, затраты на электроэнергию для технологических целей, для освещения и т. п., несмотря на отличие конкретных форм их производственного использования, объединяются в одну группу (элемент), поскольку по экономической природе все они отображают затраты одного вида ресурсов – энергии.

В промышленности принята единая для всех отраслей группировка затрат по экономически однородным элементам (таблица 3).

Таблица 3

Классификация затрат по экономически однородным элементам и калькуляционным статьям

<i>Экономически однородные элементы</i>	<i>Калькуляционные статьи затрат</i>
1. Сырье и основные материалы (за вычетом возможных отходов)	1. Затраты на приобретенные сырье и материалы, которые используют все цеха предприятия
2. Вспомогательные материалы	2. Затраты на приобретенные вспомогательные материалы, которые используют как для технологических, так и для нетехнологических целей (реагенты, катализаторы и др.)
3. Топливо со стороны	3. Затраты на все виды приобретенного топлива, которое используют на технологические и нетехнологические цели (например, для отопления помещения)
4. Энергия всех видов со стороны	4. Затраты на все виды энергии, которую используют на технологические и нетехнологические цели (например, электроэнергия для освещения помещения)
5. Амортизация основных фондов	5. Амортизационные отчисления со всех видов основных фондов (помещение, сооружения, оборудование)
6. Заработная плата	6. Затраты на основную и дополнительную заработную плату всех категорий работников
7. Отчисления на социальное страхование	7. Отчисление в социальные фонды от основной и дополнительной заработной платы всех категорий работников
8. Другие денежные расходы	8. Затраты на оплату услуг сторонних организаций, на подготовку кадров, затраты на командировки и др.

Значение этой группировки затрат заключается в следующем. Во-первых, такая группировка позволяет выделить затраты овеществленного (материального труда) и живого труда.

Необходимо иметь в виду, что во всех случаях по элементам учитывают лишь приобретенные материальные ресурсы. Затраты на потребляемые в процессе производства материальные ресурсы собственного производства нельзя прямо отнести к соответствующим элементам, поскольку затраты, связанные с производством этих ресурсов, являются комплексом разнородных расходов предприятия, которые относятся к разным экономическим элементам.

Затраты в виде средств труда отображаются в себестоимости через амортизационные отчисления. Затраты живого труда представлены основной и дополнительной заработной платой всего промышленно-производственного персонала предприятия, а также отчислениями на социальное страхование. Все другие затраты относительно небольшие (но неизбежные в производственно-хозяйственной деятельности предприятия), не могут быть отнесены к отдельным элементам и потому их включают в один экономический элемент – «Другие денежные расходы».

Во-вторых, группировка затрат по элементам позволяет обнаружить экономические особенности отдельных отраслей и производств: их материалоемкость, энергоемкость, фондоемкость и трудоемкость, которые дают возможность определить основные направления снижения себестоимости продукции для каждой отрасли.

В-третьих, эта группировка позволяет связать в денежной форме план по себестоимости с другими разделами перспективных или годовых планов предприятия или отрасли.

Однако для управления деятельностью предприятия и его подразделений важно знать не только общую сумму затрат по тому или другому экономическому элементу, но и величину затрат на производство отдельных видов продукции, а также конкретное назначение и место их возникновения. На основе поэлементного подхода невозможно определить себестоимость единицы конкретной продукции, поскольку при выпуске нескольких видов продукции чрезвычайно сложно распределить затраты по элементам на отдельные виды продукции. Кроме того, группировка по элементам не включает затраты, связанные с реализацией продукции.

Отмеченные недостатки устраняются при классификации затрат, составляющих себестои-

мость продукции, по калькуляционным статьям, когда в основу группировки расходов положен принцип единства цели и места расходования ресурсов (т. е. на какой вид продукции, для какой цели и на какой стадии производственного процесса).

Группировка затрат по статьям используется для определения себестоимости отдельных видов продукции (единицы или всего выпуска), которая имеет важное значение для анализа и оперативного руководства деятельностью отдельных участков, цехов и предприятия в целом, для организации внутривозвратного анализа и планирования снижения себестоимости конкретной продукции.

Для всех отраслей химической промышленности установлена типичная номенклатура калькуляционных статей расходов (таблица 4). В зависимости от производственной необходимости она может несколько изменяться. Это зависит от специфики технологических процессов и особенностей производства.

Сравнивая экономические элементы затрат и калькуляционные статьи расходов, можно проследить, что некоторые из них имеют одинаковое наименование. Эти элементы и статьи расходов, как правило, имеют одинаковую экономическую природу, но различаются по целевому назначению и местом возникновения. Так, по элементам учитываются затраты на все виды вспомогательных материалов, которые тратятся на производство, на все топливо и энергию, независимо от цели их расходования.

В соответствующих статьях расходов учитываются расходы на указанные виды ресурсов, которые используют лишь непосредственно для изготовления определенной продукции. Все вспомогательные материалы (кроме тары), топливо и энергия на отопление и освещение учитываются в других статьях («Эксплуатация оборудования», «Цеховые расходы» и «Общезаводские расходы»). В элементе «Заработная плата» подытоживается заработная плата всех работников предприятия, тогда как по аналогичной статье учитывается лишь заработная плата основных рабочих, непосредственно занятых изготовлением продукции, а заработная плата других категорий рабочих учитывается в других статьях расходов. То же относится к дополнительной заработной плате и отчислениям на социальное страхование.

Все остальные калькуляционные статьи расходов являются комплексом разных по экономической природе затрат. Например, цеховые расходы включают заработную плату вспомогательных рабочих, управленческого и обслу-

живающего персонала цеха, амортизацию цеховых зданий и сооружений, затраты на их эксплуатацию и текущий ремонт, охрану труда и

тому подобное. Общезаводские расходы включают аналогичные расходы, которые относятся к заводууправлению и общезаводским службам.

Т а б л и ц а 4

Номенклатура калькуляционных статей расходов

1. Сырье и основные материалы	Затраты на сырье, материалы, приобретенные полуфабрикаты, которые составляют вещественную основу продукции
2. Полуфабрикаты собственного производства	Затраты на полуфабрикаты, полученные на предыдущих установках (переделах) предприятия и использованные в данном технологическом процессе в качестве сырья
3. Отходы возвращенные	Затраты на отходы, появление которых предусмотрено технологией производства. Эти отходы используются в качестве сырья, потому затраты на них вычитаются из общих затрат на сырье
4. Вспомогательные материалы	Затраты на вспомогательные материалы, которые используются в определенном технологическом процессе
5. Топливо и энергия на технологические нужды	Затраты на все виды топлива и энергии (со стороны и собственного производства), которые используются в определенном технологическом процессе
6. Основная заработная плата основных производственных работников	Затраты на оплату труда основных производственных рабочих
7. Дополнительная заработная плата основных производственных работников	Затраты на выплаты основным производственным рабочим неотработанного времени
8. Отчисления на социальное страхование	Затраты на отчисление на социальное страхование по нормативам от основной и дополнительной заработной платы основных производственных рабочих
9. Расходы на подготовку и освоение производства	Затраты на освоение новых производств, установок, цехов, видов продукции, технологий; на заработную плату персонала, занятого подготовкой производства, с отчислениями на социальное страхование
10. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	Затраты на амортизацию оборудования и транспортных средств данного цеха (установки), их текущий ремонт и эксплуатацию; заработную плату (основную и вспомогательную) с отчислениями на социальное страхование вспомогательных работников, занятых обслуживанием оборудования и транспортных средств и др.
11. Износ устройств целевого назначения и другие специальные расходы	Затраты на погашение стоимости устройств целевого назначения
12. Цеховые затраты	Затраты на заработную плату с отчислениями на социальное страхование рабочих цеха; на амортизацию, текущий ремонт и содержание цеховых зданий, сооружений и инвентаря; на опыты и исследования цеховых лабораторий, на охрану труда
13. Общезаводские расходы	Затраты на заработную плату с отчислениями на социальное страхование аппарата управления предприятием; на амортизацию, текущий ремонт и содержание сооружений, зданий и инвентаря общезаводского назначения, содержания центральной заводской лаборатории; содержание пожарной и сторожевой охраны
14. Затраты от брака	Затраты на производство окончательно забракованной продукции
15. Другие производственные расходы	Затраты на отчисление на страхование, на геолого-разведывательные и научно-исследовательские работы, которые выполняются сторонними организациями и др.
16. Попутная продукция	Затраты на производство продукции, которая производится совместно с основной продукцией, что обусловлено технологией производства основной продукции
17. Внепроизводственные расходы	Затраты на реализацию продукции: на тару, упаковку для готовой продукции предприятия, транспортировки готовой продукции к станции отправления; оплату услуг посторонних транспортных предприятий и др.

Таким образом, экономические элементы являются однородными, неразложимыми на составляющие видами затрат, а большинство калькуляционных статей расходов состоят из комплекса разнородных экономических элементов.

В химической промышленности наиболее важную роль играет учет затрат по местам их возникновения. Это позволяет лучше выделить ответственность производственных коллективов (участков, отделений) за выполнение заданий по снижению себестоимости и контролировать их выполнение. Поэтому все другие классификации затрат, которые составляют себестоимость продукции, связаны с учетом затрат по местам их возникновения.

В процессе исследования установлено, что как в Украине, так и в большинстве стран мира различают затраты прямые и непрямые, постоянные и переменные, затраты на продукцию и затраты периода. Отличительной особенностью в зарубежной практике является возможность самостоятельного выбора классификации затрат, которая определяется потребностями пользователей. В зарубежной литературе классификация затрат в управленческом учете подобна отечественной классификации. Отличием является лишь то, что зарубежные ученые классифицируют затраты по другим признакам и по-другому их трактуют (называют).

Организация производственного учета на предприятиях в основном зависит от технологии и организации производства, характера выпускаемой продукции, структуры управления и других факторов, которые определяют процессы документального оформления хозяйственных операций, их систематизации, обобщения и отображения, ведения синтетического и аналитического учета, разграничения и распределение затрат и др. Следовательно, одной из проблем учета затрат является зависимость от особенностей соответствующей отрасли или вида экономической деятельности. Поэтому для управленческого учета наиболее целесообразными и полными являются направления классификации затрат, которые полностью отвечают его потребностям и могут быть использованы для усовершенствования методики управленческого учета.

1. *Безруких П. С.* Состав и учет издержек производства и обращения. – М. : ФБК, 1996. – 224 с.

2. *Керимов В. С.* Управленческий учет: учебник. – М. : Маркетинг, 2001. – 268 с.

3. *Нападовська Л. В.* Управлінський облік : монографія. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. – 450 с.

4. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Б. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина и др.; под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 279 с.

5. *Бутинець Ф. Ф.* та ін. Бухгалтерський управлінський облік. – 3-тє вид., доп. і перероб. – Житомир : ПП «Рута», 2005. – 480 с.

6. *Голов С. Ф.* Управлінський облік. – Киев : Лібра, 2003. – 704 с.

7. *Нападовська Л. В.* Управлінський облік. – Киев : Книга, 2004. – 544 с.

8. Бухгалтерський облік / В. Сопко, З. Гуцайлюк, М. Щирба и др. – Тернопіль : Астон, 2005. – 496 с.

9. *Лень В. С., Гливенко В. В.* Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика: навч. посіб. – Киев : Центр навчальної літератури, 2004. – 576 с.

10. *Грабова Н. М.* Теорія бухгалтерського обліку / за ред. М. В. Кужельного. – 6-тє вид. – Киев : Видавництво А.С.К., 2004. – 266 с.

11. *Каверина О. Д.* Управленческий учет: системы, методы, процедуры. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 352 с.

12. *Николаева О. Е., Шишкова Т. В.* Управленческий учет. – 2-е езд., испр. и дополн. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 336 с.

13. *Карпова Т. П.* Управленческий учет. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 350 с.

14. *Мельниченко Л. Ю.* Задачи управления издержками // Світ бухгалтерського обліку. – 1999. – № 12. – С. 64–68.

15. *Друри К.* Управленческий и производственный учёт: учебник: пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1071 с.

16. *Хорнгрен Ч. Т., Фостер Дж.* Бухгалтерский учет: управленческий аспект: пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 416 с.

17. *Апчорч А.* Управленческий учет: принципы и практика: пер. с англ. / под ред. Я. В. Соколова, И. А. Смирновой. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 952 с.

18. Управленческий учет : учеб. пособие / под ред. Д. Шеремета. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. – 512 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ МАРОЧНОГО КАПИТАЛА КОМПАНИИ

THE THEORETICAL BASIS OF THE VALUATION OF BRAND VALUE

Е.В. Макарова

E.V. Makarova

ОАО «Молочное дело», Москва

Успешность развития предприятий определяется капитализацией их основных активов, в числе которых на первое место выходят нематериальные активы – бренды компании. Именно они определяют стоимость компании на рынке и успешность ее развития, оценивают эффективность менеджеров. В данной ситуации особое значение принимает объективная оценка экономического дохода, получаемого от конкретной торговой марки. Автор рассматривает подходы к экономической оценке доходности торговых марок в разрезе каналов и рынков распределения, которая позволяет оценить успешность работы маркетинговой и сбытовой служб, проанализировать тенденции развития торговых марок и оценить приблизительную стоимость всех активов компании.

The success of enterprises is defined of capitalization of their assets, including the intangible assets – brands. They determine the value of the company in the market and the success of its development, evaluate the effectiveness of the managers. In this situation the special importance get the objective assessment of the economic income from a particular brand. The author considers the common issues of the economic evaluation of profitability in the context of brands and channels of distribution which allows to evaluate the success of personal of the marketing and sales departments, to analyze trends of the company's brands and to evaluate the approximate value of all assets of the company.

Ключевые слова: бренд, атрибуты бренда, стоимость компании, анализ доходности брендов.

Key words: brand, attributer of the brand, profitability of the company, analyze of the brand's value.

На современном этапе развития рыночной экономики производитель стремится придать своей торговой марке товара или услуги признаки бренда для обеспечения долговременных денежных потоков от конкретного товарного предложения на рынке. Одно из определений понятия «бренд»: «Успешный бренд – это идентифицируемый товар, услуга, человек или место, усиленные таким образом, что покупатель или пользователь воспринимает их релевантные, уникальные добавленные ценности, в полной мере соответствующие их запросам и потребностям. Успех этих брендов – во многом результат способности сохранять эти дополнительные ценности в условиях конкуренции» [1, с. 28].

В современной зарубежной литературе бренд трактуется уже не только как нематериальный актив компании, но и как один из важнейших финансовых (ликвидных) активов. «Бренд перерос маркетинговую концепцию. Бренд – это теперь еще и финансовая концепция, один из важнейших финансовых активов компании» [2, с. 54]. Более того, бренд трак-

туется как самый важный актив компании [3, с. 80].

Понятия «бренд» и «портфель брендов», или, как их называют, «марочный капитал компании», активно рассматривались такими мировыми теоретиками и практиками маркетинга и менеджмента, как Д. Аакер, Лесли Де Чернатонни, Н. Реймонд, Р. Клифтон, Т. Амблер, Лора и Эл Райс и многими другими авторами. Такое активное внимание к данной проблематике вызвано самой природой данного явления – марочного капитала компании, его трансформации за короткий период времени из одной из функций компании (создание новых товаров) в главный смысл ее существования и выживания. Уже давно не требует доказательств тот факт, что финансовая стабильность и развитие предприятия зависят в большей мере не от финансовой службы, а от службы маркетинга, которая несет ответственность не только за получение стабильных и прогнозируемых денежных потоков от существующего портфеля брендов, но и за разработку и реализацию стратегий развития компании на основании

стратегий повышения стоимости марочного капитала.

Вопросам оценки марочного капитала компании уделяется в настоящее время большое внимание со стороны владельцев и акционеров компании, финансистов и маркетологов. Актуализация данной проблемы увеличилась в период 1980-х гг. – период активного этапа укрупнения бизнеса за счет слияний и поглощений. Расчет стоимости брендов, находящихся в управлении компанией, позволяет принимать экономически обоснованные решения об инвестировании в тот или иной бренд, об определении роялти на использование того или иного бренда при формировании альянсов брендов, а также о стоимости реализации бренда и всей компании при слиянии или поглощении. Помимо этого, оценка стоимости марочного капитала на постоянной или периодической основе важна для оценки успешности реализации стратегии повышения стоимости портфеля брендов.

В более упрощенном виде «стоимость марки определяется, как разность в цене марочного капитала и обычного товара» [4, с. 31]. Эта разность, или сила бренда, складывается за счет более высокой цены, которую готовы платить потребители, и больших объемов продаж.

Однако сложность данного предмета оценивания требует и более обширных и многофакторных моделей оценки марочного капитала, поэтому на сегодняшний день существует большое разнообразие методик оценки стоимости

бренда от простых и низко затратных до сложных, основанных на исследованиях предпочтений потребителей и, следовательно, мало применимых на практике.

Наиболее развернутой и полной, описывающей сущность и механизм оценки бренда, является причинно-следственная природа капитала бренда Фелдвика (рис. 1).

Данная модель показывает, что ценность бренда определяется его атрибутами, а именно:

- осведомленность о бренде – данный показатель можно оценить (по Д. Аакеру) по следующим критериям: признание бренда, запоминаемость бренда, доминирование бренда и знание бренда;

- имидж бренда – данный показатель может быть оценен как качественными методами, так и методом сравнения ассоциаций, вызываемых брендом;

- воспринимаемое качество бренда – показатель, измеряемый в сравнении бренда с конкурентами;

- воспринимаемая ценность – показатель оценивается в соотношении «функциональная ценность/цена» по сравнению с конкурентами;

- индивидуальность бренда – показатель оценивается качественными методами, бренду присваиваются характеристики живых людей;

- организационные ассоциации – показатель оценивается качественными методами, происходит оценка отношения к бренду через оценку к организации, владеющей данным брендом.

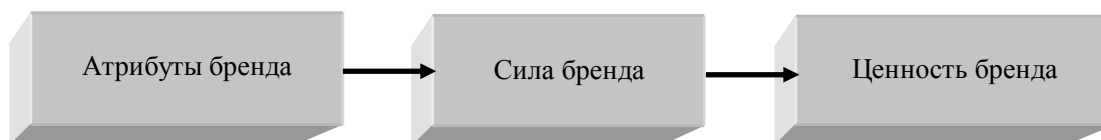


Рис. 1. Причинно-следственная природа капитала брендов (Feldwick) [1, с. 524]

Атрибуты бренда являются его качественными показателями, которые затем агрегируются и получают количественную оценку через показатели силы бренда. Сила бренда может быть измерена как набор атрибутов, однако ценность бренда проще и привычнее измерять через набор собственных количественных показателей, которые помогают измерить силу бренда:

- *лидерство* – мнение потребителей о технологическом или социальном лидерстве бренда в своей товарной категории;

- *ценовая надбавка* отражает способность бренда устанавливать более высокую цену или быть менее чувствительным к цене, чем кон-

куренты. Для определения ценовой надбавки существует несколько способов;

- *лояльность к бренду* может быть измерена несколькими способами как внутрикорпоративными службами маркетинга, так и специализированными маркетинговыми агентствами;

- *рыночная доля и данные о дистрибуции*.

Однако оценка стоимости бренда, выраженная именно в денежном эквиваленте, имеет наиболее значимую прикладную ценность для бизнеса. Стоимость бренда в денежном эквиваленте важна при покупке бренда, при определении размера роялти на использование бренда, а также при определении стоимости ак-

ций компании и при слиянии или поглощении компаний.

Финансовая стоимость бренда может быть измерена несколькими методами с той или иной степенью надежности.

1. Затратный метод – накапливаются все затраты, которые были произведены для создания, производства и продвижения данного бренда с момента его существования. Трудность использования данного метода заключается в том, что часто в неудачные бренды (по причине вывода бренда на высококонкурентный рынок или по причине несоответствия концепции бренда ожиданиям потребителей) инвестируется большой объем денежных средств, чем в успешные.

2. Сравнительный метод – при наличии информации о конкурирующих брендах можно определить стоимость собственных на основании следующих показателей: ценовая надбавка, объем продаж или доля рынка. Однако практически невозможно получить достоверные данные от конкурирующих компаний.

3. Метод добавленной ценности, или метод относительной цены – оценивает веру потребителя в торговую марку. Относительная цена рассчитывается как отношение объема выручки на объем продаж по собственному бренду к отношению суммарного по всему рынку объема выручки к суммарному по рынку объему продаж. В итоге мы получаем разницу между двумя ценами – средней по рынку и средней для оцениваемого бренда – эта разница оценивает способность торговой марки продаваться по более высокой для рынка цене. Однако не всегда сильный бренд характеризуется высокой ценовой надбавкой.

4. Метод освобождения от роялти – после определения размера роялти по договору о передаче прав пользования торговой маркой определяется прогноз объемов продаж за определенный период использования и путем соотношения всех трех переменных (роялти, период пользования и прогноз объемов продаж) определяется стоимость торговой марки.

5. Метод финансовых поступлений – определяется, какую часть доходов компании обеспечивают материальные и нематериальные активы (D бренда). Если компания владеет несколькими брендами, то определяется доля каждого из них. Затем полученный показатель соотносится с E/P – ratio (отношение рыночной стоимости одной акции с показателем чистой прибыли на одну акцию) и с прогнозом объемов продаж. Применение данного метода ограничено возможностью объективного разде-

ления доходов, обеспеченных материальными активами, от доходов, обеспеченных нематериальными активами.

6. Метод дисконтирования будущих денежных потоков – определяется чистый денежный поток, получаемый от конкретного бренда, который рассчитывается как разница между поступлением денежных средств и оттоком денежных средств. Затем чистый денежный поток дисконтируется во времени. Как правило, поступление и отток денежных средств планируется на 3 года и более. Данный метод имеет существенный недостаток: на момент оценивания бренд может достичь пика стадии стабильности и в будущем не будет показывать положительной динамики. Таким образом, его стоимость будет значительно завышена. Также существует проблема с объективным оцениванием растущей марки и убывающей. На момент построения прогнозов растущая и убывающая марка могут иметь одинаковые краткосрочные прогнозы, но капитал убывающей марки должен быть оценен ниже, чем капитал растущей.

7. Разновидность метода дисконтирования денежных потоков – определение стоимости бренда на основе формулы Гордона применимо в случае равномерно возрастающих денежных потоков от бренда.

$$V = \sum_{i=1}^n \frac{CF^i}{(1+r)^i} + \frac{CF^{n+1}}{(r-g) \cdot (1+r)^n}, \quad (1)$$

где V – стоимость бренда, CF^i – денежный поток i -го периода, r – ставка дисконтирования, g – долгосрочный рост денежного потока в постпрогнозном периоде.

Формула состоит из 2-х частей: оценки стоимости бренда в прогнозном периоде, как правило 3–5 лет, и оценка стоимости в постпрогнозном периоде. Формула Гордона широко распространенная для оценки компаний, но, поскольку стоимость компании определяется ее денежными потоками, которые как раз и обеспечивают ее успешные бренды, мы считаем применимым данный метод для оценки стоимости брендов в бесконечном периоде.

Методика бренд-консалтингового агентства Interbrand – в основу метода положена аккумуляция прошлых и будущих денежных потоков, которые обеспечивает конкретный бренд, дальнейшее дисконтирование будущих денежных потоков посредством коэффициента кратности, отражающего силу бренда. Чтобы вычислить ценность бренда, мы умножаем прибыль бренда на коэффициент кратности. Разработчики модели Interbrand считают, что силу бренда можно определить, если оценить бренд

по семи факторам. Оценка стоимости бренда по методике Interbrand является крайне сложной и недоступной для специалистов компаний среднего бизнеса.

Разнообразие методик оценки стоимости бренда доказывает сложность решения данной проблемы для практикующих специалистов в сфере бренд-менеджмента. Ценность бренда формируется не на уровне денежных потоков, а на уровне ценностей и сознания потребителей, а эти параметры количественно, и тем более в денежном выражении, оценить невозможно. В любом случае, как пишет Тим Амблер: «Стандарты оценки марочного капитала отсутствуют, и как показало исследование в Великобритании, в этой сфере царит разноречие, за исключением 2-х моментов: не принимаются во внимание прогнозы и осознается необходимость определять ценность торговой марки» [4, с. 33].

Выбор метода оценки стоимости марочного капитала зависит от целей оценки и возможности компании, однако способ, которым оценивается марочный капитал, гораздо менее важен, чем сам факт постоянного мониторинга его состояния. Наибольшее значение имеет постоянная оценка и контроль за тенденциями, получение сопоставимых показателей.

Если выбранная методика оценивания показывает одновременный рост экономических показателей бренда и его качественных атрибутов (лояльность к торговой марке, доля повторных покупок, доля рынка и т. п.), то компания может делать вывод о росте капитализации ее нематериального актива. Если значения показателей начинают расходиться, то необходимо проводить полный аудит атрибутов брендов и разрабатывать стратегические действия по исправлению сложившейся ситуации.

Данные теоретические принципы были положены в основу разработанной технологии мониторинга стоимости торговой марки, которая и была апробирована на практике – на предприятии среднего бизнеса, занимающегося производством безалкогольных напитков.

Описание технологии мониторинга стоимости марочного капитала компании.

1. Компания определяет оцениваемые торговые марки, рынки сбыта, в разрезе которых происходит оценка, основные оценочные показатели, периоды оценивания.

В компании по производству безалкогольных напитков были выделены основные торговые марки «Напитки из Черноголовки» и «Черноголовская вода», оценка производится ежегодно, оценивается суммарно объем сбыта на

всей территории России без разделения на крупные региональные рынки.

Основными оценочными показателями являются: чистый денежный поток, коэффициент лояльности к брендам, доля повторных покупок и относительная цена.

2. При оценке стоимости торговых марок использовалась одна из разновидностей доходного метода – метод, используемый для оценки бизнеса со стабильным уровнем роста по формуле Гордона.

Определение чистого денежного потока, получаемого от торговой марки, представлено в формуле 2.

Чистый денежный поток = Чистая выручка – Производственная себестоимость – Административные расходы – Коммерческие расходы – Налог на прибыль + Амортизационные отчисления (2)

Чистый денежный поток от инвестиционной и финансовой видов деятельности в данных расчетах не используется, так как это усложняет расчеты и применимо для оценки стоимости всего бизнеса.

Расчеты чистого денежного потока 2-х основных торговых марок в 2010–2011 гг. представлены в таблице 1.

Торговая марка «Напитки из Черноголовки» в 2011 г. продемонстрировала прирост объемов и выручки продаж, однако увеличение накладных затрат не позволило ей увеличить чистый денежный поток по итогам 2011 г. Торговая марка «Черноголовская», наоборот, не так значительно прирастила объем выручки, однако более взвешенная политика в области управления затратами привела к значительному приросту чистого денежного потока.

Данный экономический анализ дает топ-менеджерам компании четкое понимание степени капитализации торговой марки, ее вклада в стоимость всего бизнеса. Однако не менее важными являются и количественные показатели, описывающие так называемое «здоровье марки», те скрытые от экономического учета и анализа показатели, которые могут дать информацию о закладывающихся тенденциях в отношении потребителей к брендам.

1. Показатель коэффициента лояльности к бренду в покупках рассчитывается на основании данных Исследовательского холдинга РОМИР о покупках потребителей. Данный коэффициент рассчитывается по формуле 3.

Коэффициент лояльности в покупках к бренду X = Количество покупок бренда X / Общее количество совершенных покупок за рассматриваемый период (3)

Расчеты представлены в таблице 2.

Расчет коэффициента лояльности показывает, что для бренда «Напитки из Черноголовки»

формируется негативная тенденция в покупательском поведении – частота покупок данного бренда снижается.

Таблица 1

**Оценка стоимости торговых марок компании
по производству безалкогольных напитков в 2010–2011 гг., тыс. руб.**

Показатель	Торговая марка					
	Напитки из Черноголовки			Черноголовская		
	2010	2011	Отклонение, %	2010	2011	Отклонение, %
Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции и услуг за минусом НДС, акцизов	851 512	953 400	112	174 865	185 640	106
Затраты на сырье и материалы	391 193	458 300	117	59 959	63 291	106
Переменные затраты на производство	13 304	13 500	101	8 271	8 345	101
Постоянные затраты на производство	26 628	28 000	105	11 754	11 700	100
Коммерческие расходы переменные	161 271	185 000	115	47 105	47 890	102
Коммерческие расходы постоянные	91 522	89 540	98	21 601	22 340	103
Управленческие расходы	90 695	112 567	124	7 620	7 890	104
Маржинальная прибыль	285 744	296 600	104	59 530	66 114	111
Прибыль от продаж	76 899	66 493	86	18 555	24 184	130
Амортизация	21 062	16 850	80	5 033	4 890	97
Операционная прибыль	55 837	49 643	89	13 522	19 294	143
Проценты к уплате	9 933	10 300	104	1 604	1 105	69
Лизинг	427	427	100	0	0	0
Прочие внереализационные доходы	6 031	3 856	64	974	0	0
Прибыль до налогов	51 507	42 772	83	12 892	18 189	141
Налог на прибыль	10 301	8 554	83	2 578	3 638	141
Чистая прибыль	41 206	34 218	83	10 314	14 551	141
Чистый денежный поток	62 268	51 068	82	15 347	19 441	127

Таблица 2

**Оценка коэффициентов лояльности
к торговым маркам**

Торговая марка	Год		Отклонение, %
	2011	2010	
Напитки из Черноголовки	0,0078	0,0081	96
Черноголовская	0,0130	0,0123	106

2. Показатель доли повторных покупок может быть рассчитан также на массиве данных РОМИР о совершенных покупках. Прежде чем произвести расчет данного показателя, базу покупок следует нормировать, а именно:

– провести кодировку представленных брендов;

– сформировать 2 списка брендов: список 1 – список брендов, приобретенных участниками исследовательской панели в хронологическом порядке; список 2 – список брендов, приобретенных участниками панели вторыми по счету, т. е. при второй и далее покупках;

– сформировать сводную таблицу, где по столбцам будут представлены бренды из 1-го списка, по строкам – бренды из 2-го списка, значения – количество покупок брендов из 2-го списка.

В итоге мы получаем матрицу значений, пример которой представлен в таблице 3.

Таблица 3

Показатель переключения брендов

Бренд, на который переключаются	Бренд, с которого переключаются, %				
	Напитки из Черноголовки	Кока-Кола	Спрайт	7 Up	Лемонфреш
Напитки из Черноголовки	55,4	6,3	3,4	2,5	5,7
Кока-Кола	18,4	75,4	15,7	13,2	12,3
Спрайт	5,3	4,5	51,6	2,4	5,4
7 Up	9,0	3,7	11,3	48,9	6,7
Лемонфреш	2,1	0,0	1,0	0,4	24,6

На последнем этапе производится анализ динамики, данные по 2-м анализируемым брендам Компании представлены на рис. 2. Они показывают, что доля повторных покупок у брен-

да «Напитки из Черноголовки» немного снизилась по сравнению с прошлым годом, у бренда «Черноголовская» – небольшой прирост.

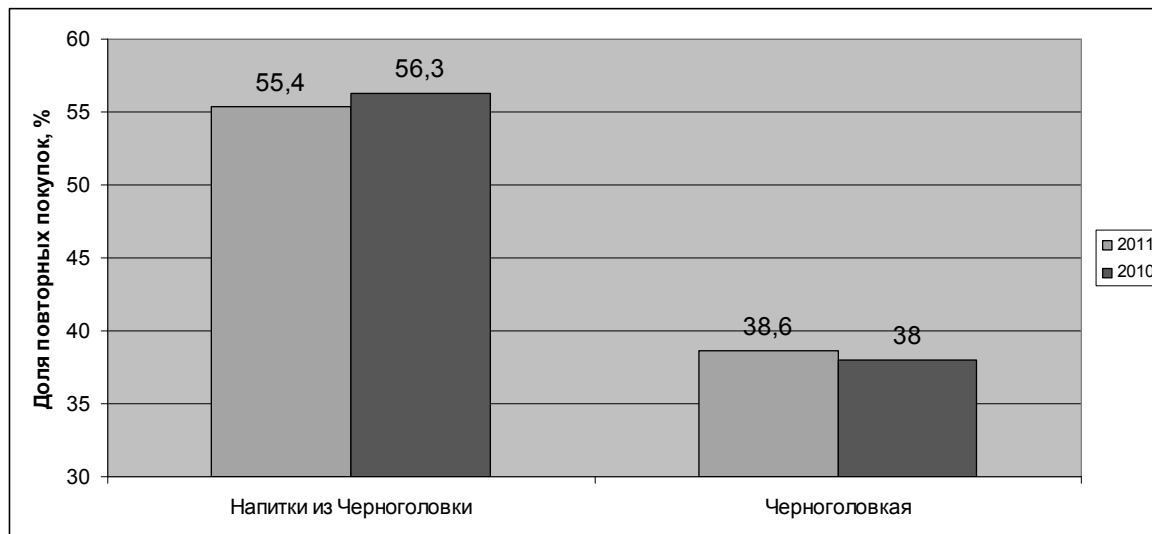


Рис. 2. Доля повторных покупок брендов

3. Показатель относительной цены наиболее объективно оценивается по отчетам аудита розничной торговли международной компании ACNielsen. Для расчета среднерыночной цены используем отношение показателей емкости рынка в стоимостном выражении к емкости рынка в натуральном выражении. Для определения средней цены по собственным брен-

дам используем те же показатели для собственных брендов.

Так, изменение относительной цены для брендов компании представлено в таблице 4. У бренда «Напитки из Черноголовки» увеличилась брендовая наценка, а у «Черноголовской» снизилась.

Таблица 4

Изменение относительной цены брендов Компании

Торговая марка	Средняя цена за 1 литр, руб.		Относительная цена		
	2010	2011	2010	2011	Отклонение, %
Газированные напитки	36	38			
Бутилированная питьевая вода в емкости 5 литров	48	54			
Напитки из Черноголовки	48	53	1,33	1,39	105
Черноголовская	46	51	0,96	0,94	99

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы относительно изменения стоимости 2-х брендов компании.

– Несмотря на значительный прирост выручки в 2011 г., бренд «Напитки из Черноголовки» ухудшил показатели повторных покупок и лояльности потребителей, что свидетельствует о зарождающихся тенденциях к снижению капитализации данной торговой марки. Высокая брендовая наценка (39 % – превышение цены бренда над среднерыночной) позволяет компании расходовать финансовые средства на ее рекламирование, что и должно быть

сделано в следующем году для улучшения показателей данного бренда. Также важным направлением является управление затратами для достижения прироста чистого денежного дохода.

– Бренд «Черноголовская» улучшил свои показатели в 2011 г. (прирост доли повторных покупок, коэффициента лояльности и чистого денежного потока), однако низкая брендовая наценка и ее снижение не позволяет констатировать прирост стоимости бренда в 2011 г. Для исправления ситуации необходимо провести потребительское исследование по восприятию

данного бренда, определению ценового ожидания и на основании полученных результатов проводить мероприятия по повышению ценовых ожиданий данного бренда, т. е. работа с упаковкой, дизайном, рекламным сообщением и т. д.

Таким образом, проиллюстрированная на примере методика мониторинга стоимости торговых марок позволяет в практической деятельности не только самостоятельно силами бренд-менеджеров и финансовых менеджеров оценивать тенденции капитализации торговых марок, но и обнаруживать «проблемные ситуации», разрабатывать программы действий по их решению. Проведение данного аудита на постоянной основе позволит компании на протяжении 5–7 лет накопить ценный опыт работы на рынке, разработать самые эффективные инст-

рументы управления брендом и в дальнейшем расширять свой ассортиментный портфель и укреплять свои позиции на рынке.

1. *Чернатони Л. де, МакДональд М.* Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник для студентов вузов / пер. с англ. В. Н. Егорова; под ред. Б. Л. Еремина. – М. : ЮНИТИ, 2006. – 281 с.

2. *Ньюман М.* 22 непреложных закона рекламы / пер. с англ. О. О. Азаренковой. – М. : АСТ, 2008. – 312 с.

3. *Yorkston A. E., Nunes C. J., Matta Sh.* The Malleable brand: The role of implicit theories in evaluating brand extensions // *Journal of Marketing*. – 2010. – Vol. 74 (January). – P. 80–93.

4. *Амблер Т.* Практический маркетинг. – СПб. : Питер, 2001. – 400 с.

**ПОЛИТИКА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА
(НА ПРИМЕРЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ И БЕЛАРУСИ)¹**

**WAGE POLICY IN THE ECONOMIC CRISIS
(CASE STUDY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES OF RUSSIA AND BELARUS)**

Т.Ю. Стукен

T.U. Stuken

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Рассмотрена подстройка внутрифирменной политики заработной платы к условиям экономического кризиса. Определены основные направления трансформации политики, оценка их распространенности и эффективности на промышленных предприятиях России и Беларуси, выявлены межстрановые различия.

We considered adjustment wage policy to the economic crisis. The main directions of policy transformations, evaluation of their extent and effectiveness at the industrial enterprises of Russia and Belarus are defined, cross-country differences are detected.

Ключевые слова: политика оплаты труда, рынок труда, экономические институты.

Key words: policy of payment labor, labor market, economy institutions.

Изменение экономической ситуации влечет за собой подстройку рынка труда к новым условиям, которая может осуществляться различными способами: через изменение занятости, рабочего времени или заработной платы либо их сочетанием с применением как формальных, так и неформальных адаптационных механизмов.

При этом одной из основных реакций в ответ на появление кризисных тенденций в экономике на значительной части постсоветского пространства является изменение заработной платы. В существующих публикациях при изучении влияния экономического кризиса на заработную плату акцент делается на оценку эластичности заработной платы по объему производства без углубленного рассмотрения внутренних составляющих динамики заработной платы, в том числе изменения доли постоянной части, надбавок, премий, изменения формализации и прозрачности выплат и пр. Представляется, что знание конкретных механизмов изменения заработной платы в условиях кризиса способствует не только пониманию процессов, происходящих на рынке труда, но и позволяет выработать меры, направленные на регулирование рынка труда и уровня жизни населения.

Особенностью экономического кризиса, начавшегося в 2008 г., является его глобальный характер. В этой связи представляют интерес особенности подстройки различных национальных рынков труда к новым условиям.

Теоретически существует ограниченное число реакций заработной платы на изменение внешней среды. Между тем институциональные особенности различных экономик определяют огромное разнообразие конкретных вариантов поведения. При сопоставимом уровне экономического развития, схожести исторических процессов и менталитета есть основания полагать, что реакция рынка труда в части изменения уровня и структуры заработной платы будет различной. Именно с этих позиций представляет интерес сравнительный анализ рынков труда России и Беларуси в современных условиях. Учитывая, что последствия экономического кризиса различны для разных отраслей, для проведения сравнительного анализа целесообразно остановиться на какой-либо одной отрасли. Такой отраслью в настоящем исследовании выступает промышленность.

Кроме того, промышленность является одной из ведущих отраслей экономики как в России, так и в Беларуси. Согласно официальным

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ-БРФФИ в рамках международного научно-исследовательского проекта РГНФ-БРФФИ «Реакция внутрифирменной политики оплаты труда на изменение экономической ситуации: сравнительный анализ Российской Федерации и Республики Беларусь», проект № 11-22-01004a/Bel.

данным, ее доля в структуре занятых достигает одной пятой всех занятых в экономике России и четверти в Беларуси. Именно поэтому многие процессы и закономерности, характерные для промышленности, являются важными и для экономик обеих стран в целом.

В обеих странах экономический кризис затронул промышленность в большей степени, чем другие отрасли экономики, поэтому именно здесь следует ожидать наиболее заметной реакции заработной платы на изменившиеся условия. Так, в России объем промышленного производства в 2009 г. сократился на 9,3 % при общем сокращении ВВП только на 6,0 %. В Беларуси падение было менее значительным: в 2009 г. объем промышленного производства сократился только на 2 %. Это, однако, существенное снижение, если принять во внимание, что прирост ВВП в том же году составил 0,2 %, а темпы прироста объема промышленного производства за предыдущие пять лет не опускались ниже 8,7 % [1; 2].

Обе страны имеют опыт подстройки рынка труда в условиях экономического кризиса 1990-х гг., когда снижение спроса на труд влекло за собой существенное снижение заработной платы при значительно меньшем сокращении занятости. Распространенными формами приспособления являлись замораживание заработной платы, появление теневых схем оплаты, значительные задержки выплат, снижение формализации и рост непрозрачности выплат.

За прошедший период в обеих странах общегосударственные институты заработной платы, включая трудовое законодательство, законодательство о минимальной заработной плате, механизмы установления заработной платы претерпели существенные изменения. Новые институциональные механизмы сформировались и на внутрифирменном уровне.

Для выявления типов реакции зарплатообразования на условия экономического кризиса была разработана программа исследования, включающая анализ официальной статистической информации и проведение экспертного опроса. В качестве экспертов были выбраны руководители организаций, а также отделов и

служб, в функциональные обязанности которых входят вопросы заработной платы. Всего были опрошены представители 42 российских и 22 белорусских промышленных предприятий разных организационно-правовых форм из Москвы, Санкт-Петербурга, Иванова, Ярославля, Нижнего Новгорода, Махачкалы, Новосибирска, Челябинска, Тюмени, Салехарда, Омска, Кемерово, Бийска, Иркутска, Минска, Могилева, Витебска и Гомеля. Экспертный опрос проводился как при непосредственном контакте эксперта и интервьюера, так и в режиме удаленного доступа (Skype и электронная почта). С учетом институциональной специфики рынка труда двух стран, исследование включало две группы вопросов (общие и специфические), отражающих особенности реакции предприятий на конкретные условия каждой из стран. Спектр вошедших в выборку предприятий обеих стран достаточно разнообразен – химическая и топливная промышленность, производство электроэнергии, промышленность строительных материалов, машиностроение, деревообработка, производство продуктов питания, легкая промышленность.

В данной статье представлены результаты тестирования двух гипотез:

1. Несмотря на различия в институциональной структуре регуляторов оплаты труда, экономический кризис 2008–2009 гг. в промышленности обеих стран сопровождался меньшей гибкостью заработной платы в сторону понижения, по сравнению с кризисом 1990-х гг.

2. Характеристики зарплатообразования на промышленных предприятиях России и Беларуси различаются соотношением и силой влияния общегосударственных и внутрифирменных институтов. В Беларуси, по сравнению с Россией, более высок удельный вес общегосударственных институтов, тогда как в России – внутрифирменных.

Анализ статистической информации на сайтах Росстата и Белстата (см. таблицу) позволяет сделать определенные выводы о степени гибкости заработной платы обеих стран в условиях экономического кризиса 2008–2009 гг.

Основные характеристики подстройки промышленных предприятий России и Беларуси в период экономического кризиса (2008–2009 гг.)

Показатель	Россия	Беларусь
Индекс объема промышленного производства (в ценах 2008 г.)	0,907	0,980
Индекс численности занятых	0,935	0,967
Индекс производительности труда	0,970	1,013
Индекс реальной заработной платы (в ценах 2008 г.)	0,980	0,970

В обеих странах сокращение объема производства вызвало и снижение занятости, и снижение заработной платы. Однако при этом снижение занятости оказалось большим по сравнению со снижением заработной платы, что свидетельствует о том, что рынки труда обеих стран реагировали на изменения типично для развитых стран. Так, например, эластичность занятости по объему производства для России составила 0,7, что вдвое выше показателей 1990-х гг. При этом в кризисный период реальная заработная плата в России сократилась в меньшей степени, чем производительность труда: одному проценту падения производительности труда соответствовало снижение заработной платы на 0,67%. Обстоятельством, способным объяснить данную ситуацию, является то, что к началу последнего экономического кризиса российская промышленность подошла, испытывая кадровый голод, вызванный низкой заработной платой. В этих условиях дальнейшее падение заработной платы вызывало риск ухода и без того небольшой части высококвалифицированных работников и ставило под угрозу выживание предприятия.

Белорусская промышленность не была столь же сильно затронута экономическим кризисом, однако ее показатели подстройки не менее интересны. Снижение численности занятых и реальной заработной платы оказались даже более интенсивными, чем падение объема производства. Кроме того, падение реальной заработной платы имело место в условиях роста производительности труда. Таким образом, реакция заработной платы на экономический кризис действительно различается. Одной из причин такой ситуации может быть наличие на белорусских предприятиях избыточной занятости, что в сочетании с более высокими по сравнению с Россией гарантиями по оплате труда делает практически равновыгодными оба механизма подстройки.

Результаты экспертного опроса позволили получить дополнительную информацию об изменении гибкости заработной платы и механизмах ее установления. Среди вошедших в выборку российских и белорусских предприятий влияние кризиса 2008–2009 гг. ощутили 78% организаций, при этом оценки для предприятий двух стран значимо не отличаются друг от друга. И российские, и белорусские предприятия использовали различные способы приспособления к условиям кризиса. Вместе с тем набор мер и оценка их эффективности работодателями двух стран несколько различаются. Так, наиболее популярными у российских работодате-

лей являются такие меры, как сокращение персонала, социальных льгот и затрат на развитие персонала, а также премий и надбавок. На использование каждой из них указывает 50% экспертов и более. Белорусские предприятия реже российских прибегают к сокращениям персонала и премиальных выплат, при этом более половины предприятий адаптируются к условиям экономического кризиса посредством сокращения расходов на социальные программы и переводом работников на режим неполного рабочего времени. Сравнивая данные опроса и официальной статистики, можно отметить, что основной причиной сокращения заработной платы в экономике Беларуси является именно сокращение отработанного времени. Более низкую распространенность сокращения персонала можно рассматривать и как результат в целом более слабых для белорусской промышленности последствий экономического кризиса 2008–2009 гг.

Согласно полученным результатам в рассматриваемых странах отличается не только распространенность использования различных мер, но и оценка их эффективности. Экспертам предлагалось оценить возможные варианты приспособления по порядковой шкале от 0 баллов (совершенно неэффективно) до 3 баллов (высокоэффективно). Если российскими экспертами в качестве наиболее эффективных (2 балла и выше) отмечены сокращение персонала, социальных льгот и программ развития, то их белорусские коллеги безусловный приоритет отдают только сокращению развивающих программ.

Сравнение эффективных и использованных на практике мер показывает, что корреляция между ними у российских предприятий – 0,87, а у белорусских – только 0,66. Возможное объяснение такого расхождения заключается в том, что российский рынок труда является более гибким и позволяет работодателям использовать те меры, которые они считают более эффективными. С другой стороны, эти же результаты свидетельствуют и о более низкой социальной защищенности российских работников, недостаточно эффективном информенте, не создающем барьеров для использования неправовых практик 1990-х гг. при адаптации к изменившимся условиям. О правомерности такого подхода свидетельствует, в частности, факт распространения задержек выплаты заработной платы именно на российских предприятиях в период последнего кризиса (21% предприятий-участников опроса). В любом случае полученные результаты требуют дополнительного исследования.

И в той, и в другой стране адаптация к условиям кризиса сопровождалась не только изменением уровня заработной платы, но и институтами зарплатообразования. Треть российских и четверть белорусских экспертов отметили, что в условиях кризиса возросли полномочия администрации при установлении заработной платы при одновременном сокращении полномочий линейных руководителей. При этом российские предприятия, в отличие от белорусских, в большей степени ориентируются на собственные финансовые возможности при определении заработной платы персонала, а каждое третье из них рассматривает сокращение выплат как важный резерв сокращения общих затрат. Почти треть российских промышленных предприятий указывает, что практикует при определении уровня оплаты труда работника либо приблизительные критерии, либо индивидуализированные схемы оплаты труда.

Напротив, особенности белорусского трудового законодательства накладывают серьезные ограничения на возможности самостоятельного зарплатообразования. Подтверждением этого факта является то, что доля предприятий, указавших на поддержку со стороны государства как на фактор, способствовавший преодолению последствий финансового кризиса, среди российских предприятий составила около 20 %, а среди белорусских – почти в два раза больше. При этом среди основных причин пересмотра заработной платы белорусские эксперты отмечают такой нетипичный для России вариант, как изменение окладов работников бюджетной сферы. Существенно чаще они ориентируются и на отраслевые соглашения, в то время как российские работодатели более гибко реагируют на изменение рыночных условий и объема производства. Одной из основных проблем, сдерживающих внедрение новых подходов к оплате труда, белорусские эксперты счи-

тают недостаточное внимание к вопросам оплаты труда в стране в целом, в то время как большинство отечественных специалистов полагают, что барьеров, сдерживающих внедрение таких подходов, не существует.

Таким образом, сравнение двух экономик показывает достаточно высокую вариативность реакции стран на условия экономического кризиса 2008–2009 гг. Российская модель обнаруживает большую адаптивность, что, с одной стороны, позволяет работодателям преодолеть последствия кризиса с меньшими потерями, а с другой – создает угрозу нарушения прав работников. Опыт Беларуси, заключающийся в поддержании социальной защищенности работников и более жестком регулировании заработной платы, заставляет работодателей искать другие, незарплатные механизмы приспособления либо нести дополнительные издержки, усиливая, тем самым негативные последствия для предприятия.

Представляется, что сравнительная оценка эффективности механизмов адаптации может быть получена только по результатам анализа выхода экономики из кризиса, скорости возвращения на докризисный уровень заработной платы, занятости, продолжительности рабочего времени и социальных льгот для персонала. В то же время уже сейчас очевидно, что уникальный опыт каждой из стран должен быть тщательно изучен с целью выявления перспективных практик и механизмов, позволяющих выбрать оптимальное сочетание гибкости рынка труда и защиты наемных работников.

1. Российская федеральная служба государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru>

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: <http://belstat.gov.by>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Айтхожина Гульнар Сейтахметовна – доцент кафедры экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: janat14@mail.ru.

Апенько Светлана Николаевна – д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой инновационного и проектного управления Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 211.

Бабынина Лилия Сергеевна – канд. экон. наук, доцент Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, Москва; e-mail: babyninals@gmail.com.

Баженов Сергей Евгеньевич – аспирант кафедры экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 309.

Бакун Татьяна Валерьевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и маркетинга Омского экономического института; e-mail: bt_tv@mail.ru.

Богославец Татьяна Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 309.

Васильева Ирина Алексеевна – студентка Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: 416593@mail.ru.

Гаврилов Дмитрий Александрович – аспирант кафедры финансового менеджмента Омского государственного аграрного университета; e-mail: gavrilov_dmitry@mail.ru.

Глущенко Марина Евгеньевна – канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Омского государственного института сервиса; e-mail: glu_mar@mail.ru.

Дегтярева Светлана Васильевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и предпринимательства Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644 077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 308.

Дороболук Татьяна Борисовна – канд. экон. наук, начальник отдела развития предпринимательства управления развития предпринимательства и потребительского рынка департамента городской экономической политики администрации города Омска; e-mail: dor1974@mail.ru.

Драницына Ирина Александровна – магистрант Омского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета; e-mail: irinadrancina@mail.ru.

Евсеев Сергей Викторович – канд. экон. наук, доцент кафедры региональной экономики и управления территориями Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 306.

Елкин Станислав Евгеньевич – канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и кредита Омского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета; 644070, Омск, ул. Омская, 127, корп. 1, кв. 73.

Завьялова Лилия Владимировна – канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры финансов и кредита Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: zavilil@yandex.ru.

Зылёва Наталья Владимировна – ст. преподаватель кафедры учета, анализа и аудита Тюменского университета права, экономики и управления; e-mail: zyileva@mail.ru.

Иванов Илья Яковлевич – аспирант Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 307.

Калинина Наталья Михайловна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и организации производства Омского государственного института сервиса; e-mail: kalinina-nata@mail.ru.

Карпов Альберт Леонидович – канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и предпринимательства Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644 077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 308.

Карташов Сергей Александрович – д-р экон. наук, профессор, проректор по дополнительному образованию Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Москва; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 307.

Киселёва Альбина Михайловна – канд. социолог. наук, доцент кафедры региональной экономики и управления территориями Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 306.

Козырев Сергей Алексеевич – специалист по контроллингу ООО «Алкогольная Сибирская группа»; Омск, ул. Госпитальная, 19, кв. 63.

Кондрашова Любовь Викторовна – магистрант Омского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета; e-mail: LKondrashova23@mail.ru.

Корыстина Елена Сергеевна – аспирант кафедры управления персоналом Воронежского государственного университета; e-mail: kvenya@mail.ru.

Лейнвебер Ольга Юрьевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и маркетинга Омского экономического института; e-mail: olialeinveber@mail.ru.

Люц Екатерина Викторовна – магистрант кафедры финансов и кредита Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: katarina55luz@gmail.com.

Макарова Елена Васильевна – канд. экон. наук, бренд-менеджер ОАО «Молочное дело», Москва; e-mail: md-market03-01@blagoda.ru.

Миллер Александр Емельянович – д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: <Miller@Eco.Univer.Omsk.SU>

Миллер Максим Александрович – д-р экон. наук, доцент кафедры экономики и социологии труда Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644 077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 307.

Молоканова Дарья Кирилловна – аспирант кафедры экономики труда и управления персоналом РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва; e-mail: Dashiki2007@yandex.ru.

Мосейкин Виталий Валерьевич – начальник отдела камеральных проверок № 2 Инспекции ФНС России по Октябрьскому административному округу г. Омска; e-mail: vmoseykin@gmail.com.

Одегов Юрий Геннадьевич – д-р экон. наук, профессор, декан факультета государственной службы, труда и занятости Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Москва; e-mail: pw3@mail.ru.

Парфенов Александр Александрович – аналитик ООО «Унисон менеджмент», г. Тюмень, аспирант Тюменского государственного университета; e-mail: alexander.parfenov@gmail.com.

Перко Марина Вячеславовна – аспирант Балтайской государственной академии рыбного флота, Калининград; e-mail: m_private@mail.ru

Попович Алексей Миронович – д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 210.

Радченко Екатерина Михайловна – аспирант Киевского национального университета им.Т. Шевченко; Украина, г. Кривой Рог, ул. 23-го Лютого, д. 112, кв.12.

Родина Лариса Александровна – д-р экон. наук, профессор кафедры экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: Rodina@Eco.Univer.Omsk.su.

Руденко Ирина Владимировна – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: irina_rudenko@list.ru.

Самошилова Галина Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и предпринимательства Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 308.

Сербулов Алексей Валентинович – д-р экон. наук, профессор Балтайской государственной академии рыбного флота, Калининград; e-mail: ipem@bga.gazinter.net.

Синявец Татьяна Дмитриевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и социологии труда Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644099, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 307.

Стукен Татьяна Юрьевна – д-р, профессор Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 307.

Сысо Татьяна Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 210.

Федяинова Виктория Игоревна – магистрант Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 210.

Черняк Жанна Александровна – ст. преподаватель Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: chernyak@eco.univer.omsk.su.

Чупин Роман Игоревич – аспирант Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: roman-chupin@ya.ru.

Шавровская Марина Николаевна – канд. экон. наук, начальник отдела обучения и развития персонала ОАО «Газпромнефть-Омск»; e-mail: marina_bel@list.ru.

Шалапина Юлия Викторовна – доцент кафедры экономики и маркетинга Омского экономического института; e-mail: LadyJulia@inbox.ru.

Шаталов Дмитрий Владиславович – начальник отдела организации и контроля дополнительного образования Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Москва; e-mail: dvshatalov@mail.ru.

Шубенкова Евгения Валериевна – д-р экон. наук, профессор, начальник учебно-методического управления Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Москва; e-mail: eugeni7@list.ru.

Юдин Андрей Вячеславович – аспирант кафедры государственной службы и специальных программ Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Москва; 644077, Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 307.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

1. Журнал выходит 4 раза в год (ежеквартально). Формат А4. Объем номера – около 200 страниц. Состоит из разделов:
 - Проблемы экономической теории и предпринимательства;
 - Региональная экономика и управление территориями;
 - Социально-трудовые отношения и процессы;
 - Теория и практика управления;
 - Управленческое и маркетинговое консультирование;
 - Современные проблемы финансов и кредита;
 - Налоговая политика на современном этапе;
 - Бухгалтерский учет, анализ и аудит: вопросы теории и практики;
 - Проба пера.
2. Статьи сдаются ответственному редактору в электронном и распечатанном варианте или пересылаются по e-mail: vestnic@omeco.ru.
3. Объем статьи для докторантов, кандидатов и докторов – до 1 п. л., для других авторов – до 0,8 п. л. Плата за публикацию рукописей, в том числе с аспирантов, не взимается.
4. Статьи рецензируются (рецензия специалиста из сторонней организации). Список рецензентов опубликован на сайте экономического факультета ОмГУ (www.omeco.ru).
5. Статьи, получившие отрицательные рецензии, возвращаются авторам (вместе с рецензией). Статьи с превышением норм технических погрешностей и ошибок в номер не включаются.
6. Статьи должны содержать название, Ф.И.О. и место работы автора, аннотацию на русском и английском языках (4–5 предложений, 11 кегль), а также 4–5 ключевых слов и УДК.
7. Точки зрения автора(ов) и редколлегии могут не совпадать.
8. Ответственность за достоверность фактов и статистических данных, а также за корректность использования материалов из других источников несет автор.
9. **Общие требования.** Текст набирается через 1,5 интервала, 12 кеглем, гарнитурой Times New Roman в MS WORD, поля – 20 мм со всех сторон. В верхнем левом углу листа ставится УДК. Название статьи – прописными буквами (жирным шрифтом, по центру). Ф.И.О. автора(ов) (жирным шрифтом, по центру), место работы автора (курсивом по центру). Ниже через строку – аннотация на русском и английском языках (объемом 2–4 строки, 11 кегль), затем ключевые слова на русском и английском языках. Сноски оформляются цифрами в квадратных скобках (например, [1]) по тексту и приводятся в конце статьи в порядке их упоминания в тексте. В основном тексте допускается не более трех таблиц и рисунков. Буква Ё употребляется согласно действующим правилам орфографии: 1. Когда необходимо предупредить неверное чтение и понимание слова, например: *узнаём* в отличие от *узнаем*; *всё* в отличие от *все*; *совершённый* (причастие) в отличие от *совершенный* (прилагательное); *Фёдоров* в отличие от *Федоров*. 2. Когда надо указать произношение малоизвестного слова, например: река *Олёкма*. 3. В терминах для указания места ударения и правильного произношения. Во всех случаях, которые не оговорены выше, допускается замена *Ё* на *Е*. Материалы подписывает автор. Сведения об авторе должны содержать: Ф.И.О. (полностью), место работы, должность, адрес, контактный телефон, эл. адрес.

ЖДЕМ ВАШИХ МАТЕРИАЛОВ!