

PERFECTION OF MONITORING OF INDICATORS OF MEDICAL AID QUALITY IN THE STATE PUBLIC HEALTH SERVICES

In this article the authors offer a method for perfection of monitoring of indicators of medical aid on the basis of modern technologies. Main stages of development of the system and practicability of such a system is described.

Keywords: public health services, monitoring, quality indicators.

© Кравец А. А., Кукарцев В. В., 2011

УДК 338.24.01

Г. С. Михалев, Л. Р. Батукова

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СРЕДНИХ МНОГОПРОФИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КОРПОРАТИВНОГО ТИПА

Проанализированы организационно-правовые и организационно-экономические аспекты средних многопрофильных предприятий корпоративного типа, проблема отхода собственника среднего предприятия от активного управления.

Ключевые слова: средние многопрофильные предприятия корпоративного типа, малые многопрофильные корпорации (ММК), корпорация, система управления корпорацией, капитализационные условия.

В социально-экономической системе России в настоящий период выделилась особая группа полипродуктовых предприятий средней численностью (50–70, 250–350). Опыт индустриально развитых стран показывает, что эти предприятия можно рассматривать как перспективную стадию развития бизнеса, которая при благоприятных условиях трансформируется в крупные корпоративные формы. Такой путь прошли многие известные корпорации: 3М, Hewlett-Packard, Sony, IBM, Motorola и др. Поэтому данные предприятия приобретают особое значение для экономики страны.

Средние полипродуктовые компании соединяют черты малого бизнеса, а также крупных многопрофильных компаний (корпораций). В экономической литературе за данным типом предприятий закрепилось название малых многопрофильных корпораций (ММК) [1; 2]. Однако употребление в данном случае термина корпорация весьма спорно, так как его интерпретация в различных экономико-правовых системах неоднозначна.

Так, в англосаксонской системе правового и экономического регулирования понятием корпорация охватывается самый широкий круг организационно-правовых форм ведения бизнеса. Всех их объединяет то, что они представляют собой «искусственное образование, невидимое, неосознаваемое и существующее только с точки зрения закона», т. е. имеют «фиктивный характер».

В континентальной системе правового и экономического регулирования понятие корпорация распространяется на широкий круг ОПФ: коммандитные товарищества на акциях, различные модификации акционерных обществ (финансовые холдинги, концер-

ны, в некоторых случаях – финансово-промышленные группы) и даже общество с ограниченной ответственностью (эта позиция не бесспорна: общество с ограниченной ответственностью рассматривается как промежуточная (смешанная) форма между акционерным обществом и персональным объединением).

В отечественном законодательстве термин корпорация не используется вовсе, следовательно, официального определения корпорации нет. В экономической среде России под корпорацией (практически) принято понимать предпринимательское «капитальное общество» в форме ОАО, имеющее значительную долю рынка на федеральном уровне либо долю мирового рынка; развитую систему управления, сформированную на основе привлечения наемного менеджмента. И хотя в научной среде России понятие корпорация понимается более широко (с учетом опыта зарубежного корпоративного развития), практическая интерпретация понятия довлеет во всех официальных проявлениях социоэкономической жизни и признается основной. Поэтому под корпорацией в российской экономико-правовой системе в настоящее время понимается предпринимательская организация, которая:

1) в организационно-правовом аспекте имеет юридический статус, закрепляющий:

- ограниченную ответственность (корпорация отвечает по своим обязательствам собственным имуществом, т. е. владельцы могут потерять только то, что инвестировали);

- простой переход права владения путем продажи акций;

- оговоренный период существования (может быть неограниченным);

2) в организационно-экономическом аспекте характеризуется:

- отделением функции управления от функции владения и сосредоточением функции управления в руках профессиональных управляющих, работающих по найму;
- развитой организационной структурой;
- широким диапазоном видов деятельности (развитой системой стратегических зон хозяйствования – СЗХ), или ограниченным спектром видов деятельности, но занимающих существенное положение на соответствующем рынке;
- развитой системой хозяйственных связей.

Учитывая все выше сказанное, организационно-правовая форма, оргструктура, форма правления и система управления специфического образования типа ММК вполне подходит под понятие корпорация в англосаксонской системе правового и экономического регулирования. С определенными оговорками ММК может подпадать под понятие корпорация в континентальной системе правового и экономического регулирования. В то же время, предприятия данного типа не в полной мере соответствуют общепринятому в экономико-правовой системе России понятию «корпорация», хотя и обладают общими с ними характеристиками. Поэтому мы считаем более правильными данные предприятия называть средними многопрофильными предприятиями корпоративного типа, а с целью сокращения – СМПК.

«Корпоративный тип» указывает на их сходство с корпорациями по существу, а также на перспективы их трансформации в корпорацию, в общепринятом понимании смысла этого слова. «Средними», данные предприятия названы потому, что они имеют, как правило, более высокую численность, чем малые предприятия, а часто и чем средние. Численность их работников варьирует от 50–70 до 250–350, а в отдельных случаях превышает 500 человек. В то же время к крупным, даже при значительной численности, их отнести нельзя, так как чаще всего они представляют собой в достаточной степени механическое объединение мелких принципиально различных производств и услуг, часто разрозненных даже территориально и объединенных только на уровне собственника – директора (в качестве которого выступает одно и то же лицо) и функциональных экономических служб.

На таком предприятии большинство акций принадлежит одному владельцу, семье или узкой группе акционеров [1; 2]. Неотъемлемая особенность СМПК в том, что в подавляющем большинстве случаев предприятие существует в форме ООО или ЗАО и управляется непосредственно собственниками. В ходе развития и трансформации бизнеса это приводит к ряду типичных для СМПК проблем.

Наиболее значимые проблемы состоят в том, что на определенном этапе существования компании собственник-управленец сталкивается с необходимостью передачи управления наемному менеджменту либо продажи бизнеса (всего или его частей). Причин здесь

может быть выделено несколько, в том числе следующие:

- старение собственников-управленцев и необходимость передачи управленческой функции более молодым менеджерам;
- нежелание собственника дальше заниматься конкретно данным бизнесом;
- укрупнение бизнеса, которое приводит к необходимости привлечения более профессиональных, а часто более специализированных управленцев;
- необходимость сузить диверсификацию и специализироваться на определенных рынках.

Уже сегодня можно говорить, что нерешенность проблемы отделения функции управления от функции владения у СМПК является причиной многих банкротств. Это тем более актуально для России, так как неразвитость правовых и экономических механизмов защиты прав собственности на бизнес приводит к скорому отчуждению СМПК у тех собственников, которые теряют фактический управленческий контроль. Поэтому необходимы исследования в данном направлении и выработка оптимальных подходов к разрешению проблемы. Передача управления бизнесом с сохранением прав собственности может осуществляться собственником в различных формах, в том числе посредством:

- найма профессионального топ-менеджмента с сохранением организационно-правовой формы и установлением владельческого контроля;
- продажи долей бизнеса с передачей права управления бизнесом новому сособственнику;
- продажи отдельных направлений бизнеса с сохранением центральной бизнес-единицы;
- смены ОПФ на ОАО и соответствующим изменением системы управления и контроля и прочие, специально разработанные формы.

Если не найдена оптимальная форма передачи управления бизнесом с сохранением прав собственности, то остается крайний вариант – продажа бизнеса.

Таким образом, проблема продажи бизнеса весьма актуальна и как самодостаточная проблема и как крайний вариант решения проблемы отхода собственника от управления бизнесом.

В целом, все формы реорганизации системы владения и управления СМПК основываются на двух базовых механизмах: фондовом и не фондовом.

В настоящее время наиболее разработан и понятен фондовый механизм реорганизации системы владения и управления компанией. Когда собственник решает сделать компанию публичной (преобразовать ее в ОАО), он в соответствии с законодательством готовит ее на юридическом и организационно-экономическом уровнях. Но это доступно очень немногим СМПК в условиях российской экономической действительности, так как имеется проблема эффективности размещения. Небольшие компании, у которых нет надежной, обоснованной перспективы значительного расширения бизнеса, скорее всего ничего не выиграют от этой дорогостоящей процедуры, но могут значительно проиграть.

Поэтому, реорганизация системы владения и управления СМПК для решения вышеперечисленных проблем на основе нефондовых механизмов часто наиболее приемлема в сегодняшних условиях российской действительности. Но и она сопряжена со сложностями.

К нефондовым механизмам, приемлемым в данном случае, мы относим следующие, основные:

- механизм передачи управления наемному топ-менеджменту с сохранением ОПФ и права собственности и установлением владельческого контроля;
- механизм продажи части бизнеса;
- механизм продажи предприятия как действующего бизнеса.

Данные механизмы менее формализованы, чем фондовые, но и они имеют ряд сложностей при реализации.

Это обусловлено тем, что капитализационные условия СМПК не до конца сложились. Под капитализационными условиями мы понимаем те организационно-экономические характеристики предприятия, которые:

- в совокупности обеспечивают объективные предпосылки отделения функции владения от управления с установлением контроля над бизнесом со стороны владельца;
- дают возможность максимально эффективного проведения процедуры продажи части бизнеса или всего бизнеса, таким образом, чтобы гарантировать соблюдение интересов обеих сторон – и продавца и покупателя.

В таблице автором приведены некоторые капитализационные условия корпораций (ОАО) в сопоставлении с аналогичными у СМПК. Даже общий взгляд на капитализационные условия средних многопро-

фильных предприятий корпоративного типа, представленные в таблице, свидетельствует о необходимости их «доформирования» с целью установления владельческого контроля. Сущность этого процесса заключается в том, чтобы развить ряд организационных аспектов СМПК, доведя их до уровня, максимально приближающегося к уровню организационного развития соответствующих аспектов ОАО.

Это обеспечит возможность решить проблему разделения на фактическом и формальном уровнях функции владения и управления СМПК.

В то же время, надо иметь в виду, что это затратное мероприятие ляжет дополнительным финансовым бременем на бизнес. Это обусловлено тем, что организационное развитие «утяжелит» систему управления: потребует дополнительной формализации процедур, возможно – увеличения штатов, дополнительных затрат на информатизацию и пр. Поэтому должны быть произведены соответствующие экономические расчеты и обоснования.

Если СМПК не сможет выдержать дополнительных расходов, то от идеи установить контроль со стороны собственников и отойти от дел управления следует отказаться. В данном случае возможен вариант продажи части бизнеса или бизнеса целиком. При этом, как правило, покупатель понимает, что покупает бизнес, где система владения не отделена от системы управления.

Но и даже эта процедура потребует дополнительных затрат на предпродажную подготовку, которая так же заключается в организационном развитии СМПК, в том числе ряда капитализационных условий. Это позволит представить бизнес в наиболее привлекательном виде, что безусловно отразится на его цене.

**Капитализационные условия корпораций (ОАО)
в сопоставлении с аналогичными у СМПК**

Капитализационные условия	Субъекты хозяйствования	
	Корпорация (КП)	Среднее многопрофильное предприятие корпоративного типа (СМПК)
Уровень разделения функции владения и функции управления	Осуществлено разделение формально (юридически) и фактически прав собственности и полномочий управления	Частичное отделение прав собственности от полномочий управления. Ряд управленческих функций не формализовано и «завязано» непосредственно на собственника
Форма перехода прав собственности	Переход права владения путем продажи акций, что на практике означает наиболее простую, формализованную и безопасную форму перехода прав владения	Продажа долей бизнеса (или акций в случае ЗАО) или всего бизнеса, что сопряжено с большой подготовительной работой и большими рисками, так как права владения и управления не разделены
Уровень ответственности у учредителей	Ограниченная ответственность учредителей и инвесторов, проявляющаяся в том, что за деятельность корпорации инвестор отвечает только в размере принадлежащей ему доли собственности	То же, что у «корпорации», в связи с тем, что основная форма организации – ООО
Уровень финансовых резервов	При благоприятном развитии бизнеса накапливается и поддерживается значительный уровень финансовых резервов, за счет которых может осуществляться финансирование в кризисные годы	Низкий уровень финансовых резервов. В случае кризиса и отсутствия прибыли по всем направлениям быстрое разорение
Источники финансирования развития	Банки, фондовый рынок	Средства берутся займы у друзей, родственников, других предпринимателей, а также в банке. Фондовый рынок не используется

Таким образом, анализ капитализационных условий и организационное развитие является центральным звеном при решении ряда значимых проблем СМПК. В данном процессе должен активное и целенаправленное участие принимать собственник компании. Это позволит трансформировать систему владения и управления компании в более зрелые формы, избежать снижения темпов развития и разорения компании.

Библиографические ссылки

1. Клейнер Г. Б., Тамбовцев В. Л., Качалов Р. М. Предприятие в нестабильной рыночной среде: риски, стратегия, безопасность. М. : Экономика, 1997.
2. Клейнер, Г., Качалов Р., Данилина Я. Управление малыми многопрофильными корпорациями // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 3.

G. S. Mikhalev, L. R. Batukova

ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT OF MEDIUM-SIZED MULTI-INDUSTRY ENTERPRISES OF CORPORATE TYPE

In the article the authors analyze organizational-legal and organizational-economic aspects of medium-sized multi-industry enterprises of corporate type, a problem of the average enterprise proprietor withdrawal from active management.

Keywords: average versatile enterprises of corporate type, small multi-industry corporations, corporation control system, capitalization conditions.

© Михалев Г. С., Батукова Л. Р., 2011

УДК 338.28

Д. В. Разжевайкин

МЕХАНИЗМ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Современный политический курс, направленный на модернизацию экономики путем развития инновационной сферы, актуализирует проблемы методологии в оценке этой сферы. В частности, объектом инновации является продукция, но как оценить степень влияния инновации на продукцию? В данной статье предложена авторская трактовка понятия инновационности продукции, а также описан общий и специальный (для гражданской авиации) механизм её оценки через индекс инновационности продукта.

Ключевые слова: индекс, инновация, продукция, самолет.

С позиции системного анализа инновационной деятельности на предприятии представляется интересным определение инновационной составляющей в продукции, производимой предприятием. Такие составляющие в целом будут составлять инновационность продукции.

Инновационность продукции – показатель, характеризующий степень изменения конкретного вида продукции за счет внедрения инновации или комплекса инноваций.

Необходимо отметить, что существует несколько видов инноваций, прямо или косвенно влияющих на инновационность продукции. Так, различают технологические, маркетинговые и организационные инновации.

Технологические инновации подразумевают инновации как в продукции (прямое влияние), так и инновации в способах и технологиях производства (косвенное влияние). Маркетинговые и организационные инновации косвенно влияют на инновационность продукции, так как объектом таких инноваций явля-

ется сбыт, реклама, корпоративная культура и прочие составляющие производственного и постпроизводственного процессов (см. рисунок).

В результате применения и внедрения инноваций продукция предприятия подвергается качественному улучшению, которое в свою очередь улучшает показатели работы предприятия в целом. В свете этого представляется важным определить, как и насколько применение инноваций положительно изменило характеристики продукции и показатели работы предприятия.

Для этого введем понятие индекса инновационности продукции (далее РИ – Product Innovation Index). Этот индекс количественно характеризует степень инновационности каждого конкретного продукта, полученную за счет внедрения только технологических инноваций. Маркетинговые и организационные инновации должны быть учтены при системном анализе инновационной деятельности предприятия в целом, так как на конкретный вид продукции они имеют косвенное влияние.