

**Ю.С. Фукалова**

**J.S. Fukalova**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет  
Perm National Research Polytechnic University

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ КУЛЬТУРУ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ПОЧТОВЫХ УСЛУГ  
НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО ФИЛИАЛА ФГУП «ПОЧТА РОССИИ»**

**THE CRITERIA OF THE ASSESSMENT CHARACTERIZING  
CULTURE OF BUSINESS IN THE SPHERE OF POST SERVICES  
ON THE EXAMPLE OF FEDERAL STATE UNITARY ENTERPRISE  
RUSSIAN POST THE PERM POST OFFICE**

Рассмотрено понятие культуры предпринимательства в сфере почтовых услуг. Выделены критерии оценки культуры предпринимательства для конкретного предприятия, на основе анализа которых рекомендуются мероприятия по улучшению сложившейся ситуации.

In article the concept of culture of business of the sphere of post services is considered. The allocated criteria of an assessment of culture of business for the concrete enterprise on the basis of which analysis actions for current situation improvement are recommended.

**Ключевые слова:** культура предпринимательства, критерии оценки, внешняя среда, внутренняя среда, почтовые услуги, предприятие.

**Keywords:** culture of business, criteria of an assessment, environment, internal environment, post services, enterprise.

Современный экономический рынок характеризуется принципиальными изменениями типов хозяйствования, прежде всего вызванных трансформационными процессами в экономике России. Под новые реформы государства попадают различные отрасли экономики, отрасль сферы услуг не является исключением. Главнейшим представителем сферы почтовых услуг является ФГУП «Почта России». В период с 2013 по 2023 г. Министерство связи и массовых коммуникаций задумало провести радикальную реформу «Почты России», причем государство выделяет на это более 500 млрд руб. Для выработки более совершенной программы реформирования почтовой связи необ-

ходимо детально охарактеризовать культуру предпринимательства на предприятии ФГУП «Почта России» на примере Управления федеральной почтовой связи Пермского края (далее – Пермский почтамт).

ФГУП «Почта России» работает в сфере услуг, основной вид деятельности – рассылка, доставка почтовой корреспонденции, оказание почтовых услуг. Сфера услуг – развивающаяся отрасль экономики. Классификация услуг по различным отраслям деятельности определяется принципом целевого назначения услуги. Так, почтовый комплекс представляет собой целостную хозяйственную систему, целью которой является предоставление услуг по перевозке и доставке почтовых отправлений, почтовых и денежных переводов. Сами же услуги почтовой связи – это продукт деятельности по приему, обработке, перевозке и доставке почтовых отправлений, почтовых и телеграфных переводов денежных средств [1]. При этом способ комбинирования указанных услуг определяет характер конкретных предприятий. Почтовый комплекс РФ как хозяйственная система обладает своим набором факторов производства, своей ресурсной базой и собственной инфраструктурой.

Для более точного определения направлений реформирования ФГУП «Почта России» необходимо провести анализ среды деятельности предприятия и выделить критерии, влияющие на развитие предприятия в целом, для выявления сильных и слабых сторон его экономической и социальной деятельности на основе определенных показателей.

В основе предпринимательских отношений лежит культура предпринимательства, которая базируется на ценностях общечеловеческой культуры и неразрывно связана с ней, что означает, что каждое предприятие (фирма) должно разрабатывать и принимать кодекс деловой предпринимательской культуры, где должны быть отражены отношение к законности, качеству оказываемых услуг и товаров, к финансовым и производственным обязательствам, к распространению деловой информации, к рабочим и служащим предприятия (фирмы). По мнению доктора экономических наук, профессора Л.С. Савченко, игнорирование культуры предпринимательства может привести к огромным потерям, которые оцениваются как 10–12 % ВВП [2].

Культура предпринимательства характеризуется прежде всего новаторством, нацеленностью на творческое развитие системы предложений и услуг на рынке. В связи с этим мы особо выделяем категорию культуры предоставления услуг. Данная культура не принадлежит полностью только экономической сфере, она выступает как социальный феномен, формируя контекст культуры общества в целом.

Предпринимательская культура складывается из внешней культуры общества и внутренней культуры предприятия (взаимоотношения внутри предприятия). Внешняя культурная среда является составной частью макросреды, которая оказывает влияние на поведение субъектов хозяйственной деятель-

ности, а внутренняя культурная среда относится к микросреде субъекта хозяйственной деятельности и имеет отношение как к самому предприятию (фирме), так и к партнерам, с которыми осуществляется взаимодействие.

Исходя из специфических особенностей исследуемого предприятия, можно установить систему взаимодействия следующих блоков критериев оценки (определены методом экспертных оценок и с помощью опроса руководителей и сотрудников Пермского почтамта).

1. Критерии внешней культурной среды деятельности предприятия, которые выражаются в отношении ко внешней среде (включает в себя общие факторы, которые напрямую не касаются краткосрочной деятельности фирмы, но могут влиять на ее долгосрочные решения).

2. Критерии внутренней культурной среды деятельности предприятия, которые характеризуют отношения внутри предприятия (включают все заинтересованные группы, которые находятся в зоне непосредственного влияния деятельности предприятия).

Для проведения оценки внешней предпринимательской культуры можно выделить следующие критерии:

– индекс Херфиндаля – Хиршмана, или конкурентоспособность фирмы в рыночной среде – отличия фирмы от ее конкурентов с точки зрения производителя и потребителя [3];

– индекс концентрации – характеризует долю нескольких крупнейших фирм в общем объеме рынка в процентах. Если индекс концентрации приближается к 100 %, то рынок характеризуется высокой степенью монополизации, если же процент немногим больше нуля, то его можно рассматривать как конкурентный;

– индекс предпринимательской уверенности на рынке – качественный показатель, позволяющий делать прогноз на предстоящий спрос на услуги и товары предприятия;

– индекс деловой активности – применяется в экономическом анализе видов деятельности, динамика которого отражает изменения в экономической конъюнктуре [4]. Предлагаемый индекс находится по методике построения диффузионных индексов. Характеризует деловой оптимизм представителей среднего и крупного бизнеса. В отличие от многих других индикаторов социально-экономической статистики, представляет собой субъективный показатель;

– индекс делового климата – характеризует состояние делового климата, считается одним из наиболее точных индикаторов текущего состояния предпринимательского сектора, так как включает в себя такие данные, как заказы, продукция, занятость, материально-производственные запасы, цены на экспорт и импорт;

– индекс качества обслуживания населения – характеризует качество обслуживания оказываемых услуг, определяется опросами потребителей.

Проведем более детальный анализ этих критериев и рассмотрим его в динамике с 2009 по 2013 г., по данным опросов руководителей и изменениям на рынке почтовой связи (рис. 1).

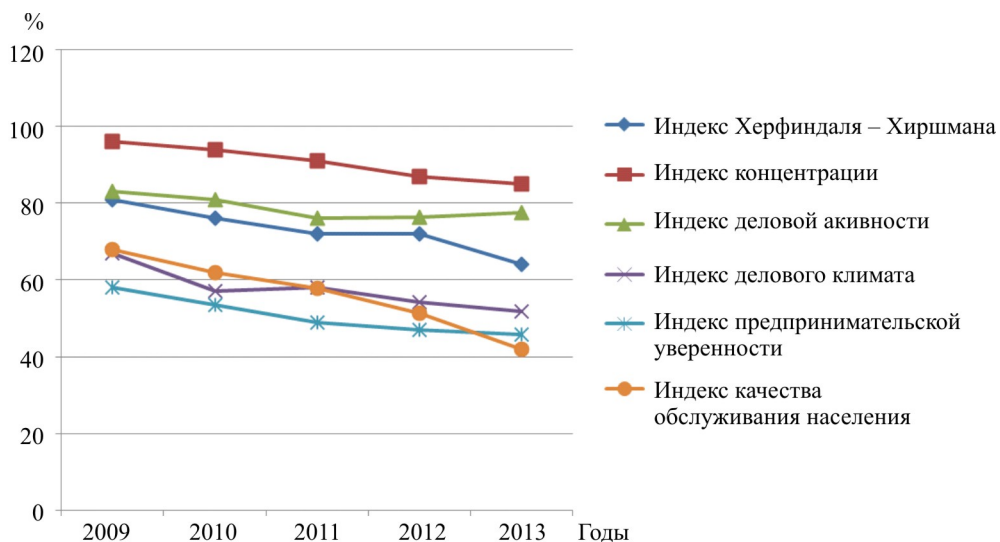


Рис. 1. Критерии оценки внешней предпринимательской культуры Пермского почтамта, 2009–2013 гг.

Таким образом, показатели критериев, характеризующих внутреннюю культурную среду деятельности предприятия, постепенно снижаются, что обусловлено тем, что появляются новые коммерческие предприятия по оказанию услуг почтовой связи – «Пони Экспресс», Компания «Сфера», ООО «Система Урал сервис», ООО «Эльф-91». Качество и быстрота обслуживания этих предприятий значительно превосходят характеристики услуг Пермского почтамта, поскольку эти предприятия имеют коммерческую цель – получение прибыли. Но при этом Пермский почтамт не сдает своих позиций окончательно, поскольку его основным клиентом является население с низким и средним уровнем дохода, а также пенсионеры.

Планируется, что общая выручка предприятия вырастет с 129 млрд (прогноз на 2013 г.) до 323 млрд руб. в 2023 г. За этот срок количество отправок и бандеролей вырастет на 103 %: рынок электронной торговли будет расти и достигнет 7 % от оборота розничной торговли в России. За счет рассылки прямой адресной рекламы «Почта России» в 2023 г. доставит 2 млрд писем, что на 38 % больше, чем в 2013 г. Выручка «Почты России» от почтовых отправок за 10 лет вырастет с 51 млрд до 210 млрд руб. Выручка от финансовых услуг в это же время будет расти слабее – с 48 млрд до 62 млрд руб. При этом базовый сценарий подразумевает также рост тарифов на поч-

товые отправления на 3–5 пунктов выше уровня инфляции. По этому сценарию расходы предприятия увеличатся со 135 до 322 млрд руб. [5].

При оценке внутренней среды культуры предпринимательства Пермского почтамта можно использовать такие критерии, как:

- текучесть кадров,
- выработка сотрудников,
- уровень образованности сотрудников,
- уровень заболеваемости сотрудников,
- уровень мотивированности сотрудников по отношению к работе,
- индекс социальной стабильности сотрудников,
- количество правонарушений при оказании услуг.

Проведем более детальный анализ этих критериев и рассмотрим его в динамике с 2009 по 2013 г., по аналитическим данным предприятия (рис. 2).

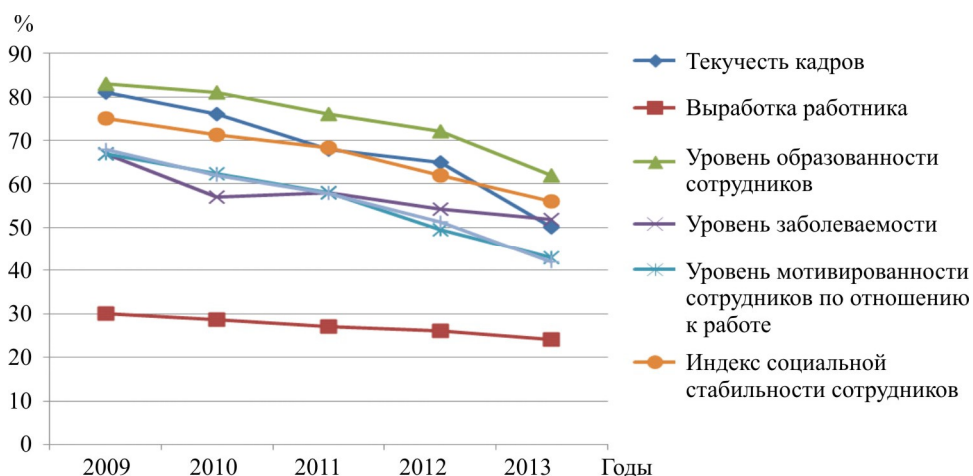


Рис. 2. Критерии оценки внутренней культуры предпринимательства Пермского почтамта, 2009–2013 гг.

Из рис. 2 следует, что критерии внутренней среды культуры предпринимательства Пермского почтамта с каждым годом характеризуются отрицательной динамикой: на предприятии культура предпринимательства снижается с каждым годом, особенно это проявляется в коэффициентах текучести кадров, уровне образованности сотрудников, индексе социальной стабильности, уровне мотивированности сотрудников по отношению к работе, при этом сотрудники предприятия ежегодно совершают правонарушения при оказании услуг почтовой связи.

Выделенные критерии оценки культуры предпринимательства, показывают, на что нужно обращать особое внимание предприятию. Сам анализ критериев культуры предпринимательства Пермского почтамта выявил дос-

таточное количество недостатков в работе предприятия, что говорит о том, что предприятию при реформировании необходимо в первую очередь уделить особое внимание культуре предпринимательства при осуществлении услуг почтовой связи. Можно рекомендовать следующие мероприятия для увеличения прибыли:

1. Разработать кодекс этического поведения внутри предприятия.
2. Регулярно проводить обучающие семинары сотрудников в области соблюдения культуры предпринимательских взаимоотношений.
3. Проводить регулярный мониторинг соблюдения предпринимательской культуры на предприятии.

И в дальнейшем при ведении цивилизованного бизнеса руководители предприятия должны моделировать свою деятельность, видеть горизонты деятельности своего предприятия, побуждать к работе и стимулировать работу сотрудников.

### **Список литературы**

1. Федеральный закон от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи» (ред. от 6.12.2011). Доступ через справ.-правовую систему «КонсультантПлюс».
2. Савченко Л.С. Культура предпринимательства в экономике страны // Экономика и управление. – 2012. – № 3. – С. 7.
3. Нуреев Р.М. Основы экономической теории: микроэкономика. – М.: Высшая школа, 1996. – 447 с.
4. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 2-е изд., перераб и доп. – М.: Институт новой экономики, 1997. – 864 с.
5. Официальный сайт ФГУП «Почта России» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.russianpost.ru> (дата обращения: 28.10.2013).

Получено 1.02.2014

**Фукалова Юлия Сергеевна** – магистр, ПНИПУ, e-mail: iulechka2009@yandex.ru.