

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО АУТСОРСИНГА

Аутсорсинг термин не новый, но особенно актуальный в условиях кризиса. Что делают предприятия во время кризиса? Сокращают издержки производства, расходы по ведению бизнеса, свертывают долгосрочные и дорогостоящие проекты. В первую очередь сокращаются расходы на рекламу, телефонию, социальные бонусы работникам, аренду помещения. Но как быть с расходами на бухгалтерское и налоговое обеспечение деятельности предприятия? Ведь вести бухгалтерский и налоговый учет необходимо ежедневно, невзирая на кризис, да и с государством «не поиграешь». Вот тут-то на помощь и приходит аутсорсинг.

Аутсорсинг дословно (с англ. яз.) внешний источник – передача организацией определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области. В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих разовый, случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг передаются функции по профессиональной поддержке на основе длительного контракта (не менее 1 года). Наличие бизнес-процесса является отличительной чертой аутсорсинга от различных других форм оказания услуг. Главный принцип аутсорсинга: «оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других».

В России наибольшее развитие получил аутсорсинг: бухгалтерский, кадровый, в сфере информационных технологий, обработки телефонных вызовов. Следует выделить некоторые особенности российского аутсорсинга.

1. Комплексность предоставляемых услуг – главная отличительная черта российского аутсорсинга. Если во всем мире компания–аутсорсер специализируется на одном виде деятельности, то в России и, в частности, на Урале компании–аутсорсеры предоставляют все возможные виды услуг. Так, наиболее развитые на Урале компании: Успешный Бизнес, ГК ВнешЭкономАудит, ЦСБ АСС, которые предоставляют своим клиентам одновременно и юридические, и бухгалтерские, и кадровые услуги, и оформление недвижимости, и ведение дел в суде. Сложившаяся ситуация не хороша, ведь чем больше дел, тем меньше уделяется внимания индивидуальным потребностям клиента. Компании–аутсорсеру необходимо заниматься тем, что получается у нее лучше всего, а дополнительные услуги пусть предоставляют специализированные компании.

2. Потребитель предоставляемых услуг – малый бизнес. Если на западе большая часть клиентов это крупный бизнес, то в России аутсорсингом чаще пользуются индивидуальные предприниматели, общества с ограниченной ответственностью, учрежденные одним (двумя) физическими лицами. Данный факт объясняется тем, что аутсорсинг в России только набирает обороты, а наиболее мобильным является малый бизнес. Следует отметить, что пользователями аутсорсинга в России и, в частности, на Урале являются малые и средние производственные предприятия. По результатам исследований, до 80% пользователей аутсорсинга на Урале – фирмы занимающиеся производством и продажей строительных материалов.

3. Разовость предоставления услуг. Чаще всего российские фирмы заключают годовые контракты с компаниями–аутсорсерами, а соглашения на выполнение разовой работы, например, сдача налоговой отчетности. И хотя по определению аутсорсинг – передача функций по профессиональной поддержке на основе длительного контракта (не менее 1 года), все же в условиях нестабильности как компании–аутсорсеры, так и компании–клиенты охотно предоставляют и пользуются разовыми услугами.

Несмотря на специфику, российский аутсорсинг набирает обороты. Да и кризис на рынок услуг воздействует опосредованно. Так что велика вероятность, что именно во время кризиса российский аутсорсинг завоеует популярность и продолжит ускоренное развитие.