

Е.П. Тавокин

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

ТАВОКИН Евгений Петрович — доктор социологических наук, профессор Российской академии государственной службы при Президенте РФ. E-mail: tavokin@mail.ru

На основе материалов опроса представительной экспертной группы рассматриваются проблемы, с которыми сталкиваются российские компании в связи с экономическим кризисом, анализируются применяемые антикризисные меры. Выявляются также основные задачи по управлению персоналом, анализируются меры, направленные на их решение.

Ключевые слова: экономический кризис, социально-экономические проблемы, антикризисные меры, управление персоналом.

После того, как наша страна оказалась втянутой в «мировое сообщество», все более или менее значительные мировые процессы отражаются на состоянии соответствующих сфер российского общества. Не является исключением и очередной мировой кризис, начало которого датируется второй половиной 2008 г.

В условиях отсутствия системы стратегических целей в современной России отсутствует и единая программа каких-либо конструктивных действий, направленная на преодоление проявлений кризиса. Каждый хозяйствующий субъект вынужден удерживаться «на плаву» и биться за «место под солнцем», полагаясь исключительно на собственные интуицию, ресурсы и возможности. Если принять во внимание, что отечественная экономика еще до наступления кризиса носила явно регрессивный характер, который отчетливо проявлялся в быстрой деградации ее технологической структуры², то возникает вопрос: насколько успешно российским компаниям удастся преодолевать трудности, связанные с нынешним кризисом? На этот вопрос отчасти дают ответ материалы исследования,

² Глазьев С.Ю. О стратегии экономического развития России // Вопросы экономики. № 5, 2007

проведенного Институтом профессионального развития Национального союза кадровиков в феврале-апреле 2009 г. Среди основных целей исследования:

- ⇒ определение наиболее острых социально-экономических проблем на рынке труда с августа 2008 г. по май 2009 г.;
- ⇒ анализ антикризисных мер в области управления персоналом, предпринимаемых на российских предприятиях в этот период.

В качестве метода исследования использовался опрос экспертной группы общей численностью 236 человек. В экспертную группу вошли представители различных категорий российских руководителей и специалистов по управлению персоналом всех субъектов Федерации и федеральных округов в квотных соотношениях, которые были предусмотрены в проекте выборки. Эти соотношения представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Численность и состав экспертной группы по федеральным округам и размерам компаний

№ п/п	Субъекты РФ	Количество экспертов			
		Всего:	В том числе в компаниях с численностью работающих:		
			до 1000	1000 - 3000	свыше 3000
I	Центральный федеральный округ	65	16	31	18
II	Северо-Западный федеральный округ	32	7	15	10
III	Южный федеральный округ	37	14	15	8
IV	Приволжский федеральный округ	41	6	20	15
V	Уральский федеральный округ	15	3	8	4
VI	Сибирский федеральный округ	26	6	11	9
VII	Дальневосточный федеральный округ	20	6	10	4
	Итого:	236	58	110	68

Есть все основания рассматривать полученный в результате массив эмпирических данных как репрезентативный по профессиональным характеристикам и выборочным критериям.

В соответствии с указанными выше целями исследования, проанализируем полученные результаты. В основе Раздела 2 – эмпирическая база второго массива.

Раздел 1. Наиболее острые социально-экономические проблемы на рынке труда в период экономического кризиса (с августа 2008 г. по май 2009 г.) и меры их преодоления

Перечень и острота указанных проблем представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Последствия мирового кризиса, с которыми уже сталкивалась компания

	Абс.	%
неплатежи со стороны контрагентов	33	80,5
снижение спроса на продукцию	29	70,7
ухудшение условий получения заемных финансовых ресурсов (рост процентных ставок, требований по залогу, удлинению сроков рассмотрения заявки и т.д.)	26	63,4
нехватка оборотных средств	22	53,7
сокращение инвестиционных программ компании, перенос их на более поздний срок	16	39,0
сокращение объемов производства компании	14	34,1
недоступность заемных финансовых ресурсов	13	31,7
социальная напряженность на предприятии	13	31,7
ухудшение условий поставки сырья и комплектующих	12	29,3
задержки платежей в банках	9	22,0
валютная нестабильность	8	19,5
ужесточение требований («прессинга») со стороны регулирующих, контрольных и надзорных органов, в том числе налоговых и таможенных органов	7	17,1
трудности с иностранными партнерами	5	12,2
падение капитализации компании	4	9,8
дефолт контрагентов, в том числе технический	3	7,3
отказ от выхода на новые рынки сбыта/перенос сроков выхода	3	7,3
отказ партнеров от реализации совместных проектов	3	7,3
вывод инвесторами денег из компании	1	2,4

Все проблемы по мере снижения частоты их проявления довольно отчётливо разделяются на четыре группы.

Первую группу образуют проблемы, которые можно условно назвать классическими, инвариантными, так как они в большей или меньшей степени сопровождают практически любую кризисную ситуацию и не являются специфическими. К ним относятся неплатежи со стороны контрагентов (80,5%), снижение спроса на продукцию (70,7%), ухудшение условий получения заемных финансовых ресурсов (63,4%), нехватка оборотных средств (53,7%).

Во *вторую группу* с большим отрывом от первой входят пять также достаточно традиционных для кризиса проблем: сокращение инвестиционных программ компании, перенос их на более поздний срок (39,0%), сокращение объемов производства компании (34,1%), недоступность заемных финансовых ресурсов (31,7%), социальная напряженность на предприятии (31,7%), ухудшение условий поставки сырья и комплектующих (29,3%).

В содержании проблем *третьей группы* уже проявляется специфика современного кризиса: задержки платежей в банках (22,0%); валютная нестабильность (19,5%); ужесточение требований («прессинга») со стороны регулирующих, контрольных и надзорных органов, в том числе налоговых и таможенных органов (17,1%); трудности с иностранными партнерами (12,2%).

Частота проявления комплекса проблем *четвертой группы* не превышает 10%. Их сочетание, по-видимому, уникально и характерно только для нынешнего кризиса: падение капитализации компании (9,8%); дефолт контрагентов, в том числе технический (7,3%); отказ

от выхода на новые рынки сбыта/перенос сроков выхода (7,3%); вывод инвесторами денег из компании (2,4%).

Общий вывод заключается в том, что нынешний кризис непосредственно для обследованных компаний проявляется преимущественно в традиционных формах. На долю специфических (уникальных) форм приходится весьма незначительная их часть (менее 10%).

Проблемы, с которыми столкнулись компании в своей внешнеэкономической деятельности, представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Влияние кризиса на внешнеэкономическую деятельность компании

Проблемы	Кол-во	%
усилилась конкуренция с иностранными компаниями на внутреннем рынке	16	39
сократился объем экспорта	15	37
столкнулись с усилением торговых ограничений в развитых странах	4	10
сократился приток иностранных инвестиций	4	10
кризис на внешнеэкономическую деятельность не повлиял	7	17

Кризис повлиял на внешнеэкономическую деятельность подавляющего большинства (83%) компаний. Основные формы проявления кризиса в этой сфере – усиление конкуренция с иностранными компаниями на внутреннем рынке (39%) и сокращение объем собственного экспорта (37%).

Как же решаются эти проблемы?

Если расположить конкретные формы антикризисных мер в порядке снижения частоты их реализации, то они расположатся в последовательности, которая представлена в таблице 4.

Таблица 4.

Частота применения антикризисных мер, которые предусмотрены в современных российских компаниях

Содержание антикризисных мер	Не реализуются	%	уже реализовано/ реализуется в настоящее время	%	планируется реализовать в II квартале 2009 г.	%
сокращение расходов на потребляемые услуги (консалтинг, реклама, инжиниринг и т.д.)	8	20	29	71	4	10
сокращение расходов на благотворительные социальные программы, реализуемые на территориях присутствия	18	44	21	51	2	5
снижение цен на продукцию/услуги	21	51	19	46	1	2
требование авансирования со стороны покупателей	22	54	19	46	0	0
экономия на сырье и	20	49	18	44	3	7

комплектующих (переход на более дешевые сырье и комплектующие)						
сокращение расходов на социальные программы, направленные на своих работников	22	54	18	44	1	2
сокращение производства	25	61	13	32	3	7
задержки платежей поставщикам	28	68	13	32	0	
отказ от авансирования поставщиков	29	71	11	27	1	2
сокращение количества социальных программ для работников	30	73	10	24	1	2
сокращение расходов на исследования и разработки	31	76	8	19	2	5
повышение цен на продукцию/услуги	34	83	7	17	0	0
сокращение номенклатуры производимой продукции/услуг	34	83	7	17	0	0
увеличение производства/оборота для вытеснения конкурентов с рынка	36	88	3	7	2	5
увеличение расходов на исследования и разработки	37	90	3	7	1	2
реализация программ слияния-поглощения	39	95	2	5	0	0
продажа части профильных активов	40	97	1	3	0	0
продажа непрофильных активов	30	98	10	2	1	2
приобретение конкурирующих компаний/их активов	40	97	0	0	1	3
продажа компании	41	100	0	0	0	0

К числу наиболее популярных антикризисных мер относятся сокращение расходов на непроизводительные и вспомогательные услуги (71%), на благотворительные социальные программы, реализуемые на территориях присутствия компании (51%).

Следующим по частоте реализации является комплекс вполне традиционных мер: снижение цен на собственные продукцию и услуги (46%), требование авансирования со стороны покупателей (46%); экономия на сырье и комплектующих (переход на более дешевые сырье и комплектующие) (44%); сокращение расходов на социальные программы, направленные на своих работников (44%). Частота их реализации находится на одном уровне.

Несколько реже используются не менее традиционные меры: сокращение производства (32%); задержки платежей поставщикам (32%); отказ от авансирования поставщиков (27%); сокращение количества социальных программ для работников (24%).

Ещё менее популярными являются такие меры, как сокращение расходов на исследования и разработки (19%), повышение цен на собственные продукцию и услуги (17%), сокращение номенклатуры производимой продукции/услуг (17%).

Действительно конструктивные меры, которые могли бы существенно помочь выходу из кризиса (увеличение производства и оборота для вытеснения конкурентов с рынка, увеличение расходов на исследования и разработки; реализация программ слияния-поглощения и т. п.) хотя и применяются, но масштабы их использования таковы, что они больше похожи на экзотическое исключение.

В целом стратегия борьбы и преодоления проблем, связанных с кризисом, у обследованных компаний преимущественно оборонительная, активного поиска новых направлений, форм, технологий, диверсификации сферы деятельности не выявлено.

Подтверждают этот вывод и данные таблицы 5, в которой представлена направленность мер освоения новых рынков.

Таблица 5.

Выход на новые рынки

Содержание антикризисных мер	Не реализуются	%	уже реализовано/реализует в настоящее время	%	планируется реализовать во II квартале 2009 г.	%
с существующей продукцией	18	44	19	46	4	10
с новой продукцией	28	68	9	22	4	10

Как видно, численность компаний, реализующих стратегию освоения новых рынков с новой продукцией, в 2 с лишним раза меньше тех, которые не решаются обновить номенклатуру своих товаров и услуг.

Содержание направлений и формы решения проблем в сфере внешнеэкономической деятельности представлены в таблице 6.

Таблица 6.

Формы решения проблем во внешнеэкономической деятельности

	Кол-во	%
участие представителей бизнеса в визитах высокого уровня	21	52
зарубежные выставки	10	24
«лоббистская» деятельность посольств и торгпредств	10	24

Основные усилия (52%) компании направляют на поиск новых рынков посредством установления контактов с потенциальными партнёрами на высшем уровне. С помощью зарубежных выставок и лоббирования своих интересов и продукции через посольства и торгпредства проводится маркетинг (24%).

Особое и значительное место в системе антикризисных мер занимают программы по внедрению энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий. Они представлены в таблице 7.

Таблица 7.

Реализация программ по внедрению энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий

Содержание антикризисных мер	Не реализуются	%	Уже реализовано		Планируются	%
сокращение непроизводственных потерь и ужесточение контроля расходования ресурсов (установка счетчиков, повышение энергоэффективности производственных помещений и т.д.);	11	27	27	66	3	7
создание системы стимулов для персонала;	23	56	12	29	6	14
приобретение новых, энерго- и ресурсосберегающих технологий, оборудования и т.д.;	32	78	7	17	2	5

Таким образом, главную роль (66%) в этой системе играет сокращение непроизводственных потерь и ужесточение контроля расходования ресурсов (установка счётчиков, повышение энергоэффективности производственных помещений и т.д.). Значительно меньшее (29%), но всё же заметное место занимает создание системы соответствующих стимулов для персонала. Вопреки логике приобретение новых, энерго- и ресурсосберегающих технологий, оборудования занимает в этом перечне последнее место (17%). Следовательно, и в этой сфере стратегия выхода из кризиса преимущественно оборонительная.

Выводы

1. Нынешний кризис проявляется преимущественно в традиционных формах. На долю специфических (уникальных) форм приходится весьма незначительная их часть (менее 10%). К ним относятся падение капитализации компании; дефолт контрагентов (в том числе технический); отказ от выхода на новые рынки сбыта/перенос сроков выхода; вывод инвесторами денег из компании.

2. К числу наиболее популярных антикризисных мер относятся сокращение расходов на непроизводительные и вспомогательные услуги (71%), на благотворительные социальные программы, реализуемые на территориях присутствия компании

3. В целом стратегия борьбы и преодоления проблем, связанных с кризисом, у обследованных компаний преимущественно оборонительная, активного поиска новых направлений, форм, технологий, диверсификации сферы деятельности не выявлено.

Антикризисные меры в области управления персоналом, предпринимаемые на российских предприятиях в период экономического кризиса (с августа 2008 г. по май 2009 г.)

Общий характер и направленность указанных мер представлена в таблице 8.

Таблица 8.

Основные задачи по управлению персоналом на первое полугодие 2009 г.

Содержание	Кол-во	%
оптимизировать бизнес – процессы, технологические, организационные с целью уменьшения затрат на персонал	53	22.8
оптимизировать организационную структуру компании	48	20.6
уменьшить ФОТ, сохраняя штат	43	18.5
сократить персонал	41	17.6
наша ситуация стабильная, никаких антикризисных задач до конца года не ставится	17	7.2
увеличить штат сотрудников в связи с развитием бизнеса	9	4.2
сохранить персонал, посредством переобучения и ротации	6	2.4
оптимизировать (сократить) бюджет на персонал (без учета ФОТ)	6	2.4
оптимизировать структуру компенсаций	6	2.4

И в сфере управления персоналом основной вектор антикризисной стратегии российских предприятий имеет оборонительный характер. Главные усилия кампании направляют на оптимизацию и рационализацию производственных, технологических и организационных процессов, структуры организаций (это преимущественно средние и крупные, самостоятельные и дочерние компании). Почти равноценные усилия направлены на сохранение штата сотрудников при сокращении фонда оплаты труда (18,5%). Это главным образом небольшие (до 100 человек) и средние (до 500 человек) компании, имеющие статус головных компаний холдинга. Примерно столько же компаний идут по пути сокращения численности персонала (17,6%). В наибольшей степени на сокращение численности персонала ориентированы крупные (больше 3000 сотрудников) дочерние компании (30%). Общий смысл этих усилий – минимизация затрат на персонал, снижение их доли в общем объеме затрат. Очень незначительная доля обследованных компаний (не более 7%) пока не испытывает проблем, связанных с кризисом.

Конкретные статьи сокращения расходов на персонал и уровень их использования отражены в таблице 9.

Таблица 9.

Статьи сокращения расходов на персонал

	Кол-во	%
сокращение, отмена бюджета на корпоративные мероприятия	146	62.7
расходы на содержание офиса (например, канцелярские расходные материалы, обеды и т.п.)	128	55,0
расходы на обучение персонала	123	52.8
расходы на социальные льготы сотрудников	87	38.9
расходы на периодику и профессиональные издания	83	35.7
расходы на аренду помещений (например, уменьшены арендуемые площади)	54	23.2
объем командировочных расходов	50	21.5
продолжительность рабочего времени (короткий день, выход не каждый день)	40	17.2
части персонала предоставлен отпуск за свой счет	39	16.7
некоторым сотрудникам предложено выйти на пенсию сразу по достижению пенсионного возраста	21	9.0
сокращены премиальные выплаты	6	2.58
сокращений нет и не планируются	11	4.73

Обратим внимание на то, что только в 5% компаний сокращения расходов нет и не планируется. Это означает, что сокращение персонала и/или расходов на его содержание как антикризисная мера практикуется почти на всех предприятиях и организациях.

Естественно, что лидирующие позиции в этом списке занимают сокращение или полная отмена расходов на корпоративные мероприятия (62,7%). Эта мера в одинаковой степени используется преимущественно в дочерних и самостоятельных компаниях. Сокращение расходов на содержание офиса (55,0%), занимая второе место, распространено преимущественно в малых (до 100 человек) головных и самостоятельных компаниях (80%). Расходы на обучение персонала (52,8%) наиболее интенсивно сокращают крупные (свыше 1000 человек) компании (до 80%). То есть в первую очередь урезаются расходы, лишь опосредованно (косвенно) влияющие на основную деятельность. Их реализация воспринимается персоналом с пониманием и не вызывает раздражения.

Следующая группа статей сокращения тоже относится к разряду косвенных, но воспринимается уже гораздо болезненнее. В эту группу входят: сокращение расходов на социальные льготы сотрудников (38,9%), на периодику и профессиональные издания (35,7%), на аренду помещений, уменьшение арендуемых площадей (23,2%), объема командировочных расходов (21,5%). При этом расходы на социальные льготы сокращают преимущественно крупные компании (71%), на периодику и профессиональные издания – крупные (56%) и самые малые (менее 100 человек) компании (52,5%), на аренду помещений, уменьшение арендуемых площадей – самые малые компании (37,5%). Командировочные расходы сокращают преимущественно крупные (свыше 3000 человек) компании (62%), а также дочерние (39%).

К группе явно непопулярных мер, напрямую снижающих материальный уровень персонала, относятся: сокращение продолжительности рабочего времени (17,2%), предоставление части персонала отпуска за свой счет (16,7%), предложение некоторым сотрудникам выйти на пенсию сразу по достижению пенсионного возраста (9,0%). Применяются эти меры, как видно, нечасто. Сокращение премиальных выплат зафиксировано лишь в 2,6% обследованных компаний.

Что касается сокращения фонда оплаты труда (ФОТ), то в качестве антикризисной меры оно используется в 63% обследованных компаний и весьма неравномерно. В 13,7% компаний этот фонд сократился более чем на 30%, в 20,3% компаний – на 15-29%, а в 19,1% – на 5-14%. Наиболее чувствительные потери в оплате труда понесли сотрудники крупных (более 3000 человек) компании.

Следует отметить, что в 20,3% компаний ФОТ сохранился неизменным. Это преимущественно крупные (от 1001 до 3000 человек) компании (32%). В 16,7% компаний ФОТ увеличился. Наибольшая доля компаний, в которых произошло увеличение ФОТ, являются дочерними и находятся в Центральном федеральном округе (20%), наименьшее – среди управляющих (головных) компаний холдинга в Уральском (7%) и Южном (8%) округах.

Весьма чувствительный показатель глубины проявления кризиса *изменение численности персонала*. Удалось сохранить численность персонала 16,7% компаний. Это преимущественно малые (до 100 человек) компании (25%). Для 21,5% компаний оказалось возможным увеличить численность персонала. Это означает, что более трети (38,2%) обследованных компаний справляются с кризисом, сохраняя или даже приумножая численный состав персонала. Больше всего компаний, в которых произошло увеличение численности персонала, являются средними по численности (101 – 500 человек), дочерними и находятся в Центральном федеральном округе (29,0%), меньше всего – в самостоятельных компаниях (17%) в Уральском (8%) и Сибирском (9%) округах.

Существенное (более 30%) сокращение численности персонала имело место в 10,1% компаний. Это в основном управляющие (головные) компании холдинга. Они расположены в Уральском (21%), Южном (16%) и Сибирском (15%) округах. В 14,4% компаний персонал сократился на 10-14%. Это также в основном управляющие (головные) компании холдинга. Основная их часть расположена в Северо-Западном (35%) и Южном (33%) округах. В остальных компаниях (37,6%) численность персонала сократилась незначительно (менее 10%).

Структура направлений, по которым идёт сокращение персонала, представлена в таблице 10.

Таблица 10.

Направления сокращения персонала

	Кол-во	%
инициатива работника (собственное желание)	157	67.6
соглашение сторон	123	53.2
истечение срока трудового договора	45	19.7
сокращение численности или штата работников	42	17.9
неудовлетворительные результаты испытательного срока, несоответствия работника занимаемой должности или выполняемой работе	32	13.7
по дисциплинарным нарушениям	25	10.7
отказ работника от перевода на другую работу	6	2.4

Сокращение персонала происходит преимущественно в достаточно традиционных и юридически безукоризненных формах: более 2/3 (67,6%) сотрудников не устраивают предлагаемые новые условия работы, и они увольняются по «собственному желанию». Такая форма сокращения наиболее распространена (76%) в самостоятельных компаниях. Несколько меньшая часть персонала (53,2%) покидает компании по обоюдному согласию сторон. Эта форма сокращения характерна для управляющих (головных) компаний холдинга (68%). Существенно реже (19,7%) применяется такая юридически безукоризненная форма, как «истечение срока трудового договора». Несколько чаще, чем в остальных, (23%) она применяется в дочерних компаниях.

«Непопулярные» формы сокращения персонала используются нечасто. К ним относятся «сокращение численности или штата работников» (17,9%), «неудовлетворительные результаты испытательного срока, несоответствие работника занимаемой должности или выполняемой работе» (13,7%), «дисциплинарные нарушения» (10,7%) и «отказ работника от перевода на другую работу» (2,4%). Применяются они весьма дифференцированно в зависимости от типа компании: в дочерних компаниях (23%), управляющих (головных) компаниях (19%), самостоятельных компаниях (13%) и в управляющих и самостоятельных компаниях поровну (по 3%).

Направления *оптимизации численности персонала* в российских компаниях отражены в таблице 11.

Таблица 11.

Направления оптимизации численности персонала

	Кол-во	%
нанимаем только на критичные для бизнеса позиции	88	37.7
естественное выбывание сотрудников (сменили место работы или вышли на пенсию)	72	31.1
высвобождение сотрудников в связи с изменением экономической ситуации (оптимизация штата)	70	29.9

нанимаем в соответствии с планами развития	57	24.5
наём на текущий момент полностью «заморожен»	41	17.4
высвобождение сотрудников в связи с сокращением какого-либо направления деятельности компании	23	10.1
нанимаем временный персонал, аутсорсинг	4	1.8
нет потребностей в новом персонале	22	9.5

Данная таблица позволяет заключить, что оптимизация численности персонала идёт в двух противоположных направлениях: по его сокращению и найму. При этом объёмы сокращения несколько преобладают над объёмами найма: 71,1% и 64,0% соответственно. Необходимо также отметить, что сокращение персонала происходит в формах *безвозвратного ухода* сотрудника (переход на другое место работы, выход на пенсию, сокращение деятельности компании и т. п.). В то же время наём осуществляется преимущественно в формах *временного трудоустройства* (на критичные для бизнеса позиции, в соответствии с планами «развития» и т. п.). Таким образом, результирующий вектор оптимизации численности персонала направлен на его сокращение.

Можно отметить довольно существенные различия в интенсивности использования рассмотренных направлений оптимизации численности персонала в зависимости от типа компании. В частности, в стратегии найма персонала в управляющих (головных) компаниях холдинга преобладает наём только на критичные для бизнеса позиции (61%). В компаниях другого типа эта доля составляет около 32%. «Заморозка» найма на текущий момент заметно (в 2 раза) выше среди дочерних компаний (27%), чем в компаниях другого типа. В то же время среди дочерних компаний доля таких, у которых нет потребностей в новом персонале, в 2 раза ниже, чем в других (5% против 10%). В этих же, дочерних, компаниях объёмы высвобождения сотрудников в связи с сокращением какого-либо направления деятельности в 3 раза выше, чем в компаниях другого типа (20% против 7%). В управляющих (головных) компаниях холдинга высвобождение сотрудников происходит главным образом в связи с переходом на другое место работы или выходом на пенсию (45%), что почти в 2 раза выше, чем в компаниях другого типа.

Имеется специфика и в использовании различных направлений оптимизации численности персонала в зависимости от размеров самих компаний. Наиболее сильно ограничено «пространство манёвра» среди небольших (менее 100 человек) компаний: все значения показателей найма персонала у них существенно ниже, чем в больших по численности компаниях. У них же самые высокие значения показателей «заморозки» найма и отсутствия потребностей в персонале. Это у них в какой-то (но неполной) мере компенсируется пониженными значениями показателей выбытия сотрудников. В крупных компаниях (от 500 до 1000 сотрудников) показатели найма и высвобождения сотрудников

имеют высокие значения. Однако баланс численности сотрудников в динамической ретроспективе у них также отрицательный. Это означает, что общая тенденция сокращения численности сотрудников и в крупных компаниях сохраняется.

Согласуется с данным выводом и установленное в ходе исследование существенное сокращение расходов на наём персонала. Структура сокращения расходов на указанные нужды представлена в таблице 12.

Таблица 12.

Направления сокращения расходов на рекрутмент	Кол-во	%
сокращение объем на рекрутинговые агентства	79	43.1
сокращение объема на информирование о позициях компании в прессе	60	25.7
сокращение рекрутмента силами внутренних подразделений по управлению персоналом	45	19.1
сокращение объем на информирование о позициях компании на нецелевых интернет-сайтах	31	13.1
сокращение объема на подписку на сервис поисковых интернет-сайтов	30	12,9
сокращение объема на поиск менеджеров высшего звена	28	12.6
расходы на рекрутмент не заложены в бюджет	12	5.4
Нет	79	34.1

Треть всех компаний (34,1%) сохранила расходы на наём персонала на прежнем уровне. При этом наблюдается почти линейная прямая зависимость: чем больше численность персонала компании, тем больше масштабы сокращений расходов на наём персонала. Так, среди компаний с численностью сотрудников менее 100 человек 42,5% не сократили расходы по этой статье. В то же время в компаниях с численностью персонала от 1000 до 3000 человек эта доля снижается до 26%, а в компаниях, в которых численность работающих свыше 3000 человек, она падает до 11%. Да и масштабы сокращений расходов по этой статье в маленьких компаниях существенно меньше. Таким образом, небольшие по численности компании в значительно большей степени, чем крупные, рассматривают качество персонала как важный ресурс выхода из кризисной ситуации. Справедливости ради следует отметить, что среди небольших компаний наиболее высока доля не заложивших расходы на наём персонала в бюджет (12,5%). Это, по-видимому, совсем маленькие компании, которые в условиях кризиса вынуждены экономить на всём.

В целом по массиву не заложено расходов на наём персонала в 5,4% компаний. Сокращение расходов на эти цели происходит в оставшихся 60,5% компаниях главным образом по вектору снижения соответствующих внешних услуг.

Выводы:

1. В сфере управления персоналом основной вектор антикризисной стратегии российских предприятий имеет оборонительный характер. Главные усилия кампании направляют на оптимизацию и рационализацию производственных, технологических и организационных процессов, структуры организаций.
2. Очень незначительная доля обследованных компаний (не более 7%) пока не испытывает проблем, связанных с кризисом.
3. Только в 5% компаний сокращения расходов на персонал нет и не планируется. Это означает, что сокращение персонала и/или расходов на его содержание как антикризисная мера практикуется почти на всех предприятиях и организациях. При этом в первую очередь урезаются расходы, лишь опосредованно (косвенно) влияющие на основную деятельность: расходы на корпоративные мероприятия, на содержание офиса, на обучение персонала и т. п.
4. Сокращение фонда оплаты труда в качестве антикризисной меры используется в 63% обследованных компаний и весьма неравномерно. Более трети (38,2%) обследованных компаний справляются с кризисом, сохраняя или даже приумножая численный состав персонала.
5. Сокращение персонала происходит преимущественно в достаточно традиционных и юридически безукоризненных формах: 67,6% сотрудников не устраивают предлагаемые новые условия работы, и они увольняются по «собственному желанию». Несколько меньшая часть персонала (53,2%) покидает компании по обоюдному согласию сторон.
6. «Непопулярные» формы сокращения персонала используются нечасто. К ним относятся «сокращение численности или штата работников» (17,9%), «неудовлетворительные результаты испытательного срока, несоответствие работника занимаемой должности или выполняемой работе» (13,7%), «дисциплинарные нарушения» «10,7%» и «отказ работника от перевода на другую работу» (2,4%).
7. Оптимизация численности персонала идёт в двух противоположных направлениях: по его сокращению и найму. При этом объёмы сокращения несколько преобладают над объёмами найма: 71,1% и 64,0% соответственно. В целом результирующий вектор оптимизации численности персонала направлен на его сокращение.
8. Установлено существенное сокращение расходов на наём персонала. При этом наблюдается почти линейная прямая зависимость: чем больше численность

персонала компании, тем больше масштабы сокращений расходов на наём персонала.

9. Небольшие по численности компании в значительно большей степени, чем крупные, рассматривают качество персонала как важный ресурс выхода из кризисной ситуации и прилагают большие усилия по его сохранению.

Литература:

1. Глазьев С.Ю. О стратегии экономического развития России // Вопросы экономики. – 2007. – № 5. – С. 8-15.
2. Полтерович В.М. Экономический кризис, 2008 г.: ломка институтов и взглядов // Журнал новой экономической ассоциации. – 2009. – № 1-2. – С. 262-266.
3. Миронов В.В. Воздействие экономического кризиса на реальный сектор экономики России // Журнал новой экономической ассоциации. – 2009. - № 3-4. – С. 216-226.