

часть чистых естественных доходов труда, земли и природы и присваивает в форме процента и прибыли.

Таким образом, эволюция экономической системы современных индустриальных стран ведет к тому, что сфера деятельности предпринимателя в традиционном понимании, как человека живого дела, самого активного агента системы, создателя и новатора, постепенно сужается. Ему нет места там, где высока доля основного капитала и она непрерывно растет. В современных условиях там могут успешно работать лишь корпоративные структуры. Очевидно, он в близком будущем будет почти полностью вытеснен из сферы промышленного производства, где господствуют корпорации. Это означает, что сфера, наиболее благоприятная для новаторства и созидательной деятельности, отторгает традиционного предпринимателя. Ему найдется место в сфере услуг и посредничества.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994. 443 с.
2. Маршалл А. Принципы политической экономии: В 3 т. М.: Прогресс, 1984. Т. 3. 352 с.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 456 с.
4. Кларк Дж. Б. Распределение богатства. М.: Гелиос АРВ, 2000. 368 с.
5. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРВ, 1999. 352 с.
6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1 // Маркс К., Энгельс Ф. Избранные произведения: В 10 т. М.: Изд-во полит. лит., 1987. Т. 7. 811 с.
7. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. М.: Прогресс, 1969. 480 с.

*Людмила Михайловна СИМОНОВА —  
заместитель директора  
Международного института финансов,  
управления и бизнеса ТюмГУ,  
доктор экономических наук, профессор,  
Светлана Владимировна ГЛУХОВА —  
финансовый директор  
ООО «Управляющая компания «Лекс»*

УДК 65.01

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ И ПАРАМЕТРЫ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ АДЕКВАТНОСТИ И АДАПТИРУЕМОСТИ**

*АННОТАЦИЯ. В статье выделены современные направления развития теории и практики управления организацией, выявлено соответствие этим направлениям методики Нортон и Каплана «Система сбалансированных показателей». Кроме того, предложены мероприятия по адаптации названной методики для внедрения ее на российских предприятиях.*

*The authors examine contemporary tendencies in the development of business managing theory and practice and reveal the conformity of these tendencies to the «Balanced ScoreCard» method by Norton and Kaplan. Measures to adapt this method for implementation in Russian enterprises are suggested.*

Сегодня предприятия находятся в эпицентре революционных преобразований: на смену эпохе промышленной конкуренции пришла эпоха конкуренции информационной. Информация становится основным конкурентным преимуществом в обеспечении эффективности деятельности организации. Одновременно меняется как само содержание эффективности, так и его оценочные параметры под влиянием следующих тенденций:

1. Переход от оперативного управления к стратегическому.

2. Переход от понятия эффективности как соотношения затрат и результатов к понятию эффективности как способности достижения целей.

3. Переход от постановки цели «максимизация прибыли» к постановке цели «максимизация стоимости компании».

4. Переход от оценки эффективности на основе отдельных финансовых показателей к комплексной оценке эффективности на основе как финансовых, так и нефинансовых показателей.

5. Переход от функционального управления к процессному.

Рассмотрим подробнее каждое из направлений.

1. Оперативное управление осуществляется на тактическом уровне, при этом горизонт видения будущего — не более года. При таком подходе к управлению бизнесом можно добиться успеха в краткосрочном периоде, но не на долгосрочную перспективу. Стратегия же представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии предприятия и достижение его целей в более отдаленной перспективе — три-пять лет. В экономическом плане стратегия означает построение желаемого будущего предприятия при объективно существующей ограниченности ресурсов. Причем это будущее, как правило, неоднозначно и имеет стратегические альтернативы в своем развитии. Современные менеджеры склоняются к мнению, что способность претворить стратегию в жизнь более важна, чем сама стратегия.

2. Технология управления призвана как организовывать бизнес-процессы на предприятии, так и оценивать эффективность его деятельности. Переход от оперативного управления к стратегическому выражается, кроме всего прочего, в различении понятий эффективности и в использовании различных методов ее оценки.

Традиционно эффективность определялась как отношение полученного результата к определенным затратам, то есть относили ее преимущественно к производительным силам. Зачастую отождествлялись понятия эффективности и производительности труда. Эффективность сейчас рассматривается как способность организации достигать поставленные цели и измеряется степенью их достижения. Экономическая (глобальная, или системная) эффективность означает, что организация в результате системных преобразований добилась роста и достижения целевых финансово-экономических показателей. Например, за год стоимость компании возросла на 20%. Этот уровень эффективности называется успешностью.

3. Классическая теория предприятия признавала единственную цель — максимизацию прибыли. Она достигалась при равенстве предельного дохода и предельных издержек предприятия. Эта теория впоследствии была подвергнута критике и значительно пересмотрена.

Во-первых, в теории не уточнялось, долгосрочную либо краткосрочную прибыль принять за основу. Во-вторых, задача максимизации прибыли, впервые предложенная в 1838 г. французским экономистом А. Курно, относилась только к условиям монополии. Затем уже англосаксонские экономисты расширили применение этой теории на условия совершенной и несовершенной конкуренции. Однако следует подчеркнуть, что на рынках с условиями совершенной конкуренции задача в этой формулировке не имеет решения, так как оптимальные действия одного предприятия зависят от действий всех остальных. Наконец, в данной формулиров-

ке не учитывались факторы неопределенности и риска. Впоследствии многие экономисты сошлись на мнении, что максимизация прибыли является не единственной целью в деятельности фирмы.

Тогда и были предложены новые интерпретации цели:

- достижение достаточной нормы прибыли, позволяющей руководящему составу сохранять финансовый контроль за предприятием (Э. Г. Пенроуз);
- максимизация оборота при условии обеспечения минимальной прибыли (В. Ж. Бомоль);
- максимизация функции полезности для руководящего звена, определяемая многими факторами, такими, как заработная плата, возможность для руководителей осуществлять инвестиции и их емкость (О. Вильямсон).

Эти цели часто были ориентированы на максимизацию какой-либо одной переменной величины при соблюдении определенных ограничений. Между тем оставался нерешенным вопрос об определении операционной задачи с учетом того факта, что предприятие ставит перед собой не одну, а комплекс целей.

В настоящее время всеми финансистами-теоретиками признана цель максимизации стоимости предприятия. Это значит, что руководство предприятия должно принимать такие решения, которые способствуют максимальному увеличению стоимости предприятия.

Ряд причин подтверждает практическую полезность критерия максимизации стоимости предприятия:

- Этот критерий отвечает интересам основных акционеров и заинтересованных сторон.
- В данной трактовке учитываются факторы неопределенности, риска и времени, она является более полной по сравнению с задачей максимизации прибыли.
- Данная задача является операционной: всякое финансовое решение, способствующее увеличению стоимости предприятия, является правильным, и наоборот.
- Распространение фондовых опционов (публичных офферт-предложений о покупке акций) стимулирует руководителей предприятия в стремлении к увеличению его стоимости.
- Предприятия, акции которых котируются на бирже и недооцениваются, чаще являются объектом поглощений.

Иначе говоря, в целях «максимизация прибыли» и «максимизация стоимости предприятия» нет противоречия. Во-первых, в краткосрочном периоде цель максимизации прибыли может иметь место. Во-вторых, прибыль является одним из собственных источников капитала предприятия, следовательно, цель «максимизация прибыли» может рассматриваться как подцель «максимизации стоимости предприятия».

4. Горизонту операционного управления предприятием соответствует оценка эффективности деятельности на основе отдельных показателей. С переходом к стратегическому управлению необходимы другие системы оценки достижения целей организации, т.е. ее эффективности. Большинство систем оценки эффективности базируются на годовом бюджете и оперативном плане компании. Данные системы ориентированы на краткосрочные периоды и тактику, отнюдь не на стратегию, и дают фрагментарную оценку.

В странах с рыночной экономикой первые модели измерения и оценки результатов деятельности предприятий, появившиеся в 20-е гг. XX в., были довольно простыми для расчета и строились исключительно на финансовых показателях (например, мультипликативная модель Дюпона или показатель ROI). Развитие названных моделей шло по пути усложнения финансовых показателей (рентабельность собственного капитала ROE, рентабельность чистых активов RONA, экономическая добавленная стоимость EVA). Но использование их в качестве управ-

ленческих технологий было затруднительно: они не охватывали все сферы деятельности предприятия и не позволяли выявить причины изменения финансовых показателей, лежащие вне финансовой сферы (в первую очередь, в сфере маркетинга, продаж, взаимоотношений с клиентами, а также с персоналом).

С переходом к рыночной экономике в России при оценке эффективности стали применяться такие показатели, как коэффициент текущей отдачи на собственные средства, коэффициент финансовой стабильности, коэффициент рентабельности активов и др. При этом можно говорить о заимствовании американских подходов в оценке эффективности, но с отставанием во времени. Россия проделала ускоренный путь в процессе перехода от оценки деятельности через производительность труда до системного подхода к организационной эффективности.

5. Современный подход к оценке эффективности деятельности организаций заключается не столько в расчете соответствующих показателей, сколько в построении управленческих технологий на уровне организационных бизнес-процессов с применением системного подхода. Согласно предложенному Эрикссоном определению, бизнес-процесс — это цепь логически связанных, повторяющихся действий, в результате которых используются ресурсы предприятия для переработки объекта (физически или виртуально) с целью достижения определенных измеримых результатов или продукции для удовлетворения внутренних или внешних потребителей.

Известны три способа описания бизнеса — функциональный, процессный, объектный. Функциональный подход к бизнес-процессам — традиционный, хорошо гармонирует с иерархичной структурой организации. Процессный подход является более эффективным с точки зрения клиентоориентированности и конкурентоспособности. Это доказывает практика реинжиниринга бизнеса или непрерывного повышения качества всех аспектов деятельности организации. Преобладание процессного подхода меняет логику организации — процессы пересекают границы функциональных подразделений, устраняя департаментализацию — главное препятствие для совершенствования. Топ-менеджмент при этом освобождается от рутины оперативного управления, сосредотачиваясь на стратегических вопросах. Осуществляется переход к объектному описанию бизнес-процессов — наиболее перспективному в развитии управления. При этом объектами могут быть, например, центры ответственности или брэнды.

Историческое развитие целевых методов управления и оценки эффективности деятельности привело к появлению одной из передовых методик управления — BSC (Balanced Scorecard) — Системы сбалансированных показателей (далее — ССП), авторами которой являются Роберт С. Каплан и Дэвид П. Нортон.

Указанным пяти направлениям развития управления, на наш взгляд, наиболее соответствует методика ССП. Она сочетает в себе, во-первых, перевод стратегии в мероприятия для ее выполнения (обеспечивает реализацию стратегии); во-вторых, дает возможность оценки эффективности деятельности с позиции степени достижения целей; в-третьих, ставит цель максимизации стоимости путем использования в проекции «финансы» таких финансовых показателей, как EVA; в-четвертых, использует при этом как финансовые, так и нефинансовые показатели в комплексе с учетом причинно-следственных связей; в-пятых, охватывает бизнес-процессы в организации в целом.

1. По мере развития ССП становилось очевидным, что этот метод можно использовать не только для описания стратегии (в виде карты стратегии), но и в качестве основы для внедрения и управления стратегией. Эта концепция рассматривает корпоративную стратегию как «центр» организации, показывает, как сбалансированные системы показателей становятся инструментом интеграции стратегии и измерения эффективности работы предприятия. Концепция ССП осно-

вана на пяти ключевых принципах: руководство изменениями, осуществляемое топ-менеджментом. выражение стратегии в операциональных терминах, реорганизация предприятия в соответствии со стратегией, вменение реализации стратегии в обязанности каждому сотруднику, превращение стратегии в непрерывный процесс.

Эти принципы лежат в основании целостной системы стратегического управления, базирующейся на сбалансированной системе показателей. Исследования показали, что успешно реализуется менее 15% стратегий, и именно в этом одна из наиболее важных причин распада компаний [7, с. 20-23]. Каждый из перечисленных принципов ориентирован на решение этой важной проблемы.

2. ССП поддерживает постоянную коммуникацию между организацией в целом, отдельными бизнес-единицами и работниками для постоянного следования стратегии, ее оценки и оперативного внесения изменений, которые будут максимизировать операционную эффективность предприятия, что выразится в большем удовлетворении потребителя, и как результат — в достижении поставленных целей.

3. Особо важной областью применения ССП оказалось управление процессами увеличения стоимости предприятия. Высокоагрегированные показатели, практикуемые для оценки хозяйственных результатов с точки зрения увеличения стоимости, трудны для понимания на оперативном уровне и не могут быть использованы в конкретных мероприятиях. Поэтому предлагается увязать показатели ССП с моделями, ориентированными на повышение стоимости предприятия, и через систему причинно-следственных связей довести до конкретных мероприятий.

4. Наряду с традиционными системами ССП также включает в себя финансовые показатели как одни из важнейших критериев оценки результатов деятельности, но подчеркивает важность показателей нефинансового характера, оценивающих удовлетворенность покупателей, эффективность внутренних бизнес-процессов, потенциал сотрудников в целях обеспечения долгосрочного финансового успеха компании. В этом смысле ССП является именно управленческой технологией.

5. Компаниям информационной эпохи для успешной деятельности необходимо применять интегрированные бизнес-процессы, концептуально отличающиеся от деятельности на основе принципа функциональной специализации (производство, закупки, продажа, маркетинг, технологический процесс), сочетая при этом высокий профессионализм узких специалистов, с одной стороны, оперативность, эффективность и качество, отличающие интегрированный бизнес-процесс, — с другой.

ССП является достаточно гибкой и универсальной методикой. Методика может с одинаковым успехом использоваться и транснациональными корпорациями, и мелкими, новыми и быстро изменяющимися бизнесами, поскольку решает ключевую проблему любой организации, независимо от ее размера — приведение бизнес-процессов и действий персонала к единой стратегии. По утверждению авторов концепции ССП, 80% успешных применений технологии отклонялись от ее канонической трактовки.

Современный этап развития российского бизнеса имеет ряд особенностей. Для их понимания интересны результаты исследования, проведенного Ассоциацией менеджеров и Консалтинговой фирмой Accenture «Управление ростом и конкурентоспособностью российских компаний» [6, с. 35-39].

По результатам исследования, сопоставление внешних и внутренних стимулов для роста бизнеса, по мнению российских топ-менеджеров, позволяет сделать вывод: рост российских компаний все меньше зависит от внешней среды и все больше — от эффективности использования внутренних резервов. Это говорит о том, что происходит переход от экстенсивного развития к интенсивному. В то же время на первом месте (из 9) среди внутренних факторов повышения конкурентоспособ-

ности стоит мотивация персонала (72,2%), на втором — стабильное финансовое состояние (58,3%). Лишь на 7 месте — осуществление внедрения инноваций в управленческий и технологический процессы (43,6%).

Но для обеспечения высокой мотивации персонала, достижения финансовой стабильности, увеличения доли рынка, эффективного управления издержками, работы с потребителями и повышения качества и ассортимента товаров необходим грамотный менеджмент, вооруженный современными управленческими технологиями на уровне организационных бизнес-процессов, охватывающих все сферы деятельности. Важность же этого фактора осознается не всеми. Отсюда вывод: имеется значительный потенциал в совершенствовании организационных бизнес-процессов на российских предприятиях. Но он не может быть реализован в силу неготовности менеджмента и сотрудников компаний к их разработке и претворению в жизнь на своих предприятиях, и как следствие — к повышению управляемости и эффективности своего бизнеса.

Следовательно, для успешного применения ССП на российских предприятиях необходимо учитывать специфику российской действительности, т.е. адаптировать данную теорию.

Можно классифицировать трудности, с которыми чаще всего сталкиваются российские предприятия при внедрении ССП и выделить следующие направления адаптации<sup>1</sup> системы к российским условиям в соответствии с направлениями развития управления:

1. Содержательно-функциональная адаптация;
2. Социальная адаптация.

С точки зрения ССП как самонастраивающейся системы, содержательно-функциональную адаптацию данной концепции можно рассматривать как изменение содержания системы (в частности, добавление этапов разработки ССП). Содержательно-функциональная адаптация направлена на ликвидацию следующих «узких мест», возникающих в ходе внедрения ССП:

1. Отсутствие формализованных миссии, видения и стратегических целей;
2. Отсутствие описания бизнес-процессов, позволяющего проследить цепочку создания стоимости в организации, и, как следствие, выявить ключевые факторы успеха, дающие конкурентное преимущество;
3. Недостаточное применение информационных технологий, позволяющих автоматизировать процессы сбора и анализа необходимой информации;
4. Недостаточный уровень квалификации персонала — если не для разработки ССП на конкретном предприятии (для этого можно пригласить консультанта), то для ее реализации.

Социальная адаптация как процесс взаимодействия личности или социальной группы с социальной средой организации включает в себя усвоение норм и ценностей среды в процессе социализации, а также изменение, преобразование среды в соответствии с новыми условиями и целями деятельности организации.

Социальная адаптация позволит решить социальные проблемы внедрения ССП. К ним можно отнести, во-первых, недостаточное осознание российскими менеджерами необходимости развития и применения инноваций в области управленческих технологий. Внедрение ССП требует определенной зрелости управления и готовности руководителей.

<sup>1</sup> «Адаптация [лат. Adaptation от adaptare — приспособлять] — приспособление системы к реальным условиям. Адаптирующиеся системы подразделяют на самонастраивающиеся и самоорганизующиеся. В первом случае в соответствии с изменениями внешней среды меняется способ функционирования системы, во втором — меняется структура, организация системы» [5].

Во-вторых, негативная реакция на внедрение ССП может наблюдаться со стороны менеджеров среднего звена, которые не только получают дополнительный инструмент управления, но также осознают, что в результате его внедрения сами становятся более контролируемыми.

В ходе реализации проекта внедрения ССП были выработаны определенные методы решения возникающих проблем, которые могут быть полезны российским предприятиям в процессе совершенствования управленческих технологий с применением ССП. Можно предложить следующие рекомендации по адаптации методики разработки и внедрения ССП на российских предприятиях (см. табл. 1).

Таблица 1

## Рекомендации по адаптации ССП для внедрения на российских предприятиях

Решаемая проблема	Рекомендации по адаптации
<b>Социальная адаптация</b>	
Недостаточное осознание российскими топ-менеджерами необходимости развития и применения инноваций в области управленческих технологий	<p>Повышение квалификации топ-менеджмента.</p> <p>Необходимо разработать программу повышения квалификации топ-менеджмента с учетом имеющихся компетенций. Возможны несколько вариантов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Индивидуальное обучение (топ-менеджеры проходят повышение по различным направлениям). В этом случае создается эффект «лоскутного одеяла», когда каждый из топ-менеджеров обладает компетенциями в различных областях, но нет диалога на «одном языке»: существуют расхождения в подходах, методиках, даже в терминологии.</li> <li>2. Командное обучение (когда команда топ-менеджеров проходит комплексное обучение по нескольким направлениям). В этом случае формируется команда единомышленников, говорящих на «одном языке», создается синергетический эффект, многократно повышающий отдачу от инвестиций в персонал. Очевидно, что второй вариант предпочтительнее, что и подтверждает опыт.</li> </ol>
Негативная реакция на внедрение ССП со стороны менеджеров среднего звена	<p>Мотивация.</p> <p>Для повышения заинтересованности работников в разработке ССП необходимо информировать о ходе разработки системы на предприятии, по возможности вовлекать их в процесс.</p> <p>Для повышения заинтересованности работников во внедрении ССП следует применять не только методы административного воздействия, но и увязать систему материального стимулирования с достижением необходимого уровня показателей.</p>
<b>Содержательно-функциональная адаптация</b>	
Отсутствие формализованных миссии, видения и стратегических целей	<p>Первый этап разработки и внедрения ССП: формализация миссии компании, видения, постановка стратегических целей. Миссия и видение компании формируются с обязательным участием основных собственников.</p> <p>Существуют разные точки зрения на степень формализации стратегических целей. Оптимальным для российской практики представляется постановка основных целей на три года, детализация их на год с ежегодной корректировкой.</p> <p>Возможен следующий подход: на основе методики вначале, когда легче сформулировать частные цели и задачи, могут разрабатываться стратегии для отдельных подразделений, образуя основу для построения глобальной линии поведения компании «снизу».</p>

Отсутствие описания бизнес-процессов	<p>Формирование стоимостной цепочки бизнеса. Описание бизнес-процессов компании, создание функциональной структуры компании, разработка системы локальных нормативных актов, охватывающих все сферы деятельности компании.</p> <p>Невозможно охватить сразу все бизнес-процессы в компании детально, до мельчайших подробностей. Реально что-то уже формализовано, что-то есть схематично. В этой ситуации необходимо идти от общего к частному: на первом этапе целесообразно определить общую схему, например, в Положении о бизнес-процессах. Следующий этап: выделить самые «узкие» места в системе бизнес-процессов, и последовательно или параллельно их формализовать с помощью создания рабочих групп по направлениям.</p>
Недостаточное применение информационных технологий	<p>Автоматизация ССП и ее внедрение.</p> <p>Автоматизацию можно осуществлять различными способами: автоматизировать отдельные блоки (финансы, клиенты, др.) с помощью различных программ и консолидировать данные, либо использовать специальные программные продукты (например, Ogos Scorecard, Oracle Scorecard, SAP BW, и др.). Практика показывает, что специальная программа для ССП хотя и облегчает сбор и анализ большого массива информации, но не всегда лучший вариант. Дело в том, что ССП — это продукт, индивидуальный для каждой компании, поэтому и его реализация будет абсолютно индивидуальной. Главное, чтобы программа для ССП имела возможность для изменения, т.к. в ходе реализации ССП набор и пороговые значения показателей будут изменяться.</p>
Недостаточный уровень квалификации персонала	<p>Обучение, мотивация.</p> <p>Проведение внутрифирменных семинаров для коллектива в целом, на которых необходимо осветить схематично сущность ССП, ее разработку, содержание в конкретной компании: цели, показатели, их значения.</p> <p>Необходимо увязать систему индивидуальных карт СП на каждом рабочем месте с системой материального стимулирования. При этом определяется дополнительный премиальный фонд, выплата из которого производится пропорционально достигнутым результатам.</p>

Итак, современный этап развития предпринимательства требует новых подходов к управлению предприятием и оценке его эффективности. Совершенствование управленческих бизнес-процессов на российских предприятиях возможно осуществлять с применением методики ССП, которая учитывает все тенденции настоящего времени, при условии ее адаптации. Необходима дальнейшая разработка методики содержательно-функциональной и социальной адаптации систем управления и оценки эффективности, таких как ССП, к особенностям российской действительности с учетом проблем, возникающих в процессе внедрения.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2003.
2. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2004.

3. Андерсен Бьерн. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Пер. с англ. С. В. Ариничева / Науч. ред. Ю. П. Адлер. М.: РИА «Стандарты и качество», 2003.
4. Справочное пособие директору производственного объединения, предприятия (Экономика, организация, планирование, управление): В 2 т. Т. 2 / Под ред. Г. А. Егiazаряна, А. Д. Шеремета. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экономика, 1985.
5. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. 5-е изд. доп. и перераб. М.: Институт новой экономики, 2002. 1280 с.
6. Карасюк Е. Рост на вырост // Секрет фирмы. 2003. № 11.
7. Кейхель Уолтер. Corporate strategies under fire // Fortune. 1982. № 12.

**Елена Валерьевна МОРОЗОВА** —  
аспирант кафедры экономики  
Международного института финансов,  
управления и бизнеса ТюмГУ

УДК 658.286

## **ПРОБЛЕМЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РОСТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРУДА В РОССИИ**

*АННОТАЦИЯ.* В статье проведен анализ проблем развития промышленности и некоторых социально-экономических тенденций, препятствующих росту производительности труда в России. Кроме того, рассматриваются причины кризиса трудовой мотивации, повлекшие за собой снижение заинтересованности руководителей и работников российских предприятий в повышении производительности труда.

*The author analyses a number of socio-economic issues connected with the decrease of labour productivity in Russia paying special attention to the reasons of labour motivation crisis that resulted in the lack of both managers and workers' interest in the increase of labour productivity.*

Известно, что более высокий социально-экономический строй доказывает свою прогрессивность высшей по сравнению с предшествующими стадиями производительностью труда. Поэтому в настоящее время первоочередной задачей российской экономики должно стать создание условий для увеличения производительности общественного труда, которая, в конечном счете, зависит от уровня производительности труда каждого конкретного предприятия.

Однако достижению этой стратегически важной для России задачи препятствует ряд очень серьезных проблем, преодоление которых поможет создать базу для обеспечения качественного роста российской экономики, повышения конкурентоспособности отечественной продукции.

Одной из главных макроэкономических причин трудностей является дезориентированная промышленная политика. Успешное развитие экономики не возможно без наличия в стране развитого комплекса «традиционных» отраслей, обеспечивающих общество товарами повседневного спроса, а также опережающего развития авангардных отраслей, являющихся двигателем научно-технического прогресса, повышающими конкурентоспособность продукции страны на мировом рынке, стимулирующими повышение качества жизни населения. Искажение этого соотношения привело к полному развалу основных отраслей жизнеобеспечения: в 2002 г. доля продукции легкой промышленности составила 1,7% всей промышлен-