

ФОРМИРОВАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

СТАТИСТИКА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА: НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Н.Е. Дмитриева, канд. экон. наук,
Территориальный орган Росстата по Орловской области

22 августа 2012 г. Россия официально стала полноправным, 156-м членом Всемирной торговой организации (ВТО). В июле Правительство РФ уведомило секретариат ВТО о завершении нашей страной всех внутригосударственных процедур, необходимых для вступления в ВТО, включая ратификацию подписанного в Женеве 16 декабря 2011 г. протокола о присоединении РФ к Марракешскому соглашению об учреждении ВТО.

Одним из важнейших вопросов в 18-летнем мажоране переговоров о присоединении России к ВТО было обсуждение допустимого уровня государственной поддержки сельского хозяйства. Всемирная торговая организация не приветствует протекционизм государства в отношении аграриев, поэтому вступающее в ВТО государство должно сократить субсидии сельхозпроизводителям, отказаться от экспортных дотаций и снизить таможенные пошлины на зарубежную продукцию, а это шло вразрез с российской политикой развития АПК. И хотя в этом вопросе удалось достичь консенсуса, вступление нашей страны в ВТО неизбежно заметно отразится на ситуации в аграрном и, соответственно, потребительском секторах.

Тем больше внимания должно и будет уделяться вопросам состояния и развития отечественного сельского хозяйства, причем как со стороны российских властей всех уровней (в целях осуществления эффективной экономической политики, обеспечения продовольственной безопасности и т. д.), так и со стороны наблюдателей из ВТО.

Ограничения, связанные с вступлением в ВТО, требуют поиска новых путей, форм и методов государственного регулирования АПК, а для этого необходима четкая и полная картина, которую призвана дать статистика.

Все чаще можно услышать критику в адрес органов статистики по поводу обеспечения достоверности и комплексности предоставляемой ими информации, а также невозможности осуществления на ее основе глубокого и всестороннего анализа. Высказываются мнения о необходимости разработки концепции

статистического мониторинга социально-экономического развития, особенно в сфере сельского хозяйства.

Справедливости ради надо отметить, что замечания обоснованы лишь отчасти. В настоящее время в недрах статистической службы разрабатывается огромное количество информации о самых разных аспектах развития АПК. Статистики располагают обширными и подробными сведениями об имеющихся ресурсах (земельных, материально-технических, финансовых, трудовых и т. п.), о динамике и эффективности сельхозпроизводства в различных категориях хозяйств, о предприятиях сопряженных видов экономической деятельности (сельхозмашиностроение, производство удобрений и др.), об уровне цен, объемах и уровне потребления, о товарообменных операциях и о многом другом. Совершенно иной вопрос, что далеко не вся информация из этого огромного массива доступна пользователю. Но это беда, а не вина статистиков. Их деятельность жестко регламентируется нормами Федерального закона от 29.11.2007 № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации», установившего необходимость обеспечения принципа конфиденциальности первичных данных. И вполне естественно, что из-за многочисленных «троточий» таблицы информационно-аналитических материалов утрачивают свою ценность и перестают быть и информационными, и аналитическими.

Неоправданная «закрытость» вызывает непонимание, раздражение и обоснованное негодование у всех категорий пользователей - от властей до рядовых граждан и самих отчитывающихся субъектов. Вряд ли «точки» удовлетворяют информационные потребности зарубежных аналитиков и наблюдателей из ВТО. Тем не менее закон действует, и статистики вынуждены ему следовать и представлять пользователям зачастую усеченные, а иногда и просто убогие по своей информативности «заточенные» данные. Это, в свою очередь, влечет рост недоверия к статистическим данным и органам, их собирающим, а также укрепляет бытовые суждения о том, что статистика вообще никому не нужна.

Возвращаясь к накопленным и регулярно актуализируемым в ходе текущих и годовых статистических наблюдений информационно-статистическим ресурсам, необходимо отметить, что отправной точкой и базой для всех многочисленных экономических расчетов, досчетов и экспертных оценок, широко применяемых после масштабного перехода на преимущественно выборочный метод обследования, являются итоги экономических переписей. Последняя и, по сути, единственная Всероссийская сельскохозяйственная перепись (ВСХП) прошла в 2006 г. Ее итоги чем-то удивили, чем-то огорчили, чем-то порадовали. Не за горами следующая переписная кампания, отдельные регионы уже приняли участие в пробной сельхозпереписи. Поэтому в преддверии предстоящей второй Всероссийской сельскохозяйственной переписи вполне логично проанализировать опыт и результаты предыдущей переписной кампании и сделать соответствующие выводы.

Одной из ключевых целей проведения предыдущей сельхозпереписи было получение уточненной, полной, комплексной и достоверной информации о наличии, состоянии и фактическом использовании земельных ресурсов (в частности, земель сельскохозяйственного назначения) различными категориями землепользователей. Несмотря на то, что перепись продемонстрировала абсолютное несоответствие ее итогов результатам текущего земельного учета, да и сами сотрудники органов, уполномоченных в этой сфере, признали низкую достоверность и актуальность учетных данных, за истекшие с момента проведения переписи шесть лет ничего не изменилось.

По данным Единого государственного реестра земель, сколько-нибудь заметных изменений в размерах и структуре земель по категориям землепользователей не наблюдается. По-прежнему сохраняется неразбериха с учетом земельных участков умерших владельцев, ликвидированных сельскохозяйственных организаций, крестьянских (фермерских) хозяйств, земель вновь образованных собственников, по огородническим и садоводческим объединениям граждан и др.

Росстатом была проведена огромная работа по совершенствованию методологических подходов к экономическим расчетам и досчетам в сфере статистики сельского хозяйства. Но какими бы совершенными ни были методики, они не обеспечат достоверность оценки или расчета, осуществленных на неполноценной информационной базе.

Оценка посевов сельскохозяйственных культур в хозяйствах населения по-прежнему базируется на основе все тех же данных Росреестра (быв. Роснедвижимости), опровергнутых прошлой переписью. А ведь растениеводство необходимо рассматривать, оценивать и анализировать только в тесной взаимосвязи с землей.

Ни в коем случае не преуменьшая значимости итогов Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2006 г., нужно заметить, что она не смогла дать ответы на некоторые крайне важные вопросы. Из результатов переписи не стала понятной ситуация в городских хозяйствах населения, не внесла она полной ясности и в масштабы садово-огороднической деятельности населения.

В пользу сплошной переписи хозяйств населения городской местности свидетельствует необходимость повышения достоверности сведений о реализации населением продуктов сельского хозяйства и ценах на них. В настоящее время органы статистики наблюдают лишь сельских жителей, при том что товарооборот сельхозпродукцией осуществляется преимущественно в городской местности. Трудно представить себе селян, повсеместно имеющих на подворье птицу, продающих друг другу яйца. Везти же яйца или же, например, молоко в город низкорентабельно. Поэтому вряд ли можно считать достаточно объективной и корректной информацию о ценах на сельхозпродукцию, продаваемую жителями удаленных от областного центра деревень и сел. В перечне продуктов, реализуемых населением, исключение могут составлять разве что пропашные культуры, масштабная уборка которых ведется разово, например картофеля, который после завершения уборки селяне активно продают и горожанам, и приезжим покупателям, как на местах, так и с выездом в города. В данном случае фиксируемые цены достаточно объективны.

Рыночная торговля в городах - это не только и не столько оптовики-перекупщики, сколько мелкорозничные «бабушки», проживающие либо в черте города (то есть являющиеся представителями хозяйств населения городской местности), либо жители прилегающих к областному центру, «приграничных» территорий. Именно они в наибольшей мере устанавливают цены на столь привлекательные для горожан «экологически чистые», «свои», «местные» огурцы, помидоры, укроп и яйца. Поэтому изучать товарообменные отношения и, соответственно, цены следует по хозяйствам и сельской, и городской местности. Объективный досчет на городские хозяйства станет возможным лишь при условии получения в ходе будущей сельскохозяйственной переписи данных обо всей генеральной совокупности хозяйств населения.

Несомненно, проведение сплошного наблюдения сопряжено с большими затратами. Их можно минимизировать, если в качестве источника информации по личным подсобным хозяйствам населения сельской местности использовать данные похозяйственного учета, предварительно законодательно повысив требования к качеству его ведения.

В данной ситуации администрации сельских поселений в определенном смысле сами выступают

субъектом официального статистического учета (раз в год они должны проводить подворовый обход и сплошным методом фиксировать наличие скота) и, соответственно, к ним должны предъявляться те же требования, что и, например, к Росстату, - достоверность, актуальность и т. д. Пока же имеют место двойные стандарты в оценке объективности и достоверности данных различных субъектов официального статистического учета. Лишь ленивый не использует возможность усомниться в достоверности официальных данных Росстата, но никто не предъявляет особых претензий к качеству похозяйственного учета, мирятся пользователи и с неполными и часто устаревшими данными Единого государственного реестра земель.

В этой связи назрела острая необходимость усиления государственного контроля в отношении всех субъектов официального статистического учета в части соблюдения ими статьи 4 Федерального закона «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» по обеспечению полноты и достоверности официальной статистической информации. В отдельных случаях это потребует немалых государственных расходов (например, на проведение инвентаризации земель), но эти расходы окупятся: более точная, актуальная и полная информация об основном элементе национального богатства - земле - позволит выявить источники дополнительных налоговых поступлений, создаст предпосылки к принятию обоснованных управленческих решений в отношении ликвидации неэффективного или нецелевого землепользования, а также даст, наконец, возможность статистикам с большей объективностью оценивать посевы сельхозкультур. Это стало бы хорошим подспорьем не только при проведении следующей Всероссийской сельскохозяйственной переписи, но и в текущей деятельности статистической и других служб. В любом случае необходимо законодательно повысить требования к организации и качеству всех видов учета и соответственно усилить госконтроль в этой сфере.

К сожалению, финансирование (а точнее, его дефицит или отсутствие) является самым сильным тормозом в решении многих проблем. Непростая социально-экономическая ситуация в нашей экономике требует оптимизации государственных расходов. Заметим, что именно оптимизации, а не просто бесконечного их секвестирования.

Приведем такой, на наш взгляд, очень наглядный частный пример. Одним из основных источников сведений о сельскохозяйственной деятельности населения является выборочное обследование по форме № 2 «Производство сельскохозяйственной продукции в личных подсобных и других индивидуальных хозяйствах граждан». Причина применения выборочного метода понятна и, несмотря на малый процент обследо-

дуемых хозяйств, выборка экономически и научно обоснована. Однако даже сформировав репрезентативную выборку, органы статистики на местах не могут обеспечить участия тех хозяйств, которые в нее включены, а возможные замены хозяйств на равноценные практически ничего не дают. Проблема проста, она имеет не методологический, а организационный характер.

Во-первых, респонденты никоим образом не заинтересованы участвовать в обследовании (в прежние времена участие оплачивалось, теперь же необходимо вести ежедневный и подробный учет различных сторон деятельности домохозяйства бесплатно).

Во-вторых, низкая, если не сказать мизерная, оплата труда интервьюеров. За квартал интервьюер зарабатывает 5400-6000 рублей, то есть 1800-2000 рублей в месяц. За эти деньги он должен обследовать около трех десятков хозяйств, то есть хотя бы раз в месяц посетить каждое из них. Учитывая удаленность домохозяйств, попавших в выборочное обследование, от места жительства интервьюеров (в соответствии с действующей методологией, сеть наблюдаемых хозяйств «разбросана» по всей области), интервьюер должен из своего скудного заработка предусмотреть еще и деньги на проезд, так как транспортные расходы ему не оплачиваются. Вполне естественно, что даже в условиях безработицы не представляется возможным на эту трудоемкую работу нанять не только высококвалифицированный, но и вообще какой-либо персонал.

И это при том, что к качеству работы этих внештатных сотрудников предъявляются достаточно высокие требования, а их работа серьезно контролируется. Это вполне понятно, ведь форма № 2 дает исходные данные о ресурсах (посевы и скот), производстве, продуктивности, реализации сельхозпродукции, ценах, запасах и многом ином. Ее итоги широко используются в других экономических расчетах и статистических работах.

Пришло время осознать, что невозможно ставить перед статистикой амбициозные задачи, не обеспеченные достаточным финансированием. Требование получения полной, достоверной и комплексной информации должно быть подкреплено необходимыми финансовыми ресурсами.

Реальной возможностью экономии расходов при проведении следующей сельхозпереписи могло бы стать применение подхода, использованного при проведении выборочного обследования «затраты - выпуск», при котором бланки обследования являлись приложением к годовым формам. Перспективными и экономически выгодными видятся два варианта. Первый - предусмотреть машиночитаемые документы на базе основных годовых форм № 4-сх, № 24-сх, № 10-мех (краткая) и других с расширением круга от-

читывающихся субъектов. Второй - предусмотреть возможность подгрузки итогов годовых разработок по указанным формам статистического наблюдения из действующих программных комплексов, также расширив круг респондентов. Это не только снизит затраты на сбор и обработку указанной информации и трудоемкость работ (отпадет необходимость сопоставления и корректировки пообъектных данных ВСХП и текущего учета), но и позволит значительно сократить сроки автоматизированной обработки и получения итогов переписи.

Хочется остановиться еще на одном существенном моменте. Успех любого крупномасштабного мероприятия на 50% зависит от того, насколько грамотно и качественно был организован и проведен комплекс подготовительных работ. Он, как правило, длится дольше самого мероприятия и зачастую обходится дороже его. Нередко подготовка сопряжена с неоправданными сложностями и затратами.

Достаточно вспомнить прошедшее в 2011 г. сплошное обследование малого и среднего бизнеса. Колоссальных проблем с формированием списков хозяйствующих субъектов, подлежащих обследованию, можно было избежать, если бы статистики имели возможность воспользоваться информацией налоговых органов. Вообще, проблемы и перспективы межведомственного взаимодействия уже неоднократно рассматривались на страницах журнала «Вопросы статистики» (в частности, в статье «Официальная статистика в рамках развития единого информационного пространства», опубликованной в № 1 за 2012 г.). В конечном итоге все министерства и ведомства, субъекты официального статистического учета, каждый в рамках своих функций и компетенции работают на достижение одной глобальной цели - общественно-политического и социально-экономического развития нашей страны. Поэтому «собственнический» подход к обладанию той или иной информацией совершенно недопустим. Если государство уже понесло немалые расходы на сбор и разработку какой-либо информации конкретным ведомством, то повторно финансировать сбор тех же данных другим ведомством - непозволительная расточительность. Формирование полноценного информационного пространства с едиными базами данных, доступными для работы всем уполномоченным службам, - реальный резерв оптимизации государственных расходов (сокращение расходов в сочетании с ростом эффективности дальнейшей работы системы).

В этой связи следует обратить внимание еще на один интересный момент в части скоординированности и согласованности действий различных структур. Федеральный закон от 27.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» вступил в силу с января 2008 г.

Тогда же произошел масштабный «переход» предприятий из одних категорий в другие (чаще всего, из крупных в малые). Естественно, с этого же времени возникла проблема распространения итогов выборочных статистических наблюдений на всю совокупность малых (в новых критериях отнесения к средним, малым и микропредприятиям), а корректно осуществить такое распространение можно, лишь имея сведения обо всей генеральной совокупности. Иначе говоря, обо всех субъектах малого и среднего бизнеса по каждому типу. Для этого требовалось срочное проведение сплошного обследования субъектов малого и среднего предпринимательства. Однако финансовые средства на его проведение были выделены лишь в 2011 г., когда обследование и было проведено Росстатом. Нет ничего удивительного в том, что его итоги существенно отличаются от текущей оценки. Если бы экономическая перепись прошла в 2007-2008 гг., то текущие оценки статистиков были бы более достоверными, объективными и обоснованными.

Вообще, малый бизнес - отдельная тема для серьезного обсуждения. Его всесторонняя государственная поддержка - приоритетное направление долгосрочной экономической политики. На всех уровнях разрабатываются целевые программы поддержки малых форм хозяйствования, поставлены задачи снятия административных барьеров, упрощения процедур получения кредитов и многое другое. В стремлении создать благоприятные условия для развития предпринимательских структур государство, в соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», практически освободило их от обязанности представлять сведения об осуществляемой деятельности в органы статистики. Выборки малочисленны, и в них часто попадают одни и те же предприятия. Проблема недостоверных адресных сведений, указываемых хозяйствующими субъектами при регистрации в налоговых органах, остается актуальной, поэтому поиск предприятия и доведение до него информации о порядке представления статотчетности в органы статистики крайне проблематичны. Актуализировать сведения о вновь создаваемых хозяйствующих субъектах тоже непросто. Если предприятие при регистрации указывает малую численность работников либо не указывает ее вообще, то органы статистики не имеют возможности корректно идентифицировать тип предприятия, соответственно включить его в сплошные или выборочные статистические наблюдения, и предприятие на годы (от одной сплошной экономической переписи до другой) практически выпадет из их поля зрения.

Конечно, «кошмарить» малый бизнес не нужно, но и минимизировать госконтроль и учет его деятельности тоже не совсем правильно. Бизнес-среда должна быть прозрачной. Если государство вкладывает сред-

ства (и немалые средства) в развитие предпринимательства, то необходимо отслеживать эффективность этих вложений. Во-первых, это касается контроля качества выпускаемых потребительских товаров, ибо развитие бизнеса - это не самоцель, а лишь один из механизмов совершенствования конкуренции на потребительском рынке.

Во-вторых, совершенно закономерно и обосновано, что предприятие (независимо от того, малое оно или крупное), функционируя на рынке, получая прибыль, а иногда и финансовую поддержку со стороны государства, облагается «информационным налогом», то есть предоставляет о себе сведения, необходимые государству для планирования и реализации взвешенной экономической политики. Другое дело, что «информационный налог» - потоки статистической отчетности - не должен обременять предприятие, тормозя его развитие.

Можно согласиться с тем, что выборочный метод статнаблюдения приемлем для текущего учета. Органы статистики с определенной долей условности на небольших промежутках времени могут оценивать вклад малого бизнеса в те или иные сферы экономической жизни, однако раз в год необходимо получать сведения по полному кругу форм и полному кругу малых (включая микро) предприятий, а также индивидуальным предпринимателям, иначе невозможно корректно и достоверно отследить и оценить изменения, происходящие в этой гибкой и мобильной категории хозяйствующих субъектов.

Еще один принципиальный вопрос - добровольный характер участия физических лиц в сельхозпереписи. Представление сведений о доходах и имуществе, например в налоговые органы (заведомо в целях нало-

гообложения), не воспринимается как нарушение прав и свобод, а непредставление или представление недостоверных сведений законодательно наказуемо. При этом участие в сельхозпереписи - «дело добровольное». Это тоже своеобразный «информационный налог», обязательный к «оплате», и в отличие от реального налога, не бьющий по карману гражданина.

В заключение хочется сказать, что статистика (в частности, статистика сельского хозяйства) сегодня переживает непростой период. Хотя, наверное, у статистики никогда и не было «простых» периодов. Может потому, что это не мертвая наука, а живая, постоянно развивающаяся и меняющаяся вместе с самой жизнью. На всех этапах развития общества она была важна и нужна. Иногда статистическая «правда» неприглядна и неугодна, однако от этого она не перестает быть правдой. Именно статистика позволяет увидеть «болевые» точки и вовремя среагировать на надвигающиеся или уже возникшие проблемы. Безусловно, сегодня существует целый ряд проблем, требующих безотлагательного решения, но, к сожалению, решение далеко не всех из них в компетенции российских статистиков.

Государство (прежде всего, властные структуры) должно четко осознавать, что для того, чтобы повысить качество обеспечения общества полной и достоверной информацией, необходима консолидация усилий Росстата и других органов законодательной и исполнительной власти, которые не должны быть только потребителями статинформации, безучастно и, как правило, критически взирающими со стороны. В рамках своей компетенции они должны стать активными участниками процесса формирования и использования информационных ресурсов.

ПОДПИСКА - 2013

Продолжается подписка на журнал «Вопросы статистики» на 1-е полугодие 2013 г., которую можно оформить во всех почтовых отделениях России, стран СНГ и Балтии по Каталогу газет и журналов агентства Роспечать (индексы 70127, 71807) или по Объединенному каталогу «Почта России» (том 1, индекс 41254), а также через Информационно-издательский центр «Статистика России».

С 2003 г. выпускается электронная версия журнала. Вы можете оформить годовую подписку на электронную версию журнала или заказать отдельные номера (отдельные статьи), выслав в адрес редакции письмо-заявку.

Контактные телефоны: **607-48-82, 607-42-52**

E-mail: **voprstat@mtu-net.ru**

<http://www.infostat.ru>

Адрес редакции: **107450, Москва, ул. Мясницкая, 39, строение 1.**

СТАТИСТИКА И БИЗНЕС В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

М.В. Карманов, *д-р экон. наук,*
Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики (МЭСИ)

В последние десятилетия в нашей стране наблюдается явное повышение взаимного интереса статистики к бизнесу, а бизнеса к статистике, что находит свое проявление в самых разнообразных плоскостях общественной жизни. Официальная статистика, четко осознавая роль и значение бизнеса в политике, экономике и социальной сфере, систематически осуществляет наблюдение за направлениями и результатами предпринимательской деятельности, отслеживает малейшие изменения рыночной конъюнктуры, влияющие на трансформацию бизнес-процессов. В этом отношении весьма показательным является тот факт, что по мере внедрения новых образовательных стандартов высшего профессионального образования третьего поколения многие вузы, занимающиеся выпуском статистиков, быстро перешли на такой профиль подготовки бакалавров, как «Бизнес-статистика и прогнозирование». Будущее подтвердит или опровергнет правильность подобного шага, но уже сегодня ясно одно, что в системе подготовки статистических кадров бизнес идентифицируется как одно из наиболее перспективных направлений, которое должно быть востребовано практикой. В свою очередь, по многим приметам бизнес также не остается «равнодушным» к статистике, проявляя к ней повышенное внимание.

Чтобы подтвердить это обстоятельство, достаточно вспомнить, что уже сегодня на центральных телевизионных каналах существует больше десятка информационно-аналитических программ, посвященных бизнесу. Они просто наводнены статистическими данными самого различного толка, которые подвергаются тщательному и всестороннему анализу для выявления сформировавшихся тенденций и предсказания наиболее вероятных сценариев развития рынка. В этом отношении наиболее показательным является РБК (Российский бизнес-канал), часто «препарирующий» макроэкономические показатели международной и отечественной статистики в целях оценки особенностей состояния бизнес-среды, факторов и последствий ее трансформации.

Чтобы разобраться во взаимных симпатиях и антипатиях статистики и бизнеса в современной России, требуется хотя бы вкратце остановиться на содержании последнего и его роли в обществе. В переводе с ан-

глийского языка «бизнес - предпринимательская деятельность; дело, занятие, являющееся источником дохода»¹. Однако в последнее время все чаще приходится сталкиваться и с расширенным понятием бизнеса, который в одном из популярных электронных словарей определяется как:

- а) предпринимательская деятельность, дело, приносящее доход или другую материальную выгоду;
- б) деловая практика или политика компании или отдельного предпринимателя;
- в) производственное, торговое или другое коммерческое предприятие;
- г) удачная сделка в предпринимательстве, в экономических действиях².

Совершенно очевидно, что с точки зрения статистики, бизнес в любой трактовке выступает в качестве своеобразного объекта, который носит не только мультиуровневый, но и фундаментальный характер. Даже люди, не сведущие в предпринимательской деятельности или по долгу службы не имеющие к ней никакого отношения, постоянно слышат из средств массовой информации, что бизнес бывает международный и национальный; крупный, средний и малый; семейный и индивидуальный и т. п. С другой стороны, не нужно иметь семи пядей во лбу, чтобы понимать, что человеку сложно существовать без получения дохода, который с неба не падает, а является результатом какого-либо дела или занятия. В этом аспекте предпринимательская деятельность служит одним из столпов экономики, составляющей основу существования любого общества. Причем представители бизнеса в самых разных ипостасях служат основой активного, мобильного, креативного класса, преобразующего окружающую нас действительность.

Общеизвестно, что далеко не все даже самые умные и образованные люди способны заниматься предпринимательской деятельностью, могут генерировать идеи, приносящие доход. В этой связи бизнес занимает в обществе особое место и играет ведущую роль, так как осуществляет практическую реализацию планов и проектов, приводящих к освоению природных ресурсов, развитию инфраструктуры, внедрению последних достижений науки и техники. Естественно, можно дол-

¹ Большой энциклопедический словарь. Под ред. А.М. Прохорова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. С. 127.

² businessvoc.ru

го спорить по поводу зрелости, патриотичности, степени социальной ответственности российского бизнеса, но, на наш взгляд, неразумно не признавать очевидных фактов.

Немаловажным подтверждением актуальности и востребованности бизнеса является его отражение в зеркале статистики. Отечественная статистическая практика, в полной мере осознавая значение предпринимательской деятельности в жизни современного общества, уделяет ей самое пристальное внимание. Можно вести любые дискуссии по поводу полноты, достоверности, качества и т. д. статистических данных, собираемых Федеральной службой государственной статистики нашей страны по разнообразным аспектам ведения бизнеса, включая его масштабы, темпы, результаты, но нельзя не признать одной простой истины. Она сводится к тому, что официально публикуемая информация дает не только всестороннее, но и детальное представление об условиях формирования, развитии и эффективности подавляющего большинства бизнес-процессов.

Для подтверждения данного высказывания достаточно взглянуть хотя бы на содержание Российского статистического ежегодника, не говоря уже о более узкоспециализированных тематических сборниках, справочниках, пресс-релизах и т. п. На уровне страны в целом, а также в региональном разрезе столь известный информационный источник позволяет получить наглядное представление о состоянии и развитии важнейших секторов экономики (читай, направлений бизнеса), включая количество действующих предприятий и организаций, численность занятых работников, добычу конкретных ресурсов, объем производства товаров, объем оказанных услуг, уровень и динамику цен, доходы и потребление населения и т. д. и т. п. Кроме того, особое внимание уделяется количественной характеристике малого предпринимательства, которая в дополнение к уже перечисленным индикаторам вполне позволяет оценить ситуацию, сложившуюся в определенной сфере деятельности, принять решение об инвестировании финансовых средств. Другое дело, что на уровне конкретного бизнеса зачастую требуются специфические сведения, которые, по определению, не входят в круг показателей, подлежащих обязательному статистическому учету. Правда, в этом случае вряд ли правомерно смешивать план статистических работ, финансируемых за счет федерального бюджета, и потребности бизнеса в статистических данных, явно выходящие за рамки возможностей Росстата.

Оценивая современное положение дел, связанное с использованием статистики бизнесом, в первую очередь хотелось бы обратить внимание на следующее обстоятельство. С нашей точки зрения, чисто по объек-

тивным причинам, вход в предпринимательскую деятельность или выход из нее, а также выбор стратегии развития или поведения на рынке не то, чтобы затруднительны, а в цивилизованном варианте вообще невозможны без комплексного статистического анализа сформировавшейся обстановки.

В этом отношении весьма показательным выглядит интервью В. Соколина, данное журналу «Финанс» несколько лет назад. Разъясняя свою позицию, он обратил внимание на слабую востребованность статистики со стороны предпринимателей: «Бизнес практически не интересуется статистикой, с точки зрения статистической культуры мы не на ведущих позициях. Конечно получше, чем в Китае, но с Европой, США и Канадой сравнить нельзя. Заказов от бизнеса мы сегодня имеем единицы. ... Наши предприниматели вообще не понимают, что такое статистика. С чего начинается на Западе бизнес? Я видел, как это происходит, например, в Голландии. Пришли два молодых бизнесмена в банк, показывают свой бизнес-план. Хотят открыть магазин спортивной обуви. Менеджер банка их спрашивает: кто будет покупать ваш товар, где будет находиться магазин? Они говорят: обувь для молодежи, в таком-то районе. Она смотрит в компьютерной базе данных результаты переписи населения в Голландии и говорит - посмотрите: средний возраст жителей этого района - 57 лет, одни пенсионеры. Кто там будет покупать молодежную обувь? И бизнесменов отправляют восвояси. Но далеко они не уходят, они идут в соседний зал, где другой менеджер для них ищет подходящие варианты. У нас пока ничего подобного нет, хотя бывают и исключения. Однажды, например, пришли два парня и интересовались, где у нас больше всего молодых женщин. Оказалось, хотят построить чулочную фабрику, но не хотят далеко везти товар»³.

Вне всякого сомнения, трудно не согласиться, что статистическая культура как всего населения России, так и представителей бизнеса в частности, пока оставляет желать лучшего. Однако на наш взгляд, не стоит не замечать позитивных сдвигов, происходящих в рассматриваемой сфере в последние годы. По этому поводу Интернет не то чтобы пестрит, но располагает уже достаточно большим числом высказываний, принадлежащих представителям молодых поколений, занимающихся предпринимательской деятельностью. Например, Е. Чинарова в статье, опубликованной в «Бизнес-журнале» и посвященной вендинговому бизнесу, отмечает, что он «... открывает доступ к исключительно маркетинговому инструменту - статистике продаж. В автоматах накапливаются важные сведения о том, что и в каком количестве, в какое время приобретали ваши клиенты. ... Такая статистика позволяет делать выводы о реализации, «проходимости» того или иного торго-

³ finansmag.ru

вого места, а когда показатели автомата выглядят не слишком оптимистично - принимать решение о его установке в другом месте»⁴.

Ей вторит В. Мальчиков, владелец Центральной тренинговой компании, который в своей статье «Маркетинг на основе статистики» констатирует: «Статистика - это не просто цифра. Статистика - это сравнение двух и более цифр, за разные периоды времени. Суть статистики в изменении. ... В этом и состоит суть управления по статистикам - управление тенденциями. Вверх - вниз. Результаты хуже - надо делать инспекцию на предмет нахождения и исправления чего-то, что было изменено, так как без изменений не обошлось. И эти изменения ухудшили ситуацию. Вот один из методов, как скрестить маркетинг и статистический анализ для увеличения дохода»⁵.

Приведенные выше высказывания, с нашей точки зрения, свидетельствуют о положительном сдвиге. В глубинах самого бизнеса, может и не так быстро как бы этого хотелось, но наблюдается появление нового тренда, ориентированного на сознательное статистическое обеспечение бизнес-процессов. По крайней мере, постепенно складывается новая волна бизнесменов, которые в силу своей профессиональной подготовки отчетливо осознают большое практическое значение статистики в бизнесе. Ее лучшие представители уже сегодня для принятия управленческих решений уверенно делают ставку не на эмоции, интуицию, жизненный опыт или личные связи, а на цифры, то есть статистические показатели, отражающие текущее положение дел и содержащие очертания будущего. Они не мыслят предпринимательскую деятельность без аналитики, в основе которой лежат статистические методы представления и анализа информации.

Одновременно нельзя не отметить одну из доминирующих черт современного российского бизнеса в плане его отношения к статистике. В силу особенностей исторического развития, национального менталитета и целого ряда других факторов предприниматели в массовом порядке пока еще не готовы к тому, чтобы за деньги приобретать требующуюся им информацию у Федеральной службы государственной статистики и ее территориальных подразделений. В сознании бизнеса глубоко сидит мысль, что неплохо было бы иметь необходимые статистические данные из официальных источников и ничего за это не платить. При этом, конечно, не все компании и фирмы имеют прочную финансовую базу для должного обеспечения собственных информационных потребностей, особенно на уровне малого и среднего бизнеса, но вместе с тем уже сегодня многие из них стремятся создавать свои аналити-

ческие подразделения, которые, по существу, являются своеобразными статистическими агентствами внутреннего пользования и занимаются сбором, обобщением и обработкой цифровых данных. Одновременно можно напомнить, что бизнес не очень-то старается вкладывать деньги в подготовку квалифицированных статистических кадров, предпочитая скупать «мозги» аналитиков, владеющих методами прикладного исследования, за приличные деньги, которые не предлагают специалистам в государственных структурах.

Проводя столь своеобразную политику, отечественный бизнес также не гнушается как опираться на официально публикуемую статистическую информацию, так и высказывать сомнения в ее качестве и достоверности, принимая участие в формировании соответствующего имиджа статистики. С нашей точки зрения, подобное поведение, по меньшей мере, выглядит несерьезным и странным, потому что кому, как не бизнесу, а тем более большому бизнесу, иметь представление о реальном положении дел. Располагая своими представителями во власти или принимая непосредственное участие в ее формировании, бизнесмены просто не могут не понимать, что используемые российской статистикой методики учета в условиях глобализации либо ориентированы на международные стандарты, либо предопределяются действующими в стране регламентами, положениями, законами и т. п. Поэтому большая часть претензий к статистическим органам ну просто не может быть не переадресована действующей власти, чиновникам различного уровня, которые собственно и предопределяют правила игры, в том числе и на поле регистрации общественных явлений и процессов.

В этом отношении бизнес должен быть терпим к статистике, брать пример со своих зарубежных собратьев. Так, известное американское издание «The Economist» еще десяток лет назад подметило крайне интересное обстоятельство. По его мнению, огромный дефицит торгового баланса США, угрожающий стабильности страны, в определенной степени преувеличен за счет несовершенства статистического учета. В результате был сделан вывод - «такие ошибки в статистике случаются из-за того, что мировые статистические институты пока не умеют адекватно оценивать результаты деятельности компаний новой экономики»⁶. То есть бизнес в передовых, инновационных и тому подобных формах своего проявления развивается так быстро, что система статистического учета по объективным причинам не успевает подстраиваться под него. Однако это не только не вызывает столь характерной для нашей страны истерии и попытки обвинения статистики во всех смертных грехах, но и заслу-

⁴ openbusiness.ru

⁵ consulter.org

⁶ business.km.ru

живает уважения с позиций осторожного, трепетного обращения бизнеса к проверенному инструменту управления обществом, которому весьма мягко подсказывают, в каком направлении надо совершенствовать свою деятельность.

В этом же ключе российскому бизнесу можно посоветовать брать и другой позитивный пример. Ни для кого не секрет, что в экономически развитых странах мира многочисленные теоретические и прикладные исследования в области статистики финансируются за счет негосударственных источников. Бизнес принимает в этом самое активное участие, так как его представители уже давно поняли, что в нашем мире нет ничего дороже информации. Следовательно, насколько точными будут методики статистического учета и получаемые благодаря ним данные, настолько своевременными и эффективными будут управленческие решения, принимаемые на их основе. Другой альтернативы здесь просто нет. Даже самые минимальные неточности в количественной оценке ситуации способны привести бизнес к существенным потерям и необратимым последствиям.

Новейшая история нашей страны является убедительным доказательством того, что отношения статистики и бизнеса имеют определенную специфику. Прежде всего, бизнес, допуская иногда неблагоприятные высказывания в адрес деятельности статистических органов, в некоторой своей части (оцениваемой экспертами по-разному) сам прикладывает руку к фальсификации информации. Не только нелегальная или криминальная предпринимательская деятельность часто оказываются за бортом статистики. В современной России отдельные бизнесмены до сих пор предпочитают не раскрывать истинных масштабов экономической деятельности, занижать размер получаемой прибыли, использовать «серые» схемы для выплаты заработной платы и т. д. и т. п. В результате складывается абсурдная ситуация, когда одни требуют от других адекватную оценку обстановки, которая ими же и маскируется.

Правда, в некоторых случаях и сам бизнес оказывается перед достаточно сложным выбором. Чиновники в регионах еще нередко оказывают давление на предпринимателей, чтобы фальсифицировать статистику, а именно требуют скрывать сведения об увольнениях работников и снижении заработной платы, грозя налоговыми проверками и другими санкциями. О том, что сигналы подобного рода поступают из регионов, журналистам «Росбалта» рассказал глава «Деловой России», сопредседатель партии «Правое дело» Б. Титов. В частности, он отметил: «Тревожная информация при-

ходит, например, из Саратовской и Волгоградской областей. Бизнесмены попадают в двойную ловушку: с одной стороны, они и сами не заинтересованы рассказывать, что у них все плохо, - подрыв конкурентных позиций. С другой стороны, скрывая статистические данные по указке местных начальников или внося в них существенные поправки, они нарушают закон и рискуют стать объектами преследования, вплоть до уголовного, что бизнесу тоже не на пользу»⁷.

Уникальность такой ситуации заключается в том, что она не устраивает ни статистику, ни бизнес, ни федеральную власть. По этому поводу в полной мере можно согласиться с президентом Международного института политической экспертизы и одного из авторов популярного рейтинга «выживаемости» губернаторов Е. Минченко, который полагает: «Не думаю, что в Кремле дают отмашку фальсифицировать статистику, поскольку сейчас надо четко понимать, что происходит в регионах. ... Власть заинтересована иметь реальную статистику»⁸. Иными словами, в определенных случаях отечественный бизнес вынужденно участвует в статистических манипуляциях, которые ему в принципе не нужны, но навязываются извне в силу существенной зависимости предпринимательской деятельности от произвола местных чиновников.

Говоря о перспективах взаимодействия статистики и бизнеса, хотелось бы отдельно обратить внимание на то, что уже назрела необходимость коренной трансформации сознания российских бизнесменов, которые должны глубоко проникнуться пониманием собственной роли в совершенствовании и развитии системы государственной статистики, начиная с предоставления объективной информации, формирования собственных аналитических подразделений (в экономически развитых странах мира на одного статистика, работающего в системе государственных органов, приходится пять-семь статистиков, занятых в частных компаниях и фирмах) и заканчивая созданием механизма финансирования методологических и прикладных статистических исследований, позволяющих адекватно оценивать состояние бизнес-среды и перспективы ее изменения.

В заключение, на наш взгляд, приходится констатировать, что в настоящее время исторически сложившиеся взаимоотношения статистики и бизнеса в современной России уже не устраивают ни одну из обоюдно заинтересованных сторон; они безнадежно устарели, не соответствуют требованиям времени, а по существу, представляют собой преграду на пути повышения эффективности управления социально-экономическим развитием общества.

⁷ rosbalt.ru

⁸ Там же.

ДАЮТ ЛИ БИЗНЕС-ОБСЛЕДОВАНИЯ ПОЛЕЗНУЮ ИНФОРМАЦИЮ УКРАИНСКИМ И РОССИЙСКИМ РЕСПОНДЕНТАМ?

М.В. Пугачева, д-р экон. наук,
государственное предприятие «Научно-технический комплекс
статистических исследований» Госстата Украины,

С.В. Цухло, канд. экон. наук,
Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара

12 лет назад на конференции в Париже нами был представлен доклад об эффективности и полезности бизнес-обследований (иначе - обследований деловой активности, или конъюнктурных обследований¹) в наших двух странах². В этом докладе были описаны результаты «опросов об опросах» или опросов об удовлетворенности наших респондентов результатами обследований не только как участников, но и как пользователей выходной информацией этих обследований. Такие сопоставления позволяют определить, насколько правильно организаторами обследований проводится работа с респондентами, насколько они убедительны в своих аргументах, привлекая предприятия к сотрудничеству. Чем лучше, чем убедительнее будут аргументы и качественнее выходная информация, тем вероятнее достичь более высокого уровня возврата ответов участниками. Как известно, именно уровень возврата заполненных анкет является одной из критически важных характеристик конъюнктурных опросов, которые не обязательны (добровольны) для респондентов, в отличие от обычных статистических обследований, проводимых государственными статистическими органами.

Начав проводить такие «опросы об опросах» еще в 90-е годы прошлого века, мы можем теперь, накопив достаточно длинные ряды показателей, проводить параллели по нашим двум странам и показать, как изменилось отношение респондентов к обследованиям на протяжении этого довольно длительного периода.

Организация конъюнктурных опросов (КО) в России и Украине принципиально различается. В Украине анкеты рассылаются и собираются региональными управлениями статистики Государственной службы статистики (Госстат) Украины, так как организатором обследований выступает научно-исследовательская организация Госстата Украины - Научно-технический комплекс (НТК) статистических исследований вместе с Гос-

статом. В России организатором опросов является Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара (ИЭП) - неправительственный институт. Рассылка анкет на российские предприятия осуществляется прямо из Института, возврат анкет - тоже прямо в Институт. Уровень (процент) возврата анкет составляет в Украине приблизительно 90%, а в России - около 70%.

С одной стороны, можно говорить о том, что привлечение статистического органа к организации обследований повышает процент возврата, но может негативно влиять на достоверность ответов респондентов, так как они могут побояться достаточно правдиво отвечать на вопросы анкеты. С другой стороны, высокий уровень ответов дает возможность получить больший массив информации для обработки, а анализ самих ответов респондентов показывает их независимость от влияния статистических органов и открытость для сотрудничества.

Результаты конъюнктурных опросов, проводимых по европейской гармонизированной анкете, содержат (или должны содержать) полезную для предприятий информацию. Это положение, присутствующее во всех методологических комментариях по конъюнктурным опросам, не имело до недавнего времени прямых и регулярных статистических аргументов. Косвенным аргументом можно считать факт добровольного участия предприятий в опросах, проводимых негосударственными организациями. В очень сжатой форме эта проблема исследовалась Конфедерацией британской промышленности³ в рамках регулярного, но нечастого опроса о том, как предприятия заполняют анкеты КО. Как показали результаты, британские фирмы используют результаты опросов «периодически при подготовке операционных планов или бюджетов». Только 1/5 часть респондентов Конфедерации использовали возвращаемые данные регулярно для целей бизнес-планирования.

¹ Более подробно о методологии проведения обследований и их результатах можно узнать на сайтах Международного центра исследований экономических тенденций (CIRET) - www.ciret.org; Научно-технического комплекса статистических исследований - www.ntkstat.com.ua; Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара - www.iep.ru.

² Sergey Tsukhlo, Maryna Pugachova, The Efficiency of Business Surveys in Eastern Europe: Estimations of the Russian and Ukrainian Firms - Materials of 25 CIRET Conference (Paris). - October, 11-14, 2000. - www.ciret.org/conferences/paris2000.

³ Mann R., Junankar S. (1998). 40 years on: How do companies respond to the CBI's Industrial Trends Survey? // CBI Economic Situation Report, November.

Кто участвует в российских и украинских опросах? Организация российских опросов позволяет «в режиме реального времени» отслеживать должностной уровень респондентов. В результате этот признак стал таким же традиционным описателем, как и размер, отрасль или регион. Приведенные среднегодовые данные за 240 опросов показывают сложный характер и развитие взаимоотношений организатора опросов и предприятий (см. рис. 1). С одной стороны, в среднем 70% отвечающих на анкеты Института Гайдара - директора и заместители директоров предприятий. От руководителей экономических подразделений был получен в среднем 21% анкет. Удельный вес более низких должностных лиц составлял только 9%. С другой стороны, директора уступили первое место, которое они занимали в течение пяти лет, своим заместителям. Но в последние годы доли директоров и заместителей стабилизировались, и в 2011 г. эта категория респондентов обеспечивала 64% ответов. Удельный вес руководителей подразделений увеличивался с 14 до 22% в 1992-1999 гг. и почти не менялся в последние годы. Участие рядовых

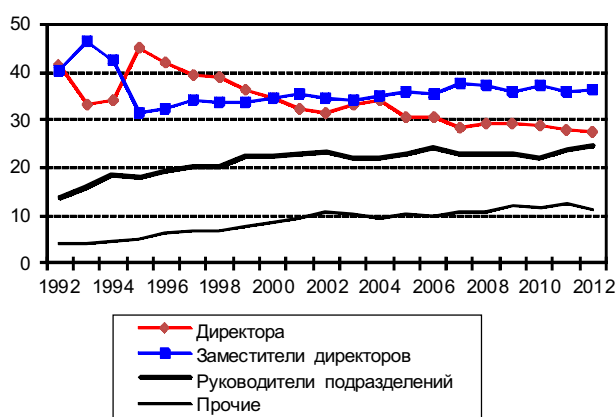


Рис. 1. Распределение российских респондентов по должностной структуре (в процентах)

вых сотрудников возросло с 4 до 12%, но все-таки остается самым низким.

В результате средний должностной уровень респондента, рассчитываемый как средневзвешенный ранг должности респондента, снизился с 4,2 (чуть выше заместителя директора; директора имеют ранг 5) до 3,7. Таким образом, падение составило половину перехода с одного уровня на другой. Наиболее существенные потери (с 4,1 до 3,8) должностного уровня произошли в 1995-2002 гг., затем ситуация относительно стабилизировалась.

Анализируя должностную структуру респондентов украинских промышленных предприятий, можно сделать вывод о том, что в первые пять лет проведения «опросов об опросах» основными респондентами были специалисты - работники финансовых и экономических служб и только после 2003 г. заметно возросла доля высших менеджеров за счет снижения процента руководителей более низкого звена и рядовых специалистов (см. рис. 2). В 2012 г. часть рядовых специалистов равнялась одному из наименьших значений, в то время как существенно возросла доля респондентов - директоров и их заместителей. Конечно, ситуация, наблюдаемая в последние годы, еще не дает оснований для оптимизма. Понятно, что на вопросы, предназначенные высшим менеджерам предприятия, не всегда можно получить достаточно компетентный ответ от рядовых экономистов (например, относительно стратегии и тактики инвестиционной политики, планов относительно внедрения инноваций и т. д.). Поэтому следует продолжить разъяснительную работу с украинскими респондентами, аргументируя необходимость участия в опросах именно управленцев. С этой целью в преамбулы анкет обследований включаются дополнительные обращения к руководителям предприятий о необходимости передавать анкеты для заполнения менеджерам предприятий, а не рядовым специалистам.



Рис. 2. Распределение украинских респондентов по должностной структуре (в процентах)

Почему российские и украинские предприятия участвуют в опросах. Российским предприятиям прямой вопрос о причинах участия впервые был задан в 1996 г. В целях анализа отношения предприятий к конъюнктурным опросам и восприятия ими результатов «вопрос об опросах» задавался в течение 10 лет, затем из-за возросшей «вопросной» нагрузки на панель он был исключен из анкет. Но в 2012 г. вопрос вновь был задан российским предприятиям в процессе подготовки совместного доклада для 32-й конференции CIRET, проходившей в г. Вене (Австрия). В 1999 г. к этой программе присоединилась Украина (НИИ статистики, сейчас - Научно-технический комплекс статистических исследований). Для получения сопоставимой информации была использована аналогичная российской формулировка вопросов.

Следует отметить, что мотивация участия украинских респондентов в обследованиях практически не изменилась за прошедшие годы. На первом месте остаются возможность для предприятия получения информации для анализа своего состояния и необходимость заполнения анкеты ввиду исполнения своего профессионального долга. Важно, что достаточно большая часть украинских респондентов понимает полезность предоставляемой ими информации и для общества, и для себя. Тем не менее в 2008 г. хорошо видно влияние приближающегося кризиса на распределение ответов участников опросов (см. рис. 3): возможность анализировать состояние предприятия стала интересовать несколько большую часть людей, чем за четыре предыдущих года, хотя украинские КО, по мнению респондентов, начиная с 2006 г. все меньше остаются источником получения полезной информации. Отчасти это можно объяснить тем, что из-за сложности с финансированием сроки проведения КО в начале года уже на протяжении нескольких лет существенно смещаются, что не дает возможности респондентам обследований

получать действительно оперативную информацию. В 2012 г., в связи с изменением порядка финансирования КО, процессы сбора и обработки данных производятся своевременно, что позволяет вовремя (опережая публикации официальных данных Госстата Украины) предоставлять информацию не только респондентам, но и остальным группам потребителей. Тем не менее респонденты понимают пользу опросов для общества, и это понимание после небольшого спада в 2009 г., продолжает держаться на уровне 27-28%.

Результаты российских опросов показали высокий начальный и увеличивающийся до 2003 г. интерес предприятий к итогам опросов как источнику экономической информации (см. рис. 4). В 2004-2005 гг. полезность результатов КО в глазах предприятий снизилась до 57%. Такая динамика полезности КО, на наш взгляд, неслучайна. До 1999 г. положение дел в промышленности было тяжелым, но понятным. Дефолт 1998 г. оказался, как сейчас уже ясно абсолютно всем, спасением для российской обрабатывающей промышленности. Но в конце 1998 г. и начале 1999 г. официальная статистика не позволяла сделать такой вывод. Руководители предприятий начинают искать дополнительные источники информации. Результаты же российских опросов поступают на предприятия ежемесячно, раньше выхода данных госстатистики, и содержат гораздо больше показателей. Уже в начале 1999 г. (вопрос задавался в феврале - промышленность только начинает чувствовать первые позитивные импульсы спроса) интерес к результатам КО вырос до 57%. Через год (февраль 2000 г.) прямой и признаваемый интерес увеличился еще на 4 пункта, а «общественный» интерес (из-за понимания пользы опросов для общества) потерял 8 пунктов по сравнению с 1996 г. Результаты КО чаще становились поводом для обдумывания ситуации на собственном предприятии, что тоже является положительной оценкой организатора опросов. В 2001-2003 гг. общеэкономическая ситуация

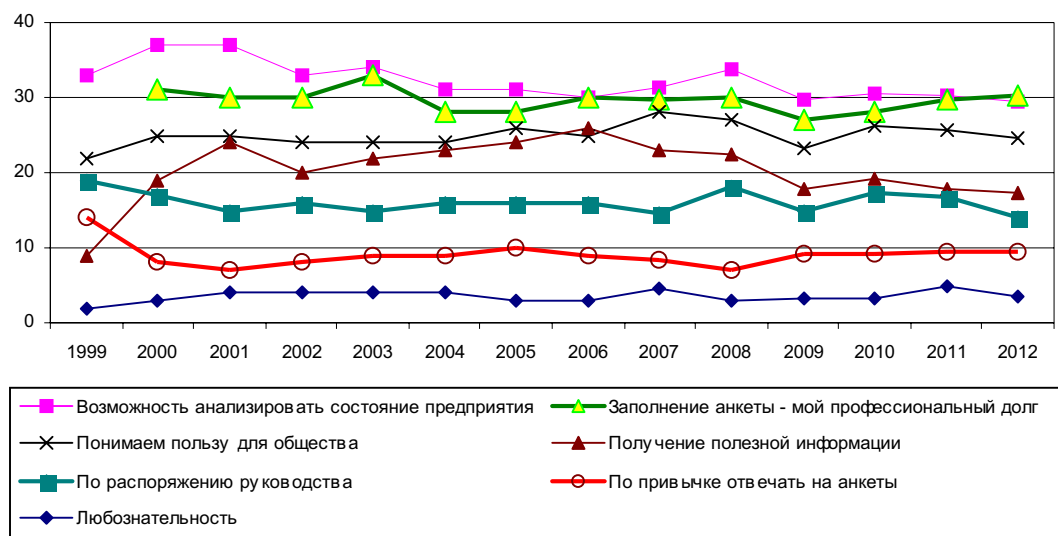


Рис. 3. Основные причины участия украинских респондентов в опросах (в процентах)

остаётся (по крайней мере, для предприятий) не до конца понятной. Уверенности в необратимости последефолтного роста все еще нет. Поэтому к 2003 г. полезность КО достигает максимума: 63% прямо признают это, для 37% они являются поводом осмыслить ситуацию на собственном предприятии. В сумме эти два числа дают 100% (все предприятия признают полезность опросов), но такое суммирование некорректно, поскольку часть респондентов могла отметить оба варианта ответа. Исключив из суммы предприятия, которые отметили оба варианта, мы получим долю предприятий, которые признают полезность опросов для себя, по крайней мере, по одному из вариантов ответов. Таковых в 2003 г. было 25%. В результате получаем, что 75% предприятий признали полезность опросов. В 1996 г. таких «чистых» признаний было 62%.

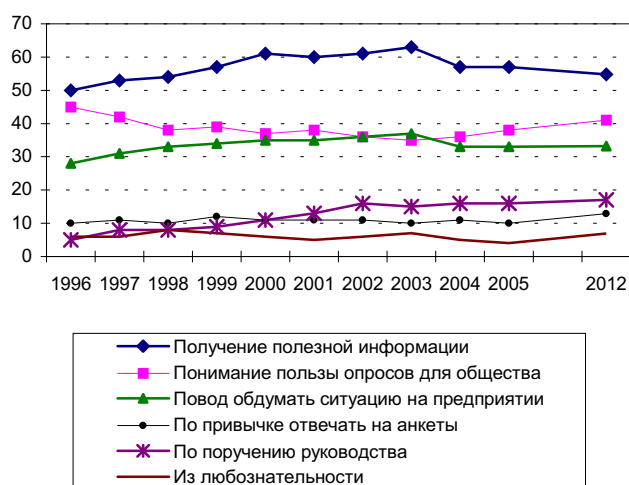


Рис. 4. Основные причины участия российских респондентов в опросах (в процентах)

В 2004-2005 гг. потребность в дополнительной информации о состоянии промышленности на предприятиях падает - в экономике начинается бурный рост, который легко прогнозируется (экстраполируется) и не требует большого и разнообразного массива данных. Но даже в таких условиях полезность опросов сохранилась на уровне 69%. Определенную положительную роль в этом сыграли, скорее всего, и усилия по совершенствованию содержания и формы подачи результатов опросов, возвращаемых на предприятия. За последние семь лет структура причин участия российских предприятий в опросах ИЭП не претерпела принципиальных изменений.

Какие показатели опросов интересуют российские и украинские предприятия. В 1998 г. ИЭП начал детальное изучение потребностей руководителей промышленных предприятий в современной статистической информации, рассылаемой на предприятия в ходе

конъюнктурных опросов. Предприятиям было предложено ответить, какие (по содержанию, характеру, представлению и охвату) результаты опросов наиболее интересны для них. С 1999 г. аналогичные «опросы об опросах» стали проводиться уже в России и Украине одновременно.

В Украине (см. таблицу) за последние 12 лет существенно возрос интерес к таким показателям, как спрос и цены, в среднем соответственно на 7 и 18 процентных пунктов (п. п.), что, естественно, объясняется вступлением в период экономического кризиса. Несколько меньший интерес вызывает показатель выпуска продукции, и практически не изменилась ситуация относительно запасов (готовой продукции, сырья и полуфабрикатов). Если отсутствие интереса к выпуску продукции еще можно объяснить большей ориентацией на оценку спроса, то такое ослабленное внимание к показателю, являющемуся неким балансом спроса и предложения, вызывает некоторое недоумение. Ведь именно запасы готовой продукции демонстрируют, насколько хорошо предприятие представляет себе развитие ситуации на рынке.

Существенно вырос интерес к тому, анализируются оценки какого-то параметра (например, уровня спроса) или его изменения по сравнению с предыдущим периодом. Именно изменения наиболее всего интересовали наших украинских респондентов в прошедшие 12 лет. Интерес к прогнозным показателям и изменениям количественных показателей тоже несколько вырос, но менее ощутимо (в среднем на 4-5 п. п.).

Все еще остается повышенный интерес к таблицам как форме представления аналитического материала, на втором месте - графики, к которым все-таки вырос интерес (на 13 п. п.), отсутствие которого ранее нас удивляло. Быть может, усиление интереса связано с увеличением длины рядов показателей и повышением в связи с этим информативности графического представления.

И наконец, практически не произошло изменений в распределении интереса к уровню охвата показателей: наиболее привлекательным для респондентов является анализ их отрасли и промышленности в целом. Наименее привлекательным - в других отраслях.

Если подвести итоги относительно всей информации таблицы, то можно сказать, что пока что украинских респондентов больше всего интересуют, и этот интерес усилился за последние годы, фактические изменения спроса и цен в их отрасли (виде экономической деятельности), представленные в таблицах и графиках.

Российские предприятия проявляли самый высокий и стабильный интерес к изменениям цен на выпускаемую продукцию. Все восемь лет мониторинга около 70% предприятий отмечали этот показатель как наиболее интересный среди других индикаторов опросов. В 2012 г. интерес к нему достиг уже 74%. Ни дефолт 1998 г.,

Таблица

Какие результаты КО наиболее интересны для Вас?
(процент респондентов)

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Смысл показателей															
Выпуск продукции	Украина	-	41	43	42	39	42	40	44	48	47	41	48	44	44
	Россия	55	55	65	58	59	63	58	58	-	-	-	-	-	57
Спрос на продукцию	Украина	-	53	55	56	60	56	54	58	66	63	62	63	62	66
	Россия	70	66	60	56	54	53	49	50	-	-	-	-	-	75
Цены	Украина	-	30	38	40	33	34	35	38	53	60	48	53	51	49
	Россия	68	71	69	71	75	73	68	69	-	-	-	-	-	74
Запасы	Украина	-	6	8	7	5	5	5	6	8	7	7	7	8	7
	Россия	17	16	15	18	21	20	14	16	-	-	-	-	-	19
Характер показателей															
Текущие изменения	Украина	-	53	49	49	49	46	45	46	60	58	53	58	56	59
	Россия	63	61	65	64	69	70	67	67	-	-	-	-	-	65
Оценки	Украина	-	13	19	19	18	17	15	16	20	23	17	20	20	20
	Россия	23	23	21	24	23	23	23	23	-	-	-	-	-	29
Прогнозы	Украина	-	37	36	35	34	33	31	32	40	42	37	39	36	37
	Россия	61	64	60	64	63	67	61	60	-	-	-	-	-	70
Количественные переменные	Украина	-	-	-	18	15	17	17	16	22	21	18	18	19	21
	Россия	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Форма представления															
Графики	Украина	-	18	23	23	29	28	25	27	41	39	38	35	35	36
	Россия	48	45	47	41	40	40	43	42	-	-	-	-	-	-
Таблицы	Украина	-	45	48	49	43	47	47	48	54	56	45	52	52	53
	Россия	47	55	46	44	47	45	41	42	-	-	-	-	-	-
Текст	Украина	-	29	30	28	26	21	19	18	28	25	23	24	23	25
	Россия	44	41	43	37	43	37	35	41	-	-	-	-	-	-
Основные положения текста	Украина	-	16	22	20	21	21	17	18	19	18	17	18	17	17
	Россия	22	23	24	60	61	66	62	61	-	-	-	-	-	-
Охват															
Вся промышленность	Украина	-	31	35	37	32	31	27	30	40	42	38	36	35	36
	Россия	59	60	57	60	58	62	56	59	-	-	-	-	-	-
Ваша отрасль	Украина	-	70	72	75	76	76	75	76	80	79	69	76	72	75
	Россия	76	75	78	82	82	84	82	85	-	-	-	-	-	-
Другие отрасли	Украина	-	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	3	5
	Россия	14	16	14	12	13	13	8	8	-	-	-	-	-	-
Количество занятых	Украина	-	8	9	9	7	7	5	6	9	8	8	8	9	8
	Россия	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Источник: Конъюнктурные обследования НТК статистических исследований (Украина) и ИЭП (Россия).

ни последовавший затем бурный рост промышленности не смогли изменить отношение респондентов к этому показателю. На втором месте по итогам всего мониторинга оказался выпуск продукции. В среднем 59% предприятий интересовали объемы производства. Никаких принципиальных изменений в популярности указанного индикатора не произошло. Чуть меньший интерес вызывал в целом спрос на производимую продукцию. Но популярность этого показателя за первые годы мониторинга в российской промышленности потеряла 20 пунктов. Если в 1998 г. (перед российским дефолтом) интерес к спросу был равен интересу к ценам, то по мере оживления продаж и с увеличением уверенности в устойчивом росте экономики потребность в данных о продажах начинает снижаться, и в 2005 г. он занимает только третье место в рейтинге. Однако замер 2012 г. показал резкий (полуторакратный!) скачок интереса руководителей предприятий к продажам. Спрос после кризиса 2008-2009 гг. стал самым популярным индикатором в российской промышленности. Оценки запасов готовой продукции оказались наименее интересны для российских предприятий, как впрочем и для украинских.

Интерес российских предприятий к фактическим и прогнозным изменениям показателей был примерно одинаков в начале мониторинга. Затем промышленность стала меньше интересоваться прогнозами, поскольку перспективы не вызывали сомнений, и больше - фактическими изменениями, что может объясняться необходимостью сопоставления своих успехов с общим трендом промышленности. Но последний кризис (точнее - затянувшийся выход из него) поднял интерес к планам и прогнозам до исторического максимума (70%) и сделал этот тип показателя самым востребованным в российской промышленности. Оценки показателей (выше - ниже нормы) оказались наименее интересны и для российских, и для украинских предприятий. Впрочем, возможный переход к «новой нормальности» и постоянный анализ этой проблемы в рассылаемых на предприятия результатах увеличили «спрос» на этот тип данных до 29%.

Вопрос о представлении результатов чрезвычайно актуален для организаторов опросов, так как им приходится решать необычную (для статистики) задачу изложения на небольшой площади (как правило, лист формата А4) такого объема информации, который должен реально заинтересовать менеджеров предприятий и обеспечить их стабильное участие в опросах. Как показали российские опросы, три основные формы представления результатов получили примерно одинаковую и снижающуюся во времени оценку респондентов. Графики, таблицы и текст были интересны в ходе восьмилетнего мониторинга примерно 43% респондентов. Но интерес к выводам (резюме) претерпел принципиальные изменения. За один год полезность выводов выросла в глазах респондентов с 24 до 60%. И сохраняла такую высокую популярность все последующие годы мониторинга. Причина кроется в смене содержания этих выводов. Если первоначально выводы представляли собой несколько извлечений из основного текста, то с 2001 г. они стали делаться в виде самостоятельного отдельного, но очень короткого текста, излагающего результаты очередного опроса в двух-трех предложениях.

Таким образом, российские предприятия нуждаются в коротком и простом подведении итогов каждого опроса с обязательным описанием фактических (а теперь - и прогнозных) изменений цен и спроса (ранее - выпуска).

Новые вопросы в «опросах об опросах». Несмотря на то, что значительно меньше, чем того хотелось бы, руководителей высшего уровня принимают участие в украинских опросах, они достаточно активно используют аналитические результаты этих обследований. Как видно на рис. 5, практически 75-80% руководителей предприятий высшего уровня используют эти результаты. Хотя достаточно высокий процент использования наших аналитических отчетов рядовыми работниками говорит о том, что информация бизнес-обследований является полезной для разных групп пользователей.

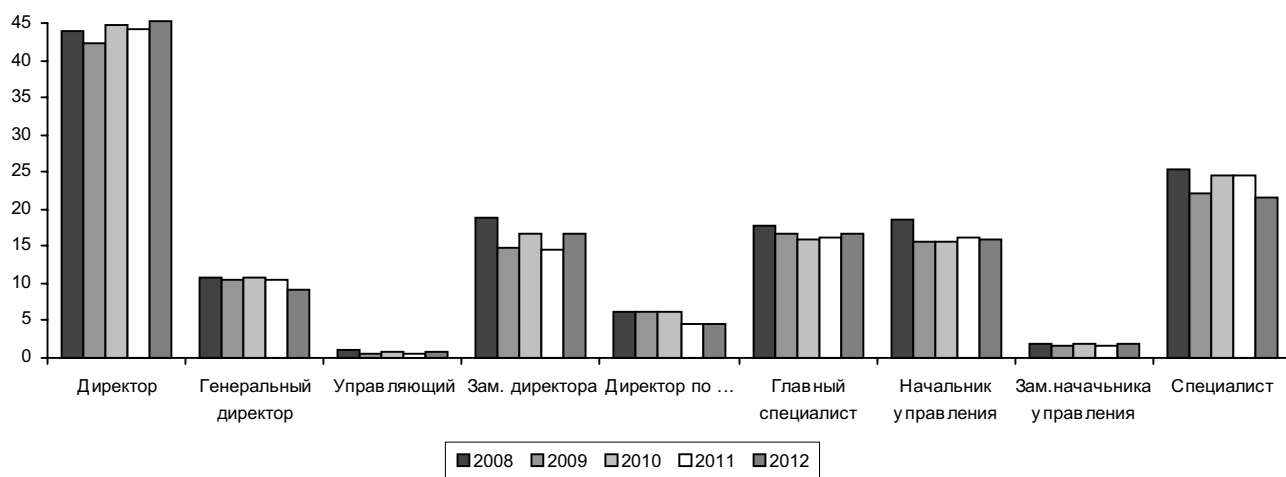


Рис. 5. На каком уровне используются результаты украинских обследований (в процентах)

Формально новых вопросов в рамках программы «опросы об опросах» в России не задавалось. Но анализ уже имеющихся данных по категориям респондентов (директор, заместитель директора, руководитель экономического подразделения, прочие сотрудники) способен показать, как оценивались результаты опросов и что было интересно указанным категориям респондентов.

Сравнение доли ответов «получение взамен полезной информации» в вопросе о причинах участия в опросах ИЭП (см. рис. 6) показало, что первые лица на российских предприятиях чаще получают полезную информацию из опросов, чем другие респонденты с более низких должностных уровней. Пик полезности для директоров был достигнут в 2003 г. и составлял 66%. Руководители экономических подразделений оценивали полезность результатов хуже на 5-10 пунктов, но в целом все-таки следовали за мнением первых лиц предприятия. Отношение рядовых сотрудников к возвращаемым на предприятия результатам за 10 лет мониторинга изменилось более существенно. Если в 1996-1997 гг. только треть этой категории респондентов признавала их полезность, то после дефолта 1998 г. уровень полезности поднялся до 60% и составлял затем в среднем 56%. Таким образом, выход российской экономики из затяжного кризиса 90-х годов определенно усилил интерес рядовых сотрудников предприятий к оперативной, полной и достоверной информации о российской промышленности, которую обеспечивали только результаты опросов ИЭП.

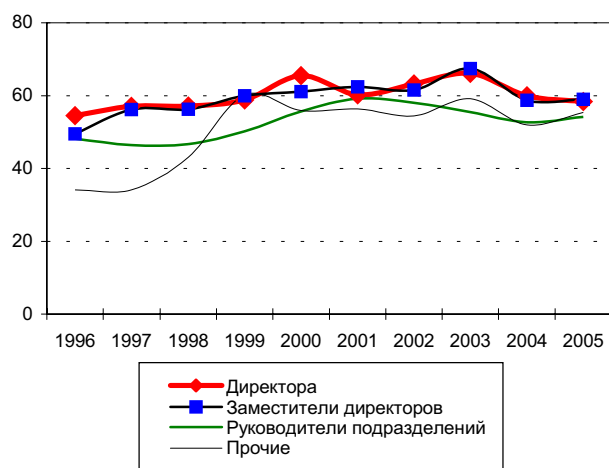


Рис. 6. Доля респондентов в разных должностных категориях, «получающих взамен полезную информацию» (в процентах)

Понимание пользы опросов для общества снизилось среди директоров предприятий и их заместителей в ходе мониторинга с 50 до 40%. Не изменилась доля такой причины участия в опросах в группе руководителей подразделений (она оставалась на уровне 37%). А среди рядовых сотрудников предприятий

общественная значимость результатов опросов даже выросла на 5 пунктов. Другие мотивы участия в опросах ИЭП были примерно одинаковы для всех должностных уровней респондентов и не изменились за 10 лет наблюдений.

Высокое единодушие все категории российских респондентов продемонстрировали при оценке полезности «основных выводов», которые располагаются в начале результатов, рассылаемых на предприятия с очередной анкетой (см. рис. 7). При этом единодушие было и в низких оценках полезности выводов, когда они представлялись в виде нарезок из основного текста, и в высоких оценках, когда выводы стали писаться специальным, но небольшим абзацем. Это единственное изменение имело поразительный эффект. Полезность рассматриваемой формы представления результатов выросла в три раза в глазах всех категорий респондентов и сохраняла стабильно высокую популярность в течение пяти лет. Другие же формы представления результатов (графики, таблицы, развернутый текст) теряли привлекательность как в целом по панели, так и для всех категорий респондентов.

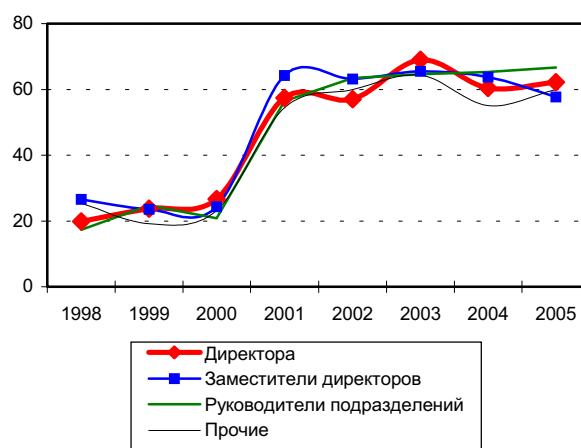


Рис. 7. Доля респондентов в разных должностных категориях, признавших полезность основных выводов (в процентах)

Анализ оценок полезности результатов опросов по видам экономических показателей (спрос, выпуск, цены, запасы) показал небольшие, но возможные, неслучайные различия в этих оценках респондентов разных должностей. Оказалось, что директора и их заместители в среднем на 10 пунктов чаще интересуются динамикой спроса, чем руководители подразделений и рядовые сотрудники. Возможно, больший интерес первых лиц предприятий к спросу на продукцию объясняется тем, что они больше занимаются стратегическими вопросами, связанными с внешней средой предприятия. Однако интерес всех категорий респондентов к спросу потерял за восемь лет мониторинга 20 пунктов. Последнее может объясняться устойчивым ростом российской экономики после дефолта 1998 г., что повы-

шает уверенность предприятий в своем положении на рынке и снижает потребность в информации.

Информация о динамике цен, наоборот, более интересна для руководителей подразделений, чем для директоров и их заместителей. Причем директора всегда реже интересовались ценами, а руководители подразделений - наоборот чаще. К 2005 г. этот разрыв достиг уже 20 пунктов за счет снижения интереса директоров и роста интереса начальников подразделений. Можно предположить, что с увеличением уверенности предприятий в устойчивости экономического роста вопросы ценовой политики становились менее актуальными и передавались на более низкий должностной уровень.

Динамикой выпуска до дефолта чаще других интересовались руководители экономических подразделений промышленных предприятий. Директора и их заместители уступали им целых 10 пунктов. После дефолта 1998 г. объемами производства стали чаще других интересоваться рядовые сотрудники экономической администрации предприятий. В 2003-2005 гг. их интерес вырос и закрепился на уровне 70%, тогда как среди директоров и их заместителей этот показатель составлял 57%.

Расширение круга пользователей и видов предоставляемой по результатам КО информации. Экономические проблемы последних лет позволили многим организаторам конъюнктурных опросов укрепить позиции на информационном рынке и расширить круг потребителей своей продукции. В России спрос на опросы возрос в конце 2008 г., когда страна столкнулась не только с экономическим кризисом, но и с кризисом статистики. Российская государственная статистика оказалась не способной оперативно зафиксировать начало кризиса в российской экономике и отслеживать его развитие.

Обнаружив обвал в российской промышленности только в середине декабря 2008 г., Росстат решил начать оперативный «кризисный мониторинг». Глава ведомства объявил, что Федеральная служба государственной статистики с 2009 г. будет проводить подекадный мониторинг ряда важнейших экономических показателей в стране. Показатели такого мониторинга планировалось представлять в различные правительственные комиссии. Решение об открытой публикации результатов подекадного мониторинга не было принято. Впрочем, до сих пор неизвестно, был ли на самом деле запущен такой мониторинг.

Совсем по-другому реагировали на кризис организаторы конъюнктурных опросов. Уже с сентября 2008 г. ИЭП зафиксировал очевидный рост спроса на оперативные и разнообразные опросные данные о российской экономике: стали чаще звонить представители СМИ, начались осторожные обращения из министерств и ведомств с просьбой предоставить результаты опросов,

которые раньше считались чиновниками второсортным источником данных. Предприятия тоже стали интересоваться положением дел в российской промышленности до рассылки результатов опросов. Эти обстоятельства стали причиной модификации системы организации опросов и распространения результатов. С октября 2008 г. ИЭП начал публикацию на сайте и рассылку по электронной почте Индекса промышленного оптимизма, аналогичного Industrial Confidence Indicator. Главным достоинством этого Индекса стала не формула вычисления, а его первая публикация в середине отчетного месяца, то есть за две недели до публикации развернутого анализа результатов опроса и за месяц до появления официальных статистических данных о динамике промышленного производства. И уже в середине ноября 2008 г. Индекс «выстрелил». Фронтальный спад в российской промышленности был зарегистрирован этим показателем 18 ноября, официальные статистические данные были опубликованы только 16 декабря 2008 г. В результате за четыре года вялотекущего российского кризиса опросы предприятий стали привычной составляющей информационного потока в российских СМИ, приобрели большую популярность среди чиновников и аналитиков.

К сожалению, квартальная частота проведения опросов в Украине не позволяет настолько оперативно реагировать на изменения конъюнктуры и предвидение поворотных точек экономического цикла. Поэтому создание подобного индикатора для украинской экономики не рассматривалось. Но по итогам проведения обследований в промышленности и строительстве в 2008 г., можно говорить о том, что украинские респонденты начали сообщать о падении объемов производства и реализации продукции несколько раньше, чем это показала официальная статистика. В целом, проведение КО шести видов экономической деятельности (промышленность, строительство, розничная торговля, транспорт, сельское хозяйство, нефинансовые услуги) дает возможность более всесторонне анализировать как общеэкономическую, так и отраслевую информацию, хотя изменение частоты обследований (переход на ежемесячную периодичность) позволило бы не только повысить ее оперативность, но и улучшило бы качество анализа.

Стремясь привлечь внимание разных групп пользователей к информации, публикуемой по результатам КО, организаторы украинских опросов предоставляют пользователям публикации разного объема и видов, содержащие достаточно глубокий или обобщенный анализ, разное количество графиков и таблиц. Насколько нам известно, главными потребителями информации КО пока остаются органы власти (например, Антимонопольный комитет Украины, активно интересующийся состоянием конкурентной среды в разных отраслях экономики и приоритетами предприятий, работающих

в сложных конкурентных условиях на внутренних и внешних рынках) и экономические аналитики, изучающие текущую конъюнктуру и основные тенденции (как по историческим рядам данных, так и прогнозируемые на ближайшее время). Проявляют стабильно постоянный интерес пресса (специализированные издания) и некоторые международные организации (ООН, Еврокомиссия, ОЭСР, Мировой банк), анализирующие украинскую экономику и интересующиеся состоянием украинских КО. Информация по результатам обследований, выставленная на сайте НТК статистических ис-

следований (на украинском и английском языках) и содержащая довольно емкие анонсы основных тенденций, а также графики и таблицы, является на данный момент, по нашему мнению, наиболее универсальной для потребителей с точки зрения объема и подачи.

Разнообразные типы публикаций, предоставляемые разным категориям потребителей КО, отображены на рис. 8. Как видно, украинским организаторам обследований приходится готовить до 4-5 разных видов материалов, чтобы удовлетворить разнообразные запросы потребителей.

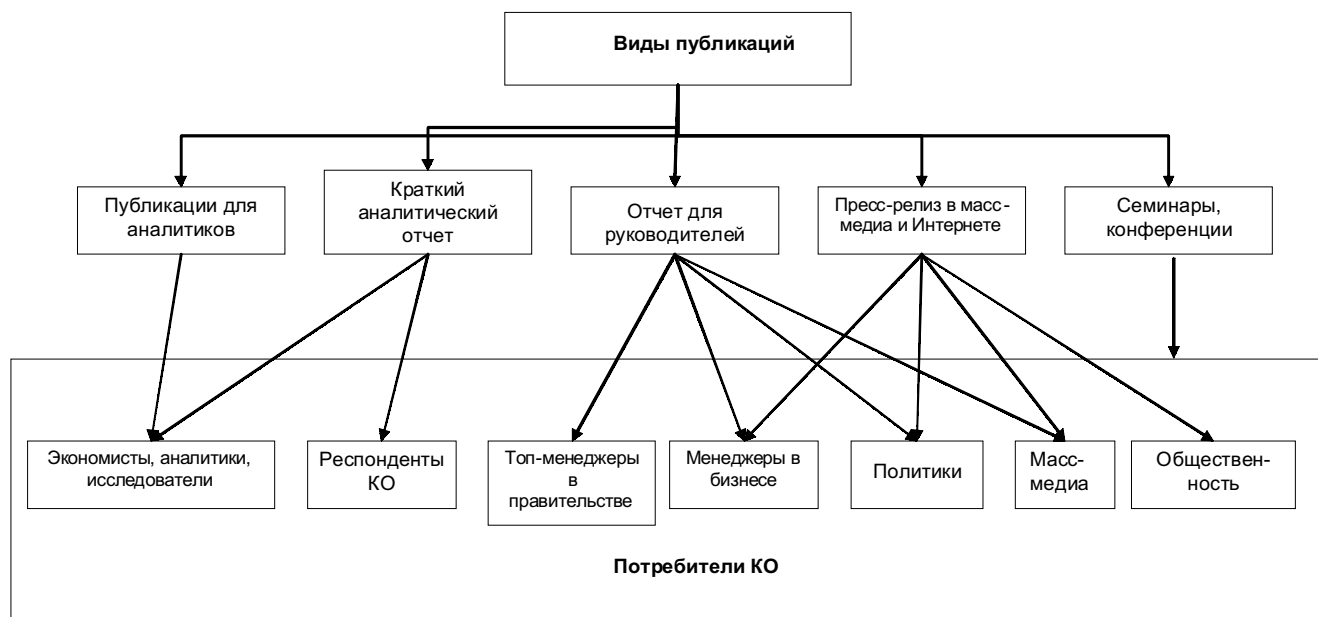


Рис. 8. Типы публикаций и категории украинских потребителей КО

Выводы. Из накопленного за последние 12 лет опыта работы с респондентами и потребителями информации конъюнктурных обследований следует, что:

1. Сопоставление разных по принципам организации опросов в России и Украине дало возможность сделать ряд универсальных выводов.

2. Сведения о должностях респондентов можно накапливать в ходе регулярных опросов. Эти данные полезны и для организации адресной рассылки анкет опросов, и для анализа.

3. Конъюнктурные опросы должны проводиться как можно чаще (идеально - ежемесячно), а их результаты должны поступать потребителям (в первую очередь, самим респондентам) очень оперативно. Лучшие каналы распространения результатов опросов - Интернет и электронная почта.

4. Участники опросов все больше понимают необходимость такой информации не только для общества, но и для себя, для своих предприятий. На это существенно повлиял их продолжительный опыт уча-

ствия в конъюнктурных опросах, а также недавний финансово-экономический кризис, показавший, что только общепринятые макроэкономические показатели не могут адекватно и своевременно предвидеть ближайшие поворотные точки экономического цикла.

5. Предварительное и еще более оперативное подведение итогов в короткой и агрегированной форме возможно уже в середине отчетного периода.

6. Спрос на самые оперативные результаты опросов возрастает в ожидании резких колебаний экономической конъюнктуры. Такие периоды позволяют организаторам опросов укрепить свои позиции на информационном рынке.

7. Следует продолжить исследования в области поиска наиболее удобных способов представления результатов конъюнктурных опросов респондентам и другим видам пользователей информации для того, чтобы еще более заинтересовать первых - в участии в обследованиях и всех - в более активном использовании информации для различных целей.