

Аутсорсинг как форма развития международного бизнеса в условиях глобализации

© 2014 Климовец Марина Владимировна
начальник отдела развития образовательных проектов факультета финансов
и банковского дела
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
119571, г. Москва, пр. Вернадского, д. 82-84
E-mail: m.klimovets@mail.ru

Одной из форм организации бизнеса в современной мировой экономике стал аутсорсинг - практика, помогающая компаниям решать проблемы функционирования и развития в рыночной экономике путем сокращения издержек, увеличения приспособляемости к условиям внешней среды, улучшения качества продукции и услуг, уменьшения риска. Сущность аутсорсинга заключается в распределении функций бизнес-системы в соответствии с принципом "оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других".

Ключевые слова: аутсорсинг, эффективность, международный бизнес, внешний исполнитель, стратегический менеджмент, международная компания, бизнес-функции.

В современном мире компании сталкиваются с беспрецедентным давлением со стороны рынка. Выживают и добиваются успеха те, кто ведет свой бизнес наиболее эффективным способом, снижая операционные расходы при сохранении высокого качества товаров и услуг¹.

Одной из форм организации бизнеса в современной мировой экономике стал аутсорсинг - практика, помогающая компаниям решить проблемы функционирования и развития в рыночной экономике путем сокращения издержек, увеличения приспособляемости к условиям внешней среды, улучшения качества продукции и услуг, уменьшения риска². Использование аутсорсинга получило стремительный размах во всем мире в течение последнего десятилетия, во многом благодаря бурному развитию информационных технологий.

Аутсорсинг - это организационное решение, передача стороннему подрядчику некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса предприятия³. Сущность аутсорсинга заключается в распределении функций бизнес-системы в соответствии с принципом "оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других". В то же время популярный журнал *Wired* в своей "Энциклопедии новой экономики" определил аутсорсинг как новую стратегию управления: "Заниматься не тем, что можешь сделать лучше всего, а тем, что можешь купить выгоднее всего"⁴.

Причины, по которым компании прибегают к аутсорсингу:

- возрастающее усложнение бизнес-процессов;
- стремление получить максимальное качество выполнения бизнес-функций, но при этом сократить собственные издержки;
- возможность высвободить ресурсы и сосредоточиться на основной деятельности компании.

Реальность такова, что в западной рыночной экономике большинство инвесторов не компетентны в конкретном бизнесе, особенно связанном с реальным производством, и принимают решения, руководствуясь всего несколькими формальными критериями⁵. Среди них - "удельный доход на одного работника". Соответственно основным побудительным мотивом для аутсорсинга является стремление открытых акционерных компаний к формальному улучшению своих экономических показателей. Даже Билл Гейтс, президент корпорации *Microsoft*, чьи продукты используются во многих крупных аутсорсинговых контрактах, в свое время не удержался от предупреждения: "Удельный доход на каждого работника вычислить не сложно, однако это далеко не идеальный показатель эффективности работы предприятия. У предприятий, где занято немного специалистов (возможно, благодаря аутсорсингу), данный показатель достаточно высок. Тем не менее эффективность их работы может оказаться ниже, чем у компаний с несколько

меньшим удельным доходом из-за большей численности персонала, выполняющего весь объем работ своими силами”⁶. При этом Гейтс добавил, что он вовсе не имеет в виду, что “аутсорсинг - это плохо. Аутсорсинг получит широкое распространение с развитием Интернета. Это даст возможность компаниям также тесно сотрудничать со сторонними организациями, как их собственные подразделения взаимодействуют между собой”⁷.

В отличие от субподряда, аутсорсинг - это стратегия управления компанией, а не просто вид партнерского взаимодействия, он предполагает определенную реструктуризацию внутрикорпоративных процессов и внешних отношений компаний⁸. Концепцию аутсорсинга можно представить тремя основными принципами:

- каждый должен заниматься своим делом и иметь возможность сконцентрироваться только на нем;
- решение сопутствующих задач нужно поручить тому, кто справится с ними лучше;
- такое распределение работы экономит средства заказчика и приносит доход исполнителю.

Несмотря на то что еще в начале XX в. некоторые западные компании начали передавать ведение бухгалтерского учета бухгалтерам, имеющим частную практику или внешним специализированным компаниям, из которых, кстати, впоследствии выросли многие современные лидеры рынка аудита, концепция аутсорсинга как принципиально новая стратегия управления была создана в 1963 г. компанией Electronic Data System (EDS), которая специализируется и поныне на аутсорсинге информационных технологий, или IT-аутсорсинге⁹. Однако объектом научных исследований аутсорсинг стал лишь в 1990-х гг. Именно с этого момента стали появляться научные публикации, в которых с помощью построения моделей пытались найти оптимальную стратегию внедрения аутсорсинга, а также публикации, посвященные аспектам использования аутсорсинга на практике.

Принято разграничивать IT-аутсорсинг и аутсорсинг бизнес-процессов (BPO - business process outsourcing). Такая классификация хороша тем, что каждый вид поддается конкретному описанию¹⁰. Выделение IT-аутсорсинга целесообразно по ряду причин: во-первых, он родоначальник современного аутсорсинга, а во-вторых, это лидер рынка аутсорсинга. Ведь компании, как правило, начинают использование схемы аутсорсинга в первую очередь с IT-аутсорсинга, лишь затем плавно переходя к конкретным видам бизнес-процессов. На наш взгляд, особую значимость имеет производственный аутсорсинг,

играющий в последнее время все большую роль в деятельности ряда компаний.

Производственный аутсорсинг подразумевает, что компания отдает часть своей цепочки производственных процессов или целиком весь цикл производства сторонней компании. Кроме того, возможен вариант продажи части своих подразделений другим компаниям и дальнейшее взаимодействие с ними уже в рамках аутсорсинга. Исследования Американской ассоциации менеджмента (American Management Association) показали, что уже в 1997 г. более половины промышленных компаний передали аутсорсингу хотя бы один компонент своего производственного процесса¹¹.

Так, компания Toyota в настоящий момент занимается фактически только проектированием, сборкой и реализацией продукции, а большая часть деталей и комплектующих производится сторонними, зачастую небольшими предприятиями. Причем такой способ ведения бизнеса уже давно характерен практически для всех японских изготовителей автомобилей. Автомобильные компании этой страны, благодаря гибкости и мобильности своего бизнеса, начиная с 1970-х гг. стали стремительно отвоевывать рынок у “большой тройки” автомобильной промышленности США - компаний General Motors, Ford и Chrysler. К началу 1990-х гг. эти три компании потеряли 25 % американского рынка автомобилей¹². И только создание альянсов с японскими компаниями и передача части бизнеса, причем не только вспомогательных процессов, но и основных, позволили им улучшить положение.

По данным ВТО, в 2001 г. лишь 37 % стоимости выпускаемого в США автомобиля производилось на родине. При этом 30 % стоимости автомобилей создавалось в Южной Корее при сборке машин, 17,5 % стоимости - в Японии при покупке комплектующих и современных технологий, 7,5 % - в Германии при проведении дизайнерских работ, 4 % - в Тайване и Сингапуре, где производились мелкие детали, 2,5 % - в Великобритании при организации рекламы и маркетинга, 1,5 % - в Ирландии и Барбадосе при обработке данных¹³.

Первыми бум использования производственного аутсорсинга пережили компании высокотехнологического бизнеса - производители электроники и телекоммуникационные фирмы. В 1980-е гг. такие крупные компании, как Sony, Philips, Mitsui, отдавали производство небольшим компаниям, находящимся зачастую в Юго-Восточной Азии и Латинской Америке¹⁴. В качестве примера динамики использования производствен-

ного аутсорсинга можно привести компанию Alcatel - одного из лидеров телекоммуникационного рынка. Десять лет назад в составе промышленной группы Alcatel было 250 предприятий, в 2008 г. их осталось уже 200, а к 2013 г. - 100, причем было заявлено о намерении в течение полутора лет оставить лишь 12 предприятий¹⁵. При этом заводы сначала получают производственную и экономическую самостоятельность, а затем продаются производителям электроники.

Производительный аутсорсинг позволяет компании: во-первых, сосредоточиться на разработке новых продуктов и услуг, что важно в условиях стремительно изменяющихся технологий и спроса для обеспечения конкурентного преимущества; во-вторых, увеличить гибкость производства - ведь на небольших заводах проще заниматься перестройкой производственного процесса и диверсифицировать выпускаемую продукцию, и наконец, вести бизнес на рынках с дешевой рабочей силой. Для телекоммуникационной отрасли добавляется еще один объясняющий фактор: в конце 1990-х гг., во время резкого развития телекоммуникационного сектора, спрос на его продукцию превышал производственные возможности компаний, и они вынуждены были прибегать к услугам сторонних производителей. Затем по мере сокращения спроса из-за насыщения рынка массовое производство становилось все менее прибыльным, и главным стало развитие технологий, которое сейчас и дает конкурентное преимущество.

¹ *Климовец М.В.* Модели оценки эффективности финансового аутсорсинга // Вестн. Финансового университета. 2010. □ 1. С. 64-67.

² *Климовец О.В.* Аутсорсинг бизнес-процессов в условиях "новой экономики" и формирование конкурентных преимуществ // Изв. Волгоградского государственного технического университета. 2006. Т. 10, □ 5. С. 24-31.

³ *Климовец О.В.* "Сочи-2014" как проект государственно-частного партнерства // Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-

экономических отношений : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Саратов, 2014. С. 101-103.

⁴ *Климовец О.В.* Стратегия трансграничного органического роста российских компаний // Современные наукоемкие технологии. 2014. □ 6. С. 71-72.

⁵ *Klimovets O.V., Fundy K.V.* Analysis of system development staff motivation hotels // Дискуссия. 2014. □ 8 (49). С. 97-102.

⁶ *Климовец О.В.* Исследование современных процессов российского рынка труда (рецензия на монографию д.э.н., профессора Р.Л. Агабекян "Российский рынок труда: особенности, проблемы и перспективы". Краснодар : Изд. Дом-Юг, 2014. 208 с. // Вопросы новой экономики. 2014. □ 2 (30). С. 97-102.

⁷ *Климовец О.В., Фандий К.В.* Теоретические и практические аспекты систем мотивации персонала предприятий индустрии гостеприимства // Экономика устойчивого развития. 2014. □ 3 (19). С. 110-115.

⁸ *Климовец О.В.* Рецензия на монографию д-ра экон. наук, проф. Р.Л. Агабекян "Российский рынок труда: особенности, проблемы и перспективы" Краснодар: Изд. Дом-Юг, 2014. 208 с. // Экономика устойчивого развития. 2014. □ 2 (18). С. 257-262.

⁹ *Климовец О.В.* ТНК России // Международный журнал экспериментального образования. 2013. □ 5. С. 118-119.

¹⁰ *Климовец О.В., Климовец М.В.* Влияние олимпийских игр на формирование конкурентоспособности страны и региона // Наука и образование в XXI веке : сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. : в 34 ч. Тамбов, 2013. С. 53-55.

¹¹ *Климовец О.В.* Формирование и развитие российских транснациональных корпораций : дис. ... д-ра экон. наук / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. М., 2010.

¹² *Авдокушин Е.Ф.* Аутсорсинг научно-исследовательских опытно-конструкторских разработок в развитии новой мировой экономики // Вопросы новой экономики. 2007. □ 4. С. 35-45.

¹³ Там же.

¹⁴ *Авдокушин Е.Ф.* Международное производство - основа новой мировой экономики // Межрегиональная группа ученых - институт проблем новой экономики. 2005. □ 1. С. 3.

¹⁵ Там же.

Поступила в редакцию 06.11.2014 г.