

УДК 331

DOI: 10.17223/19988648/31/8

Е.М. Каз

РЕОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА В КОМПАНИИ И РОЛЬ ФАКТОРА «ДИНАМИЗМ РЫНКА»

Статья посвящена оценке некоторых факторов, влияющих на реорганизацию стимулирования труда в компании. Выдвинута гипотеза о ключевой роли фактора «динамизм рынка». Проведено исследование динамики компаний в нескольких сегментах бизнеса Томской области. Предложен индикатор «динамизм компаний». Он позволяет судить о нарастании или замедлении изменений в сегменте бизнеса, а значит, о потребности компании в реформировании стратегии, принципов оперативного управления, системы стимулирования труда.

Ключевые слова: жизненный цикл организации, динамизм рынка, стимулирование труда, регрессионный анализ.

Что влияет на продвижение компаний по стадиям жизненного цикла и вызывает изменения в организации системы стимулирования труда? Несомненно, важная роль в этом процессе принадлежит факторам внешней среды.

В 1960-е гг. роль этих факторов отошла на задний план. Самый длительный период непрерывного экономического роста убедил Р. Солоу, что «устаревшее понятие... «экономического цикла» уже не слишком интересно. Сегодняшние аспиранты никогда не слышали об исследованиях Шумпетера, посвященных Кондратьевым, Жуглярам и Китчинам, и эти исследования показались бы им чем-то причудливым, если бы они что-нибудь узнали» [1. Р. 226]. Другой лауреат Нобелевской премии, П. Самуэльсон, намеренно драматизируя ситуацию, замечал, что Национальное бюро экономических исследований «лишило себя одной из своих задач: изучения делового цикла» [2, 3]. Однако последовавший вскоре экономический спад вновь заставил экономистов обратиться к анализу внешних факторов. Они придают динамизм рынку – содействуют возникновению одних компаний и прекращению деятельности других.

Об этом свидетельствуют наблюдения ряда авторов. Так, Р. Фостер и С. Каплан в работе «Созидательное разрушение» отмечают, что для большинства из 1008 фирм-долгожителей в 15 отраслях экономики, исследованных на протяжении 36 лет, характерна тенденция к снижению прибыли [4]. Новички, как правило, показывают прекрасные результаты, но вступление в пору зрелости, когда они попадают в «культурный тупик», сопровождается спадом эффективности. Рынок же, напротив, всегда привлекает новых игроков, которые изменяют его ландшафт и обеспечивают высокую эффективность. Рынки, заключают они, дают большую отдачу, чем корпорации, и последние обязаны подражать величине и темпам изменения рынка, если хотят выжить. «Вот почему, – развивает свою мысль Р. Фостер в работе «Обновление производства: атакующие выигрывают», – лишь одной компании из трех

удается возместить свои издержки, связанные с изысканием средств, на протяжении большей части времени. Вот почему большинству компаний удается добиться... превосходных финансовых результатов лишь раз в 20 лет, а затем они немедленно скатываются к средним финансовым показателям. Вот почему даже лучшие, по общепризнанным критериям, компании сохраняют ведущие позиции лишь на протяжении трех-четырёх лет» [5. С. 31].

Многие авторы указывают на возрастание темпа изменений как совокупный индикатор влияния факторов внешней и внутренней среды на компанию. Так, по некоторым оценкам, если в 1920-е гг. фирма, входящая в список 500 самых успешных компаний, могла быть уверена, что продержится на нем 60 лет и более, то теперь эта цифра снизилась до 20 лет, а к 2025 г. этот срок сократится до 10 лет [6. С. 146].

М.А. Шеремет также отмечает: «Темпы изменений стремительно растут... Трудная предсказуемость и разнообразие протекающих в экономике процессов позволили назвать наше время эпохой без закономерностей... Из 12 самых процветавших в 1900 г. компаний-гигантов, по ценам акций которых тогда рассчитывался индекс Доу Джонса, сегодня существует только General Electric. В среде производственно-коммерческих организаций можно встретить долгожителей, чей возраст исчисляется даже не десятками, а сотнями лет. Однако, во-первых, такие организации скорее исключение, чем правило, а во-вторых, со временем они меняются настолько радикально, что в них невозможно найти хоть что-то, напоминающее об их истоках, т.е. о той оригинальной производственно-коммерческой деятельности, которая дала им жизнь» [7. С. 8]. В 20-е гг. ротация предприятий в индексе S&P составляла 1,5% в год, а в последнее время приблизилась к 10% в год [7. С. 50]. На возросшую скорость изменений обращают внимание и авторы работы «Экономика и социология знания» [8].

Некоторые исследователи определяют это изменение как переход от концепции непрерывности (поддержание процессов в рамках намеченного курса, исключение неожиданностей или рисков как условий непрерывного функционирования компании) к концепции дискретности (постоянной перестройке структур компании как основы высокой конкурентоспособности и выживания), удачно обозначенной Р. Фостером и С. Капланом термином «созидательное разрушение». Корпорации, управленческая философия которых базируется на принципе непрерывности, не могут, по их мнению, меняться с той же скоростью и в тех же объемах, что и рынки. Поэтому со временем они теряют способность создавать стоимость.

Эти идеи опираются на мнение Й. Шумпетера, полагавшего, что «обычно в условиях капитализма внимание обращают на механизм управления существующими структурами, тогда как проблема кроется в механизме их созидания и разрушения» [7. С. 53]. Залог долговременного существования компании – изменение ее теми темпами, которые диктует рынок. Для этого она должна привносить что-то новое в экономику. По его мнению, существование компаний, опережающих по своим показателям эффективность рынка (пионеры рынка), возможно, но это особо редкое явление.

Директор Института организации и персонала университета Берна (Швейцария) П. Том заключает: «Сегодня очевидно, что предприятия для

выживания на рынке и сохранения конкурентоспособности должны время от времени вносить изменения в свою хозяйственную деятельность. Более того, потребность в изменениях стала возникать столь часто, что их влияние на жизненный цикл предприятия уже не рассматривается как исключительное явление» [9. С. 130].

Авторы указанных теорий следуют эволюционной концепции, утверждающей, что «выживают не самые сильные виды, и даже не самые разумные. Выживают те, кто быстрее других приспосабливается к переменам» [7. С. 5]. Они убеждены, что окружающая среда определяет отбор оптимальных к сложившимся условиям принципов организации, лучше соответствующих требованиям среды.

Насколько тенденции, связанные с ускорением изменений, характерны для компаний, работающих на региональном рынке?

Очевидно, что высокий динамизм рынка требует изменения стратегии компании и принципов оперативного управления, что неизбежно должно вести к пересмотру систем стимулирования труда. Таким образом, ответ на указанный выше вопрос позволит подойти к оценке потребности в реструктуризации систем стимулирования, используемых компаниями, работающими на локальных рынках.

С этой целью нами было проведено исследование динамики компаний в нескольких сегментах бизнеса Томской области.

Можно ли для этих целей использовать данные официальной статистики? Наш анализ показывает, что этот путь сопряжен с рядом трудностей:

- публикации статистических данных не носят регулярного характера;
- имеющиеся же данные представлены в целом, без деления на отдельные сегменты бизнеса;
- опубликованные данные о появлении новых компаний касаются только факта их регистрации, но это не позволяет судить о том, работает ли компания в действительности, производя продукцию или услуги, или нет.

Тем не менее, по нашему мнению, с помощью официальных данных можно получить верхнюю оценку динамизма рынка, а нижнюю оценку можно получить на основе анализа потока рекламной информации. Его прекращение в определенной мере свидетельствует о том, что компания, хотя юридически, возможно, не перестала существовать, но перестала быть активным игроком рынка. И, напротив, появление нового рекламодателя свидетельствует, что на данном сегменте рынка появился новый экономический агент.

Все это позволяет сконструировать индикатор динамизма компаний определенного сектора, который, как мы считаем, предоставляет возможность судить об ускорении или замедлении темпов изменений в секторе.

Использование нами термина «индикатор» призвано подчеркнуть, что полученная оценка является неточной и косвенной и вместе с тем весьма необходимой.

В процессе исследования нами были проанализированы объявления, размещенные в течение ряда лет в ведущей областной газете «Рекламный дайджест», специализирующейся на рекламе. Анализ касался нескольких секторов бизнеса, ориентированных на массового потребителя:

- продажа и установка дверей;

- установка пластиковых окон;
- производство и продажа мебели;
- монтаж натяжных потолков;
- услуги туристических агентств.

Результаты анализа заносились в табл. 1.

Таблица 1. Матрица исходных данных по сегментам рынка (фрагмент)

Наименование сегмента бизнеса/фирмы	Номер и дата выхода газеты «Рекламный дайджест»			
	№25(1012) от 23.05.2012	№26(1013) от 30.06.2012	№27 (1014) от 07.07.2012
Установка пластиковых окон				
«Взгляд»	1	0	0
«БФК»	0	1	1
«Сибирские окна»	1	1	1
.....
Производство и продажа мебели				
«Гарантия уюта»	1	1	0
«Мебельер»	1	1	1
.....

Затем данные по каждому сектору суммировались. Полученные результаты наносились на график (рис. 1).



Рис. 1. Динамика количества опубликованных рекламных объявлений по всем исследованным сегментам рынка (фрагмент)

По полученным данным статистическими методами было рассчитано уравнение тренда:

$$Y=162,37-1,5366X, \quad (1)$$

где Y – количество объявлений всего; X – порядковый номер месяца, и построена линия тренда (рис. 2).

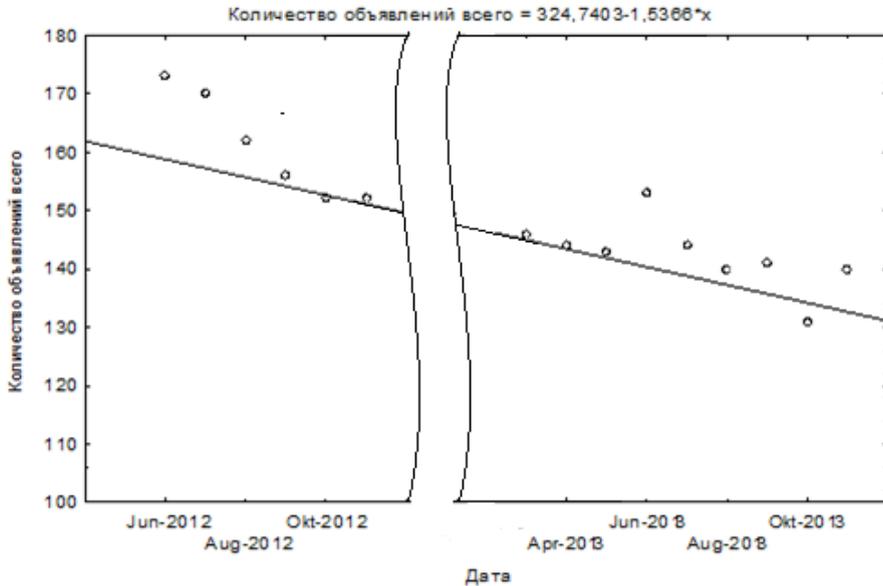


Рис. 2. Динамика размещения рекламы. Линия тренда (фрагмент)

Полученное уравнение показывает, что в целом на исследованных рынках отток компаний-производителей товаров или услуг превышает приток, так как индикатор динамизма (коэффициент регрессии) отрицательный. Положительное же его значение свидетельствовало бы об обратной тенденции. Параллельно нами был рассчитан индекс новизны как разница между числом компаний, присоединившихся к бизнес-сегменту, и числом компаний, покинувших бизнес-сегмент. Полученный результат делился на исходное число компаний в бизнес-сегменте. Так, в целом по всем бизнес-сегментам значение индекса новизны получилось равным $-0,0462$. Его отрицательное значение подтверждает выявленную тенденцию и указывает, что, несмотря на существовавший приток новых компаний, общее их количество по всей совокупности исследованных бизнес-сегментов уменьшилось.

По отдельным секторам индекс новизны составил:

- продажа и установка дверей $-0,0952$;
- установка пластиковых окон $-0,1$;
- производство и продажа мебели $-0,0294$;
- монтаж натяжных потолков $+ 4$;

услуги туристических агентств $-0,2222$.

Наибольшая динамика, таким образом, выявлена в секторе монтажа натяжных потолков, а наименьшая наблюдалась в секторе по производству и монтажу мебели.

Коэффициент корреляции Спирмена между индексом новизны и предложенным нами индикатором динамизма компаний (табл. 2) составил 0,8 при $p < 0,05$.

Таблица 2. Оценка динамики сегментов регионального рынка Томской области

Название бизнес-сегмента	Индекс новизны	Индикатор динамизма компаний (коэффициент регрессии)
Установка пластиковых окон	-0,1	-1,08978
Производство и продажа мебели	-0,0294	-0,7523
Услуги туристических агентств	-0,2222	-0,8627
Монтаж натяжных потолков	+ 4	1,427
Продажа и установка дверей	-0,0952	-0,3013

Очевидно, что разброс в показателях динамики по сегментам рынка порождает и различия в скорости продвижения компаний различных секторов по стадиям жизненного цикла, а значит, и разную потребность в реструктуризации систем стимулирования труда.

Сходные результаты в отношении изменений на рынках получены и на основе иного подхода, реализованного в исследовании, проведенном Высшей школой менеджмента СПбГУ в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» [10].

Вместе с тем индикатор динамизма, как и традиционный индекс новизны, хотя и позволяет определить направление динамики рынка, но не достаточен для более детального анализа.

В связи с этим нами предлагается дополнительно использовать два индикатора по аналогии с коэффициентом оборота по приему и коэффициентами оборота по выбытию, применяемым в статистике движения численности персонала:

– индикатор притока компаний в отрасль. Он должен исчисляться как отношение числа компаний, вновь разместивших в данном периоде рекламные объявления ($K_{нов}$), к среднесписочному числу компаний за тот же период ($K_{ср.сп.}$);

– индикатор оттока компаний из отрасли. Его предлагается исчислять как отношение числа компаний, переставших в данном периоде размещать рекламные объявления ($K_{выб}$), к среднесписочному числу ($K_{ср.сп.}$) за тот же период.

Данные индикаторы отражают увеличение или соответственно уменьшение численности активно работающих компаний в отрасли, если в первом случае в течение рассматриваемого периода компании не покидали бы отрасль, а во втором – не было бы притока новых компаний. По собранным нами данным, индикатор притока компаний в отрасль в целом по всем сегментам регионального рынка составил 70%, а оттока – 75%.

Что касается крупных отечественных компаний, работающих на национальном рынке, то их динамику можно оценить по ротации в индексах РТС и ММВБ. Как известно, методики формирования индексов требуют, чтобы в их расчет были включены лишь организации с устойчиво высокими экономическими показателями деятельности. Снижение показателей ведет к исключению компании из индекса. Ее место занимает другая, добившаяся более высоких результатов.

Так, например, за 2014 г. из базы расчета индекса РТС были исключены акции шести эмитентов (табл. 3).

Таблица 3. Акции, исключенные из базы расчета индекса РТС за 2014 г.

Период	Акции, исключенные из базы расчета индекса РТС
С 17 декабря 2013 г. по 17 марта 2014 г.	ОАО «Мосэнерго» ОАО «Фармстандарт»
С 18 марта по 16 июня 2014 г.	ОАО «КАМАЗ» ОАО «Мечел», ап
С 17 июня по 15 сентября 2014 г.	
С 16 сентября по 15 декабря 2014 г.	ОАО «МОЭСК» ОАО «Мечел», ао
Итого	6

По нашим расчетам, за последние пять лет индикатор ротации компаний в индексе составил: 2010 г. – 8%, 2011 г. – 18%, 2012 г. – 10%, 2013 г. – 12%, 2014 г. – 12 %.

О достаточно высоком динамизме рынков свидетельствуют также исследования Global Entrepreneurship Monitor [11] (табл. 4).

Таблица 4. Доля населения, открывшего и закрывшего бизнес в течение года, %

Регион	Создали бизнес	Вышли из бизнеса	Доля оставшихся в бизнесе
США	9	4	56
Европейский союз	5	3	40
Китай	5	4	20

Итак, результаты проведенного нами исследования эмпирически подтверждают предположение, высказанное И. Ансоффом: «Перемены становятся более частыми и быстрыми, а деловой мир – более сложным ... это означает очень сложную, неоднородную и труднопредсказуемую обстановку» [12. С. 15]. В сложившейся ситуации старые правила и закономерности перестают работать и требуется поиск новых путей в области стратегии, оперативного управления компанией и реструктуризации систем стимулирования труда персонала.

Литература

1. Solow R.M. Capital-labor substitution and economic efficiency // Review of Economics and Statistics. 1961. Vol. 43. No. 3. P. 225–250;
2. Economic History Review, 2nd series. 1970. Vol. 23. August.
3. Zarnowitz V. (ed.). The Business Cycle Today. N.Y., 1972.
4. Фостер Р., Каплан С. Созидательное разрушение. М.: Альпина Паблишер, 2015. 378 с.

5. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. М.: Прогресс, 1987. 272 с.
6. Мариинко Г.И., Панина Е.М. История и философия наук об управлении. М.: Изд-во МГУ, 2012. Кн. 2. 240 с.
7. Шеремет М.А. Управление изменениями. М.: Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2012. 128 с.
8. Осипов Г.В., Степашин С.В. Экономика и социология знания. М.: Наука, 2009. 130 с.
9. Коттер Дж. Впереди перемен. М.: Олимп-Бизнес, 2015. 256 с.
10. Путилов С. Быстрое дело // Новые известия. 22.01.14 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newizv.ru/economics/2014-01-22/195783-bystroee-delo.html> (дата обращения: 21.10.2014).
11. Куталиев А.Х. О бизнес-проектах // Газета НГ-Политика. 2014. 4 февр.
12. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер. 2000. 413 с.

E.M. Kaz

Department of System Management and Economics of Entrepreneurship, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia. E-mail: GenyaK92@sibmail.com

DOI: 10.17223/19988648/32/8

REORGANIZATION OF LABOR INCENTIVES IN THE COMPANY AND THE ROLE OF THE FACTOR “MARKET DYNAMISM”

Keywords: Life cycle of organization; Market dynamism; Labor incentives; Regression analysis.

This paper article is devoted to the assessment of some factors that influence the reorganization of incentives in the company. The author makes a hypothesis about the key role of the factor “market dynamism”.

The author notes that the high dynamism of the market requires a change in the company's strategy and principles of operative management, which must inevitably lead to revision of the work of the incentive systems. How critically do the trends relate to the acceleration of changes typical of companies operating in the regional market? The answer to this question lies in the assessment of the demand for restructuring the incentive systems used by companies that operate in the local markets.

For this purpose, a study of companies' dynamics was conducted with regard to several business segments of the Tomsk region.

Is it possible for this purpose to use the official statistics? The analysis shows that this approach is associated with some difficulties:

1. Publication of statistics does not occur on a regular basis.
2. The available data are represented as a whole, without being divided into separate business segments.
3. The published data on new companies apply only to the fact of their registration, but it is not possible to determine whether a company actually produces products or services or not.

However, official figures enable us to provide an upper bound for the market dynamism. The lower estimates can be obtained by analyzing the flow of advertisement information. Its termination, to a certain extent, indicates that a company, although legally possible, has not ceased to exist, but has ceased to be an active player in the market. In contrast, the emergence of a new advertiser suggests that in this market there is a new economic entity.

This makes it possible to propose a certain indicator of the dynamism of the sector, which is an ability to assess the acceleration or deceleration of the change rate in the sector.

The use of the term “indicator” is intended to emphasize that this estimate is inaccurate and indirect and is also very essential.

The study analyzes advertisements that featured a number of years in the leading regional newspaper, which specializes in advertising and known as “Reklamnyy Dayzhest”. The analysis involves several business sectors related to the mass market.

Based on the data collected with statistical methods a trend equation is created. It shows that the outflow of manufacturers of goods or services exceeds the inflow in the markets under study.

The scatter in terms of the dynamics of market segments causes differences in the rate of promotion in companies at various stages of the life cycle and, thus, need for restructuring different systems of labor incentives.

References

1. Solow R.M Capital-labor substitution and economic efficiency. *Review of Economics and Statistics*, 1961, vol. 43, no. 3, pp. 225-250.
2. Economic History Review, 2nd series, 1970, vol. 23, August, p. 410.
3. Zarnowitz V. (Ed.) *The Business Cycle Today*, N.Y., 1972. 167 p.
4. Foster R., Kaplan S. *Sozidatel'noye razrusheniye*. [Creative Destruction]. Moscow, Al'pina Publ., 2015. 378 p.
5. Foster R. *Obnovleniye proizvodstva: atakuyushchiye vyigryvayut* [Renewal of Industry: the Charging Win]. Moscow, Progress Publ., 1987. 272 p.
6. Marinko G.I., Panina E.M. *Istoriya i filosofiya nauk ob upravlenii* [The History and Philosophy of Management Sciences], Moscow, Moscow Univ. Press, 2012. Book 2, 240 p.
7. Sheremet M.A. *Upravleniye izmeneniyami* [Management of Change]. Moscow, Delo Publ., 2012. 128 p.
8. Osipov G.V., Stepashin S.V. *Ekonomika i sotsiologiya znaniya* [The Economics and Sociology of Knowledge]. Moscow, Nauka Publ., 2009. 130 p.
9. Kotter Dzh. *Vpered i peremen* [Ahead of Changes]. Moscow, Olimp-Biznes Publ., 2004. 240 p.
10. Putilov S. Bystroye delo. *Novyye izvestiya*, 2014, February. Available at: [http:// www.newizv.ru/economics/2014-01-22/195783-bystroe-delo.html](http://www.newizv.ru/economics/2014-01-22/195783-bystroe-delo.html) (accessed 21 October 2014).
11. Kutaliyev A.Kh. O biznes proyektakh. *NG-Politika*, 2014, February.
12. Ansoff I. *Novaya korporativnaya strategiya* [A New Corporate Strategy]. St. Petersburg, Piter Publ., 2000. 413 p.

For referencing:

Kaz E.M. Reorganizatsiya sistemy stimulirovaniya truda v kompanii i rol' faktora "dinamizm rynka" [Reorganization of labor incentives in the company and the role of the factor "market dynamism"]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*, 2015, no. 4 (32), pp. 118-126.