

СТАНДАРТЫ ОЦЕНКИ ОПЫТА И ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПОСТАВЩИКОВ: ВЗГЛЯД УЧАСТНИКОВ РЫНКА (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ИНЖЕНЕРНЫЕ ИЗЫСКАНИЯ)



ГРАЖДАНКИН
Алексей Иванович,

заместитель директора
АНО «Аналитический
центр Юрия Левады»



ИВАНОВ
Денис Сергеевич,

к. геогр. н.,
научный сотрудник Института
анализа предприятий и рынков
Национального исследовательского
университета ВШЭ



СМИРНОВ
Николай Валериевич,

к.э.н., заместитель генерального
директора АНО «Национальный
институт системных исследований
проблем предпринимательства»

Одним из важнейших вопросов в области госзаказа является уровень конкуренции на соответствующих товарных рынках. Даже если предположить, что на рынках госзаказа присутствует достаточное количество независимых игроков, а заказчик действительно заинтересован в качестве исполнения госконтракта при возможно минимальной цене, то данный вопрос можно было бы считать закрытым только в том случае, если бы все закупаемые товары, работы и услуги могли быть оценены по значимым качественным характеристикам на этапе осуществления закупок. Если качество закупки нельзя до конца оценить не только заранее, но и в течение продолжительного времени после завершения работ (т.е. речь идет о доверительных товарах), могут возникнуть разного рода манипуляции критериями, то есть конкуренция рискует стать куда менее добросовестной¹.

В «группу риска» попадают, в частности, работы по архитектурно-строительному проектированию и инженерным изысканиям (далее – ПИР). В отношении таких закупок одним из немногих выходов является институционализация понятий опыта и деловой репутации. Участники, обладающие высокой репутацией, останутся на рынке, остальным придется над ней серьезно поработать или уйти. При этом механизмы оценки деловой

репутации не должны быть дискриминационными по отношению к новым компаниям на рынке.

Одним из инструментов институционализации репутации является добровольная сертификация соответствия репутационному стандарту. Сегодня в России стандарты используются для обеспечения конкурентоспособности производства и должны служить сигналом качества продукции, работ и услуг. В связи с этим весьма важно, чтобы процесс разработки и утверждения стандартов основывался на глубоком знании специфики отраслей, на которые распространяются содержащиеся в них требования².

Соответствующее исследование по оценке деятельности компаний, выполняющих ПИР на территории Российской Федерации, по заранее утвержденному перечню показателей проведено во второй половине 2015 г. Институтом анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ совместно с Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства и Аналитическим центром Юрия Левады. Целью исследования является определение значений показателей для целей разработки проекта Стандарта оценки опыта и деловой репутации лиц, осуществляющих архитектурно-строительное проектирование (далее – Стандарт). Его бенефициаром является Технический комитет по стандартизации ТК 066 «Оценка опыта и деловой репутации предприятий» при Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии.

¹ Смирнов Н.В. ГОСЗАКАЗ. Управление, размещение, обеспечение. А кто сказал, что конкуренция – это всегда хорошо? Мнение на сайте АНО «НИСИПП». 01.04.2011. (http://nisse.ru/about/experts/?ELEMENT_ID=4891&mode=opinions&ARTICLE_ID=118424).

² В перспективе институционализация может быть углублена в связи с принятием Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации», ст. 27 которого предусматривается применение ссылок на национальные стандарты и информационно-технические справочники в нормативных правовых актах.

Перечень показателей приведен в таблице 1.

Таблица 1.
Показатели Стандарта и источники данных для их оценки

№ п/п	Наименование показателя	Источник данных для оценки
1	Время, на протяжении которого компания работает на рынке архитектурно-строительного проектирования (в годах)	данные СПАРК
2	Коэффициент вариации от выборок объема выручки компании за последние 10 лет	данные СПАРК
3	Объем основных средств на балансе организации	данные СПАРК
4	Объем чистых активов	данные СПАРК
5	Объем заемных средств	данные СПАРК
6	Объем незавершенных договоров	анкетирование
7	Процент от сотрудников руководящего звена, имеющих высшее образование в области архитектуры, строительства и смежных отраслей	анкетирование
8	Средний стаж работы сотрудников руководящего состава в строительной отрасли (месяцев)	анкетирование
9	Процент сотрудников организации, имеющих специальное образование в области архитектуры и строительства	анкетирование
10	Средний стаж работы сотрудников организации в данной организации (в месяцах)	анкетирование
11	Процент организаций от выборки, имеющих в штате сотрудников с: а) ученой степенью кандидата или доктора наук; б) званием «Почетный архитектор России» и их аналогов	анкетирование
12	Количество упоминаний организации в СМИ за всю историю деятельности организации	анкетирование; данные Интегрум
13	Количество зафиксированных рекламаций от заказчиков за последние 10 лет деятельности организации	анкетирование
14	Количество судебных дел, по которым организация выступала в качестве ответчика и было установлено некачественное выполнение работ по договору подряда на разработку проектной документации	данные анализа арбитражной практики
15	Средняя задержка сдачи работ по контракту (в неделях)	анкетирование

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Генеральная совокупность исследования составила свыше 50 тысяч компаний. Ввиду высокой трудоемкости анализа генеральной совокупности, вызванной как неполнотой данных, так и статистическими расхождениями, и высокой стоимостью проведения социологического опроса в исследовании был применен выборочный метод.

Поскольку в рамках исследования оценивались показатели, связанные с деловой репутацией компаний, часть вопросов анкеты носила чувствительный (сензитивный) характер. К числу сензитивных относятся вопросы о количестве упоминаний в СМИ, о критериях оценки опыта и деловой репутации компаний, о доле государственного заказа в выручке, об объеме незавершенных договоров, о задержках выполнения контрактов и количестве рекламаций³.



Для получения несмещенных оценок показателей Стандарта были применены методики снижения чувствительности вопросов: респондентам в подобных ситуациях предлагалось дать ответ применительно не к своей компании, а к типичной компании соответствующего размера, выполняющей ПИР.

Помимо собственно вопросов, имеющих целью определение средних по выборке значений показателей Стандарта, в анкету был включен вопрос о том, используют ли они какие-либо из показателей, приведенных в таблице 1, при подборке субподрядчиков для выполнения собственных работ.

В дополнение к анкетному исследованию были проведены глубинные интервью с представителями пяти компаний, выполняющих ПИР. По две компании из числа интервьюируемых базируются в Москве и Санкт-Петербурге, одна – в Екатеринбурге. В ходе интервью респондентам предлагалось дать собственную оценку показателям Стандарта (см. таблицу 1) с точки зрения их пригодности для анализа репутации участников рынка. В частности, перед респондентами ставился вопрос о том, какие показатели из предложенного списка они сами используют или считают возможным использовать при выборе субподрядчиков.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫБОРКИ

Численность выборки при проведении анкетирования составила 173 компании. Из этого числа 88 компаний (51%) осуществляют деятельность одновременно как в сфере инженерно-технического проектирования в строительстве, так и в сфере инженерных изысканий для строительства; 65 компаний (38%)⁴ – только в сфере инженерно-технического проектирования; 15 компаний (9%) – только в сфере инженерных изысканий; 5 компаний (3%) не занимаются деятельностью в указанных сферах в настоящее время⁵.

С географической точки зрения компании выборки представляют 14 регионов России, в т.ч. Москву и Санкт-Петербург, а также Московскую область – регионы с наиболее развитой архитектурно-проектной отраслью.

Фактическое распределение опрошенных компаний по размеру, определенному, исходя из показателя выручки⁶, представлено следующим образом: 8% составили крупные компании (выручка более 2000 млн руб. в год), 28% – средние (выручка более 800, но менее 2000 млн руб. в год), 36% – малые (выручка более 120, но менее 800 млн руб. в год) и 28% – микро (выручка не более 120 млн руб. в год)⁷.

³ Ответы на соответствующие вопросы, ссылаясь на «коммерческую тайну», отказались дать для компаний разного размера от 30 до 70% респондентов.

⁴ Из указанных 65 компаний 6 компаний затруднились ответить, занимаются ли они деятельностью в сфере инженерных изысканий.

⁵ При этом 1 из указанных 5 компаний занималась ранее деятельностью в обеих указанных сферах, 2 – в сфере инженерных изысканий и 2 – в сфере инженерно-технического проектирования.

⁶ В соответствии с предельными значениями, установленными Постановлением Правительства Российской Федерации от 13 июля 2015 г. № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».

⁷ Поскольку выборка составлялась, исходя из соображения представленности размерных групп компаний, что в большей степени соответствует репрезентативности по объему выручки, чем по количеству компаний, относительная численность размерных групп фактической выборки существенно отличается от генеральной совокупности, содержащей преимущественно микро- и малые предприятия. Поэтому выборку следует воспринимать как смещенную в сторону крупных компаний.



ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИЙ

Практически половина компаний (45%) оценивают свое финансовое состояние позитивно (17% – как хорошее, 28% – как скорее хорошее), примерно столько же (43%) – удовлетворительно, и только 9% – негативно.

Вместе с тем полученные результаты финансового положения компаний в свете современной ситуации спада в экономике страны в целом и строительной отрасли в частности представляются завышенно позитивными, и для их более корректной интерпретации необходимо учитывать социологические факторы. Во-первых, участие в анкетировании склонны принимать представители компаний с более устойчивым положением в отрасли, так как у менее успешных компаний обычно участие в опросах не вызывает особого желания. Во-вторых, иногда представители компаний, особенно крупных, могут в рамках анкетирования завышать оценку их финансового положения, так как она может повлиять на восприятие их репутации.

Также следует заметить, что оценка финансового состояния распределена неравномерно среди компаний разного размера. Оценка финансового состояния крупных компаний в среднем оказалась явно выше: абсолютное большинство крупных компаний (54%) оценили свое финансовое состояние как хорошее и еще 15,4% – как скорее хорошее.

УЧАСТИЕ В ГОСЗАКУПКАХ

Исследование показало, что государственные закупки играют весьма существенную роль в сфере проектирования и изысканий. На рынке государственных (муниципальных) закупок (далее также – госзакупки) представлены примерно 2/3 компаний из числа опрошенных. В таких компаниях доля государственных (муниципальных) контрактов составляет в среднем 43% от оборота. При этом среди крупных компаний данные показатели особенно высоки: в госзакупках участвует более из них, а средняя доля в обороте достигает 60%. Однако это не означает, что средние, малые и микрокомпании работают большей частью на рынке частных заказов, поскольку они могут заниматься формально частным субподрядом у крупных компаний, которые, тем не менее, выполняют госзаказ.

Анализ участия компаний в госзакупках позволил выявить, что среди компаний, участвующих в госзаказе, более половины (53%) оценивают свое финансовое состояние как хорошее или скорее хорошее, а среди не участвующих в госзаказе – только 30%. Это не обязательно означает, что госзаказ является фактором финансовой успешности в этой сфере, поскольку, как показано выше, среди компаний, участвующих в госзаказе, более высокая доля крупных компаний, которые в целом дали наиболее оптимистичные ответы.

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Качество работы компаний также оценивалось на предмет сертификации в международной системе стандартов менеджмента качества ИСО (ИСО 9000, ИСО 9001, ИСО 14001, ИСО 18001). Указанными сертификатами обладают более – опрошенных компаний. При этом среди средних компаний эта доля существенно выше остальных (84%), в то время как микропредприятия обладают такими сертификатами только в 45% случаев.

Что характерно, результаты анализа влияния наличия сертификата ИСО на финансовую успешность компаний практически аналогичны влиянию госзаказа. Среди сертифицированных компаний половина оценивает свое финансовое состояние как хорошее или скорее хорошее, а среди несертифицированных – только 33%, что опять же не обязательно означает благотворное влияние сертификата в силу различного распределения сравниваемых групп по размеру компаний.

Таким образом, респонденты исследования представляют широкий срез российских компаний в сфере архитектурно-строительного проектирования и инженерных изысканий. Большинство из них хорошо знакомы как с современными стандартами менеджмента качества, так и с практикой госзакупок. В целом благоприятное финансовое положение свидетельствует об их прочном положении на рынке.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОПЫТА И ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ: ВЗГЛЯД УЧАСТНИКОВ РЫНКА

Задача оценки опыта и деловой репутации контрагентов встает не только перед госзаказчиками,

но и перед самими участниками рынка. По данным опроса, 84% компаний, осуществляющих архитектурно-строительное проектирование и инженерные изыскания, привлекают при выполнении работ субподрядчиков, при этом 53% сотрудничают не только с постоянными контрагентами, но и с новыми фирмами. Те, кто осуществляет архитектурно-строительное проектирование и инженерные изыскания, с более высокой вероятностью могут оценить косвенные признаки квалификации и добросовестности контрагентов. Эти обстоятельства делают важным учет их мнения о том, какие критерии считаются наиболее релевантными для оценки опыта и деловой репутации участников рынка.

В анкету опроса руководителей компаний, осуществляющих архитектурно-строительное проектирование и инженерные изыскания, был включен вопрос в формулировке: «По каким критериям Вы оцениваете опыт и деловую репутацию новых фирм?», после чего им предлагалось ответить «да» или «нет» применительно к каждому из 15 критериев.

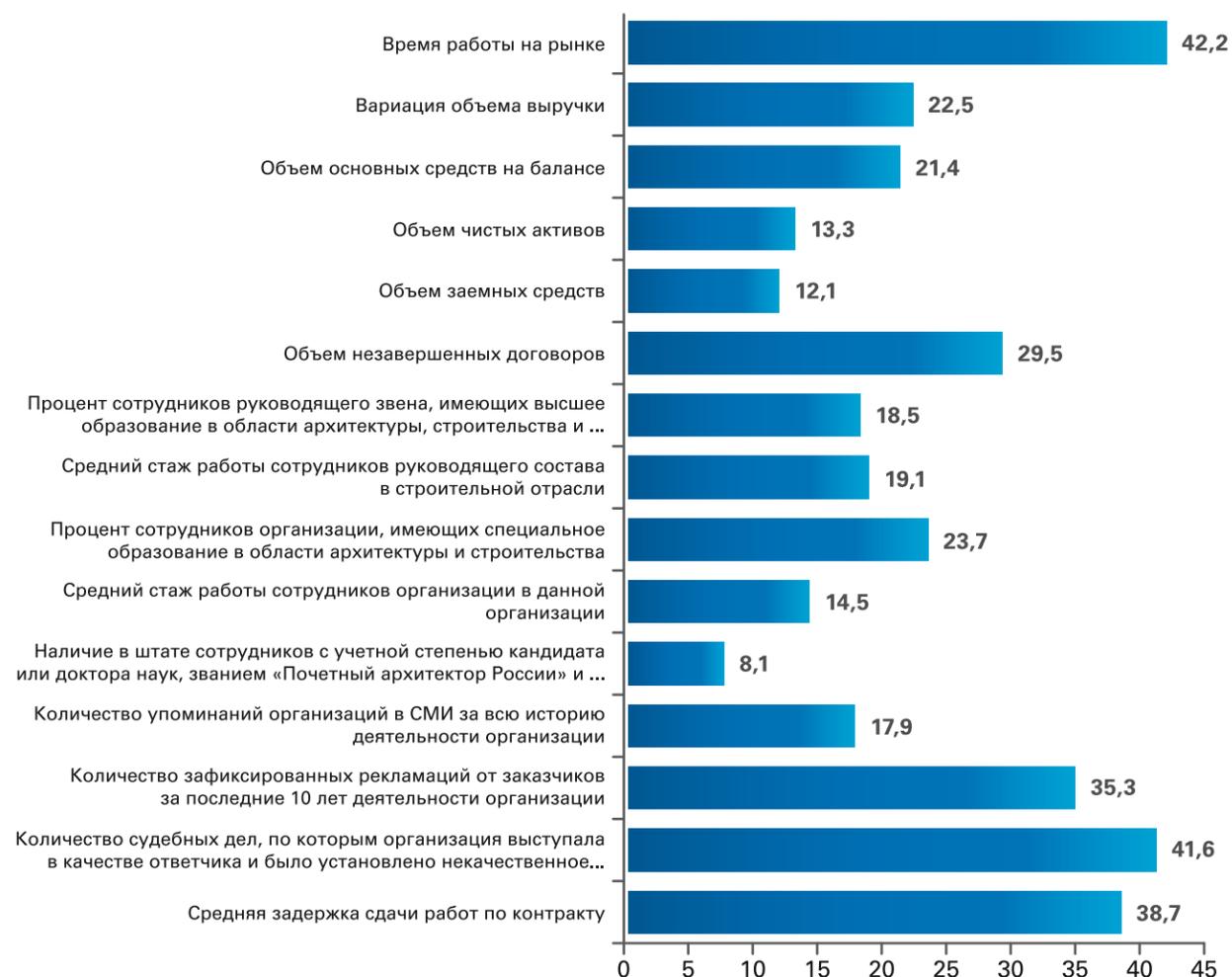
Показатели Стандарта с известной долей условности могут быть разделены на три группы:

- показатели, непосредственно отражающие удовлетворенность заказчиков (наличие зафиксированных рекламаций, судебных дел, незавершенных контрактов, средняя задержка сдачи работ);
- показатели, косвенно характеризующие удовлетворенность заказчиков (время работы на рынке, число упоминаний в СМИ, вариация объема выручки, другие финансовые показатели);
- показатели, характеризующие потенциал фирмы (процент сотрудников, имеющих про-



Рисунок 1.

Критерии оценки опыта и деловой репутации с точки зрения респондентов — участников рынка (% ответивших «да» на вопрос об использовании критерия при оценке новых фирм на рынке)



фильное высшее образование, средний стаж работы сотрудников в компании, стаж работы в отрасли руководителей, наличие в штате сотрудников с учеными степенями).

Как показано на Рисунке 1, стабильно высокое значение для респондентов имеют показатели, связанные с фактическим качеством выполнения работ по контрактам: рекламации, судебные разбирательства, задержки сдачи работ (все пункты набрали свыше 30% положительных ответов), а также наличие незавершенных договоров (29,5%).

Время работы на рынке отмечалось респондентами в качестве важного критерия чаще, чем любой другой из возможных критериев (в 42% случаев), однако все остальные косвенные индикаторы упоминались существенно реже. Около 15–20% ре-

спондентов отметили, что считают важными показателями финансового состояния компании, а также ее упоминаемости в СМИ.

Сравнительно невелика доля выбравших показатели, связанные с формальными показателями квалификации руководителей и сотрудников компании. Единственный критерий из данной категории, оказавшийся значимым для более 20% респондентов, — это доля сотрудников, обладающих профильным высшим образованием (то есть минимальное требование к присутствию в штате фирмы кадров необходимой квалификации). В то же время наличие среди персонала обладателей ученых степеней и почетных званий оказалось наименее значимым из критериев: только 8% респондентов отметили, что принимают его во внимание при оценке новых фирм на рынке. Это яв-

ляется свидетельством кризиса доверия к системе подготовки аттестации кадров высшей квалификации в России.

К аналогичным выводам позволяет прийти и анализ интервью участников рынка. Так, генеральный директор одной из проектных компаний, говоря об ученых степенях и почетных званиях в сфере архитектуры и строительства, отметил, что «сейчас это все покупается». По словам этого же респондента, ориентация на привлечение опытных профессионалов со сложившимся стилем работы может привести к конфликтам между проектировщиками, принадлежащими к разным «школам».

Отношение к финансовым показателям организации в качестве критерия оценки деловой репутации у респондентов смешанное. По словам одного из респондентов, его компания не интересуется финансовым состоянием субподрядчиков, т.к. привлекает их под небольшие по сумме контракты. В то же время, по словам другого респондента, объем основных средств на балансе организации имеет важное значение для участия в тендерах и привлечения субподрядчиков из числа небольших компаний, работающих на авансовых условиях.

Среди показателей, неизменно вызывавших высокий интерес у респондентов, выделяется опыт работы. По словам одного из респондентов, «такая компания, как мы, должна быть на рынке не меньше 7 лет».

Для рынка архитектурно-строительного проектирования и инженерных изысканий очень

важны неформальные контакты внутри профессионального сообщества и инсайдерская информация об игроках рынка. Потенциал анализа репутации контрагентов по данным открытых источников оценивается невысоко, некоторые возможности в этой сфере недостаточно известны респондентам. Характерно высказывание одного из интервьюируемых: «Судебные дела вы можете проверить, если вы депутат либо представитель судебных органов (...) Не дается запрос о наличии судебных дел людям со стороны».

Респонденты также в целом считают, что статистика упоминаемости компании в СМИ является слишком «шумным» индикатором, т.к. зависит от многих внешних по отношению к компании факторов, а также может быть связана с негативными аспектами ее репутации. Один из респондентов также обратил внимание на феномен «заказных» публикаций: «Хотите, мы напишем про Вас в прессе? Хотим, и будет стоить столько-то денег».

Таким образом, с точки зрения участников рынка, наиболее надежными индикаторами квалификации и добросовестности лиц, осуществляющих архитектурно-строительное проектирование и инженерные изыскания, являются опыт работы на рынке и отсутствие проблем во взаимоотношениях с заказчиками. Формальные показатели квалификации и данные открытых источников вызывают у профессионального сообщества намного меньшее доверие, и им придается довольно малый вес. ■

