

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Март-апрель 2007 года

№ 2 (2)

Издается с января 2007 года,
выходит один раз в два месяца

Редакционная коллегия
журнала «Современная конкуренция»

Главный редактор:

Новашина Татьяна Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент

Члены редколлегии:

Бандурин Александр Владимирович

доктор экономических наук

Гельвановский Михаил Иванович

доктор экономических наук

Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН

Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор

Разу Марк Львович

доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ

Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
Почетный работник высшего
профессионального образования

Сорокин Дмитрий Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор

Фатхутдинов Раис Ахметович

доктор экономических наук, профессор

Филиппов Альберт Владимирович

доктор психологических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ

Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук, профессор

СОДЕРЖАНИЕ

Хроника, события, факты

Новости бизнес-сообщества	5
Календарь мероприятий	9
Обзор литературы	11

Конкурентоспособная Россия (тема номера)

Глазьев С.

Государственная экономическая политика России в условиях глобальной конкуренции	14
--	----

Несмотря на видимое благополучие формальных макроэкономических показателей, развитие России в последние годы наталкивается на серьезные барьеры, возникшие вследствие проводившейся экономической политики. Конкурентоспособность российской экономики продолжает стремительно падать. Одна из причин этого — сотни миллиардов долларов сверхприбыли, полученные от экспорта природных ресурсов, использованы для ее модернизации недостаточно эффективно.

Редакция журнала публикует выдержки из доклада члена-корреспондента РАН, научного руководителя Национального института развития С. Ю. Глазьева, сделанного на научно-практической конференции «Стратегия социально-экономического развития России в условиях глобализации», посвященной 10-летию юбилею Национального института развития Отделения общественных наук Российской академии наук.

Зубов В.

Базовые принципы конкурентоспособности российской экономики	42
--	----

Россию ожидает беспрецедентный экономический рост. С таким прогнозом выступил крупнейший инвестиционный банк «Голдман Сакс». В исследовании экспертов говорится, что к 2027 году экономика России станет самой мощной в Европе, а объем российского внутреннего валового продукта достигнет трех триллионов долларов... Вместе с тем, по мнению ряда аналитиков — представителей бизнеса и власти, данный прогноз не снимает с повестки дня проблемы, решение которых с каждым годом становится все более острым... Прежде всего, это касается проблем обеспечения конкурентоспособности экономики России.

Кузнецова Е.

Конкурентные рыночные отношения и экономическая безопасность государства	50
---	----

В современных условиях основой национальной безопасности государства является безопасность экономическая, которая определяется, в частности, как способность национальной экономики обеспечивать благосостояние нации и стабильность внутреннего рынка независимо от действия внешних факторов. Система экономической безопасности считается эффективной, если негативное влияние извне нейтрализуется компенсирующими резервами страны, позволяя сохранить политическую и экономическую стабильность.

Сегодня Россия имеет значительные запасы традиционных ресурсов, играя важную роль в международной торговле нефтью и газом, но является ли это гарантией того, что наша является полноправным и конкурентоспособным участником мировых процессов? На чем основана экономическая безопасность российского государства?

Стратегия и тактика

Юданов А.

Конкурентные преимущества «честного» бизнеса	58
--	----

В бизнесе, как и в любом проявлении жизни, взаимоотношения между субъектами регулируются определенными нормами. Но формально выраженными правилами невозможно предусмотреть все многообразие ситуаций, которые возникают в конкурентной среде. Кроме законов писанных, существуют еще и «неписанные». Следование стандартам «честного» бизнеса зачастую оказывается одним из самых весомых конкурентных преимуществ.

История стратегического успеха 65

*По просьбе редакции журнала об истории стратегического успеха компании
рассказала генеральный директор Magram Market Research —
Мальхина Марина Александровна*

Вопросы теории

Аскинадзи В., Максимова В.

О роли предпринимательства в современной экономической теории 71

К феномену предпринимательства в последние годы приковано внимание представителей различных направлений экономической мысли: неоклассического, институционального, бехейвористского, эволюционного и др. Проводятся конференции, симпозиумы, создан консорциум по глобальному мониторингу предпринимательства, учреждена международная премия за исследования в области воздействия предпринимательства на экономическое развитие.

Факторы конкурентоспособности

Косорукова И.

Управление стоимостью бизнеса и его конкурентоспособность 81

В последнее десятилетие все большее влияние на конкурентоспособность бизнеса оказывает такой фактор, как его капитализация или рост рыночной стоимости компании. Не так давно, чтобы быть лидером, требовалось производить много и качественно, иметь доступ к административным и финансовым ресурсам. Теперь одним из аргументов, влияющих на успешный исход переговоров о возможном партнерстве, стратегических альянсах, привлечения инвестиций, является ответ на вопрос: «Какая у вас капитализация?». И если сегодня не начать управлять ростом стоимости своего бизнеса, завтра может получиться так, что управлять будет нечем.

При этом особое значение приобретает качество управления стоимостью бизнеса. Именно оно зачастую является определяющей предпосылкой успеха в современной конкурентной среде.

Мирзоян Н.

Управление стоимостью недвижимости 93

Словосочетание Value Based Management стало сегодня символом применения последних достижений в области управленческих технологий и самых современных инструментов финансового менеджмента, позволяющих эффективно планировать, контролировать и направлять действия организации на пути к достижению экономически оправданных целей. Если рассматривать недвижимость как наиболее долговечный товар из всех существующих и обеспечивающих надежность инвестиций, то грамотное и эффективное управление стоимостью недвижимостью является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности любого предприятия.

Ивлиева Н., Шишляев Д.

Стратегии управления нематериальными активами с целью повышения конкурентоспособности компании 110

Сегодня конкурентные преимущества компании во многом определяются тем, какими патентами, лицензиями, товарными знаками, репутацией она обладает. Ярким примером этого подхода является деятельность на рынке так называемых декапитализированных компаний нового типа, зачастую обладающих незначительным физическим капиталом и занимающихся управлением брэндом (торговой маркой). Нельзя не отметить и тот факт, что с развитием рыночной конкуренции котировки ценных бумаг все меньше ассоциируются с физической стоимостью той или иной компании и все больше с различного рода нематериальными активами этой компании (брэндом, гудвиллом и пр.).

Возможно, что именно поэтому в российской практике сегодня сложилось достаточно устойчивое мнение о том, что нематериальные активы являются одним из наиболее перспективных рычагов стратегического управления деятельностью компании.

Черепанов В.

Управление торговыми марками (брендами)

на основе стоимостного подхода 117

В условиях жесткой конкуренции даже перед компаниями, занимающими лидирующие позиции на рынке, возникает достаточно сложная задача удержания этих позиций. Использование традиционных способов, в частности, увеличения доли на рынке, снижения затрат в целях осуществления ценовой конкуренции и других, зачастую оказывается не достаточным. Сегодня все большее значение в качестве основного фактора успеха приобретает верность потребителей, их лояльность. В связи с этим, резко возрос интерес к управлению торговой маркой, оценке ее стоимости, использованию бренда как инструмента в конкурентной борьбе.

Лидерство

Суханов А.

Лидерство и претензии на лидерство

в предпринимательстве 122

Каждый предприниматель, как правило, рано или поздно задается вопросом какова конкурентная сила его соперника по бизнесу? Как конкурент будет использовать свой ресурсный потенциал в процессе противостояния? Каким образом можно предугадать эффективность ответных действий соперников? Конкурентные отношения с сильным соперником повышают для субъекта предпринимательства риск существенной потери доли рынка, а в худшем сценарии грозит ему уходом из бизнеса. Поэтому для раскрытия сущности процесса конкурентного соперничества между лидерами и претендентами на лидерство в предпринимательстве необходимо создание методов оценки конкурентных позиций субъектов предпринимательства по отношению друг к другу и определение основных характеристик лидеров и претендентов на лидерство в предпринимательстве.

Финансовые инструменты

Дун И.

Источники финансирования предприятия:

синдицированный кредит 134

Спрос на долгосрочные финансовые ресурсы со стороны российских предприятий и, в особенности, со стороны предприятий реального сектора экономики остается по-прежнему высоким. Однако в России сегодня нет банков, за исключением Сбербанка России и Внешторгбанка, которые смогли бы единолично кредитовать, к примеру, Транснефть или Газпром. Поэтому синдицированное финансирование, организуемое как зарубежными, так и отечественными банками, становится все более широко применяющимся финансовым инструментом, к которому вынуждены обращаться банки в интересах крупного клиента.

При этом основное отличие российской и зарубежной практики синдицированного кредитования состоит в том, что в России пока не сформировались четкие и признанные всеми участниками рынка подходы к ведению данного вида бизнеса. Тем не менее, несмотря на вышеперечисленные моменты, 2005-2006гг. характеризовались бурным развитием российского рынка синдицированного кредитования.

Анонс

Читайте в следующем номере 144

НОВОСТИ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА

Январь

Период адаптации крупного бизнеса к новым правилам игры на рынке после вступления в силу нового Закона «О защите конкуренции» подходит к концу. Уже к середине текущего года российская антимонопольная служба обещает пользоваться своими полномочиями более жестко и последовательно. У ФАС появились реальные рычаги воздействия на нарушителей. В частности, понятие о «коллективном доминировании» в законодательстве. По мнению Артемьева Ю.И., к жесткой и последовательной практике применения 135-го Федерального закона «О защите конкуренции» ФАС придет уже к середине 2007 года.

По новому законодательству ФАС прекращает контролировать 90% бизнеса. Под наблюдением ФАС остаются только крупные компании. Благодаря этому расследования дел станут более глубокими и всесторонними. У ФАС появляется больше возможностей не дать монополистам направлять «рогатки» на малый и средний бизнес.

Еврокомиссия оштрафовала 11 промышленных компаний более чем на 750 млн евро за картельный сговор на рынке электрооборудования, который имел место в течение 16 лет. Больше всех, около 400 млн евро, должен уплатить немецкий концерн *Siemens*, который уже выразил свое несогласие с этим решением и намерен подать апелляцию. Однако, по мнению экспертов, этот шаг не увенчается успехом.

По данным Еврокомиссии, картельный сговор имел место с 1988 по 2004 год и был связан с махинациями при торговле распределителями энергии. Эти устройства предназначены для переключения тока в электросетях высокого напряжения. Оштрафованные компании мошенничали при проведении конкурсов на поставку распределителей, договаривались о ценах, передавали друг другу контракты, а также обменивались конфиденциальной коммерческой информацией.

Банк Москвы официально объявил о том, что совместно с правительством Москвы и Московской страховой компанией стал инициатором создания ОАО «Столичная страховая группа» (ССГ). В него должны войти Московская страховая компания, компания «Стандарт-Резерв», Медицинская страховая компания «Солидарность для жизни». По замыслу авторов проекта, ССГ за очень короткое время должна войти в число лидеров, чему в первую очередь может способствовать формирование уставного капитала ССГ в объеме, превышающем 10 млрд руб., т.е. вполне достаточном для приобретения иных страховщиков, не входящих сейчас в холдинг. При этом правительство Москвы вместе с компаниями, подконтрольными Банку Москвы, будут владеть контрольным пакетом акций «Столичной страховой группы».

Акционерами «Столичной страховой группы», станут правительство Москвы, ЗАО «Финансовый ассистент» и ЗАО «Страховая группа», вопрос участия в проекте рассматривает и австрийская страховая группа *Wiener Städtische*.

Антимонопольное агентство Италии во вторник начало расследование дела о возможном сговоре по фиксированию цен на бензин на автозаправочных станциях страны. Среди компаний,

попавших под подозрение, фигурируют итальянский нефтегазовый концерн *Eni*, британско-голландский гигант *Royal Dutch Shell*, французская *Total* и американская *Exxon Mobil*. Расследование завершится к 31 марта 2008 г.

Международное рейтинговое агентство *Standand & Poor's* оценило среднесрочные перспективы российских банков. По мнению аналитиков агентства, банки с государственным участием усилят свое влияние в финансовом секторе, в то время как частные банки будут вытесняться, при этом угроза вытеснения заставит их рационализировать свою деятельность. Банкиры считают такую перспективу вполне реалистичной и предполагают, что лет через пять в России ведущую роль будут играть только банки с участием государства или иностранного капитала.

Экономика Европы на подъеме. Ее возрождение началось с экспорта и повлекло за собой приток новых инвестиций, создание рабочих мест и рост потребительских расходов. Средний уровень безработицы в Европе опустился в настоящее время до 7,7 %, став значительно ниже его пикового показателя, превысившего в 2004 году 9 %. Как следствие — возрастает и степень доверия потребителей.

Оживление в Европе имеет большое значение и для американской, и для глобальной экономики. Бывший министр финансов США Джон Сноу в опубликованной в газете *Handelsblatt* статье разъясняет, почему успех Европы является одновременно и успехом США, и выступает за создание единого трансатлантического рынка капитала. Джон Сноу уверен, что открытая конкуренция на финансовых рынках выгодна всем: она будет способствовать большей эффективности и Лондона, и Франкфурта, и Нью-Йорка. Когда экономическое оживление Европы способствует восстановлению равновесия мировой экономики, то одновременно это является и помощью Соединенным Штатам. Успех Европы — это успех Америки.

ОСАО «Ингосстрах» опубликовало у себя на сайте официальное заявление о том, что считает недопустимым использование собственного товарного знака новым игроком страхового рынка — «дочкой» финансовой группы *ING* «ИНГ Лайф».

В заявлении страховщика сказано, что он как обладатель исключительных прав на товарный знак «Ингосстрах *Ingosstrakh*» предостерегает от выхода на рынок страховых услуг «компаний, использующие в своих фирменных наименованиях элементы, сходные с обозначением указанного товарного знака». Данное сообщение один из лидеров российского страхового рынка выпустил в связи с тем, что ЗАО «Страховая компания «ИНГ Лайф»» обратилось в Федеральную службу страхового надзора с заявлением о предоставлении ему лицензии на страхование жизни. «Ингосстрах» «выражает опасения, связанные с введением потребителей страховых услуг в заблуждение относительно страховых организаций, оказывающих страховые услуги на территории РФ», говорится в сообщении российского страховщика.

Февраль

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) подготовила законопроект о распределении земельных участков под бензоколонки. Суть законопроекта состоит в том, чтобы в субъектах РФ и муниципальных образованиях ни одна компания, контролирующая значительную долю этого рынка, не могла получить новые земельные участки, если ей принадлежат более 35 процентов бензоколо-

нок данного региона, пояснил глава ФАС Игорь Артемьев. Он подчеркнул, что если участник рынка уже занимает 35-процентную долю или более, это ограничение его не будет касаться, однако он не сможет принимать участие в новых конкурсах на предоставление участков под АЗС. Как считают в ФАС, таким образом можно будет добиться демополизации розницы по нефтеторговле. Кроме того, данные поправки должны вывести на региональные рынки автозаправочных станций, как минимум, три конкурентные компании.

По мнению экспертов ФАС, сегодня сложившийся за последнее десятилетие территориальный принцип развития рынка поставок нефтепродуктов фактически привел к возникновению монополий в большинстве регионов страны и разделу рынка по территориальному принципу. Уровень экономической концентрации свидетельствует о его негативном влиянии на ситуацию с развитием конкуренции во многих субъектах РФ. По данным ФАС, 63 процента субъектов РФ находятся в зоне высококонцентрированных рынков поставок нефтепродуктов. То есть на этих рынках коэффициент концентрации CR-3 (рассчитывается как процент отношения объемов реализации нефтепродуктов первых трех компаний к общему объему поставок на рынок) превышает 70%.

ФАС России приняла решение о создании Экспертного совета по вопросам развития конкуренции в розничной торговле. В рамках работы Экспертного совета участники рынка совместно со специалистами антимонопольной службы обобщат имеющуюся практику работы и выработают рекомендации для торговых сетей по работе с поставщиками.

Решение явилось результатом проведенной ФАС работы. В конце 2006 года ФАС завершила первый этап проверки соблюдения антимонопольного законодательства при осуществлении расчетов торговых сетей с поставщиками продукции, а также при взаимодействии торговых сетей и поставщиков по договорам факторинга. Была проведена проверка деятельности ОАО «Торговый дом «Копейка»» и ООО «Метро Кеш Энд Керри» (г. Москва), а также ООО «Агроторг» (сеть магазинов «Пятерочка»), ООО «СПб О'Кей» (сеть магазинов «О'Кей») и ООО «Лента» (сеть магазинов «Лента» в г. Санкт-Петербург).

По итогам проверки специалисты ФАС России выявили некоторое несоответствие имеющейся практики нормам антимонопольного законодательства. После проведения ряда встреч и разъяснительной работы о необходимости соблюдения антимонопольного законодательства при организации розничной торговли руководителями указанных компаний выразили намерение уточнить практику договорных отношений с поставщиками продукции, в том числе исключив из договоров положения, которые могут привести к ограничению конкуренции и созданию дискриминационных условий доступа независимых товаропроизводителей к торговым сетям.

Минэкономразвития определило признаки аффилированных лиц. Согласно тексту документа, под это определение попадет любое физическое или юридическое лицо, имеющее возможность прямо или косвенно определять решения компании. К таковым относятся гендиректор предприятия и другие лица, осуществляющие полномочия единоличного исполнительного органа, владельцы преобладающей доли в уставном капитале, а также те, кто на основании договора с компанией может повлиять на мнение органов управления. Помимо очевидного круга связанных с компанией лиц к аффилированным могут быть причислены их родственники: супруги, родители, полнородные и сводные братья и сестры, усыновители и усыновленные, опекуны, попечители, если суд не докажет обратное.

Ведомство Грефа оставило открытым этот список, предоставив судам возможность дополнять его при рассмотрении конкретных дел. По мнению экспертов, отсутствие конкретной формулировки создаст риски для бизнеса — совершенные сделки могут признаваться недействительными.

* * *

Международное рейтинговое агентство *Moody's* присвоило Евразийскому банку развития (ЕАБР) долгосрочный рейтинг эмитента А3. В ноябре прошлого года ЕАБР уже получил кредитные рейтинги от *Fitch Ratings* и *Standard & Poor's* на уровне *BBB+*.

В России это первый банк, которому был присвоен столь высокий инвестиционный рейтинг. Полученный рейтинг банка выше, чем суверенные рейтинги Российской Федерации и Республики Казахстан (рейтинг *Moody's* — *Baa2*).

Столь высокий рейтинг можно также объяснить не только его довольно высокой капитализацией (общий уставный капитал банка равен 1,5 млрд долл.), но и тем, что в отличие от многих других международных банков развития у ЕАБР нет капитала, подлежащего к оплате по требованию. К тому же ЕАБР пользуется иммунитетом от судебного преследования и освобожден от уплаты налогов.

ЕАБР учрежден правительствами России и Казахстана в январе 2006 года для содействия развитию рыночной экономики государств-участников, их устойчивому экономическому росту и расширению взаимных торгово-экономических связей.

* * *

Пытаясь помешать появлению конкурента, немецкая биржа *Deutsche Boerse* намерена ко II кварталу 2007 г. значительно снизить комиссионные сборы за использование ее электронной системы торгов *Xetra Best*. Поводом к этому стала инициатива семи крупнейших инвестиционных банков мира под кодовым названием *Project Turquoise* (проект «Бирюза») по созданию в Европе альтернативной торговой площадки для совершения операций с ценными бумагами. Банки *Morgan Stanley*, *UBS*, *Deutsche Bank*, *Citigroup*, *Credit Suisse*, *Goldman Sachs* и *Merrill Lynch*, на долю которых приходится более половины оборота торговли акциями, намерены таким образом добиться снижения издержек при покупке и продаже акций.

Deutsche Boerse уже удалось один раз помешать появлению конкурента с помощью *Xetra Best*. В 2003 году *NASDAQ* попыталась совместно с *Commerzbank* и *Dresdner Bank* создать международную площадку *NASDAQ Deutschland*, однако эта площадка просуществовала всего три месяца.

* * *

Глава Министерства иностранных дел Сергей Лавров, выступая на конференции Российского союза промышленников и предпринимателей, рассказал собравшимся о дискриминации, которую испытывают по отношению к себе российские компании со стороны Запада. По его словам, основанным на данных «одной из европейских консалтинговых фирм», из-за дискриминационного отношения было сорвано около 13 сделок по слиянию либо по приобретению активов на общую сумму 50 млрд долларов. Это стало следствием того, что западный бизнес считает российские компании мощными конкурентами и не желает пускать на местный рынок. Министр при этом не назвал компании, пострадавшие от дискриминации со стороны западных органов власти, и сделки, которые сорвались по этой причине.

* * *

Японское правительство может изменить закон, согласно которому ни одна компания не может контролировать более 50% того или иного сегмента рынка. В прошлом году *Toyota* по оценке японских чиновников владела 45,6% автомобильного рынка в стране. И старый закон стал преградой на пути развития компании. Например, *Toyota* не может сейчас приобрести контрольный пакет акций компании *Subaru* (на данный момент *Toyota* владеет 8,7% акций *Fuji Heavy Industries*, которая и выпускает *Subaru*). Если закон будет изменен, то в этом случае *Toyota*, наверняка, сумеет поглотить *Fuji Heavy Industries*, ведь о таких планах руководство *Toyota* уже говорило не раз.

КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

Дата	Наименование, тема	Организатор	Место проведения	Телефон, факс, e-mail
СЕМИНАРЫ И КОНФЕРЕНЦИИ				
13–14 марта	Executive Coaching Conference Maximizing the Impact of Coaching	The Conference Board	Westin Chicago River North Chicago, IL	Phone: 212 759 0900 Fax: 212 980 7014 www.conference-board.org
18–19 марта	Российский экономический и финансовый форум в Швейцарии. Шестая сессия.	Органы законодательной и исполнительной власти России и Швейцарии, а также общественные организации и профессиональные объединения двух стран.	Цюрих, Швейцария, конференц- центр гостиницы «Мариотт»	www.orgkomitet.com
16–18 марта	Invest — The Trade Fair for Institutional and Private Investors — Международ- ная торговая финансовая выставка для инвестиционных корпораций и частных инвесторов	Negus Expo International	Германия, Штутгарт	Тел.: (495) 258-51-51, 258-51-82, 545-09-15, 545-09-16, 925-48-62 E-mail: negus@expoclub.ru
22–24 марта	II Бизнес-форум «Новый вектор роста в России: от низ- кой цены — к высокому качеству!» Лидеры рынка в совместном поиске прикладных решений развития ассорти- мента и доходности СТМ	BBPG Part of Expomedia Group Plc	Москва, Holiday Inn- Виноградово	Тел./факс: +7 (495) 781-11-34, 514-13-76 E-mail: iren@b2bpg.com
22–24 марта	Бизнес-форум «Рынок кейтеринга в России: правила жесткой борьбы в условиях экспансии ресторанных компаний». Эффектив- ные стратегии, операционные и мар- кетинговые технологии лидеров роста	BBPG Part of Expomedia Group Plc	Москва, Holiday Inn- Виноградово	Тел./факс: +7 (495) 781-1134, 514-1376 E-mail: iren@b2bpg.com
28 марта	Strategic E-HR Conference Maximizing the Value of HR through Technology	The Conference Board	Coronado Island Marriott – San Diego	Phone: 212 759 0900 Fax: 212 980 7014 www.conference-board.org
27–28 марта	2-я Всероссийская конференция «Уп- равление инвестиционными проекта- ми в строительстве»	Infor-Media Russia и газета «Известия»	Swissotel Красные Холмы	Тел.: +7 (495) 514-1374
03–04 апреля	4-я Всероссийская конференция из серии «Интеллектуальная собствен- ность»: защита авторских и смежных прав: актуальные вопросы	Infor-Media Russia	Holiday Inn MOSCOW-LESNAYA	Тел.: +7 (495) 514-1374
03–05 апреля	Alternative Investment Summit 2007 – Саммит по альтернативным инвестициям	Negus Экспо	Великобритания, Лондон	http://www.expoclub.ru/ Тел./факс: (095) 258-5181/82/83, 545-0915/16/17 E-mail: negus@expoclub.ru Шикова Мария Николаевна
03–05 апреля	VIII Международная научная конфе- ренция «Модернизация экономики и общественное развитие»	Государственный универ- ситет – Высшая школа экономики при учас- тии Всемирного банка и Международного ва- лютного фонда	Государственный университет — Высшая школа эко- номики	Заявки на участие в конференции без доклада можно направлять в ГУ-ВШЭ до 10 марта 2007 г. E-mail: interconf@hse.ru
05–06 апреля	4-я Конференция «Управление ком- мерческой недвижимостью»	Infor-Media Russia	Swissotel Krasnye Holmy	Тел.: +7 (495) 514-1374 http://www.cre-m.ru/

Дата	Наименование, тема	Организатор	Место проведения	Телефон, факс, e-mail
12–13 апреля	Six Sigma Leadership Conference Leveraging Lean and Traditional Six Sigma to Optimize Business Process Delivery	The Conference Board	Chicago, IL, The Drake Hotel	Phone: 212 759 0900 Fax: 212 980 7014 www.conference-board.org
20 апреля	Первая Всероссийская Конференция «Финансовые институты и бизнес: новые возможности»	Компания «Кредитный и Финансовый Консультант» и Ассоциация региональных банков России (Ассоциация «Россия»)	Санкт-Петербург, Россия RENAISSANCE Baltic Hotel.	По вопросам участия можно обратиться к Директору по связям с общественностью ООО «Кредитный и Финансовый Консультант», Егору Клопенко: E-Mail: press@cfa.su, тел.: +7 (812) 346-77-15.
17–20 апреля	Private Banking Asia 2007 — 2-я Международная конференция частных банков	Negus Expo International	Сингапур	(495) 258-51-51, 258-5182, 545-09-15, 545-0916, 925-4862, E-mail: negus@expoclub.ru
22–24 апреля	10-й Ежегодный российский экономический форум	Eventica в Москве	Лондон, Великобритания Конференц-центр Королевы Елизаветы II	sk@eventica.co.uk.
24–25 апреля	2-ая Всероссийская конференция «Правовое сопровождение растущего бизнеса. Реорганизация и сделки M&A»	Infor-Media Russia	Holiday Inn MOSCOW-LESNAYA	Тел.: +7 (495) 514-1374 Наталья Черняева: E-mail: chernyaeva@infor-media.org
03–05 мая	46th ACI World Congress 2007 — 46-й всемирный конгресс ассоциации специалистов финансовых рынков ACI	Negus Expo International	Канада, Монреаль	Тел.: (495) 258-5151, 258-5182, 545-0915, 545-0916, 925-4862 E-mail: negus@expoclub.ru
09–12 мая	Forecasting Financial Markets and Economic Decision-Making FindEcon 2007	Department of Econometrics University of Lodz	Conference Center of the University of Lodz	Phone: (+4842) 635 5248, (+4842) 635 5169 Fax: (+4842) 635 50 25
10–12 мая	Business Process Management and Controlling — Trends and Challenges	Tomas Bata University	Zlin, Czech Republic.	Dr David Tuček, HTUtucek@fame.utb.cz UTH Dr Roman Zámečník, HTUZamecnik@fame.utb.cz
16–18 мая	2-й Международный саммит «Аутсорсинг: стратегия эффективного управления и производства»	Infor-Media Russia	Москва, Россия «Марриотт Грандотель»	Тел.: +7 (495) 514-1374 Ольга Сидорова E-mail: sidorova@infor-media.ru
15–19 мая	2007 Workshop on Optimal Monetary Policy and Central Bank Communication	The Bernoulli Center for Economics and the KOF-Swiss Institute for Business Cycle Research at ETH Zurich	Switzerland, on the fascinating hill above Ascona TI called Monte Verita (Mountain of Truth).	E-mail: workshop2007@benomics.org
18–19 мая	2007 APJAE Symposium on Strategic Trade Theory and Economic Development	Department of Economics and Finance and Research Center for International Economics of City University of Hong Kong and College of Social Science of National Taiwan University	City University of Hong Kong	Email: chen.charlotte@cityu.edu.hk Phone: (852) 2788 9843 Fax: (852) 2788 8858
16–20 мая	17th International Conference — Entrepreneurship and Mobility in the Global Economy	The International Trade and Finance Association (IT&FA)	Florida, USA International University, Biscayne Bay Campus	Phone: (760) 768-5591 Fax: (760) 768-5592 E-mail: itfa@sdsu.edu

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Клиенты на всю жизнь

Сьюэлл К., Браун П./Пер. с англ. М. Иванова, М. Фербера. — М.: Изд. «Манн, Иванов и Фарбер», 2007.

Карл Сьюэлл — успешный бизнесмен, которому удалось поднять продажи до невиданных высот благодаря привлечению и удержанию покупателей. Его книга является практическим руководством по работе с клиентами (а попутно и по организации работы предприятия, маркетингу и мерчендайзингу). Сьюэлл рекомендует всем делать ставку на постоянных клиентов, поскольку настрой на разовые продажи делает бизнес неустойчивым. И убедительно доказывает: чтобы удержать клиента, необходимо пересмотреть свои взгляды не только на обслуживание как таковое, но и на организацию работы, оплату труда, чистоту помещений, дизайн ландшафта и многие другие мелочи.

Книга будет полезна как тем, кто только начинает свой бизнес, так и тем, кто ищет пути его дальнейшего расширения.

Психология лжи в бизнесе:

Дурная бесконечность.

Мотивы, цели, способы и результаты бизнес-мошенничества.

Тарасов А. Н. — М.: Изд. «Книжный мир», 2007.

В книге исследована психология бизнес-мошенничества в четкой последовательности: мотивы, цели, способы и результаты. Автор дает научно-обоснованные ответы на вопросы: почему бизнесмены лгут и как иллюзия безнаказанности мотивирует мошенничество?

Анализ психоаналитического подхода к мотивации лжи в книге дополнен оригинальной идеей автора о подавленной честности как источнике неврозов. Впервые исследован психологический смысл опасности словосочетания «бизнес — это война», показана психологическая сущность бизнес-войн как концентрированное выражение жадности. В книге исследованы психологические особенности современных бизнес-войн, стиль общения мошенника в стрессовой ситуации. По-новому представлены феноменология лжи в промышленном шпионаже, психологические особенности субъекта и объекта промышленного шпионажа, психологическая защита лжи, модели доверия и недоверия в феноменологии лжи.

Автор широко использовал зарубежные и отечественные информационные материалы, а также личный опыт работы руководителем кадровых служб российских компаний и представительств зарубежных фирм.

Для предпринимателей, менеджеров, психологов, преподавателей и студентов вузов.

Экономика для топ-менеджеров: бизнес-курс MBA

Филип К. Й. Янг. — М.: Омега-Л, 2007.

В книге излагается курс экономической теории, ориентированный прежде всего на менеджеров. Авторы не стремятся использовать сложный математический аппарат. Их цель — показать практическое применение микро- и макроэкономики при принятии деловых решений. Главы учебника сопровождаются научными комментариями, написанными преподавателями ГУ ВШЭ, в которых рассматривается возможность

применения тех или иных западных экономических моделей в условиях российской действительности.

Книга будет полезна отечественным менеджерам, студентам вузов, преподавателям и всем тем, кто интересуется проблемами современной экономической теории.

Основы маркетинга

Брассингтон Ф., Петтитт С./Пер. с англ. О.В. Теплых/Под науч. ред. Е.Е. Козлова. — Днепропетровск, Изд. «Баланс Бмзнес Букс», 2007.

Книга является сокращенной версией бестселлера Брассингтона и Петтитта «Принципы маркетинга» (Principles of Marketing). Сочетающая в себе все лучшее из теории и практики книга «Основы маркетинга» представляет собой единственно возможный выбор для ищущих современного и актуального краткого введения в эту дисциплину. Это издание специально разработано для сокращенных учебных программ и интенсивных курсов и содержит основные понятия и методы маркетинга. «Основы маркетинга» так же ясны и академически строги, как и все книги Френсиса Брассингтона и Стивена Петтитта, и сохраняют все классические черты полной версии.

Книга предназначена руководителям организаций, менеджерам, преподавателям и студентам, а также всем, кто интересуется проблемами маркетинга.

Конкурентная разведка. Маркетинг рисков и возможностей.
Ющук Е.Л. — М.: Изд. «Библиотечка «Вершина»», 2006.

В мире современного бизнеса любому предприятию или предпринимателю, желающему преуспеть, необходимо не только производить и продвигать продукт, но и отслеживать текущие изменения в конкурентной среде, то есть собирать информацию. Эти задачи в первую очередь решает служба конкурентной разведки. В книге вы найдете ответы на вопросы, какие методы сбора информации существуют, как и где их эффективнее применять и при этом избежать лишних затрат и не выйти за рамки закона. Вы научитесь быстро и качественно подбирать важную информацию о конкурентах, а также защищать себя от посягательств «нечистых на руку» соперников, использующих нелегальные методы.

Книга предназначена для всех предпринимателей-практиков, работающих в условиях российского рынка.

Будущее конкуренции.

Создание уникальной ценности вместе с потребителями
Прахалад К.К., Рамасвами В. — М.: Изд. «Олимп-Бизнес», 2006.

Книга затрагивает проблемы, с которыми в недалеком будущем придется столкнуться всем бизнесменам. Создается впечатление, что чем шире ассортимент продуктов и услуг, тем труднее сегодня угодить потребителю. Что же говорить о завтрашнем дне? Авторы, одни из самых передовых современных ученых, занимающихся вопросами перспектив развития стратегии продаж, считают, что в конкурентной борьбе победят те компании, которые примут новую концепцию ценности, то есть научатся создавать ценность вместе с потребителями. На многочисленных примерах реальных компаний, открывающих новые методы работы, они доказывают справедливость этой концепции.

Книга адресована предпринимателям, управляющим компаниями, менеджерам по продажам и другим руководителям высшего звена.

**Первоклассный сервис как конкурентное преимущество
Шоул Дж. — М.: Изд. «Альпина Бизнес Букс», 2006.**

Джон Шоул известен как гуру культуры обслуживания. У него совершенно уникальный взгляд на обслуживание клиентов. Он считает, что способность компании зарабатывать деньги зависит от впечатления, которое все сотрудники производят на клиентов. Это впечатление создается качеством и эффективностью продукта или услуги, которые продает компания, точностью, надежностью и быстротой обслуживания, а также отношением к клиенту.

Прочитав эту книгу, руководители, менеджеры высшего и среднего звена узнают, как мотивировать сотрудников предоставлять сервис высочайшего уровня, что позволит повысить прибыльность компании, увеличить долю рынка, завоевать лояльность клиентов. Признанные лидеры рынка и чемпионы сервиса могут использовать эту книгу, чтобы сделать культуру обслуживания стратегией компании. Множество интересных идей найдут и предприниматели, желающие обеспечить рост своего бизнеса за счет повышения уровня сервиса. На конкретных примерах Джон Шоул доказывает, что сервис — стратегия столь же мощная, как маркетинг, и столь же эффективная, как высококачественный продукт. Курс на первоклассный сервис — стратегия интернациональная, применимая в любой стране. Примеры плохого сервиса существуют в странах с давними рыночными традициями, и автор приводит примеры краха крупных компаний именно из-за недостаточной приверженности идее первоклассного сервиса.

**18 непреложных законов корпоративной репутации. Создание,
защита и восстановление вашего самого ценного актива
Олсон Р. Д./Пер. с англ. — М.: Изд. «Библиотечка «Вершина»», 2006.**

В любой сфере бизнеса доброе имя приносит ощутимые материальные дивиденды: уважаемые компании добиваются лучших результатов. Репутационный менеджмент становится все более востребованным. Растет и потребность в литературе, которая поможет деловым людям научиться создавать и сохранять личную и корпоративную репутацию.

В книге подробно и доходчиво объясняется, что такое репутация и почему так важно ее пестовать; каковы цели и задачи репутационного менеджмента; как строится работа «ответственного за корпоративную репутацию» и т.д. Все выводы и примеры из жизни корпоративной Америки подкреплены социологическими и статистическими данными.

Книга адресована руководителям и топ-менеджерам компаний, работникам консалтинговых, рекламных и PR-служб.

УДК 338.24

С.Ю. Глазьев, член-корреспондент РАН,
научный руководитель Национального института развития

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Несмотря на видимое благополучие формальных макроэкономических показателей, развитие России в последние годы наталкивается на серьезные барьеры, возникшие вследствие проводившейся экономической политики. Конкурентоспособность российской экономики продолжает стремительно падать. Одна из причин этого — сотни миллиардов долларов сверхприбыли, полученные от экспорта природных ресурсов, использованы для ее модернизации недостаточно эффективно.

Редакция журнала публикует выдержки из доклада члена-корреспондента РАН, научного руководителя Национального института развития С.Ю. Глазьева, сделанного на научно-практической конференции «Стратегия социально-экономического развития России в условиях глобализации», посвященной 10-летию юбилею Национального института развития Отделения общественных наук Российской академии наук.

Несмотря на происходящее в последние годы заметное оживление экономики, ее общее состояние определяется последствиями предшествующего продолжительного и резкого падения

производства и инвестиций. К 1998 году уровень производства в России сократился по сравнению с 1990 годом на 42,5%, а инвестиции в основной капитал — на 79%. Хотя с 1999 года наблюдается устойчивый

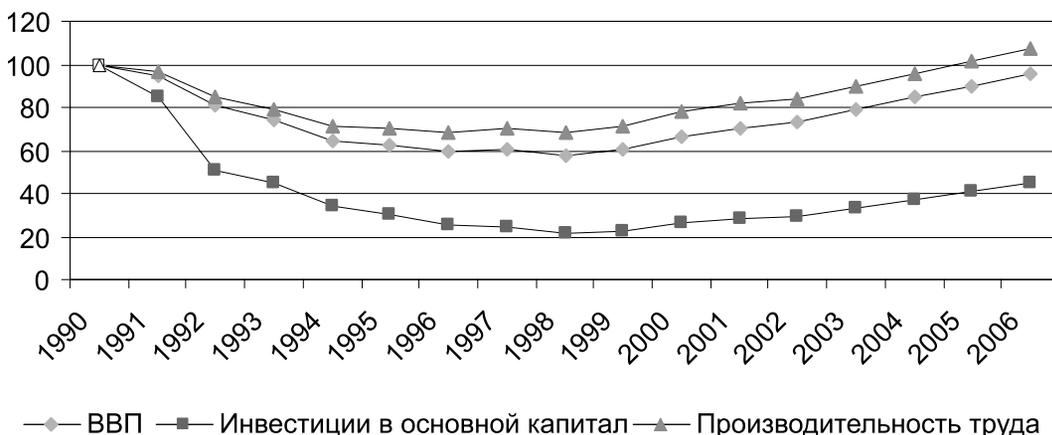
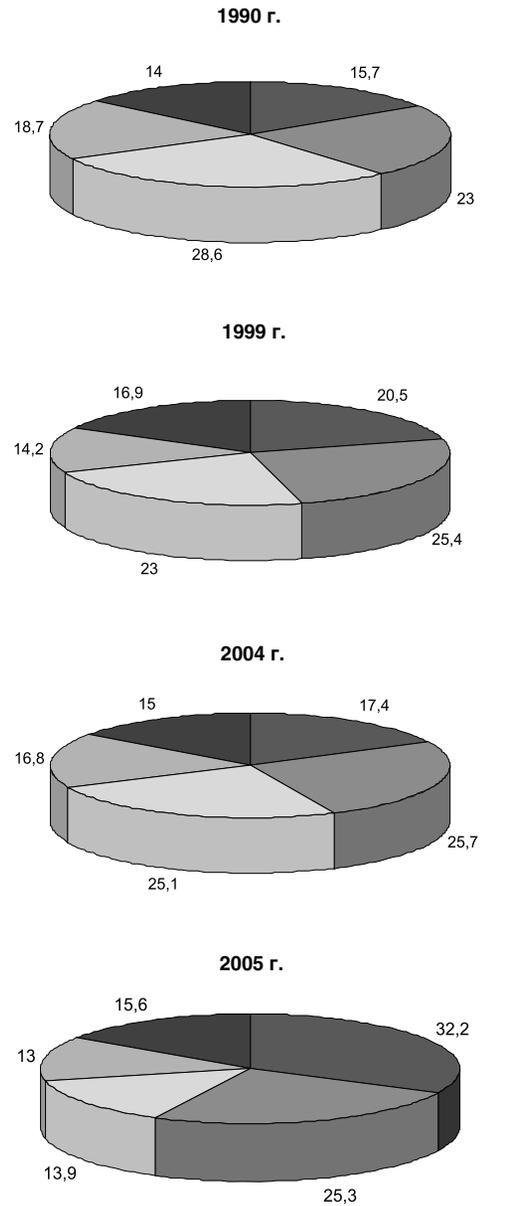


Рис. 1. Темпы роста основных экономических показателей (в % к 1990 г.)

рост ВВП, сегодня он едва дотягивает до дореформенного уровня¹ (рис. 1) и остается меньше, чем в любой «восьмерке», вдвое меньше, чем в Индии и вчетверо меньше, чем в Китае. При этом существенно ухудшилась структура производства — в отличие от других успешно развивающихся стран, наращивавших производство с высокой добавленной стоимостью, в России увеличение ВВП обеспечивалось главным образом экспортом энергоносителей и ростом торговли. В структуре промышленного производства устойчиво растет доля топливно-энергетического и химико-металлургического комплексов при сокращении доли машиностроения² (рис. 2). Отрасли с высокой добавленной стоимостью продолжали деградировать. Наибольшие разрушения произошли в наукоемкой промышленности, инвестиционном и сельскохозяйственном машиностроении, в легкой промышленности и производстве промышленных товаров народного потребления, где уровень производства упал во много раз, а также в отраслевой науке.

Падение объемов производства пока не сопровождалось столь же масштабным выбытием основных фондов. Вместе с тем вследствие пятикратного сокращения производственных инвестиций степень износа этих фондов превышает 50%³ (табл. 1), при этом коэффициент обновления составляет менее 2%, что влечет нарастающее технологическое отставание российской экономики. Средний возраст оборудования со-



- ТЭК
- Химико-металлургический комплекс
- Машиностроение и металлообработка и промышленность строительных материала
- Легкая, пищевая промышленность
- Прочие

Рис. 2. Структура промышленного производства (в процентах)

¹ Российский статистический ежегодник. 2003.: Стат. сб./Росстат. — М., 2003. С. 30-31; Российский статистический ежегодник. 2005.: Стат. сб./Росстат. — М., 2005. С. 149, 323, 661; Прогноз социально-экономического развития РФ на 2007 год. С. 203.

² Промышленность России. Стат. сб./Росстат. — М., 2000. С. 97; Промышленность России 2005. Стат. сб./Росстат. — М., 2006. С. 128; Россия в цифрах. 2005. Крат. стат. сб./Росстат. — М., 2005. С. 372-372.

³ Российский статистический ежегодник. 2005. Стат. сб./Росстат. — М., 2005. С. 391; Промышленность России 2005. Стат. сб./Росстат. — М., 2006. С. 124.

Таблица 1

**Степень износа и коэффициенты обновления основных фондов
по отраслям промышленности**

Отрасль промышленности	Степень износа, %				Коэффициент обновления, %		
	1990	1999	2004	2005	1990	1999	2004
Добывающие отрасли	46,7	43,7	50,7	51,1	8,1	1,6	2,8
Нефтеперерабатывающая промышленность	-	59,8	43,1	41,5	3,0	1,2	4,4
Электроэнергетика	40,6	50,4	57,8	56,4	6,9	1,1	1,7
Черная и цветная металлургия	46,3	52,6	46,2	46,4	6,4	1,5	2,4
Химическая и нефтехими- ческая промышленность	56,3	60,9	53,7	51,3	4,1	0,6	1,2
Машиностроение и метал- лообработка	47,5	53,3	52,5	51,2	6,6	0,6	1,0
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность	48,3	51,6	43,1	40,9	6,8	1,1	2,2
Легкая промышленность	40,2	55,7	48,2	47,8	8,4	0,3	0,5
Промышленность строи- тельных материалов	42,1	54,2	47,2	44,3	5,4	0,8	2,1
Пищевая промышленность	40,7	39,9	33,5	35,0	7,4	3,1	3,3
Вся промышленность	46,4	51,9	51,4	50,6	6,9	1,1	1,9

ставляет более 20 лет⁴ (рис. 3, 4) и вдвое превышает соответствующий показатель, зафиксированный в развитых странах.

В отсутствие сколько-нибудь выраженной инвестиционной и структурной политики государства технологические сдвиги в российской экономике приобрели явно регрессивный характер и выразились в быстрой деградации ее технологической структуры. При этом наиболее серьезный регресс охватил самые современные производства и, на фоне продолжающегося в мире НТП, выразился в откате России еще

на 15 лет — в дополнение к 10-25-летнему отставанию советской экономики по отношению к передовому техническому уровню⁵. Большинство производств готовой продукции, замыкающих воспроизводственный контур современного технологического уклада, практически свернуто. Сокращение их производства намного превышает спад производства других видов продукции; произошло практически полное их вытеснение с внутреннего рынка импортными аналогами. Доля современного технологического уклада в структуре производства маши-

⁴ Промышленность России 2005. Стат. сб./Росстат. — М., 2006. С. 128.

⁵ Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. — М.: ВладДар, 1993.

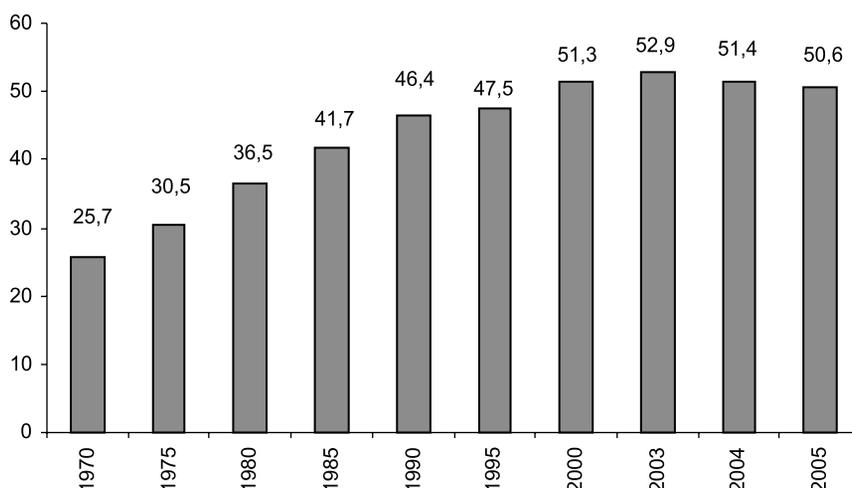


Рис. 3. Степень износа основных фондов по отраслям промышленности (в%)

ностроительной продукции сократилась с 33% в 1992 году до 21% в 1998 году⁶. Начавшийся после дефолта 1998 года подь-

ной части ВПК и информационных технологий они продолжали деградировать. Стремительное разрушение современного тех-

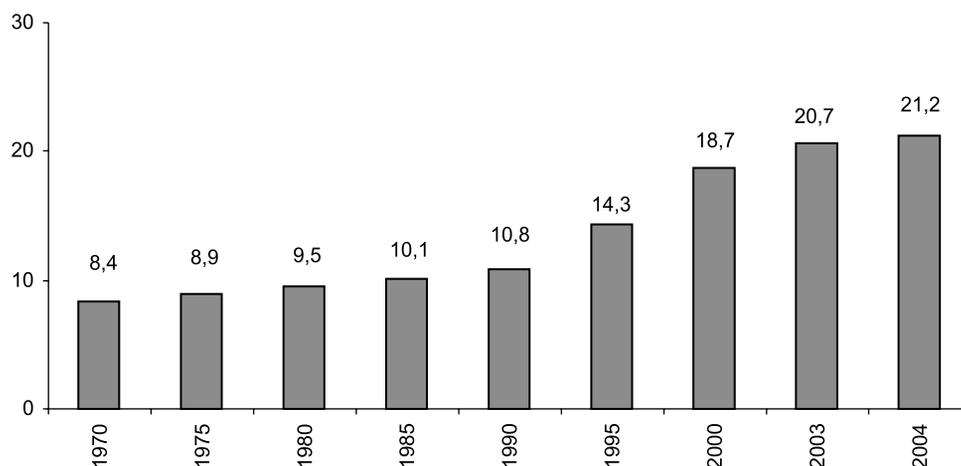


Рис. 4. Возрастная структура производственного оборудования в промышленности (в%)

ем практически не затронул производства современного технологического уклада. За исключением экспортно-ориентирован-

нологического уклада означает разрушение технологической основы устойчивого экономического роста, закрепление отсталости российской экономики.

Из теории известно, что структурный экономический кризис преодолевается внедрением технологий, создающих новые производственные возможности, освоение которых обеспечивает прорыв в повыше-

⁶ Борисов В.Н. Машиностроительный комплекс в воспроизводственном процессе: методология и инструментальный анализа и прогнозирования: Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. — М., 2001.

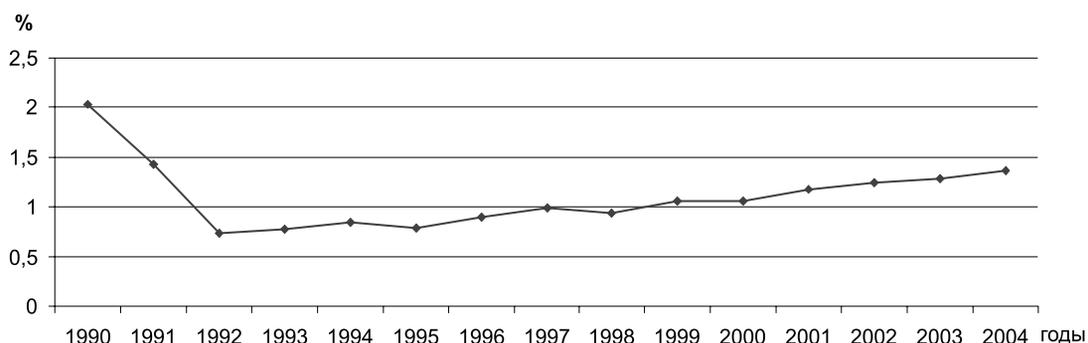


Рис. 5. Внутренние затраты на исследования и разработки (в % к ВВП)

нии эффективности экономики и переход к новому этапу ее роста. При нормальном течении кризиса сокращение экономической активности не затрагивает перспективных производств нового технологического уклада, имеющих потенциал роста и способных стать «локомотивами» будущего экономического развития страны. Наоборот, в это время на фоне общего спада наблюдаются рост производства принципиально новых товаров, подъем инвестиционной и инновационной активности в перспективных направлениях. Происходит «созидательное разрушение»⁷ сложившейся технологической структуры, ее модернизация на основе расширения нового технологического уклада, что создает новые возможности для экономического роста. При этом происходит переток капитала из устаревших производств в новые, так как продолжение инвестиций в сложившихся направлениях оказывается более рискованным, чем инвестиции в нововведения⁸.

Экономический кризис в России кардинально отличается от классического механизма обновления народного хозяйства. Спад производства в высокотехнологичных отраслях оказался намного больше среднего по промышленности. При этом спад

производства тем больше, чем выше технический уровень отрасли. Резко снизилась инновационная активность предприятий. Если в конце 80-х годов доля промышленных предприятий, ведущих разработку и внедрение нововведений в СССР, составляла около 2/3, то после радикальных реформ, по данным Госкомстата, к 2002 году она снизилась до 9,8% (в развитых странах эта доля превышает 70%)⁹. Интенсивность инновационной деятельности в обрабатывающей промышленности упала до 1%¹⁰. Производительность труда (по ВВП) снизилась в 1998 году на треть по сравнению с 1990 годом. В 2005 году уровень 1990 года был несколько превышен благодаря росту ВВП, порожденному высокими мировыми ценами на углеводороды. Однако это повышение эфемерно и будет утрачено в результате либо очередного обвала цен на нефть, либо поэтапного повышения внутренних цен на энергоносители до уровня мировых под давлением стран Запада.

Самые серьезные разрушения произошли в научно-техническом потенциале страны, который является главным

⁷ Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982.

⁸ Kleinknecht A. *Long Waves, Depression and Innovation II De Economist*. 1986. № 1.

⁹ Инновационный путь развития для новой России/Отв. ред. В.П. Горегляд; Центр социально-экономических проблем федерализма Института экономики РАН. — М.: Наука, 2005.

¹⁰ Голиченко О.Г. Национальная инновационная система России: состояние и пути развития. — М.: Наука, 2006.

источником современного экономического роста. Объем научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок сократился на порядок, снизившись втрое по отношению к ВВП¹¹ (рис. 5), что повлекло за собой резкое снижение конкурентоспособности национальной экономики и утрату значительной части потенциала экономического роста. Учитывая, что на долю научно-технического прогресса в современных условиях приходится подавляющая часть прироста национального дохода, деградация научно-технического потенциала страны ведет к необратимой утрате возможностей будущего социально-экономического развития. Дальнейшее снижение конкурентоспособности российской экономики предопределяется профилем

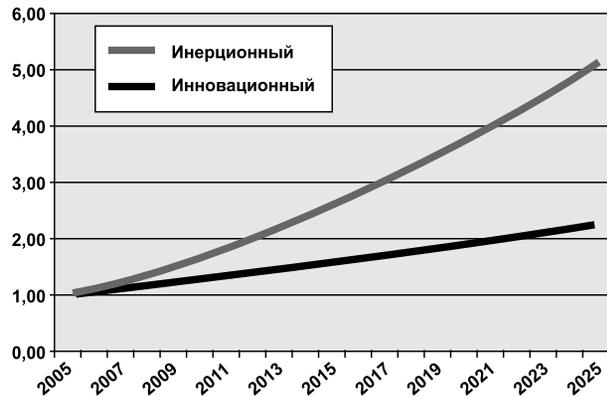


Рис. 6. Инвестиции в основной капитал, %¹²

ее инновационной системы — по всем показателям инновационной активности она существенно отстает от развитых стран (рис. 6, 7).

Технологическое отставание российской экономики наглядно проявляется в

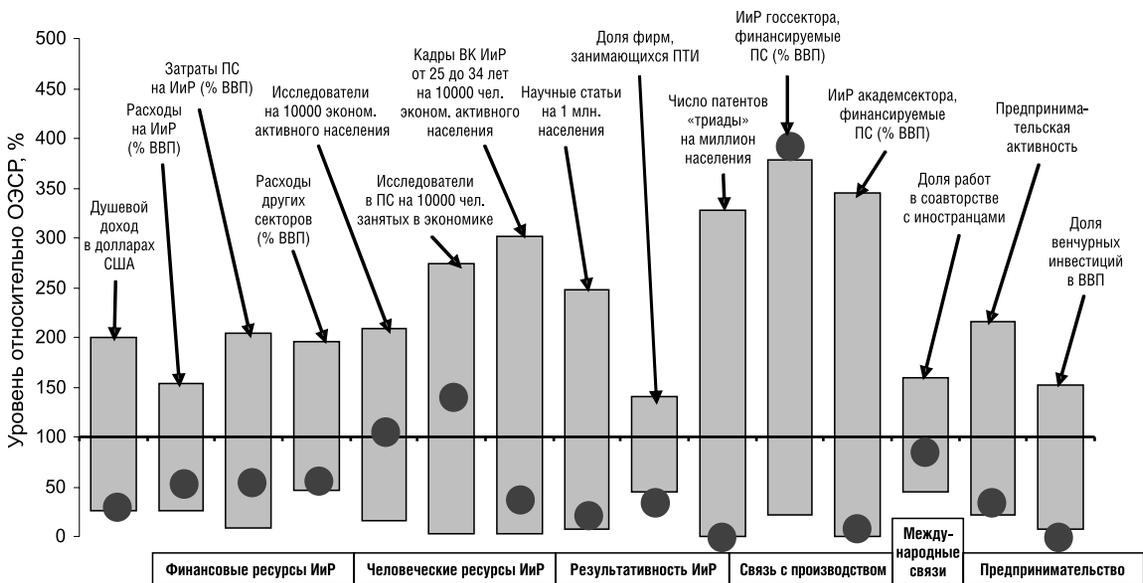


Рис. 7. Профиль национальной инновационной системы России¹³

¹¹ Российский статистический ежегодник. 2005. Стат. сб./Росстат. — М., 2005. С. 593; Россия в цифрах. 2006. Крат. стат. сб./Росстат. — М., 2006. С. 312.

¹² Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН.

¹³ Голиченко О.Г. Национальная инновационная система России. — М., 2006. С. 32.

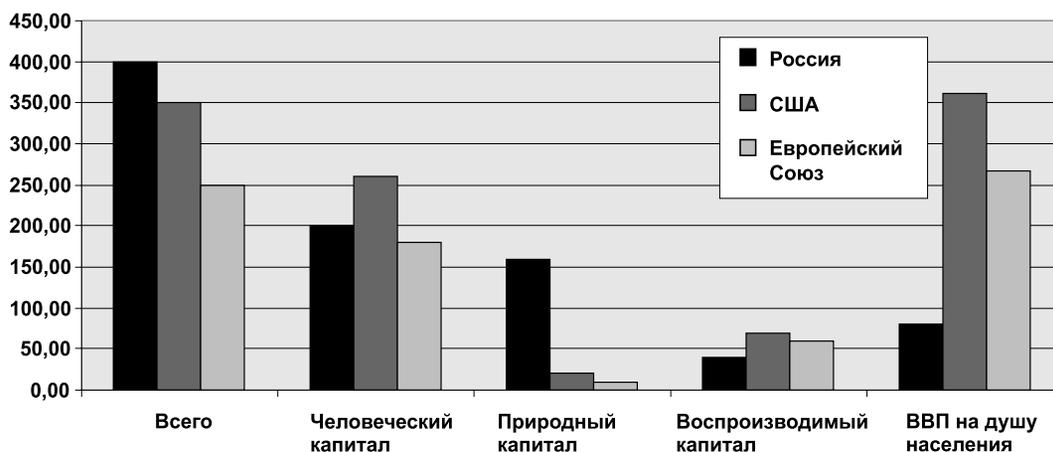


Рис. 8. Национальное богатство (тыс. долл. США) и ВВП на душу населения

структуре национального богатства. Если по величине всего национального богатства на душу населения Россия лидирует в мире, то по величине воспроизводимого капитала на душу населения она существенно отстает от США и ЕС, а по среднедушевому уровню производства многократно уступает развитым странам¹⁴ (рис. 8).

Таким образом, в кризисе российской экономики мы наблюдаем явную патологию, характеризующуюся хаотическим распадом экономической системы, ее деградацией и примитивизацией. Кризис не привел к обновлению производства на передовой технологической основе. Начавшийся после банкротства государственной финансовой системы подъем обеспечивается главным образом конъюнктурными факторами и проходит на старой технологической основе, которая продолжает деградировать. Экономика распалась на относительно благополучный экспортно-ориентированный сырьевой сектор и сужающийся под давлением импорта внутренний сектор, который все больше отстает в технологическом и институциональном отношениях от зару-

бежных конкурентов и разрушается. При этом воспроизводственный контур первого все более замыкается на мировой рынок, изолируясь от внутреннего. В результате доходы от экспорта сырья и энергоносителей остаются за рубежом, лишь в незначительной степени трансформируясь в спрос на отечественную продукцию. Вклад повышения внутренней конкурентоспособности в прирост ВВП постоянно падает, снизившись с 5,9% в 1999 году до 2,1% в 2004 году, в то время как вклад роста экспорта вырос, соответственно, с 0,5% до 5,1%¹⁵. Согласно прогнозу правительства снижение значения внутренних факторов экономического роста продолжалось и в прошлом году, тогда как вклад увеличения цен на нефть продолжал нарастать¹⁶. Российская экономика становится все более примитивной, беря на себя функции сырьевого придатка Евросоюза и Китая и лишаясь механизмов самостоятельного воспроизводства.

¹⁵ Белоусов А.Р. Долгосрочные тренды российской экономики. Сценарии экономического развития России до 2020г. — М.: Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, 2005.

¹⁶ Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2007 год.

¹⁴ Россия 2015: оптимистический сценарий/Под ред. Л.И. Абалкина. — М., 1999.

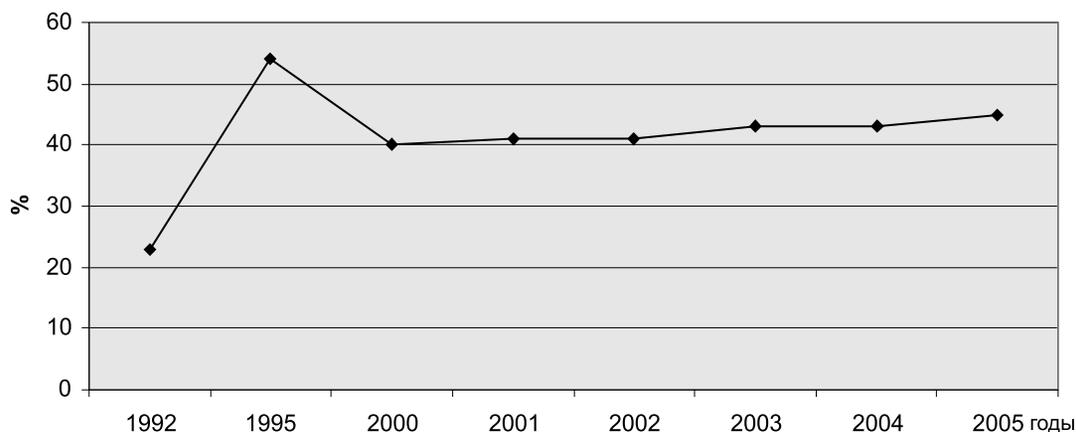


Рис. 9. Доля импорта в структуре товарных ресурсов розничной торговли (в %)

Дезинтеграция экономики усиливается в процессе воспроизводства сложившихся контуров перераспределения добавленной стоимости между секторами. По имеющимся оценкам, через «ножницы цен» и заниженный курс национальной валюты внутренне ориентированный сектор передает экспортно-ориентированному сектору и торговле большую часть создаваемой им добавленной стоимости¹⁷. В свою очередь, денежные власти изымают из экспортно-ориентированного сектора около 6% ВВП в Стабилизационный фонд, размещая его за рубежом. Более чем пятикратное превышение нормы прибыли в экспортно-ориентированном секторе по сравнению с внутренне ориентированным¹⁸ постоянно воспроизводит и усиливает их разрыв, отражаясь в более чем двукратном различии в интенсивности обновления основных фондов, возможностях привлечения трудовых ресурсов и инвестиций.

При сложившихся ценовых пропорциях и масштабах вывоза капитала за рубеж внутренне ориентированный сектор будет продолжать деградировать, субсидируя экспорт и — опосредовано — вывоз

капитала, пока его возможности генерирования энергии и трудовых затрат не будут исчерпаны. По мере деградации внутренне ориентированного сектора будут уменьшаться и перетоки создаваемой им добавленной стоимости и, соответственно, падать темпы экономического роста (до 2-4% прироста ВВП к 2010 г.). Неизбежное в этом случае резкое сужение возможностей воспроизводства экономического потенциала повлечет его резкое же сжатие вследствие массового выбытия устаревших основных фондов во внутренне ориентированном секторе и социальной сфере. В результате российская экономика попадет в сырьевую ловушку и окажется на периферии мирового хозяйства. Это будет означать стагнацию низкого уровня жизни большинства населения, две трети которого будут лишены перспективы самореализации и получения высоких доходов.

Под давлением притока нефтедолларов повышается обменный курс рубля, что снижает и без того неудовлетворительную конкурентоспособность отечественных товаров, которые все более замещаются дешевеющим импортом. Прирост последнего намного превышает прирост производства отечественных товаров, вследствие чего постоянно растет доля импорта в структу-

¹⁷ Белоусов А. Р. С. 25.

¹⁸ Там же.

ре товарных ресурсов розничной торговли, приближаясь к половине¹⁹ (рис. 9).

Последовательная поддержка доллара российскими властями в отсутствие действенной политики модернизации отечественной промышленности лишь усугубляет деградацию экономики, стимулируя дальнейшее наращивание сырьевого экспорта за счет сдерживания роста уровня жизни и конечного спроса.

Преодоление тенденций становящейся необратимой деградации научно-производственного потенциала требует резкого наращивания инвестиционной и инновационной активности. Только для выхода в режим простого воспроизводства основного капитала объем производственных инвестиций должен быть увеличен втрое, а НИОКР — впятеро. Сделать это надо в ближайшие два-три года, поскольку вследствие запредельного износа устаревших производственных фондов до половины их может выбыть уже до конца текущего десятилетия²⁰.

Имеющиеся механизмы инвестиционной деятельности неспособны решить эту задачу. Сложившаяся в России модель инвестиционной деятельности характеризуется маломощностью, неэффективностью и примитивностью. Ни фондовый рынок, ни банковская система не выполняют своих функций по аккумулярованию сбережений и их трансформации в инвестиции. Главными инвесторами являются сами производственные предприятия, на долю которых приходится более 60% всего объема негосударственных инвестиций, в том числе немногим более 28% из них предприятия финансируют за счет прибыли. Инвестиционная активность выродилась до уровня минимальных технологических нужд предприятий. Удельный вес долгосрочных финансовых вложений в общем

объеме финансовых вложений предприятий составляет около 20%²¹. Государство фактически прекратило поддерживать инвестиционные процессы и сняло с себя ответственность за развитие производства, а новые рыночные институты обеспечения расширенного воспроизводства, прежде всего банковская система и фондовый рынок, так и не сложились.

Спецификой российской банковской системы является ее дисфункциональность. Большинство российских коммерческих банков не выполняют главную функцию трансформации сбережений в производственные инвестиции. Совокупный капитал частных российских банков оценивается сегодня в 51 млрд долларов, а суммарные активы всей банковской системы России составляют 409 млрд долларов, что сравнимо с капиталом и активами одного крупного зарубежного коммерческого банка. При этом российские частные банки работают в своеобразном институциональном вакууме: отсутствует доступ к кредитным ресурсам, предложение которых искусственно сдерживается денежными властями. В отсутствие реальных механизмов рефинансирования Центральным банком трудно рассчитывать на то, что банковская система сможет обеспечить необходимый уровень инвестиционной активности. Совокупный вклад банков в финансирование инвестиций в основной капитал не превышает 10%²². Еще меньше инвестиционный вклад фондового рынка, который в России обслуживает главным образом финансовых спекулянтов. Его небольшой объем предопределяет высокую уязвимость по отношению к атакам спекулятивного капитала. Другой слабостью

¹⁹ Белоусов А. П. С. 9.

²⁰ Россия в цифрах. 2006. Крат. стат. сб./Росстат. — М., 2006. С. 292.

²¹ Вальтух К. К экспертизе «Основных направлений социально-экономической политики Правительства Российской Федерации на долгосрочную перспективу». Новосибирск, 2000.

²² Российский статистический ежегодник: Стат. сб./Госкомстат России. — М., 2005. С. 381.

нашего фондового рынка является его спекулятивный характер, сохраняющийся, несмотря на повышение рейтинга российских ценных бумаг. В этом сочетании незначительного объема и спекулятивного характера российского фондового рынка заключается своеобразный порочный круг, замыкающий его в обслуживании краткосрочных спекулятивных инвестиций.

Вместе с тем финансовые возможности предприятий, несущих основную нагрузку поддержания инвестиционной активности в экономике, весьма ограничены. Объем амортизационных отчислений, являющихся главным источником финансирования инвестиций, составляет 2,2% к объему основных фондов. Невелики и возможности финансирования инвестиций за счет прибыли. За исключением экспортно-ориентированных отраслей топливно-энергетического и химико-металлургического комплексов, в которых объем прибыли остается весьма высоким благодаря благоприятной внешнеэкономической конъюнктуре, рентабельность в промышленности в среднем составляет около 6%, не позволяя финансировать расширенное воспроизводство основного капитала. В 2005 году треть предприятий обрабатывающей промышленности, более четверти строительных организаций и 40% сельхозпредприятий были убыточными. В результате закрепляется сырьевая структура российской экономики — основная часть капитальных вложений в промышленность концентрируется в топливно-энергетическом и химико-металлургическом комплексах (рис. 10).

Неудовлетворительное финансовое состояние производственной сферы и отсутствие у ориентированных на внутренний рынок предприятий возможностей привлечения кредита являются главными барьерами для модернизации, для повышения эффективности и увеличения объемов производства. Аккумулируемые ими финансовые ресурсы существенно меньше величины износа и выбытия основных

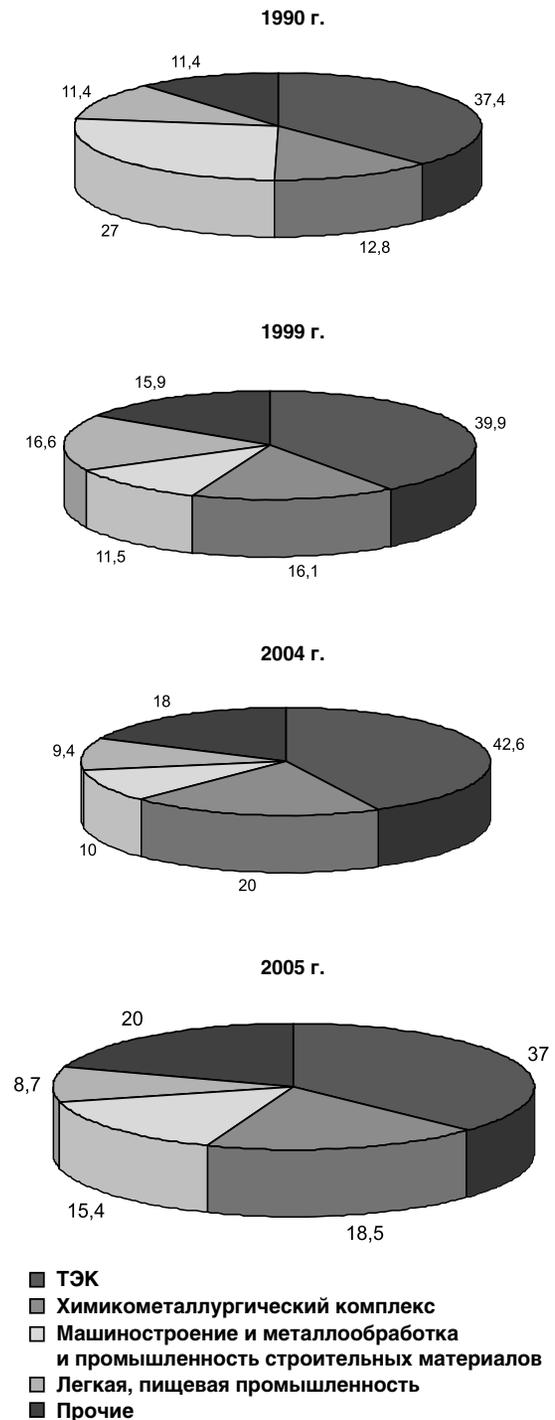


Рис. 10. Структура капитальных вложений в промышленность (в%)

фондов, интенсивность обновления которых составляет 1,4%²³.

Экспортно-ориентированные предприятия топливно-энергетического и химико-металлургического комплексов переходят на привлечение кредитов из зарубежных источников, сужая и без того ограниченные возможности российской финансовой системы. Недостаток кредитных ресурсов для внутренне ориентированных отраслей экономики усугубляет политика стерилизации денежной массы, проводимая денежными властями за счет изъятия денег с внутреннего рынка.

В то же время значительная часть из простаивающих сегодня половины мощностей промышленности может быть еще вовлечена в производство в случае улучшения финансового положения предприятий. По различным оценкам, возможности роста производства на существующих мощностях составляли в начале нынешнего десятилетия не менее 35-40%²⁴. Теперь эти возможности почти исчерпаны, и нужны инвестиции в развитие производственных мощностей на новой технологической основе. Сохранившийся научно-технический потенциал позволяет восстановить и обеспечить расширенное воспроизводство ряда ключевых технологий современного и нового технологических укладов. Но время, в течение которого можно решить эти задачи, неумолимо сжимается.

Вырваться из сырьевой ловушки с каждым годом становится все сложнее вследствие нарастающей глобальной конкуренции, в которой Россия явно проигрывает. Возможности сужаются по мере структурирования нового технологического уклада мировой экономики и соответствующей ему страновой специализации. Чтобы выйти из тупика, необходимо кардинально

изменить экономическую политику государства. Она должна основываться на наращивании национальных конкурентных преимуществ на магистральных направлениях формирования нового технологического уклада с учетом глобальных закономерностей современного экономического роста.

Закономерности современного экономического развития

Современный экономический рост характеризуется ведущим значением научно-технического прогресса и интеллектуализацией основных факторов производства. На долю новых знаний, воплощаемых в технологиях, оборудовании, образовании кадров, организации производства в развитых странах, приходится от 70 до 85% прироста ВВП²⁵. Внедрение нововведений стало ключевым фактором рыночной конкуренции, позволяя передовым фирмам добиваться сверхприбылей за счет присвоения интеллектуальной ренты, образующейся при монопольном использовании более эффективных продуктов и технологий.

В результате достигается устойчивая тенденция удешевления единицы потребительских свойств продуктов, обеспечивающая повышение общественного благосостояния и улучшение качества жизни населения. Благодаря высокой инновационной активности в развитых странах обеспечивается постоянное повышение эффективности производства, что позволяет им последовательно наращивать денежное предложение в целях кредитования роста производственного и человеческого потенциала без ощутимых инфляционных последствий.

²³ Россия в цифрах. 2006. Стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2006.

²⁴ Россия в цифрах. 2006. Стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2006.

²⁵ Промышленность России. Стат. сб./Росстат. — М., 2000. С. 97; Промышленность России 2005. Стат. сб./Росстат. — М., 2006. С. 128; Россия в цифрах. 2005. Крат. стат. сб./Росстат. — М., 2005. С. 372-373.

Важной особенностью современного экономического роста стал переход к непрерывному инновационному процессу в практике управления. Проведение НИ-ОКР занимает все больший вес в инвестициях, превышая в наукоемких отраслях расходы на приобретение оборудования и строительство. Одновременно повышается значение государственной научно-технической, инновационной и образовательной политики, определяющей общие условия научно-технического прогресса. Постоянно растет доля расходов ВВП на науку и социально-экономическое развитие в развитых странах, достигшая в передовых странах 3% ВВП, свыше трети из которых финансирует государство. Интенсивность НИОКР и качество человеческого потенциала в решающей степени определяют сегодня возможности и уровень экономического развития — в глобальной экономической конкуренции выигрывают те страны, которые обеспечивают благоприятные условия для научно-технического прогресса.

Огромное значение государственного стимулирования НТП в обеспечении современного экономического роста определяется объективными свойствами инновационных процессов: высоким риском, зависимостью от степени развития общей научной среды и информационной инфраструктуры, значительной капиталоемкостью научных исследований, неопределенностью возможностей коммерческой реализации их результатов, требованиями к научной и инженерной квалификации кадров, необходимостью правовой защиты интеллектуальной собственности. Поэтому успех в глобальной конкуренции тех или иных фирм напрямую связан с государственной научно-технической политикой стран их базирования. Из 500 наиболее крупных и успешных фирм, действующих на мировом рынке, 90% относятся к странам ядра глобальной экономической системы (США, ЕС, Япония).

Важной закономерностью современного экономического роста является его неравномерность, обусловленная периодическим процессом последовательного замещения целостных комплексов технологически сопряженных производств — технологических укладов. В ходе каждого структурного кризиса мировой экономики, сопровождающего процесс замещения доминирующих технологических укладов, открываются новые возможности экономического роста. Страны, лидировавшие в предшествующий период, сталкиваются с обесценением капитала и квалификации занятых в отраслях устаревающего технологического уклада, в то время как страны, успевшие создать заделы в формировании производственно-технологических систем нового технологического уклада, оказываются центрами притяжения капитала, высвобождающегося из устаревающих производств. Каждый раз смена доминирующих технологических укладов сопровождается серьезными сдвигами в международном разделении труда, обновлением состава наиболее преуспевающих фирм и ведущих стран (табл. 2 и 3).

Доминирующий сегодня технологический уклад начал складываться в целостную воспроизводственную систему в 50-60-е годы и составляет технологическую основу экономического роста после структурного кризиса 70-х годов. Ядро этого технологического уклада составляют микроэлектроника, программное обеспечение, вычислительная техника и технологии переработки информации, производство средств автоматизации и связи. Развитие данного технологического уклада сопровождается соответствующими сдвигами в энергопотреблении (рост доли в энергопотреблении природного газа), в транспортных системах (рост доли авиаперевозок), в конструкционных материалах (рост производства комбинированных материалов с заранее заданными

Таблица 2

Хронология и характеристика технологических укладов

	Номер технологического уклада				
	1	2	3	4	5
Период доминирования	1770-1830 гг.	1830-1880 гг.	1880-1930 гг.	1930-1980 гг.	от 1980-1990 гг. до 2030-2040 гг.
Технологические лидеры	Великобритания, Франция, Бельгия	Великобритания, Франция, Бельгия, Германия, США	Германия, США, Великобритания, Франция, Бельгия, Швейцария, Нидерланды	США, страны Западной Европы, СССР, Япония	Япония, США, ЕС
Развитые страны	Германские государства, Нидерланды	Италия, Нидерланды, Швейцария, Австро-Венгрия, Россия	Россия, Италия, Дания, Австро-Венгрия, Канада, Япония, Испания, Швеция	Бразилия, Канада, Австралия, новые промышленные страны Юго-Восточной Азии	Латинская Америка, Юго-Восточная Азия, Австралия, Россия и СНГ
Ядро технологического уклада	Текстильная промышленность, текстильное машиностроение, выплавка чугуна, обработка железа, строительство каналов, водяной двигатель	Паровой двигатель, железнодорожное строительство, транспорт, машино-, паростроение, угольная, станко-инструментальная промышленность, черная металлургия	Электротехническое, тяжелое машиностроение, производство и прокат стали, линии электропередач, неорганическая химия	Автомобиле-, тракторостроение, цветная металлургия, производство товаров длительного пользования, синтетические материалы, органическая химия, производство и переработка нефти	Электронная промышленность, вычислительная, оптоволоконная техника, программное обеспечение, телекоммуникации, роботостроение, производство и переработка газа, информационные услуги
Ключевой фактор	Текстильные машины	Паровой двигатель, станки	Электродвигатель, сталь	Двигатель внутреннего сгорания, нефтехимия	Микроэлектронные компоненты
Формирующееся ядро нового уклада	Паровые двигатели, машиностроение	Сталь, электроэнергетика, тяжелое машиностроение, неорганическая химия	Автомобилестроение, органическая химия, производство и переработка нефти, цветная металлургия, автодорожное строительство	Радары, строительство трубопроводов, авиационная промышленность, производство и переработка газа	Биотехнологии, космическая техника, тонкая химия, атомная промышленность, здравоохранение

Продолжение табл. 2

	Номер технологического уклада				
	1	2	3	4	5
Преимущества данного технологического уклада по сравнению с предшествующим	Механизация и концентрация производства на фабриках	Рост масштабов и концентрация производства на основе использования парового двигателя	Повышение гибкости производства на основе использования электродвигателя, стандартизация производства, урбанизация	Массовое и серийное производство	Индивидуализация производства и потребления, повышение гибкости производства, преодоление экологических ограничений по энерго- и материалопотреблению на основе АСУ, деурбанизация на основе телекоммуникационных технологий

свойствами). Происходит переход к новым принципам организации производства: непрерывному инновационному процессу, гибкой автоматизации, организации материально-технического снабжения по принципу «точно вовремя», новым типам общественного потребления и образа жизни. Последние характеризуются изменением ценностей и потребительских предпочтений в пользу образования, информационных услуг, качественного питания, здоровой окружающей среды. Стереотипы «общества потребления» замещаются ориентирами качества жизни.

Как следует из прогнозов долгосрочного технико-экономического развития, предел устойчивого роста доминирующего сегодня технологического уклада будет достигнут во втором десятилетии XXI века. К этому времени сформируется воспроизводственная система следующего технологического уклада, становление которой происходит в настоящее время. Уже видны ключевые направления его развития: биотехнологии, системы искусственного интеллекта, глобальные информационные сети и интегрированные высокоскоростные транспортные системы. Дальнейшее развитие получают гибкая ав-

томатизация производства, космические технологии, производство конструкционных материалов с заранее заданными свойствами, ядерная энергетика, авиаперевозки. Рост потребления природного газа будет дополнен расширением сферы использования водорода в качестве экологически чистого энергоносителя. Произойдет еще большая интеллектуализация производства, переход к непрерывному инновационному процессу в большинстве отраслей и непрерывному образованию в большинстве профессий. Завершится переход от «общества потребления» к «интеллектуальному обществу», в котором важнейшее значение приобретут требования к качеству жизни и комфортности среды обитания. В структуре потребления доминирующее значение займут информационные, образовательные, медицинские услуги. Прогресс в технологиях переработки информации, системах телекоммуникаций, финансовых технологиях повлечет за собой дальнейшую глобализацию экономики, формирование единого мирового рынка товаров, капитала, труда.

Охарактеризованные выше закономерности отражают экономическое развитие передовых стран, задающих траекторию

Таблица 3

Институциональные структуры технологических укладов

	Номер технологического уклада				
	1	2	3	4	5
Режимы экономического регулирования в странах-лидерах	Разрушение феодальных монополий, ограничение профессиональных союзов, свобода торговли	Свобода торговли, ограничение государственного вмешательства, появление отраслевых профессиональных союзов. Формирование социального законодательства	Расширение институтов государственного регулирования. Государственная собственность на естественные монополии, основные виды инфраструктуры, в том числе социальной	Развитие государственных институтов социального обеспечения, военно-промышленного комплекса. Кейнсианское государственное регулирование экономики	Государственное регулирование стратегических видов информационной и коммуникационной инфраструктур, изменения в регулировании финансовых институтов и рынков капитала при снижении роли государства в экономике. Упадок профсоюзного движения. Возможное появление партисипативного централизованного государства
Международные режимы экономического регулирования	Британское доминирование в международной торговле, финансах	Политическое, финансовое и торговое доминирование Великобритании. Свобода международной торговли	Империализм и колонизация. Конец Британского господства	Биполярный мир с экономическим и военным доминированием США и СССР	Полицентричность мировой экономической системы. Региональные блоки. Становление институтов глобального регулирования экономической активности
Основные экономические институты	Конкуренция отдельных предпринимателей и мелких фирм, их объединение в партнерства, обеспечивающие кооперацию индивидуального капитала	Концентрация производства в крупных организациях. Развитие акционерных обществ, обеспечивающих концентрацию капитала на принципах ограниченной ответственности	Слияние фирм, концентрация производства в картелях и трестах. Господство монополий и олигополий. Концентрация финансового капитала в банковской системе. Отделение управления от собственности	Транснациональная корпорация, олигополии на мировом рынке. Вертикальная интеграция и концентрация производства. Дивизиональный иерархический контроль и доминирование техноструктуры в организациях	Международная интеграция мелких и средних фирм на основе информационных технологий. Интеграция производства и сбыта. Поставки «как раз вовремя»

Продолжение табл. 3

	Номер технологического уклада				
	1	2	3	4	5
Организация инновационной активности в странах-лидерах	Организация научных исследований в национальных академиях и научных обществах, местных научных и инженерных обществах. Индивидуальное инженерное и изобретательское предпринимательство и партнерство. Профессиональное обучение кадров с отрывом и без отрыва от производства	Формирование научно-исследовательских институтов. Ускоренное развитие профессионального образования и его интернационализация. Формирование национальных и международных систем охраны интеллектуальной собственности	Создание внутрифирменных научно-исследовательских отделов. Использование ученых и инженеров с университетским образованием в производстве. Национальные институты и лаборатории. Всеобщее начальное образование	Специализированные научно-исследовательские отделы в большинстве фирм. Государственное субсидирование военных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Вовлечение государства в сферу гражданских НИ-ОКР. Развитие среднего, высшего и профессионального образования. Передача технологии посредством лицензий и инвестиций транснациональными корпорациями	Горизонтальная интеграция НИ-ОКР, проектирования производства и обучения. Вычислительные сети и совместные исследования. Государственная поддержка новых технологий и университетско-промышленное сотрудничество. Новые режимы собственности для программного продукта и биотехнологий

развития мировой экономики. Находясь на «передовой» научно-технического прогресса и формируя воспроизводственные контуры новых технологических укладов, они играют роль «локомотивов» глобального экономического развития, используя в то же время связанные с этим преимущества. Остальные страны вынуждены имитировать достижения мировых лидеров или пользоваться достигнутыми ими результатами, отдавая взамен свои природные ресурсы или дешевый труд. Обмен этот носит неэквивалентный характер — передовые

страны реализуют свое технологическое превосходство, навязывая остальному миру удобные и выгодные им правила международного экономического сотрудничества и присваивая интеллектуальную ренту в глобальном масштабе.

Становление новейшего технологического уклада происходит уже сейчас. Сегодня формируются сравнительные преимущества, которые будут определять геополитическую конкуренцию середины XXI века. Среди факторов, определяющих национальные конкурентные преимущест-

ва, на передний план выходят: образование и охрана здоровья населения; развитие науки; пропускная способность, доступность и наполнение информационной среды; наличие условий для раскрытия созидательных творческих возможностей каждой личности; чистота окружающей среды и высокое качество жизни; развитие ключевых производственно-технических систем нового технологического уклада.

В геополитической конкуренции еще более усиливается значение научно-технического прогресса, способности к внедрению новых технологий. Возрастает роль человеческого фактора в организации производства. Страны, не способные обеспечить необходимый уровень образования населения, развития науки и качества информационной среды, будут обречены на углубление зависимости от внешних финансовых и информационных центров и сохранят за собой главным образом функции источника природного сырья и человеческого материала для транснациональных корпораций из развитых стран, концентрирующих глобальный интеллектуальный потенциал.

Глобальная конкуренция ведется уже не столько между странами, сколько между транснациональными воспроизводственными системами, каждая из которых объединяет, с одной стороны, национальные системы образования населения, накопления капитала, организации науки соответствующих стран и, с другой стороны, производственно-предпринимательские и финансовые структуры, работающие в масштабах мирового рынка. Несколько таких систем, тесно связанных друг с другом, определяют глобальное экономическое развитие. Они формируют ядро мировой экономической системы, концентрирующее интеллектуальный, научно-технический и финансовый потенциал.

Транснациональные корпорации, связанные с ядром мировой экономической системы, уже сегодня контролируют бо-

лее половины оборота мировой торговли и финансов, наиболее прибыльные отрасли экономики разных стран, включая добывающую и наукоемкую промышленность, телекоммуникации, производственную инфраструктуру. Многие ТНК превосходят по своему экономическому обороту крупные страны, подчиняют своему влиянию правительства, решающим образом воздействуют на формирование международного права и на работу международных институтов. Ведущие 500 транснациональных корпораций охватывают свыше трети экспорта обрабатывающей промышленности, 3/4 мировой торговли сырьевыми товарами, 4/5 торговли новыми технологиями, обеспечивают работу десяткам миллионам человек практически во всех странах мира.

Концентрация транснационального капитала и производства достигла качественно нового уровня, позволяющего говорить о становлении нового мирового порядка, в котором определяющую роль начинают играть международный капитал, транснациональные корпорации и международные организации, связанные с ядром мировой экономической системы. Не входящие в него страны образуют периферию, лишенную внутренней целостности и возможностей самостоятельного развития. Отношения между ядром и периферией мировой экономической системы характеризуются неэквивалентным экономическим обменом, при котором находящиеся на периферии страны вынуждены оплачивать интеллектуальную ренту, содержащуюся в импортируемых товарах и услугах, за счет природной ренты и затрат труда, содержащихся в экспортируемых сырьевых и низкотехнологических товарах.

Доминируя над периферией, ядро «вытягивает» из нее наиболее качественные ресурсы — лучшие умы, научно-технические достижения, права собственности на наиболее ценные элементы национально-

го богатства периферийных стран. Концентрируя финансовый потенциал, ядро навязывает периферии условия движения капитала и использование своих валют, устанавливая таким образом контроль над финансовыми системами периферийных стран и присваивая эмиссионный доход в масштабах мировой экономической системы. Лишенные основных внутренних источников развития страны периферии теряют возможность проведения суверенной экономической политики и управления собственным развитием, превращаясь в экономическое пространство для освоения международным капиталом.

Глобальное экономическое развитие определяется сочетанием двух противоречивых тенденций: подчинением мировой экономики интересам транснационального капитала, с одной стороны, и конкуренцией национальных экономических систем — с другой стороны. Эти тенденции переплетаются, создавая в каждой стране уникальное сочетание внешних и внутренних факторов. Разнообразие этих сочетаний простирается от полной зависимости периферийных стран, в экономике которых безраздельно доминирует транснациональный капитал, до мощных национальных экономических систем Японии, Китая, Евросоюза и США, в которых экономическая политика государства определяется интересами национального капитала и отечественных товаропроизводителей.

Формирование экономической модели каждой страны идет в сложной борьбе за контроль над институтами государственной власти между представителями транснационального и национального капитала, международными институтами и национальной элитой. У них разные, часто противоположные интересы, ценности, инструменты воздействия на экономику.

Транснациональный капитал стремится к тотальному контролю над мировым рынком и каждой его страновой составляющей, стиранию экономических, культур-

ных и политических границ между нациями, подчиняя своим интересам конкурентные преимущества каждой из них, формируя удобную для себя глобальную информационную, правовую и даже силовую инфраструктуру. Обслуживающие его интересы международные институты стремятся к доминированию над национальными государственными институтами, устранению каких-либо препятствий на путях международного движения капитала, товаров, рабочей силы.

Вместе с тем международные институты и транснациональные корпорации неразрывно связаны с национально-государственными институтами ядра мировой экономической системы, которые обеспечивают поток новых знаний, воспроизводство интеллектуального потенциала и предложение мировых денег. Воспроизводство сложившейся системы глобальных экономических отношений предполагает постоянное доминирование ядра над периферией, которое достигается демонстрацией ее институтов национального суверенитета. Повсеместными политическими требованиями структур, обслуживающих ядро мировой экономической системы, является полная либерализация и дерегулирование экономики, устранение инструментов государственного регулирования, исключение самой возможности проведения целенаправленной структурной, промышленной, инвестиционной политики, а также самостоятельной денежной эмиссии, ее привязки к приобретению мировой валюты. Разновидностями последней являются национальные валюты стран ядра (доллар, евро и иена), что позволяет им присваивать эмиссионный доход стран периферии, лишая их важнейшего механизма самостоятельного развития.

Стратегия доминирования связанного с ядром глобальной экономики международного капитала пока не носит тотального характера. Его усилия сосредоточены в установлении контроля над наиболее при-

быльными сферами деятельности, где источником сверхдоходов является обладание политической, природной или интеллектуальной монополиями — управлением государственными долгами, эмиссией денег, банковскими, управленческими и юридическими услугами, международной торговлей, добывающей промышленностью, естественными монополиями, энергетикой, интеллектуальной собственностью, наукоемкой промышленностью и использованием новых технологий. Остальные сферы деятельности, в которых механизмы рыночной конкуренции нивелируют возможности получения монопольной ренты, меньше привлекают транснациональный капитал и осваиваются в основном национальными деловыми кругами.

Объективно национальные интересы каждой страны диктуют соответствующие приоритеты международного сотрудничества. В странах, претендующих на самостоятельное развитие, процессы открытия национальных рынков, привлечения иностранного капитала, международной кооперации удерживаются под национальным контролем и сочетаются с защитой внутреннего рынка, ограничением иностранных инвестиций в жизненно важных для реализации национальных интересов сферах, поддержкой отечественных товаропроизводителей и стимулированием повышения их конкурентоспособности, выращиванием собственных предприятий-лидеров, способных успешно конкурировать и выполнять роль «локомотивов» национальной экономики в условиях мирового рынка. При этом чем больше национальная элита той или иной страны осознает конкурентные преимущества своей экономики и свои национальные интересы, тем больше у нее возможностей для эффективного использования международной кооперации производства в интересах собственного социально-экономического развития.

Политическое закрепление доминирования ядра мировой экономической сис-

темы достигается путем установления связанными с ним международными организациями внешнего контроля над институтами государственной власти периферийных стран и их последующего демонтажа, замены международным правом и международными институтами. Ключевыми методами в этом процессе являются: втягивание соответствующих стран в режим неэквивалентного внешнеэкономического обмена и долговую зависимость, политическое, идеологическое и материальное подчинение их национальных элит. Достигается это посредством самых разнообразных неформальных структур и контактов, через которые проводятся необходимые кадровые назначения в институтах власти и готовятся официальные решения, формируется реальная политика. Организационно, наряду с механизмами неформального влияния через закрытые элитные структуры, ведущую роль в этом процессе играют соответствующие международные организации, прежде всего Международный валютный фонд и Мировой банк, в особых случаях используются механизмы давления НАТО. Идеологическим обоснованием проводимой ими политики в течение уже многих десятилетий неизменно служит теория радикального либерализма. Ослабление и ликвидация национальных институтов государственной власти, политического, идеологического и культурного контроля устраняет препятствия для свободного движения транснационального капитала, подчиняющего своим интересам экономику целых стран и континентов.

Результатом такой деятельности становится последовательное возрастание роли ядра мировой экономической системы, включающего США, Западную Европу и Японию. Остальной мир делится на страны, пытающиеся стать самостоятельными центрами концентрации транснационального капитала, вырастить своих мировых лидеров (новые индустриальные страны

Юго-Восточной Азии, Китай, Индия, Бразилия) и вырваться таким образом из состояния периферийной зависимости, и страны-колонии, фактически лишённые национального суверенитета и превращённые в резервуар дешевого сырья и рабочей силы для транснационального капитала. В отличие от колониализма прошлого, державшегося на военном принуждении со стороны метрополий, современный неоколониализм обеспечивается самими же правительствами и национальными элитами внешне суверенных, но на самом деле полностью зависимых стран. Обременённые неподъёмными долгами, управляемые коррумпированными правительствами, не имеющие внутренних источников роста, большая часть стран Азии, почти все страны Африки и Латинской Америки обречены на жесткую внешнюю зависимость и неэквивалентный экономический обмен. Неэквивалентный внешнеэкономический обмен между ядром и периферией характеризуется втягиванием периферийных стран в ловушки сырьевой специализации и внешней задолженности.

Преодоление постоянно воспроизводимого огромного технологического разрыва между ядром и периферией мировой экономической системы требует от развивающихся стран усилий по повышению конкурентоспособности отраслей с высокой добавленной стоимостью, что невозможно без соответствующих мер государственного стимулирования. Особое значение имеет своевременная концентрация национальных ресурсов на становлении ключевых производств нового технологического уклада, которая даёт возможность отстающим странам вырваться вперед в периоды замещения доминирующих технологических укладов и сопутствующих им структурных кризисов экономик развитых стран.

Правильное определение приоритетных направлений концентрации национальных ресурсов на своевременном ос-

воении ключевых технологий пятого технологического уклада позволило вырваться из периферийной зависимости азиатским тиграм — Японии, Южной Кореи, Тайваню. Сегодня по этому же пути идут Китай, Индия и Бразилия, осваивая ключевые направления формирования нового технологического уклада — информационные, микробиологические, космические, ядерные и другие технологии. Это позволяет им не только опережающим образом развивать новые производства, но и воспроизводить на новой технологической основе традиционные, привлекая транснациональный капитал к переносу производственных мощностей на свою территорию. Благодаря сочетанию активной научно-технической политики по освоению передовых технологий и промышленной политики привлечения модернизированных традиционных производств достигается эффект опережающего развития, который позволяет успешно развивающимся странам подтягиваться из периферии к ядру мировой экономической системы.

В отличие от привычной стратегии догоняющего развития, закрепляющей неэквивалентный обмен между ядром и периферией, политика опережающего развития даёт возможность вырваться из ловушек периферийной зависимости на магистраль самостоятельного успешного социально-экономического развития. Но для этого развивающимся странам необходимо иметь национальные институты развития, включающие механизмы активной денежной, инвестиционной, инновационной, промышленной и социальной политики. Необходима также способность к концентрации национальных ресурсов, что невозможно без национального суверенитета в сфере природопользования и финансовой политики. Страны, лишённые инструментов самостоятельной торговой и финансовой политики и утратившие контроль над своими природными ресурсами, оказываются без средств повышения конку-

рентоспособности национальной экономики. Они вынуждены мириться с закреплением своего подчиненного и зависимого положения.

В условиях современной научно-технической революции невозможно и бесперспективно пытаться отгораживаться от остального мира. Экономическая, научно-техническая, образовательная и культурная деятельности ведутся сегодня в мировом масштабе, так же должна вестись и политика повышения конкурентоспособности национальной экономики. Чрезмерное отгораживание в современных условиях как никогда чревато отсталостью и утратой сравнительных преимуществ. Вместе с тем у каждого государства есть возможности использования собственного суверенитета, позволяющие существенно корректировать правила глобальной конкуренции на внутреннем рынке в интересах его граждан и деловых кругов так, чтобы привлечение транснационального капитала не противоречило национальным интересам и способствовало социально-экономическому развитию.

Методы такой корректировки хорошо известны. Они включают принципы обеспечения национального контроля над природными ресурсами и ключевыми отраслями экономики; защиты внутреннего рынка и интересов отечественных товаропроизводителей на рынке внешнем; проведение активной политики стимулирования научно-технического прогресса и инвестиционной активности; обеспечение социальных гарантий; поддержание государственной монополии на контроль за денежной системой и управление эмиссионным доходом; осуществление валютного контроля; выращивание предприятий — национальных лидеров, конкурентоспособных на мировом рынке; создание условий для повышения конкурентоспособности национальной экономики и экономического роста. В заключительной части доклада эти методы конкретизируются применительно к реше-

нию задачи формирования стратегии роста российской экономики в современных условиях.

Угрозы безопасности и развитию российской экономики

Следует признать, что с самого начала перехода к рыночной экономике Россия так же, как и другие бывшие республики СССР, отказалась от суверенитета в сфере экономической политики, передав ее формирование международным институтам. Российское руководство поддалось давлению со стороны стран «семерки», угрожавших экономическими санкциями в случае отказа от признания ответственности за советский внешний долг с сопутствующими обязательствами в сфере макроэкономической политики, формирование которой фактически было передано под контроль МВФ. Без согласия последнего «семерка» не предоставляла России отсрочек по погашению долговых обязательств, что позволяло ему навязывать российскому правительству соответствующую политику. Она велась по стандартным рецептам «Вашингтонского консенсуса» — современной идеологии неокOLONIALного господства ядра мировой экономической системы над ее периферией — и предусматривала: демонтаж национальных институтов регулирования экономики, ее либерализацию, приватизацию государственной собственности, привязку денежной эмиссии к приобретению мировой валюты. Результаты этой политики тоже оказались стандартными.

Стремительная деградация научно-производственного потенциала страны предопределяет сползание российской экономики на периферию мировой экономической системы. Сырьевая специализация, крайне низкая оплата труда, ничтожное финансирование научных исследований, бегство

Таблица 4

Показатели воспроизводства человеческого потенциала (2002 г.)

Показатель	Страна				
	Россия	США	Франция	Китай	Великобритания
Доля оплаты труда в ВВП, в %	46,6	57,8	52,5		56,3
Индекс развития человеческого потенциала	0,795	0,939	0,932	0,745	0,936
Продолжительность жизни	64,8	77,3	79,7	71,1	78,2
Место в мире по индексу развития человеческого потенциала	38	7	15	52	11
Место в мире по продолжительности жизни	62	21	7	42	19

капитала и утечка умов, вымывание национального дохода через обслуживание внешнего долга, утрата суверенитета в проведении экономической политики, определяемой рекомендациями МВФ, — все эти характерные черты периферийной страны сегодня в полной мере присущи российской экономике. По показателям средней продолжительности жизни, доли оплаты труда в используемом ВВП, индексу развития человеческого капитала, доли вывозимого капитала в фонде накопления Россия опустилась до уровня отсталых стран²⁶ (табл. 4).

И если бы не еще сохраняющийся, относительно высокий уровень образования населения и квалификации трудовых ресурсов, имеющийся научно-технический потенциал, ракетно-ядерный оборонный щит, то погружение на периферию мировой экономики и утрату возможностей собственного экономического развития можно было бы считать необратимыми.

²⁶ По индексу развития человеческого потенциала первое место в мире занимает Норвегия (0,956), на последнем — Эфиопия (0,359). По продолжительности жизни первое место в мире занимает Япония (81,9), на последнем — Ангола (39,9) лет / Россия и страны мира. 2004. Стат. сб./Росстат. — М., 2004. С. 48-49, 80, 90-95.

Сохранение сложившихся тенденций деградации научно-производственного потенциала страны еще несколько лет будет означать закрепление периферийного положения российской экономики. К этому приведет действие ловушек неэквивалентного внешнеэкономического обмена, в которых она уже оказалась.

Произошедшая структурная деформация российской экономики привела ее в ловушку сырьевой специализации. Об этом ясно говорит гипертрофированное повышение веса сырьевых отраслей, ориентированных на экспорт, и деградация производства товаров конечного спроса, ориентированных на внутренний рынок. Вместе с резким сокращением производства наукоемкой продукции эти тенденции обрекают российскую экономику на неэквивалентный внешнеэкономический обмен и нарастающее технологическое отставание. Экспортируя сырье и импортируя готовые изделия, Россия теряет невозпроизводимую природную ренту, обменивая ее на интеллектуальную ренту и финансируя, таким образом, научно-технический прогресс и экономический рост за рубежом.

Хаотическая ломка структуры российской экономики в ходе радикальных ре-

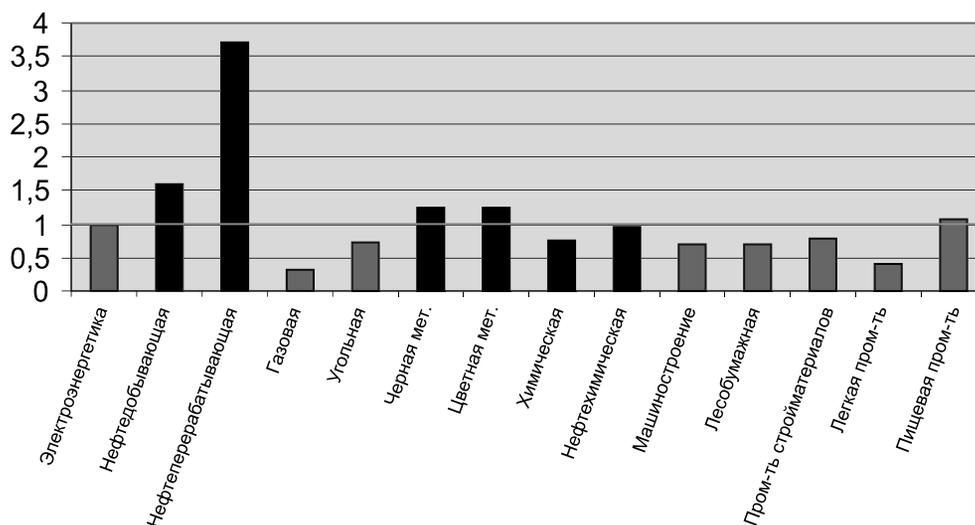


Рис. 11. Относительный рост цент по отраслям промышленности к средней по промышленности (2000 г./1990 г.)

форм привела к ее дезинтеграции и распаду некогда целостных технологических цепочек на автономные элементы, частично встроившиеся во внешние воспроизводственные контуры. Утрата воспроизводственной целостности, разрушение основных элементов научно-промышленного потенциала, резкое сокращение масштабов научных исследований и разработок, доминирование в экономике внешних по отношению к ней воспроизводственных контуров означают не только потерю экономической самостоятельности страны, но и исчезновение внутренних источников устойчивого экономического роста, делают экономику уязвимой от состояния конъюнктуры мирового рынка и накладывают серьезные внешние ограничения на ее развитие. «Сухим остатком» этой политики стал вывоз из России около триллиона долларов капитала, половина из которого осуществлена самим государством.

Втягивание российской экономики в типичные для периферийной экономики ловушки неэквивалентного внешнеэкономического обмена, масштабное вымывание ее национального богатства и стремительная деградация научно-про-

изводственного потенциала стали следствием проводившейся в стране экономической политики, обусловившей разрыв основных воспроизводственных контуров и хозяйственных связей. Игнорирование структурных особенностей российской экономики и линия на самоустранение государства от ответственности за ее регулирование — в надежде на автоматическое действие механизмов рыночной самоорганизации — спровоцировало процессы дезинтеграции экономики и нарастания хаоса. Отказ от структурной, научно-технической, промышленной, инвестиционной и большинства других составляющих государственной экономической политики и ограничение последней традиционными для состояния рыночного равновесия методами макроэкономической стабилизации не могли дать адекватного результата в сильно неравновесной ситуации. В условиях характерных для российской экономики диспропорций примитивизация экономической политики и ее сведение к постулатам «Вашингтонского консенсуса» неизбежно влекло за собой разрушение основных воспроизводственных контуров экономики и ее

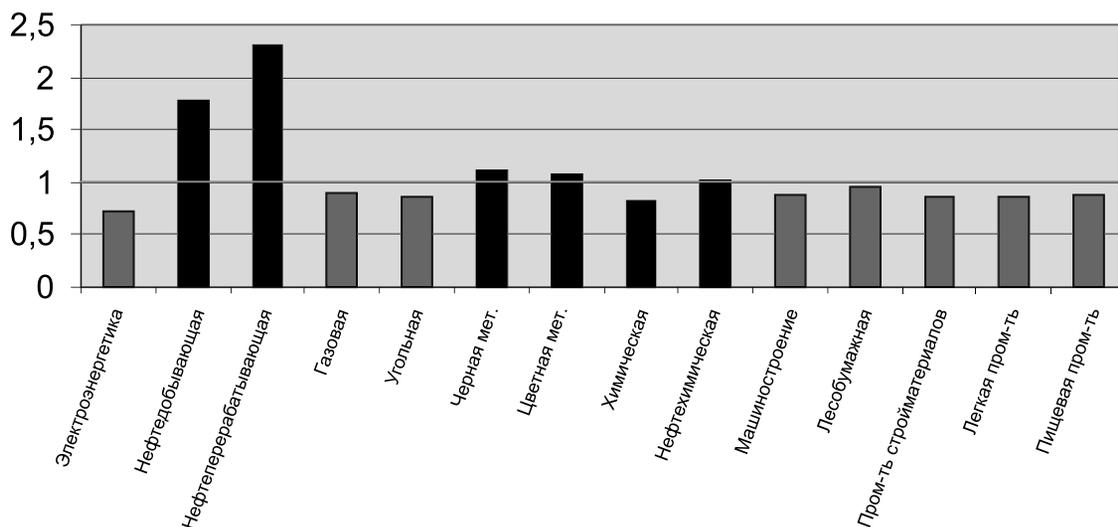


Рис. 12. Относительный рост цен по отраслям промышленности к средней по промышленности (2004 г./1998 г.)²⁸

распад на автономно функционирующие сектора.

Наряду с охарактеризованным выше распадом экономики на внешне и внутренне ориентированные воспроизводственные контуры, в результате проводившейся макроэкономической политики произошла дезинтеграции финансовой и производственной сфер. Первая — сфера обращения капитала — характеризуется сверхвысокими прибылями и высокой скоростью обращения денег, относительно невысокими рисками. Вторая — производственная сфера — характеризуется низкой прибылью и низкой скоростью обращения денег, высокими рисками в связи с неопределенностью отношений собственности, неудовлетворительным финансовым положением большинства производственных предприятий и общей деградацией производственного потенциала. В свою очередь, производственная сфера распалась на экспортно-ориентированный сырьевой сектор, потребляющий природную ренту и обладающий устойчивым положением за счет переориентации на внешний рынок, и остальную экономику, ориентированную на внутренний

рынок и характеризующуюся крайне низкой рентабельностью и низкой платежеспособностью. Нарастает территориальная дезинтеграция экономики — вследствие хаотического распада хозяйственных связей и опережающего роста тарифов на транспортные услуги происходит разрушение сложившейся кооперации и специализации производства, переориентация отдельных регионов страны на внешние рынки.

Дезинтеграция экономики стала следствием процессов перераспределения национального богатства через приватизацию, финансовые пирамиды, экспорт природных ресурсов. Интенсивность этого перераспределения была чрезвычайно высокой, ежегодно составляя до половины всего фонда накопления страны, присваивавшегося олигархическими кланами и вывозимого из страны. В свою очередь, взвинчивание цен на топливные и сырьевые товары²⁷ (рис. 11, 12) повлекло вымывание капитала из обрабатывающей про-

²⁷ Расчеты произведены по данным статистического сборника «Промышленность России 2002». Стат. сб./Росстат. — М., 2002. С. 405.

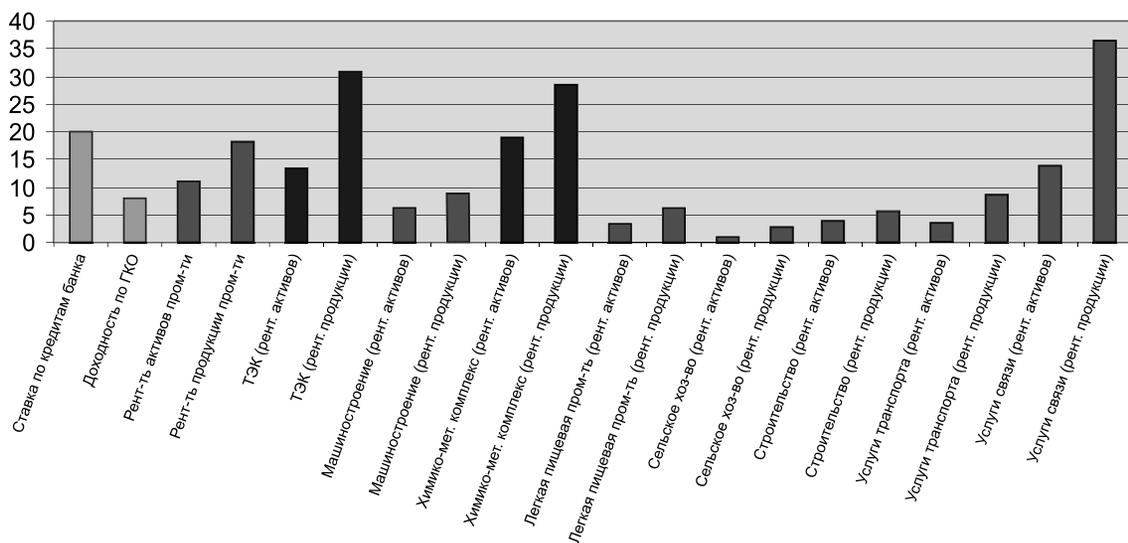


Рис. 13. Показатели доходности операций в финансовой и производственной сферах (2004 г.)

мышленности, сельского хозяйства и строительства. Последние отрасли стали убыточными, лишились оборотного капитала, «ушедшего» через «ножницы цен» и завышенные процентные ставки по привлекаемым кредитам.

Сегодня дезинтеграция российской экономики поддерживается искусственным завышением доходности гарантированных государством спекулятивных операций на фоне обусловленного жесткой денежной политикой кризиса ликвидности и взвинчивания цен в высокомонополизированных топливно-энергетическом и сырьевом секторах экономики. Сверхприбыли от экспорта энергоносителей и сырьевых товаров не трансформируются в прирост инвестиций и остаются, в основном, за рубежом. Опережающий рост цен на топливные товары и конструкционные материалы, продолжающийся в последние полтора года, подорвал рентабельность обрабатывающей промышленности, нормализовавшуюся после финансового краха. Сущест-

венное повышение реального курса рубля, произошедшее за тот же период, снизило конкурентоспособность российских товаров. Несмотря на заметное снижение процентных ставок, они все еще превышают рентабельность большинства отраслей экономики, а продолжающаяся эмиссия сравнительно высокодоходных государственных обязательств затрудняет приток капитала в производственную сферу. В результате только предприятия сырьевого экспортно-ориентированного сектора имеют доступ к ресурсам финансового рынка²⁹ (рис. 13).

В условиях, когда вследствие ценовых диспропорций большинство отраслей экономики малорентабельны и сохраняется убыточность половины производственных предприятий, трудно ожидать устойчивого роста производства. Едва ли можно рассчитывать на подъем инвестиционной активности в условиях, когда гарантированные Минфином и Центральным банком до-

²⁸ Расчеты произведены по данным статистического сборника «Промышленность России 2005». Стат. сб./Росстат. — М., 2005. С. 413.

²⁹ Бюллетень банковской статистики. 2004. № 12. С. 74; 2005. № 10. С. 100; Промышленность России 2005. Стат. сб./Росстат. — М., 2005. С. 375; Финансы России. 2004. Стат. сб./Росстат. — М., 2004. С. 129.

ходы на рынке финансовых спекуляций превышают прибыльность производственных инвестиций и не функционируют механизмы рефинансирования коммерческих банков под спрос на деньги со стороны производственных предприятий. Крайне сложно продвинуться в создании конкурентной среды и декриминализации рынка в условиях демонетизированной экономики и коррумпированного государства. В отсутствие валютного контроля значительная часть доходов, генерируемых российской экономикой по-прежнему вывозится из страны.

Переход к устойчивому экономическому росту предполагает создание соответствующих макроэкономических условий, включающих снижение процентных ставок, формирование механизмов кредитования производственной деятельности, устранение ценовых диспропорций, а также решение проблем реинтеграции экономики, становления контуров ее расширенного воспроизводства, многократного повышения инвестиционной и инновационной активности. Это требует соответствующей инвестиционной, структурной, промышленной, научно-технической, ценовой и других составляющих экономической политики государства. Без ее решительной активизации не удастся устранить основные угрозы экономическому развитию страны:

- резкого (в 1,5-2 раза) сокращения научно-производственного и ресурсного потенциала страны в ближайшее десятилетие вследствие массового выбытия устаревших производственных мощностей;

- деградации научно-технического потенциала, нарастающего технологического отставания экономики от требований мирового рынка, снижения ее конкурентоспособности;

- ухудшения качества человеческого потенциала вследствие падения уровня жизни, снижения образовательного уровня молодежи по отношению к современным технологическим требованиям, рос-

та наркомании, алкоголизма, психических расстройств;

- роста влияния организованной преступности, криминализации экономики, коррумпированности государственного аппарата;

- демонтажа государственной системы социальной защиты и обеспечения базовых социальных гарантий;

- ослабления системы обеспечения национальной безопасности, неспособности противостоять качественно новым угрозам информационной, биологической, военной агрессии;

- утраты национального контроля над структурообразующими отраслями российской экономики;

- разрушения национальной финансовой системы под воздействием неконтролируемых колебаний притока и оттока спекулятивного капитала.

Нейтрализация угроз развитию страны предполагает прежде всего устранение порождающих их причин. Главные среди них:

- ошибочная экономическая политика, стратегические просчеты и систематические злоупотребления при проведении экономической реформы, повлекшие колоссальный вывоз за рубеж капитала, криминализацию хозяйственных отношений, разрушение научно-производственного потенциала страны, снижение конкурентоспособности национальной экономики, ее втягивание в «ловушки» неэквивалентного внешнеэкономического обмена, закрепление на периферии мировой экономической системы;

- привязка денежного предложения к приросту валютных резервов, долларизация экономики, нарастающий вывоз капитала;

- сращивание правоохранительной системы и организованной преступности;

- разложение системы государственно-го управления вследствие безответствен-

ности высших государственных чиновников и основных звеньев исполнительной власти, возникшей с разрушением системы законодательного и общественного контроля над их деятельностью, как результат — коррумпированность государственного аппарата и крайне низкая эффективность всей системы государственного управления.

Несмотря на аргументированную критику научного сообщества, правительство продолжает прежнюю политику самоустранения государства от ответственности за регулирование экономики в полном соответствии с догмами «Вашингтонского консенсуса». Его роль сводится к банальной защите прав собственности, обеспечению правовой инфраструктуры и условий для свободной работы механизмов рыночной самоорганизации. Последние, однако, блокируются криминализацией и монополизацией рынка, с одной стороны, и коррумпированностью государства, с другой стороны. Сами по себе они не обеспечат преодоления тенденций деградации научно-производственного потенциала страны и освобождения экономики от ловушек неэквивалентного внешнеэкономического обмена. Их действие продолжится, что повлечет дальнейшее обострение угроз развитию экономики. Окончательно закрепится зависимое положение России на периферии мировой экономики в качестве источника дешевого сырья и рабочей силы, без достаточных внутренних возможностей для самостоятельного развития. Объективно существующие сегодня возможности вывода российской экономики на траекторию устойчивого и быстрого экономического роста с темпом более 10% в год будут безвозвратно упущены.

В сложившейся сегодня ситуации существует две возможные стратегии экономической политики, определяющие альтернативные траектории будущего развития страны. Первая реализовывалась до

сих пор по принципам «Вашингтонского консенсуса», применяемым в целях «зачистки» развивающихся стран для свободного движения международного капитала. Вторая исходит из национальных интересов и основывается на создании максимально благоприятных условий для восстановления и развития отечественного научно-производственного потенциала и подъема народного благосостояния.

Этим двум стратегиям соответствуют и два сценария будущего развития. Первый состоит в развитии сложившихся тенденций деградации научно-производственного и интеллектуального потенциала страны и ее окончательного превращения в сырьевую периферию мирового рынка с дезинтегрированной и контролируемой извне экономикой, деморализованным населением и распавшимся на антагонистические группы обществом. Второй предполагает быстрое восстановление имеющегося научно-производственного потенциала и его дальнейшее развитие на основе активизации конкурентных преимуществ российской экономики и ее модернизации путем широкого внедрения современных технологий, сочетая в себе быстрый рост производства, инвестиций, оплаты труда и качества жизни населения.

Специфика текущего момента заключается в его переломном характере. Выбор стратегии сегодня предопределяет будущее развитие страны на многие десятилетия. Это связано с особенностями нынешнего состояния научно-производственного потенциала. Если сейчас он позволяет при соответствующей экономической политике выйти на высокие темпы роста промышленного производства (не менее 10% в год) за счет загрузки и модернизации имеющихся производственных мощностей, то через несколько лет лавинообразное выветывание устаревшего оборудования и обесценение вывезенного за рубеж капитала «посадит» экономику в объективно

жесткие ресурсные ограничения. Поэтому выбор первой стратегии, предопределяя продолжение тенденций деградации научно-промышленного потенциала, неизбежно повлечет за собой утрату основных источников современного экономического роста и, соответственно, внутренних возможностей самостоятельного развития российской экономики, закрепляя тем самым ее сырьевую специализацию с характерным для нее неэквивалентным внешне-экономическим обменом и внешней зависимостью.

* * *

Формально неплохие макроэкономические показатели развития российской экономики за последние годы скрывают грубые просчеты в экономической политике государства и ошибочную политику денежных властей, которые не позволили использовать благоприятную внешне-экономическую конъюнктуру для вывода России на траекторию быстрого и устой-

чивого социально-экономического развития. Природная рента, формирующаяся за счет экспорта энергоносителей и сырьевых товаров в объеме до 60 млрд долларов в год, была использована для погашения внешнего долга и накопления Стабилизационного фонда. При этом российская экономика осталась недомонетизированной, объем инвестиций застыл на уровне 1/3 от минимально необходимого для обеспечения простого воспроизводства, социальные обязательства государства недофинансируются вдвое, а расходы на науку и стимулирование НТП остаются на порядок ниже дореформенного уровня.

Попробуем оценить упущенные возможности социально-экономического развития России вследствие проводившейся последние годы макроэкономической политики.

(Продолжение следует)

Статья поступила в редакцию 09.11.2006

S. Glazyev

RUSSIAN ECONOMIC DEVELOPMENT: TRENDS AND PROBLEMS

Despite the seemingly good macroeconomic indicators, the Russian economic development has been hampered recently by the serious barriers created by the economic policy-makers. The competitiveness level of the Russian economy is still going in downswing. One of the reasons for the plunging is the fact that the excess profits gained from the natural resources exports were hardly ever used to modernize the economy.

Our magazine publishes some fragments from a report made by S. Glazyev, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Head of the National Development Institute. The report was made at the Russian Social and Economic Development Strategy in the Context of Globalization workshop held to mark the 10th anniversary of the National Development Institute which is part of the Social Sciences Directorate of the Russian Academy of Sciences.



УДК 338.242.4

В.М. Зубов, д. э. н., профессор,
член Комитета по кредитным организациям
и финансовым рынкам Госдумы РФ

БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Россию ожидает беспрецедентный экономический рост. С таким прогнозом выступил крупнейший инвестиционный банк «Голдман Сакс». В исследовании экспертов говорится, что к 2027 году экономика России станет самой мощной в Европе, а объем российского внутреннего валового продукта достигнет трех триллионов долларов... Вместе с тем, по мнению ряда аналитиков — представителей бизнеса и власти, данный прогноз не снимает с повестки дня проблемы, решение которых с каждым годом становится все более острым... Прежде всего это касается проблем обеспечения конкурентоспособности экономики России.

Жизненные ситуации постоянно преподносят что-то новое, поэтому и Правительству, и Госдуме, и Президенту, и предпринимателям приходится принимать новые решения в новых ситуациях. Вместе с тем есть некие фундаментальные принципы, которые со временем не меняются. Именно они требуют особого внимания и именно о них стоит поговорить в свете оценки нынешнего и перспектив будущего развития России.

Необходимо понимать, что экономическая политика, проводимая сегодня в нашей стране, основана на тех предпосылках, которые формировались до 2000 года. Но при этом ситуация, хотя лет прошло немного, радикально изменилась. Сегодня тот базис, те принципы, на которых формировалась политика 1999-2000 годов, — стали иными. В чем это выражается? Изменения в налоговой системе, развитие межбюджетных отношений, формирование самой структуры бюджета, изменения в порядке принятия решений, в частности решений о строительстве вертикали власти, после-

дующие отмены выборов в губернаторы, формирование общественной палаты... Необходимо иметь в виду и то, что формирование экономической политики происходило в экстремальной ситуации:

- во-первых, серьезный шок населения после очередного дефолта в стране;
- во-вторых, окончание чеченской войны, еще не вполне осознаваемое населением страны;
- в-третьих, смена власти в стране, смена — произошедшая удивительно гладко, но тем не менее не без напряжения;
- в-четвертых, цены на продукцию российских производителей были настолько низкими, что об их конкурентоспособности вопрос не стоял, экономика разваливалась;
- в-пятых, и это, пожалуй, самое главное — сепаратизм в стране как явление, которое действительно имело место.

Несмотря на сложившуюся ситуацию, оказалось, что самое худшее уже позади, экономическая политика была сформиро-

вана. Сформирована на основе тяжелых, негативных предпосылок, но тем не менее ситуация в стране изменилась и надо было на это реагировать, но реакции, прежде всего со стороны законодательных и правительственных органов, не последовало. В чем изменилась ситуация?

1. В России за 10-12 лет (с 1991 по 2000 год) изменилась система собственности, появилась частная собственность, бизнес, а бизнес по-другому принимает экономические решения.

2. Сформировалась в рамках принятой Конституции политическая система, и она уже устоялась. В этом смысле весьма показателен мой личный опыт. Вначале я был назначен губернатором, а потом прошел выборы. Когда шел на участие в первых

выборах, которые, кстати, я выиграл, считал, что выборы — это ошибка. В 1993 году в России нельзя было проводить выборы: когда идут боевые действия, командиров не выбирают — в стране, как известно, была экстремальная ситуация... в таких условиях должна была действовать система назначения. В 1997-1998 годы, хотя я и проиграл выборы, но с уверенностью говорю, что в этот период выборы должны были быть. Потому что за это время экономика вышла из кризиса, устоялась политическая система, люди привыкли выбирать. Известно, что выборы это всегда ответственность.

Таким образом, первая предпосылка — экономическая основа и политическая система сформировались. Страна прошла тяжелейший этап фундаментальных

Наша справка

ОСНОВНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ПО ДАННЫМ ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Фактическое конечное потребление сектора домашних хозяйств (в текущих ценах), млрд руб.	3813	5014	6390	7710	9573	11976
на душу населения, руб.	26014	34347	43976	53330	66563	83680
в процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)	105,9	108,2	107,7	106,7	109,9	109,6
Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), руб.	2281,1	3062,0	3947,2	5170,4	6410,3	8023,2
Реальные располагаемые денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году	112,0	108,7	111,1	115,0	110,4	111,1
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике, руб.	2223,4	3240,4	4360,3	5498,5	6739,5	8554,9
Реальная начисленная заработная плата, в процентах к предыдущему году	120,9	119,9	116,2	110,9	110,6	112,6

www.gks.ru

изменений. По сути, было создано новое государство — Россия. Новая политическая система в рамках Конституции устоялась, и необходимо было ее дальнейшее совершенствование. В этих изменившихся политических и экономических условиях было необходимо менять и методы управления. Однако по инерции применялись методы кризисного управления. А ситуация изменилась. Требовались другие подходы.

Некоторые полагают, что экономика России на фоне более благополучных стран по-прежнему находится в кризисе, но это ошибка. Экономика последнее время на подъеме, какого в стране никогда не было, причем если первые и вторые пятилетки перестроечного периода просто неправильно считали, порой умышленно допуская фикцию, то сейчас все объективно, все считаемо.

Экономический рост действительно устойчивый, рост доходов очевиден: никогда роста доходов 10% в год в течение 7 лет у населения не было. То есть экономическая база великолепная, позитивная перспектива — реальна.

Беру на себя смелость сказать: минимум 5 лет никакого падения цен на нефть не предвидится, потому что те тенденции, которые сформировались в мире, требуют все больше сырья, а Россия страна сырьевая и этот ресурс у нас солиден. Никто на нас нападать не собирается в этой ситуа-

ции, т.е. *надо принимать совершенно другие решения*. Это первое.

Второе — какие решения принимать. Здесь есть фундаментальный базовый принцип, который заключается в том, что оценка экономических решений заключается в уровне производительности труда. Известен постулат, что для победы нового экономического строя необходим более высокий уровень производительности труда. На уровне государства, на уровне отрасли, на уровне производителя производительность труда — это решающий критерий эффективности управления. С этим в России ситуация неблагоприятна. Нас настолько заворожили финансовые достижения последних лет, в основе которых, подчеркну, большие деньги от нефти, что проблема роста производительности труда как-то отошла на второй план. Но ведь наши финансовые достижения не оттого, что мы стали лучше работать. Производительность труда — крайне низка, а природная рента — крайне высока.

Возьмем для сравнения три основных центра экономической конкуренции. Первый — в западном мире: Америка (США), Япония, европейские государства. Эти страны имеют развитую экономику, развитую политическую систему и принимают решения в рамках демократических институтов. Второй — это развивающиеся страны, в первую очередь Китай и Индия, которые обладают колоссальной чис-

Наша справка

Основные параметры прогноза социально-экономического развития на 2007-2009 годы, подготовленные Министерством экономического развития и торговли совместно с рядом федеральных органов исполнительной власти и с участием Банка России:

- темпы роста средних оптовых цен на газ увеличены в два раза — до 15 – 14 – 13%, с выходом в 2009 году на уровень 62 доллара за 1000 куб. м,
- средний рост предельного уровня тарифов на электроэнергию — в полтора раза — до 10 – 9 – 8% (примерно на 3-3,5 процентных пункта),
- тарифы на грузовые железнодорожные перевозки повышены менее значимо — до 8 – 6 – 5,5% (примерно на 1,5 пункта в 2007 году и на 0,5 пункта в 2008-2009 годы).

www.economy.gov.ru

ленностью населения и дешевым трудом. И третий центр конкуренции — Россия.

В развитых странах производительность труда растет быстрее заработной платы, в Индии и Китае — в 2 раза быстрее, а у нас в два раза медленнее, т.е. мы проедаем *накопленное*. Я, разумеется, не призываю к тому, чтобы снижать заработную плату, я призываю к тому, чтобы на добавленный рубль зарплаты был больше выпуск. Это совершенно другая задача.

Это первый тезис.

Второй тезис. Он более прагматичный. Решения Правительства, его поведение по отношению к естественным монополиям. Они, на мой взгляд, ошибочны. Реакция Правительства на ситуацию в естественных монополиях заводит в тупик всю экономику.

Образно говоря, «обезьяна шла и не сла горох, одна горошинка упала, ну, конечно, надо поднять, она наклонилась, подняла — упало две, стала две собирать — все рассыпались». Отсюда вывод: надо думать обо всех горошинках, а не о той одной, которая упала. Да, сегодня есть проблемы у газовиков, у энергетиков, но давайте реально оценим, как мы их решаем. Не решаем ли мы их так, что завтра у нас будет уже две горошинки: машиностроение, сельское хозяйство

и так далее? Если в стране реально существует дефицит энергоресурсов, логичнее быть скромнее с тезисом энергетической сверхдержавы. Отечественная история свидетельствует, что не так далеки времена, когда мы заявляли себя великой промышленной сверхдержавой, но при этом накормить свой народ не могли. И что особенно показательно: военно-промышленная мощь оказалась бессильной против развала страны. Не под влиянием извне — реально нас никто не мог захватить. Страна распалась изнутри.

В этой связи мы должны понимать, что, с одной стороны, мы «строим» энергетическую державу, но при этом во всем углеводородном экспортно-ориентированном секторе плюс металлы, у нас занято менее двух миллионов человек. Простой расчет показывает: не более 20 миллионов населения связаны с этими секторами экономики, получают от них доходы и чувствуют себя социально защищенными. Оставшиеся 124 миллиона населения страны — это «собес», который практически находится в состоянии социального *напряжения*. Практика показывает, что данная тенденция — реальность.

Вместе с тем меры, которые предпринимаются со стороны правительственных

Наша справка

ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ БЕЗРАБОТНЫХ

Год	Общая численность безработных		Численность официально зарегистрированных безработных	
	тыс. человек	в % к	тыс. человек	в % к
		соответствующему периоду предыдущего года		соответствующему периоду предыдущего года
2005	5608	93,7	1847	110,6
2006	5336	95,1	1766	95,6

www.gks.ru

органов, направлены в первую очередь на усиление этого — более чем благополучного на фоне других экономических проблем — сектора. При этом в качестве аргументов указывается на нехватку денег на инвестиции, а решение вопроса видится в увеличении в 2 раза тарифов на услуги естественных монополий.

В связи с этим возникает ряд вопросов.

Первый. Разве в нашей стране нет другого источника финансирования, кроме увеличения тарифов на услуги естественных монополий? Не думаю. Проблема в том, как используются привлекаемые инвестиции. Ведь Правительство дважды рассматривало инвестиционную программу Газпрома. По результатам работы Газпрома в 2005 году мною был сделан расчет, который показал, что примерно 1/3 занятых в Газпроме, не занимаются тем, что связано непосредственно с газом: его добычей, перекачкой по газопроводам. Они вовлечены в деятельность радиостанций, радиоканалов, птицефабрик и так далее. При этом на содержание этих сотрудников было потрачено 2 миллиарда долларов. Очевидные сравнения дают столь же очевидный вывод. На 2006 год — 11 % роста тарифов на газ, что составило 1 миллиард долларов, т.е. можно было не повышать тариф на газ 2 года, если бы 1/3 часть занятых в Газпроме не занимались бы непрофильными видами деятельности.

Еще один показательный факт. Стоимость «Сибнефти», которую купил Газпром, это по сути 13-летнее повышение тарифов. Возникает вполне правомерный вопрос: куда Газпром может направить полученные

в результате повышения тарифов денежные средства? Анализ инвестиционных программ Газпрома за 2006 год показывает, что 70 % всех инвестиций идет не на добычу, не на транспортировку, а на приобретение других видов собственности. Зачем? В чем необходимость и, если хотите национальный интерес, чтобы государственная структура, которой является Газпром, купила «Сибнефть»? Нефть все равно в стране, добывают здесь, работники те же самые, но при этом произошло перераспределение денег из бюджета к частнику, потому что «Сибнефть» частная компания. В чем смысл такой операции? Я не понимаю. Поэтому в сложившейся ситуации рост тарифов на газ *бессмысленен*. Эффект сомнителен, а социальное напряжение в результате такой тарифной политики реально.

Второй. Представители энергетической отрасли настаивают на необходимости повысить тарифы, поскольку их «дешевизна» не стимулирует энергосбережение. Согласен. Но вряд ли при этом возрастет эффективность в других отраслях экономики. Полагаю, что следует действовать не экстенсивными методами за счет роста тарифов, а заниматься интенсификацией энергетической отрасли, т.е. внедрять энергосберегающие технологии. Сегодня, к примеру, парогазовые установки, используемые в России, на 30 % менее эффективны, чем в мире. Значит, реальное повышение внутриотраслевой эффективности может способствовать значительно меньшему росту тарифов.

Но, к сожалению, модель энергетиков — повышение тарифов является выиг-

Наша справка

В ноябре 2006 г. цены и тарифы на платные услуги населению повысились на 0,5 %, а за период с начала года на 13,0 % (за январь-ноябрь 2005 г. — на 20,0 %). Тарифы на услуги жилищно-коммунального хозяйства повысились в ноябре на 0,4 %. С начала года услуги ЖКХ подорожали на 17,5 % (за одиннадцать месяцев 2005 г. — на 32,3 %). Услуги пассажирского транспорта стали дороже в ноябре на 0,4 %, а за период с начала года на 11,7 % (за январь-ноябрь 2005 г. — на 12,2 %). Тарифы на услуги связи повысились в ноябре на 0,1 %, а по итогам одиннадцати месяцев на 1,9 % (за январь-ноябрь 2005 г. — на 9,0 %).

www.cbr.ru

рышной только для них и проигрышной для всех перерабатывающих отраслей. Я полагаю, что такой рецепт развития энергетики для нашей страны не подходит, поскольку он весьма обременителен для ее населения.

Третий. Для чего в стране проводится реформа энергетики?

Прежде всего в целях ее развития путем реструктуризации, повышения инвестиционной привлекательности. Но при этом ситуация складывается парадоксальная. Денежные средства, вырученные при реализации энергетических активов, далеко не всегда направляются действительно на развитие отечественной энергетики. Какой смысл, к примеру, повышать тарифы на электроэнергию, если «Новосибирск-энерго» собирается участвовать в тендере на покупку активов в Турции.

Четвертый. Идея очередного увеличения тарифов именно в рамках экстенсивного развития энергетических отраслей, на мой взгляд,

резко снижает результативность налоговой реформы. С чем, например, в 2007 году столкнулись компании перерабатывающих отраслей? Можно указать, по меньшей мере, три основных негативных фактора:

- увеличение в два раза нормы налогообложения «слева», т.е. тарифов;
- вхождение России в ВТО и, соответственно, рост конкуренции со стороны импорта;
- неизбежность повышения заработной платы в связи с закономерным в этой ситуации (вхождение в ВТО) превышением темпов роста импорта над экспортом.

По прогнозам Правительства, уже в 2009 году импорт может превысить экспорт, что приведет к дефициту торгового баланса. Есть уверенность в том, что наша промышленность эти три давления способна выдержать? На мой взгляд, сомнительно. Достаточно вспомнить уроки 1992 года, когда тарифы в энергетике росли опережающими темпами.

Наша справка

Президент России В.В. Путин, встречаясь в Сочи с А. Б. Чубайсом, поинтересовался, почему идеология реформы предполагала частные — российские и иностранные — инвестиции, а теперь РАО ЕЭС просит деньги из бюджета. В ответ глава энергетической монополии заявил о «непростой по масштабу и значимости и беспрецедентной» программе привлечении инвестиций, которая рассчитана на 2,1 трлн рублей в 2006-2010 годах, в том числе на 715 млрд рублей в 2007 году. Одной частью этой программы как раз и является выделение указанных 41,5 млрд рублей из федерального бюджета.

На вопрос президента о том, куда же будут направлены деньги, вырученные от приватизации тепловой генерации, и нельзя ли как раз и направить их на развитие сети, в том числе и магистральной, Чубайс заявил, что это «почти так, но с одной поправкой: прежде всего надо направлять средства на саму генерацию, ее тоже нужно развивать». И что выделение из бюджета на развитие сетей 41,5 млрд рублей на фоне общих расходов в 715 млрд — это «разумный компромисс без обременения бюджета чем-то непосильным».

Напомним, что в 2002-2003 годах, когда обсуждалась реформа электроэнергетики, констатировалось плачевное состояние основных фондов: изношенность сетей и выработка ресурса у большинства генерирующих мощностей. В связи с этим главной целью реформы объявлялось «обеспечение максимального привлечения в отрасль инвестиционного капитала».

Авторы реформы обещали привлечь 50-70 млрд долларов (немного меньше тех объемов, которые звучат сейчас) и говорили о целом ряде российских и иностранных компаний, которые, что называется, уже стоят в очереди со своими деньгами, дабы скорее «вложиться» в российскую энергетику, как только реформа заработает. О том, что финансировать реформу будет бюджет, они не говорили ни слова.

www.mn.ru

Следовательно, в настоящий период развития российской экономики необходимо не повышать тарифы, а ввести на 2007 год тарифную паузу.

Третий тезис. Об особенностях принятия значимых для экономики, для страны в целом управленческих решений и их выполнении. Можно выделить несколько тем.

Первая. Киотское соглашение. По-существу, с ним связано решение проблем привлечения инвестиций в модернизацию экономического потенциала страны. Эффективность принимаемых в этой области решений крайне низкая, хотя не за горами время, когда мы можем потерять право воспользоваться этим ресурсом.

Вторая. Стабилизационный фонд. Должна быть ясная и понятная стратегия его использования. Необходимо решить две проблемы: первое — усилить и сделать прозрачными потоки предоставления социальных благ, и второе — сократить обязательства государства, которые априори являются невыполнимыми. Практически полтора года не принималось решения об эффективном размещении средств фонда. Назову цифру относительных потерь от неиспользования средств фонда только за 2005 год — 75 млрд рублей, это примерно годовой бюджет такого региона, как Красноярский край.

Третья. Страховая медицина. Поправки в Закон о страховой медицине с 2002 года лежат в Госдуме. И никакого движения. При

формировании бюджета страны увеличиваются ассигнования на медицину, но при этом нужно понимать, что мы добавляем денежные ресурсы в систему, которая консервируется со всеми своими недостатками.

Теперь по проблемам, по которым до настоящего времени не принимаются решения.

О вступлении России в ВТО. На мой взгляд, серьезная необходимость в этом отпала. Когда в 2000 году был кризис — это было действительно необходимо, а теперь зачем? Сейчас, для наших сырьевых товаров мировой рынок открыт. Спрос на российские газ, нефть, металлы растет и никаких сложностей с их реализацией в настоящее время нет и, по прогнозам аналитиков, не будет. Что касается ВТО. Поток импортных товаров, который будет конкурировать с товарами российских производителей, заметно увеличится. Согласно данным, приводимым в журнале «Эксперт», — 30 на 70 вот пропорция этой конкуренции, т. е. 30% — наша прибыль, 70% — потери. На 30% увеличиваем свои рынки, на 70% теряем их внутри страны. Таким образом, если мы вступаем в ВТО — мы проигрываем. *Главная наша конкурентная уязвимость — повторюсь, невысокая производительность труда, в том числе в государственном секторе. Что выражается в замедленной скорости принятия необходимых решений.*

Приведу наглядный пример цены оценки задержанных принятий решений: в 2003 году Госдума приняла в первом чтении закон

Наша справка

18 ноября 2004 г. МИД РФ передал ООН ратифицированные Федеральным Собранием документы о присоединении России к Киотскому договору по борьбе с глобальным потеплением. Представители ООН сообщили, что договор вступил в силу 16 февраля 2005 г. Период действия обязательств: 2008-2012 гг.

После официального присоединения России к Киотскому договору во всем мире осталось только 4 индустриально развитых государства, оставшихся вне его: США, Австралия, Лихтенштейн и Монако. В соглашении установлены обязательства в отношении индустриально развитых стран по сокращению до конца десятилетия выбросов углекислого газа и других газов, вызывающих парниковый эффект.

Соглашение предполагает: заключение обязательных соглашений; выделение кредитов, направленных на воспроизводство лесов, способных поглощать углекислый газ; предоставление средств для оказания помощи беднейшим государствам в использовании чистой энергии; ведение торговли квотами на выбросы парниковых газов.

www.news.kommersant.ru

Наша справка

Совокупный объем средств Стабилизационного фонда России на 1 февраля 2007 г., по предварительным данным, в рублевом эквиваленте составил 2 трлн 647,2 млрд руб. Как сообщила пресс-служба Минфина РФ, совокупный объем средств Стабфонда по состоянию на 1 января 2007 г. составлял 2 трлн 346,9 млрд руб. В январе в него поступило 300,3 млрд руб. В первый месяц года на счета Стабилизационного фонда была зачислена иностранная валюта на общую сумму 48,4 млрд руб. Причем, 45 % пришлось на доллары США, 45 % — на евро и 10 % — на фунты стерлингов.

www1.minfin.ru

об упрощенной системе кредитования малого бизнеса, когда они могли получать кредит в банках без обязательного открытия в нем расчетного счета. В случае принятия данного закона, для банков это оборачивалось экономией рабочего времени в полчаса, а для предпринимателя — экономия могла составить несколько рабочих дней. С учетом того, что малый бизнес испытывает острую потребность в кредитах, данный закон действительно имел большое значение. В первом чтении закон приняли, но в новом составе Думы его вернули вновь в первое чтение и затем отклонили под благим намерением, что вот, мол, внесем соответствующую поправку в указ Президента России, а потом и ЦБ РФ примет инструкцию. В общем, с 2003 по 2007 год этот закон так и остался не принятым.

Такая логика принятия решений недопустима для современного государственного управления.

Показательно, что в прошедшем году Нобелевскую премию вручили именно за разработку и внедрение упрощенной системы выдачи кредитов в Пакистане, когда кредит стал доступен миллионам жителей страны.

Общий вывод, который можно сделать, рассматривая конкурентоспособность экономики России — она на сегодня *в целом недостаточно конкурентоспособна*. Можно добиться, как это было в СССР, отдельных точечных успехов, но в целом это проблемы конкурентоспособности страны не решит.

Повторю две цифры. В стране сегодня из всего числа занятых в экономике — 20 миллионов конкурентоспособны, но не потому, что качественно работают, что производительность их труда высока, она и в энергетике ниже относительно мирового уровня. Причина их конкурентоспособности — в природной ренте. И накапливающееся социальное напряжение может эту конкурентоспособность срезать под нож.

Зависимость развития экономики страны, благополучие каждого ее жителя от цены на энергопродукты на мировом рынке, от «погоды и природы», но не от самих производителей — явление временное и опасное.

Статья поступила в редакцию 21.02.2007

V. Zubov

THE RUSSIAN ECONOMY: MAIN COMPETITIVENESS INDICATORS

According to the forecast made by GoldmanSax, Russia is bound to experience an unprecedented economic growth. The experts predict that Russia will be the most potent European economy by 2027 with the GDP of 3 trillion US dollars... At the same time, according to some business and government analysts, the forecast does not mean we should not address the issues on the agenda that are becoming harder and harder to tackle each coming year. First of all, we are talking about the Russian economy competitiveness.

УДК 339.13.012.42

*Е.И. Кузнецова, к. э. н., доцент,
Московский университет МВД России*

КОНКУРЕНТНЫЕ РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСУДАРСТВА

В современных условиях основой национальной безопасности государства является безопасность экономическая, которая определяется, в частности, как способность национальной экономики обеспечивать благосостояние нации и стабильность внутреннего рынка независимо от действия внешних факторов. Система экономической безопасности считается эффективной, если негативное влияние извне нейтрализуется компенсирующими резервами страны, позволяя сохранить политическую и экономическую стабильность.

Сегодня Россия имеет значительные запасы традиционных ресурсов, играя важную роль в международной торговле нефтью и газом, но является ли это гарантией того, что она является полноправным и конкурентоспособным участником мировых процессов? На чем основана экономическая безопасность российского государства?

В условиях быстро меняющейся ситуации и жесткой конкуренции на мировом рынке все страны должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел в национальной экономике, но и выработать стратегию долгосрочной экономической безопасности, которая позволяла бы им уменьшить риск изменений, происходящих в мировом хозяйстве.

Проблема экономической безопасности России как важнейшей составляющей национальной безопасности стоит сегодня достаточно остро.

Различные государства создают системы безопасности исходя из своих возможностей. Принято считать, что нижний порог национальной безопасности определяет физическое выживание общества, сохранение суверенитета и социальной целостности государства — обеспечение его дееспособности перед лицом угрозы применения вооруженной силы со стороны других

субъектов международных отношений. Однако безопасность государства заключается не только в сведении к минимуму угрозы военного нападения, захвата территории, уничтожения населения. В более широком смысле понятие безопасности включает обеспечение гражданам данного общества необходимых условий для нормальной цивилизованной жизни, свободного развития и самовыражения. Соответственно, политический, экономический, военный, социальный и иные внутренние и внешние аспекты и составляют важнейшие компоненты национальной безопасности.

Перечень внутренних и внешних угроз национальной безопасности страны сформулирован в Концепции национальной безопасности¹: «В сфере экономики угрозы

¹ «О концепции национальной безопасности Российской Федерации». Указ Президента РФ №24 от 10 января 2000г.

имеют комплексный характер и обусловлены прежде всего существенным сокращением внутреннего валового продукта, снижением инновационной, инвестиционной активности и научно-технического потенциала, стагнацией аграрного сектора, разбалансированием банковской системы, ростом внешнего и внутреннего государственного долга, тенденцией к преобладанию в экспортных поставках топливно-сырьевой и энергетической составляющих, а в импортных поставках — продовольствия и предметов потребления, включая предметы первой необходимости».

Важнейшими задачами обеспечения национальной безопасности России являются: «опережающее развитие конкурентоспособных отраслей и производств, расширение рынка наукоемкой продукции. В целях их решения должны быть приняты меры, стимулирующие передачу новых военных технологий в гражданское производство, введен механизм выявления и развития прогрессивных технологий, освоение которых обеспечит конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке.

Национальная безопасность имеет иерархическую (личность, государство, общество), многокомпонентную структуру, т.е. является системным понятием. Важной составляющей системы национальной безопасности является экономическая безопасность.

Экономическую безопасность можно определить как «способность национальной экономики обеспечивать благосостояние нации и стабильность внутреннего рынка независимо от действия внешних факторов»². Отсюда может следовать предположение, что система экономической безопасности считается эффективной, если негативное влияние извне нейтрализуется компенсирующими резерва-

ми страны, позволяя сохранить политическую и экономическую стабильность.

Основным официальным документом, определяющим позиции государства по проблемам экономической безопасности, является принятая в 1996 году «Государственная стратегия экономической безопасности (Основные положения)». В разделе 2 этого документа дано следующее определение критериев и параметров, характеризующих национальные интересы в области экономики и отвечающие требованиям экономической безопасности Российской Федерации: «Состояние экономики, отвечающее требованиям экономической безопасности Российской Федерации, должно характеризоваться определенными качественными критериями... обеспечивающими приемлемые для большинства населения условия жизни и развития личности, устойчивость социально-экономической ситуации, военно-политическую стабильность общества, целостность государства, возможность противостоять влиянию внутренних и внешних угроз».

Государственная стратегия экономической безопасности является ключевым документом по проблемам экономической безопасности и формулирует наиболее вероятные угрозы следующим образом:

- увеличение имущественной дифференциации населения и повышение уровня бедности, что ведет к нарушению социального мира и общественного согласия;
- деформированность структуры российской экономики;
- возрастание неравномерности социально-экономического развития регионов;
- криминализация общества и хозяйственной деятельности.

В стратегии делается попытка вычленивать проблемы экономической безопасности и факторы, которые их порождают. В ответ на это и в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 27 декабря 1996 г. № 1569 «О первоочередных мерах по реализации Государственной стратегии экономической безопасности Российской

² Рубанов В. Безопасность — лозунги, теория и политическая практика. // Свободная мысль. 1991. № 17. С. 31-41.

Федерации» был разработан Перечень мер по предотвращению угроз экономической безопасности³, к которым относят:

- сокращение имущественной дифференциации населения в целях обеспечения относительного баланса социальных интересов (предотвращение расслоения общества на узкий круг богатых и преобладающую массу бедных, снижение локальной (по регионам России) концентрации бедных слоев населения, сокращение безработицы, ликвидация задержек выплаты заработной платы, сокращение разрыва между минимальной заработной платой (пенсией) и прожиточным минимумом);
- предотвращение дальнейшего деформирования структуры российской экономики (увеличения доли продукции низкой степени обработки, повышения материало- и энергоемкости продукции, отставания прироста запасов полезных ископаемых от объемов их добычи, снижения конкурентоспособности продукции, сокращения производства, снижения результативности и разрушения технологического единства научных исследований и разработок, сокращения научно-технического потенциала и реализуемых на практике передовых технологий, завоевания иностранными и отечественными юридическими и физическими лицами монопольного положения на внутреннем рынке, зависимости страны от импорта продовольствия, роста внутреннего и внешнего государственного долга);
- предотвращение возрастания неравномерности социально-экономического развития регионов (роста существующих различий в социально-экономическом развитии регионов, нарушения производственно-технологических связей между предприятиями отдельных ре-

гионов, увеличения разрыва в уровне национального дохода на душу населения по субъектам Российской Федерации);

- выявление и устранение причин, приводящих к криминализации общества и хозяйственной деятельности.

Решение указанных задач предполагает создание равных условий для развития и увеличения конкурентоспособности предприятий независимо от формы собственности, в том числе становление и развитие частного предпринимательства во всех сферах.

Процесс рыночной трансформации экономики России сегодня необходимо объективно нацелить на преобразование монополизированной структуры системы хозяйствования и утверждение конкурентной среды, необходимой для эффективного функционирования субъектов рыночной экономики с целью обеспечения экономической безопасности.

Появление крупных корпораций на рубеже XIX-XX веков и их интенсивное развитие в первой половине XX века стало тем фактором, который вызвал к жизни переход от свободной конкуренции к конкуренции в условиях монополии. Единое конкурентное рыночное пространство предстало в виде совокупности обособленных рынков. В основе монопольного обособления — исключительное положение на рынке либо производителей, либо потребителей, предоставляющее им возможность влиять на цену. Отсюда — переплетение монополии и конкуренции, то есть монополистическая или несовершенная конкуренция, а вместе с ней и возможность регулировать и контролировать рынок, делить его на сферы контроля и управлять последними⁴.

³ Приложение № 1 к Постановлению Правительства РФ от 27 декабря 1996 г. № 1569 «О первоочередных мерах по реализации Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации (Основных положений)», одобренной Указом Президента Российской Федерации от 29 апреля 1996 г. № 608.

⁴ Гэлбрейт Дж. К. Жизнь в наше время. — М.: Прогресс, 1990. — С. 42; Маршалл А. Принципы экономической науки. Т. 1. — М.: Прогресс, 1993. — С. 61-65, 188; Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. — М.: Прогресс, 1986. — С. 400-402; Чемберлин Э. Х. Теория монополистической конкуренции. — М.: Прогресс, 1996. — С. 256.

Управление разделенным среди крупных корпораций рынком модифицирует, с одной стороны, распределение выгод, а с другой — рисков и угроз между участниками несовершенной конкуренции.

Исходя из предложенного В.Парето принципа оптимальности, можно прийти к выводу о том, что укрепление экономической безопасности одного участника несовершенной конкуренции предполагает перераспределение ресурсов (инструментов) ее обеспечения в его пользу. Соответственно, другие субъекты конкурентных отношений лишаются части ресурсов обеспечения своей экономической безопасности.

В условиях стихийной рыночной трансформации существуют и реализуются внутренние ресурсы монополизации экономических отношений, заложенные в самой природе экономической системы России:

- инфраструктура, ориентированная на крупномасштабное производство и не приспособленная к конкретному взаимодействию субъектов рыночных отношений;

- устойчивое доминирование крупных предприятий, сохранившееся и после приватизации;

- слабость предпринимательства как социальной институции, в основе которой — неразвитость гражданского общества, традиции огосударствления общественно-хозяйственной жизни;

- отсутствие механизма социально-экономической защиты отношений собственности, когда приватизация передала права собственности новым владельцам без адекватной оплаты, а в дальнейшем государство неоднократно выступало в роли заинтересованного участника перераспределения данных прав, что закрепило их неустойчивость;

- несоразмерность налогового бремени доходным возможностям хозяйствующих субъектов, которая обусловлена, с одной стороны, сохраняющимися высокими социальными обязательствами государ-

ства, а с другой стороны, затяжной рецессией производства;

- технологическая обусловленность существования многих общероссийских и региональных монополий, функционирующих в ТЭК, отраслях инфраструктуры, машиностроительном комплексе. Без коренного изменения технологической основы воспроизводственного процесса эти монополии останутся своеобразными центрами притяжения всей системы российской экономики, определяющими динамику и уровень издержек, темпы инфляции, уровень контроля над обособленными рынками.

Внутренние ресурсы монополизации экономических отношений могут как реализовываться в конкретных формах хозяйственной монополии, так и нейтрализовываться в процессе рыночных преобразований. Определяющую роль здесь играет стратегическая ориентация проводимых преобразований.

Основными причинами неэффективности национальной экономики, а в следствии этого и снижения экономической безопасности в период перехода к конкурентным рыночным отношениям, являются:

- неадекватность исходного состояния институциональной среды и монетаристских, ультралиберальных методов и инструментов рыночных преобразований;

- отсутствие широкой социальной базы в начале рыночных преобразований и ее последовательное сужение в процессе углубления рыночной трансформации;

- наложение процессов рыночной трансформации и вхождения экономики России в глобальную мировую экономику.

Указанные причины обусловили то, что внутренние ресурсы монополизации экономических отношений нашли внешнюю форму своего проявления и практически реализовались в виде монопольного господства над рынками, функционирующими на всех уровнях хозяйственной системы в местном хозяйстве, региональном и макро-региональном хозяйственных комплексах,

а также на федеральном уровне, основными элементами которого выступают:

- контроль над инфраструктурой рынка, позволяющий регулировать товародвижение, значительную часть издержек обращения и получать всю необходимую информацию о движении товарных и денежных потоков;

- контроль над финансово-инвестиционными ресурсами, обеспечивающими функционирование и развитие рынка; такой контроль может осуществляться посредством создания ФПГ, синдицирования деятельности группы кредитных организаций, привлечения административных ресурсов региональных властей, а также на основе нелегитимных способов воздействия;

- контроль над «узкими местами» товародвижения, создание и искусственная консервация таких мест, осуществляемые либо посредством системы акционерного участия в капитале определенных звеньев товародвижения, либо на основе внедрения в структуры власти данных звеньев людей, способных лично осуществлять такой контроль;

- манипулирование различного рода внешними угрозами в целях обеспечения закрытости региональных, макрорегиональных и местных рынков для внешних участников, которые могут быть идентифицированы как специфические носители угроз для лиц, осуществляющих контроль над рынком, переплетение интересов (особая система участия в институциональном капитале) хозяйственной и государственной бюрократии, когда сложение и умножение статусных возможностей менеджеров коммерческих организаций и служащих государственных учреждений формирует скрытую форму контроля над рынком.

Механизм монопольного господства над рынками, складывающийся и функционирующий в условиях рыночных преобразований экономики России, существенно отличается от известных механизмов монополизации, действующих в условиях зрелых рыночных отношений. Его можно определить как трансформационный, т.е. обусловленный специфическими техноло-

гическими, институциональными и социальными факторами процесса перехода от административно-командной к рыночной системе хозяйства. Вместе с тем он обладает определенной социально-экономической инерцией, т.е. не перестает функционировать по завершении переходного периода, а при определенных условиях продолжает действовать, обеспечивая монопольную организацию рынков.

Ослабление межрегиональных хозяйственных связей и распад единого экономического пространства страны выступает как реальная угроза экономической безопасности в критических точках рыночных преобразований, когда региональные власти берут под свой монопольный контроль территориальные рынки, вводят административные барьеры на пути потоков капитала, товаров, рабочей силы, пытаются закрыть свое внутрорегиональное экономическое пространство от инорегионального воздействия.

Монополизированные рынки легко переходят под контроль структур глобальной мировой экономики, поскольку механизм монопольного господства упрочился и институционализировался, а процесс глобализации доминирует над формами обобществления хозяйственной жизни, развивающимися в рамках национальной экономики. Права монопольного контроля просто перекупаются теми, кто имеет возможность их более эффективно реализовать. В результате национальная экономика последовательно теряет свою субъектность, превращаясь в хозяйственное пространство, насыщенное ресурсами для управляемых извне воспроизводственных процессов.

Монопольный контроль над рынками становится естественной основой для формирования обособленных от государства нелегитимных центров власти, поскольку монопольная хозяйственная власть стремится гарантировать себя от претензий государственной власти и обеспечить свое устойчивое функционирование в политическом отношении.

Рынки, находящиеся под монопольным контролем, не обладают инвестиционной привлекательностью для внешних по отношению к контролю инвесторов. Тем самым они лишаются ресурсов публичного инвестирования, ограничиваясь теми возможностями, которыми располагают контролирующие группировки, т. е. потенциалом самоинвестирования.

Монопольный контроль обрекает рынки на закрепление прежнего технологического уклада. Если существует устойчивая возможность диктовать потребителю цены и навязывать ему определенную продукцию, то нет необходимости обновлять производство и стремиться двигаться в русле инновационного типа воспроизводства.

Вместе с тем монопольный контроль не может абсолютно закрыть рынок и отделить его от конкурентной среды. Поэтому реальна угроза оттока наиболее эффективных элементов вещественного финансового и человеческого капитала из зоны контроля в конкурентное пространство; в результате монополизированный рынок стагнирует.

Механизм монопольного господства над рынком вызывает к жизни накопление нерешенных социально-экономических проблем, а тем самым закладывает основу для формирования конфликтов между участниками рынка — покупателями, продавцами, представителями местной, региональной и федеральной властями, представителями общественности.

Отсутствие или слабость импульсов конкуренции оборачивается для участников монопольно контролируемого рынка неэффективным расходованием элементов ресурсной базы, а также тенденцией к формированию рентоориентированного экономического поведения хозяйствующих субъектов.

Особенность российского монополизма состоит в том, что своим рождением он обязан не рыночной среде, и по своему генезису кардинально отличается от монопольных отношений, естественным образом выраставших из концентрации и централизации капитала в процессе конкурентной борьбы.

Российский монополизм — результат тотального огосударствления экономики с присущей ему административно-командной системой управления.

Государственный монополизм, как не имеющая аналогов управленческая и организационная монополия, составлял отличительную черту отечественного монополизма. Подавляющее число хозяйственных связей складывались директивно, на безальтернативной основе и базировались не на экономических, а на строго детерминированных управленческих, организационных и технологических принципах. Начальной точкой отсчета была принудительная централизация всех функций управления экономикой в руках государства. Централизация функций управления и контроля хозяйственной деятельности на всех уровнях приводила к тому, что многие хозяйственные структуры создавались как единственные производители какого-либо продукта или услуги в стране, регионе и т.д. При этом часто нарушались экономические принципы оптимизации масштабов производства. Экономическая эффективность приносилась в жертву централизованному административному контролю.

Следовательно, в прежних условиях монополия порождалась прежде всего не конкуренцией, как в странах с рыночной экономикой, а государством при отсутствии конкуренции. Отечественные монополии создавались не за счет поглощения мелких собственников, а в «плановом порядке».

Особенности взаимодействия монопольных структур и форм организации хозяйствования характеризовались:

- монопольными формами взаимодействия хозяйствующих субъектов (предприятий друг с другом) по поводу взаимных поставок;
- монопольными формами взаимодействия производителя и потребителя (в лице конечного пользователя) или торговой организации;
- монопольными формами, условий и порядка кредитования и финансирования хозяйствующих субъектов;

- монопольными управленческо-методологическими формами хозяйствования (однообразие методов, стилей, принципов хозяйствования, форм контроля, санкций и стимулов).

Таким образом, монополия, доставшаяся российской экономике от государственной собственности, — в основном не рыночный феномен, — она существует вопреки рынку и подавляет развитие рыночных отношений.

В период реформ спецификация прав собственности осуществлялась путем их передачи в руки частных субъектов из рук государства. Приватизация в тех формах, в которых она осуществлялась, носила бесплатный льготный характер. Она была проведена поспешно, без создания необходимой институциональной инфраструктуры (правовой и регулирующей). Разрыв между официально провозглашенными целями приватизации и ее реальными результатами был не случаен, поскольку в основу избранной модели была положена фактически безвозмездная раздача национального богатства, осуществленная путем:

- а) открытого доступа к собственности исключительно для избранных;
- б) свободного оборота ваучеров;
- в) явного занижения оценок основных фондов.

Изменение экономической системы под воздействием данных начальных условий означает одновременное существование в этом процессе как элементов изменений, так и инерции.

Во-первых, процесс трансформации проявил проблемы, которые бывшая советская система содержала как элементы мутации социализма, и наследство предшествующей системы предстало в виде таких различных проявлений, как наличие бартера, «черного» рынка, скрытой безработицы и т. д. В этом смысле бывшую советскую экономику можно назвать смешанной.

Во-вторых, процесс экономической трансформации обеспечен отчасти реформами, проходившими еще в советские времена, в период перестройки.

Можно констатировать, что процесс трансформации экономики России от командно-административной системы экономики к рыночной не завершен и, несмотря на прошедшие 15 лет, в России не создан эффективно функционирующий конкурентный рыночный механизм.

Особенности переходных экономик сохраняются и воспроизводятся экономическими агентами. Неплатежи и неформальные взаимосвязи продолжают играть значительную роль в общественной практике. Поэтому в случае кризиса экономические агенты инстинктивно и сознательно пытаются воспроизводить свое прежнее поведение. В переходный период сохранение инерции в экономической системе кажется экономически более выгодным, чем решительное внедрение рыночного механизма и устранение инерции, и экономические агенты сознательно адаптируются вне рыночной системы. Существующее согласие между экономическими агентами стимулирует пребывание экономики в переходном состоянии.

Инерционностью характеризуются также воспроизводственные структуры политического и экономического характера:

- во-первых, сохранение руководящих и экономических элит и их тесное переплетение; особенно это касается регионального уровня;
- во-вторых, воспроизводство традиционного поведения экономических агентов, направленное на потребительское отношение к государству;
- в-третьих, слабая эффективность правительственного контроля по отношению к мощным олигархическим группировкам и региональным элитам;
- в-четвертых, неупорядоченность рыночных отношений, особенно на региональных рынках, отсутствие эффективной системы нейтрализации рисков для экономических агентов.

Известно, что рыночная экономика отвергает монополию. Однако при реформировании российской экономики ее влияние не только

не ослабевает, но и нередко усиливается, а монополизм как проявление властных полномочий ведет не только к образованию монополий, но и, гипертрофируясь, порождает другие отрицательные явления.

Следовательно, главной отличительной особенностью современного российского монополизма, на наш взгляд, является его разделение на целый ряд «подсистем», дифференцированных в зависимости от уровней иерархии управления (по вертикали) и от функций той или иной «подсистемы» (по горизонтали). Каждая из них имеет свои специфические цели. Они достигаются при создании различного рода структурных монополий. Специфика современного этапа выражается в том, что монополизм не всегда проявляется в виде экономических монополий, а существует скрыто в виде различных форм административного монополизма.

Можно выделить ряд доминирующих форм проявления такого монополизма:

- административные барьеры, сдерживающие предпринимательскую активность на различных уровнях властных полномочий;
- субъективный монополизм контролирующих органов;
- монополизм хозяйственного аппарата;
- монополизм в виде надстройки над частной рыночной активностью, выражающийся в поддержании высокого уровня цен и прибыли на рынке за счет ограничения числа допущенных на него субъектов.

Рассматривая перечисленные выше формы проявления монополизма, необходимо за-

метить, что сейчас концентрация экономической, административной и законодательной власти в руках узких социальных групп не только укоренилась в системе неформальных связей, но и закрепляется институционально.

Противостояние прежних форм проявления монополизма и новых, их противоречивые перемены и слияния, криминализация хозяйственных отношений гипертрофируют отечественный монополизм и на этапе реформирования обостряют противоречия в системе производственных отношений. Учитывая неэкономический характер основных форм российского монополизма, нельзя рассчитывать на его преодоление чисто экономическими методами. Безусловно, приоритет принадлежит здесь формам прямого административного ограничения и регулирования монополистической деятельности, коренному совершенствованию институциональных условий функционирования экономики.

Способность России обеспечить экономическую безопасность и таким образом остаться полноправным участником мировых процессов в новом тысячелетии зависит от ее способности поддерживать конкурентную среду, а в условиях переходной экономики — создать такую среду. Именно создание атмосферы экономического соперничества, характеризующейся присутствием на рынке ряда производителей, конкурирующих между собой за потребительский спрос, является важнейшим экономическим условием движения вперед.

Статья поступила в редакцию 16.02.2007

E. Kuznetsova

COMPETITION IN THE MARKET AND ECONOMIC SECURITY OF THE STATE

Today the basis of the national security is the security of the economic activity. The latter is seen as the ability of the national economy to guarantee the national welfare and the domestic market stability regardless of the external conditions. The system securing the economic activity is considered to be efficient if the negative impact from outside is counterbalanced by the internal resource of the country supporting the political and economic stability. Today Russia has considerable natural resources and plays a big role in the oil and gas trade. But can it serve as a guarantee of our country's stable competitive position in the world economic processes? What is the basis of the system securing the economic activity in the country?

УДК 334.027

А.Ю. Юданов, д. э. н., профессор

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА «ЧЕСТНОГО» БИЗНЕСА

В бизнесе, как и в любом проявлении жизни, взаимоотношения между субъектами регулируются определенными нормами. Но формально выраженными правилами невозможно предусмотреть все многообразие ситуаций, которые возникают в конкурентной среде. Кроме законов писанных, существуют еще и «неписанные». Следование стандартам «честного» бизнеса зачастую оказывается одним из самых весомых конкурентных преимуществ.

I. Наиболее заметное воздействие на конкурентное положение большинства российских фирм оказывают три основные внешние силы, выступающие на конкретных рынках как по отдельности, так и в разнообразных комбинациях.

Первая. Конкурентное давление со стороны фирм-доминантов, занимающих большую долю рынка и способных высокоэффективно производить пользующуюся массовым спросом продукцию. Такими доминантами чаще всего выступают:

1) *иностранные производители* (импорт) или их российские дочерние общества (производство внутри страны);

2) *крупные приватизированные предприятия*, сумевшие хорошо приспособиться к рынку;

3) *наиболее успешные фирмы нового бизнеса*, стартовавшие «с нуля», но с годами достигшие значительных размеров.

Вторая. Влияние на конкурентную среду мощных государственных и/или олигархических структур. Источником их рыночной силы является не столько высокая конкурентоспособность как таковая, сколько монопольный доступ к неким видам ресурсов.

Наличие подобных ресурсов создает совершенно иную по сравнению с остальными фирмами экономическую основу для развития этих компаний — своего рода внеэкономическую «фору». В случае вовлечения в *прямое* рыночное противоборство с ними фирмы, не имеющие ресурсных привилегий, испытывают значительные трудности. Наиболее же распространенным последствием этого феномена является отсечение большинства фирм от прибыльных сегментов рынка.

Третья. Воздействие теневой экономики. Эффективное ведение «белого» бизнеса в ряде отраслей мало реально как в силу налогового пресса, так и общей недостаточной рентабельности. Заманчивым выходом из этого положения является полное или частичное перемещение деловой активности в теневую сферу. Названный выход, однако, часто оказывается западней. Он налагает на избравшее его предприятие жесткие ограничения. В частности, крайне затрудняются быстрый рост и превращение в крупную компанию. Ведь крупной фирме держать основную часть своего бизнеса «в тени» обычно сложнее, чем мелкой.

Под влиянием трех названных сил реальный рынок «белого» бизнеса, доступно-

го для «среднестатистических» фирм, часто оказывается резко суженным. На крошечном рыночном пятачке они вовлечены в острую конкурентную борьбу с подобными себе компаниями, выпускающими практически ту же самую продукцию. Кроме взаимной разрушительной конкуренции, «обычные» фирмы страдают и от ударов более мощных иностранных или российских фирм-доминантов, давления компаний государственного и/или олигархического сектора и, наконец, проигрывают по уровню издержек фирмам, использующим нелегальные или полунелегальные «схемы» теневого бизнеса.

Общим итогом описанных тенденций стала бесперспективность многих рутинных направлений бизнеса, нередко выливающаяся в их прямую убыточность. Фирмы, занятые выпуском еще недавно крайне популярной (да и теперь не залеживающейся), но сравнительно простой продукции, внезапно ощутили, что эта привычная деятельность больше не приносит прибыли и не создает возможностей роста.

Таким образом, *рутинная конкуренция в выпуске «обычной» массовой продукции на вполне сформировавшихся рынках часто заводит российские предприятия в тупик*. Слишком сильно внешнее давление на эти сегменты и слишком много конкурентов внутри отрасли. Огромные усилия, направляемые на снижение себестоимости, не приносят результатов, поскольку немедленно порождают ответные меры со стороны конкурентов

II. Проведенное в Финансовой академии эмпирическое исследование [2] выявило *поразительную многочисленность, размах и продуктивность асимметричных ответов на формирование конкурентных тупиков*. Как выяснилось, решающим фактором успеха является верный выбор стратегии. В банковском секторе наиболее известным примером такого рода явилось формирование нового субрынка

экспресс-кредитования банком «Русский стандарт» и последовавшими за ним кредитными институтами. Завоевав новый сегмент рынка, обладающий высоким потенциалом «Русский стандарт» обеспечил себе возможность быстрого роста. Всего за шесть лет он практически с нуля смог превратиться в заметного даже по мировым стандартам игрока с активами более 4 млрд долларов.

Пример «Русского стандарта» примечателен наличием характерных черт, если и не полностью, то хотя бы частично повторяющихся в опыте других российских предприятий, добившихся наибольших успехов в последние годы. Поэтому позволим себе кратко их суммировать.

1. Феноменально быстрый рост, тяготеющий к экспоненциальному закону. На рис. 1 график роста активов банка «Русский стандарт» представлен в полулוגарифмическом масштабе. В точных науках к такой шкале часто прибегают для изображения «быстрых» функций, способных за несколько шагов многократно наращивать свою величину. В частности, знаменитые своим лавинообразным увеличением *экспоненты*¹ при представлении в таком виде выглядят, как прямые линии².

Как видно на графике, динамика активов «Русского стандарта» без малейших отклонений укладывается на прямую³, словно их величину за каждый год специально «подгоняли» под экспоненциальную функцию. *Факт этот имеет не прос-*

¹ Функции вида: $y = ae^{bx}$.

² Источник: официальная информация банка «Русский стандарт».

³ Точнее, она практически сливается с экспоненциальным трендом: $y = 835,5e^{0,9777x}$, который также показан на рисунке, но именно из точного совпадения с реальными данными зрительно незаметен. Величина достоверности аппроксимации и вовсе неправдоподобно велика: $R^2 = 0,9997$ (три девятки после запятой!).

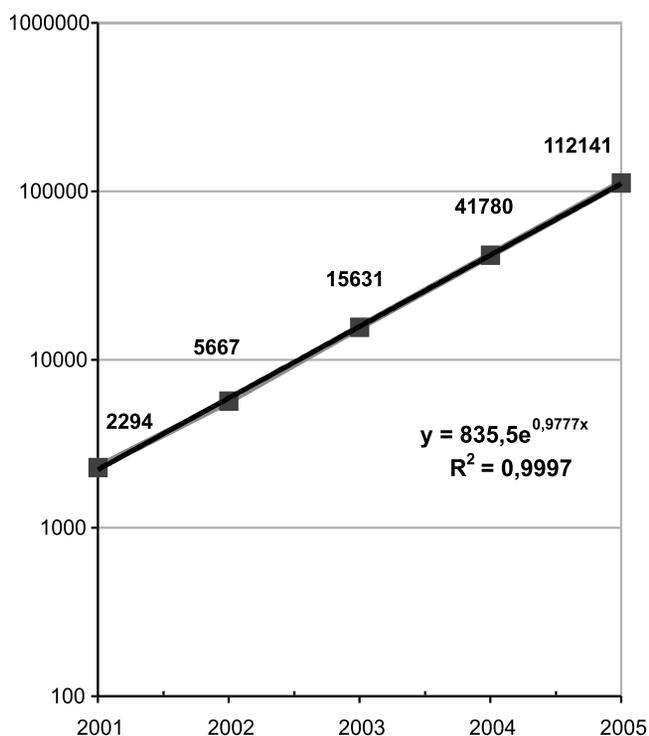


Рис. 1. Динамика совокупных активов банка «Русский стандарт» (млн руб., на конец года)

то отвлеченно научное значение, но важный экономический, более того, конкретно коммерческий смысл. Дело в том, что «на пустом месте» экспоненты не появляются. Может существовать множество причин, по которым экспоненциальный рост окажется скрыт или нарушен в силу внешних воздействий. Но для того, чтобы экспоненциальный рост хотя бы в единичных случаях возник, необходимы особые условия.

Как известно, экспоненты появляются только при лавинообразных процессах, вроде ядерной цепной реакции, когда самоускоряющееся развитие не испытывает нехватки в подпитывающих его ресурсах. Именно это происходило, по-видимому, когда острейшая неудовлетворенная потребность населения в потребительских кредитах нашла в предложениях банка «Русский стандарт» возможность своего осуществления.

2. Удовлетворение назревшей потребности («честный» бизнес).

Первоисточком поразительного успеха «Русского стандарта» и его последователей было наличие огромного нереализованного спроса на потребительские кредиты, которые до того можно было получить только в рамках крайне сложных и бюрократизированных процедур Сбербанка. Иными словами, успех «Русского стандарта» не был результатом махинаций (неважно, нелегальных или дозволенных несовершенным законом), как это было с не менее стремительным повышением многих олигархических группировок, а прямо следовал из рыночного успеха предложенных им услуг. В этом смысле, можно говорить о «честной», «белой» основе⁴ его бизнеса, связанного с принесением реальной пользы потребителям.

Логичен вывод о существовании в российской экономике свободных ниш, буквально ждущих появления привлекательного предложения. Когда такое предложение возникает, заполнение обширного «пустого» пространства позволяет экспоненциальному росту длиться достаточно долго, чтобы стать отчетливо заметным. Следует подчеркнуть, что пример «Русского стандарта» в создании подобной ниши вовсе не единичен.

3. Планирование успеха и упреждающее развитие компетенций.

Следующая достойная упоминания черта опыта «Русского стандарта» состоит в осознанном стремлении занять определенную нишу на рынке. Другими словами, успех в данном случае никак нельзя списать ни на случайность, ни на стихийное развитие событий.

⁴ Что, разумеется, не исключает всевозможных усилий по «оптимизации» налогов и т. п.

Основатель фирмы Рустам Тарико приобрел известность как владелец фирмы «Руст Инкорпорейтед», широко известного премиального водочного бренда «Русский стандарт», контролирующего около 60% российского рынка дорогого алкоголя.

Создание с нуля узкоспециализированного банка (кроме потребительского кредитования, банк «Русский стандарт» ничем не занимается) — бесспорный результат определенного *видения* общеэкономической ситуации в России. Именно исходя из него банк «Русский стандарт» сразу создавался как крупный оператор соответствующего сегмента рынка.

Заранее готовились компетенции, необходимые для «конвейерной» обработки заявок на кредитование. В частности, была проведена весьма трудоемкая русификации технологии скоринга (метода оценки платежеспособности клиента по неподтвержденной документами анкете, выявляющей его социальный статус). Были выстроены партнерские отношения с магазинами, торгующими бытовой техникой и т. п.

Главные конкурентные преимущества «Русского стандарта» закладывались задолго до того, как началась реальная конкурентная борьба. Можно сказать, что битва за рынок была в основном выиграна еще «до первого выстрела».

4. Устойчивость к конкуренции. Приход на российский рынок транснациональных гигантов — одна из излюбленных «страшилок» бизнес-публицистики⁵. Очень опасаются либерализации рынка и вторжения мощных иностранных игроков, в частности, российские банки. Размеры, финансовая и технологическая мощь ведущих мировых корпораций настоль-

⁵ Российские фирмы в таком качестве фигурируют реже, но и такое бывает, особенно, когда речь идет о приходе общенациональных операторов в регионы.

ко резко превосходят показатели российских фирм, что капитуляция последних кажется неизбежной. Более того, практически мгновенное установление иностранного контроля над теми отраслями российской промышленности, где уже в 90-е годы можно было зарабатывать «живые деньги» (скажем, в табачной промышленности, пивоварении и т. п.) показывает, что опасения подобного рода никак нельзя считать беспочвенными.

Тем более примечательно, что успешные российские предприятия нового поколения, если и не совсем защищены от угроз иностранного вторжения, то явно имеют преимущества, которые заметно снижают риски. «Русский стандарт» скорее представляет витальную опасность для любого нового игрока на рынке экспресс-кредитования, чем сам боится кого-либо из потенциальных конкурентов.

III. В той или иной степени все названные черты рыночного успеха «Русского стандарта» проявились и у других, попавших в поле зрения нашего исследования, сверхуспешных компаний. Менее известный, чем успех банка «Русский стандарт», но не менее впечатляющий результат из банковской сферы — успех Национальной факторинговой компании (НФК).

В данном случае налицо и классическая, немыслимо идеальная⁶ экспонента стремительного роста, и развитие бесспорно востребованного рынком «честного» бизнеса. Впечатляют и абсолютные размеры достижений: оборот вырос с 20 млн долларов в 1999 году до 1,5 млрд — в 2005.

⁶ Каждый экономист-профессионал знает, как причудливо бывают обычно разбросаны реальные точки вокруг линии тренда даже при четко выраженной тенденции. То, что в нашем случае они 7 лет подряд, год за годом могут укладываться на ровную прямую (формула экспоненциального тренда: $y = 9,1877e^{0,7357x}$; величина достоверности аппроксимации: $R^2 = 0,9994$), кажется почти невероятным.

В основе триумфа НФК — выявление отчетливо неудовлетворенной стандартными кредитными продуктами рыночной потребности (финансирования возобновления оборотных средств, отвлеченных на предоставление клиенту отсрочки платежа) и решительное занятие соответствующей ниши фирмой-первопроходцем.

Схожие процессы наблюдались и в фармацевтике, в частности на субрынке биологически активных добавок и иммуномодуляторов. В кондитерской промышленности те же впечатляющие результаты стали итогом успешной стратегии компании «Коркунов», повторенной позже рядом других компаний. Создав сегмент рынка российских конфет премиум-класса, «Коркунов» обеспечил себе рост оборота с 10 млн долларов в 2000 году до 110 млн — в 2005.

Насколько типичны все эти примеры? Встречаются ли схожие «истории успеха» на других рынках? Ответ на эти вопросы весьма оптимистичен: в сегодняшней российской экономике существуют целые «кусты» фирм, стремительно растущих по закону, близкому к экспоненциальному.

Прежде всего, это розничные торговые сети. При всей известности их успехов, многие аспекты дела явно недооценены. Во-первых, поразителен не просто рост сетей, а его стремительность и внушительный абсолютный масштаб достижений. Так, всего за пять лет «Пятерочка» увеличила свой оборот с 35 млн долларов (средний, ничем не выдающийся бизнес) до 2,1 млрд долларов (фирма, значимая не только в национальных, но и международных масштабах). Во-вторых, отечественные торговые сети поразительно легко перенесли вторжение на отечественный рынок могущественных иностранных конкурентов. По итогам 2005 года в первой десятке торговых сетей оказались лишь две иностранные, а в первой пятерке их вообще нет.

Второй из широко известных «кустов» быстрорастущих фирм — это сотовые опе-

раторы. Мы опять сталкиваемся с феноменальным ростом, нередко переходящим на экспоненциальную траекторию. В частности, для «Вымпелкома» (торговая марка «Би Лайн») выход на экспоненту произошел в 2000-2001 годах⁷. Вновь впечатляют абсолютные результаты, достигнутые на конец периода еще недавно очень скромными по величине фирмами. Так, в 2005 году оборот МТС составил 5,1 млрд долларов, «Вымпелкома» — 3,2 млрд долларов, «Мегафона» — 0,7 млрд долларов.

Обратим внимание на то, что экспоненциальный рост начался после кризиса 1998 года, который «встряхнул» операторов сотовой связи⁸ и заставил их перейти от стратегии снятия сливок (продажи своих услуг по завышенным ценам исключительно «новым русским») к работе на массовый рынок по демократичным ценам.

Если достижения сотовых операторов, кроме заслуг самих фирм, опирались на общемировую тенденцию ускоренного роста отрасли, то некоторым другим фирмам удалось достичь отличных результатов на депрессивных или медленно растущих рынках. Известно, в частности, что обувной рынок России практически не растет, его общий объем (включая «серый» импорт) с 1999 года застыл на отметке 200 млн пар обуви в год. А отечественная обувная промышленность фактически раздавлена импортной конкуренцией, ее доля рынка не превышает 10%⁹. В самом деле, в дорогих сегментах высокое качество продукции и магия брендов итальянских и немецких производителей оставляет мало шансов российским фирмам. В дешевых сегментах столь же «непобедимы» китайские и турецкие фирмы. Их рекордно

⁷ Линия тренда с 2001 года: $y = 170,13e^{0,5001x}$; $R^2 = 0,9966$.

⁸ Напомним о массовой сдаче трубок клиентами и их отказе от оплаты абонентной платы в 1999-2000 годах.

⁹ Эксперт. 2004. № 12. С. 35.

низкие цены стали тараном, удар которого не смогла выдержать обувная промышленность.

На этом фоне быстрый рост¹⁰ компании *Ralf Ringer* выглядит буквально сенсационным: в 1995 году она производила 20 тыс. пар, а в 2005 — уже 1,5 млн. Почти точным двойником *Ralf Ringer*, но уже в другой отрасли — на рынке одежды — выступает компания «Глория Джинс». Для нее тоже характерен ускоренный рост¹¹, особенно заметный на фоне плачевного положения других российских фирм.

Примеры подобного рода можно продолжить. Всего в наше поле зрения попали более пяти десятков российских компаний, обеспечивших за последние 5-7 лет долгосрочный рост объемов реализации на уровне не менее чем в 30-40% годовых. Это эквивалентно, как минимум, 5-кратному увеличению продаж за 6 лет, но достаточно много и примеров 10-, 20- и даже 80-кратного роста. Все это говорит о наличии в российской экономике серьезного потенциала сверхбыстрого роста.

IV. Причина широкого распространения этого явления очевидна. *Фантастические, находящиеся буквально на грани правдоподобия успехи отдельных фирм — прямое следствие молодости российской рыночной экономики. Каркас рынка уже существует, но вместо многих необходимых сегментов зияют вопиющие провалы.* Выявление неудовлетворенных запросов — это возможность впечатляющего обогащения в случае верного диагноза назревших потребностей. Не вызывает сомнений, что именно выбор стратегии в данном случае приобретает роль главного фактора конкурентоспособности.

¹⁰ Характерно, что увеличение выпуска обуви этой фирмой опять-таки очень хорошо аппроксимируется экспонентой ($y = 16,746e^{0,4164x}$; $R^2 = 0,9871$).

¹¹ Аппроксимация по экспоненте: $y = 15,069e^{0,3628x}$; $R^2 = 0,9537$.

Вопреки распространенному мифу о том, что успешный бизнес в России обязательно «завязан» на связях в верхах, теневых операциях, переделе собственности и т.п., новое поколение быстрорастущих фирм демонстрирует, что возможен и иной, «честный» путь. Верно выявленная рыночная потребность выносит фирму наверх не в силу хитроумных махинаций, а просто потому, что она производит то, в чем остро нуждается российская экономика. Можно уверенно утверждать, что вопрос о том, как попасть в струю подобного развития, целесообразно задать себе многим российским предпринимателям. Ибо добиться почти неправдоподобного роста, как показал опыт большого числа фирм, вполне реально на практике! Мы убедились, что шансы на это есть даже в откровенно депрессивных отраслях.

V. Успешные фирмы имеют свойство поддерживать друг друга. К примеру, введение банком «Русский стандарт» экспресс-кредитования в широкую российскую практику пошло на пользу магазинам и розничным сетям, торгующим бытовой техникой. В свою очередь, усилия торговых сетей по продвижению бытовой техники явно увеличивают спрос на экспресс-кредиты, а значит, способствуют расширению бизнеса «Русского стандарта».

В случае с факторинговыми операциями схема усложняется и расширяется. В ней уже три участника: компания-фактор, розничная торговая сеть и производитель. В самом деле, стремительно растущие торговые сети остро нуждаются в отсрочке платежа. Ведь если от месяца к месяцу продажи товаров через сеть быстро растут, то положение с оборотными средствами будет постоянно напряженным. На полку сегодня надо класть больше товаров, чем выручено от продажи товаров, закупленных месяц назад. Если же, скажем, поставщик дал 90-дневную отсрочку, то за все платит покупатель. Как бы быст-

ро сеть не расширяла свои закупки, за три месяца товар успевает уйти с полок.

Факторинговая компания, обслуживающая подобные операции быстро растущих партнеров, и сама начинает расти по экспоненте. Конкретно, применительно к лидеру рынка «Национальной факторинговой компании» мы уже разбирали феноменальный 80-кратный рост за 6 лет.

Ясно, что совместными усилиями участвующие в факторинговых отношениях фирмы увеличивают размеры всего рынка. Потребитель получает привлекательный товар в удобном месте продажи и по доступным ценам. При этом рост каждого из партнеров подстегивает рост остальных.

Наше исследование выявило целый ряд подобных «кустов», взаимно поддерживающих сверхбыстрый рост фирм. Практически, все они сосредоточены в двух сферах:

1) производство потребительских товаров, рассчитанных на приспособившиеся к рынку, но ограниченные в средствах слои российского населения (вторая «сверху» 20-процентная группа по уровню доходов¹²);

2) фирмы, занятые в сфере бизнес-инфраструктуры (лизинг, факторинг, право-

вые и консалтинговые услуги, программное обеспечение, некоторые формы торговли, подотрасли транспорта и т. п.).

Мы полагаем, что описанные «кусты» являются теми кластерами роста, которые последние несколько лет упорно ищут в российской экономики. По сравнению с другими кандидатами на роль кластеров (военный авиапром, нефтегазовый сектор и др.), они имеют важнейшую отличительную черту: естественный, рыночный характер формирования в конкурентной борьбе. Именно отсюда вытекает жизнеспособность входящих в них фирм, устойчивость к вызовам иностранной конкуренции.

Мы полагаем, что именно «передача» энергии от быстро растущих фирм на всю экономику может стать наиболее эффективным средством стимулирования общенационального роста.

Литература

- [1] *Калянин Л.* Инновационный уход от конкуренции//Эксперт. 2005, июнь.
- [2] *Опыт конкуренции в России. Причины успехов и неудач/Под ред. А. Ю. Юданова.* — М.: КноРус, 2007 (в печати). Подробнее о проекте см. на сайте <http://www.yudanov.ru>
- [3] *Петрова Ю.* Быстрая десятка//Секрет фирмы. 2005. №23.

¹² Мы полагаем, что это и есть подлинный «средний класс» современной России, тогда как более обеспеченные (и малочисленные) группы населения, к которым чаще всего применяют этот термин, скорее относятся к числу богатых.

Статья поступила в редакцию 09.10.2006

A. Yudanov

COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE «BUSINESS INTEGRITY»

As elsewhere, there are norms in the business practices regulating the relations between individual businesses. But all the circumstances the competitors can find themselves in cannot be covered by the official rules and regulations. In addition to the official rules, there is an unwritten law. Being honest in business often turns into one of the most valuable competitive advantages.

ИСТОРИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УСПЕХА

По просьбе редакции журнала об истории стратегического успеха компании рассказала генеральный директор Magram Market Research — **Малыхина Марина Александровна**

Как формировалась стратегия развития вашего бизнеса?

Дело в том, что изначально бизнес строился как предпринимательский, соответственно, и стратегия изначально строилась для того, чтобы сформировать первичный капитал для дальнейшего роста и расширения этого бизнеса. Заниматься бизнесом я начала в достаточно раннем возрасте, поэтому само по себе понятие «стратегия» мне, конечно, нравилось, но это не являлось для меня тем, на что я тратила основное время и энергию, подчинив свою жизнь четкому графику. А так как предпринимательский бизнес по сути своей — оппортунистический, особенно в середине 90-х, когда я начала им заниматься, — задача в основном стояла, чтобы найти новых клиентов, удержать их и представить то качество услуг, которое требовалось тогда рынку, чтобы формировалась клиентская база и у нас была возможность зарабатывать больше. Это собственно и была наша стратегия. Так как бизнес клиентский, то есть ориентирован именно на интересы клиентов, то для нашей компании главным руководителем и до сегодняшнего дня являюсь не я, хотя я и генеральный директор, не руководители подразделений, а клиент — это главный начальник. И если идет звонок от генерального директора и идет звонок от клиента, то приоритет будет отдан, безусловно, клиенту. Менеджеры в первую очередь ответят на клиентский звонок, а не на мой. И это стратегия.



Наша справка

МАЛЫХИНА МАРИНА АЛЕКСАНДРОВНА

Закончила Академию народного хозяйства при Правительстве РФ, факультет экономических и социальных наук. Несколько лет училась и работала в США. Начала заниматься исследованиями еще студенткой факультета экономических и социальных наук Академии народного хозяйства при Правительстве РФ.

В бизнесе с 16 лет. До того, как создать собственную компанию, занималась переводами ответов респондентов фокус-групп для сетевых маркетинговых агентств, самостоятельно провела фокус-группу для Procter & Gamble. Спустя полгода Марина Малыхина зарегистрировала ЗАО «Маграм».

В настоящее время **Марина Малыхина** — генеральный директор MAGRAM Market Research (ООО «МАГРАМ МР»), ведет преподавательскую деятельность в Академии народного хозяйства. Член Попечительского совета Социологического факультета МГУ.

Участие в общественных организациях

Председатель Комитета по маркетингу Американской Торговой Палаты в России (AMCHAM). Член ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research); Член и соучредитель НП «ОИРОМ» (Объединение Исследователей Рынка и Общественного Мнения); активно сотрудничает с коалицией по защите Прав Интеллектуальной Собственности; член и соучредитель «Комитета 20-ти» (ассоциация женщин-лидеров бизнеса).

Награды и достижения

В 2005 году стала победителем ежегодного конкурса «Предприниматель года — 2005» в номинации «Молодой предприниматель». (Конкурс проводится компанией Ernst & Young на протяжении уже 19 лет в 40 странах мира.)

В 2004 году вошла в рейтинг «100 самых профессиональных карьер в бизнесе и власти за 2000-2004 гг.» Ассоциации менеджеров России и газеты «Коммерсантъ».

В 2004 году по случаю 10-летия Инвестиционного фонда США — Россия компанией Delta Private Equity Partners была издана книга «Укрощение Дикого Востока: новые российские предприниматели рассказывают свои истории». История успеха М. Мальхиной стала одной из глав данной книги.

Назовите, пожалуйста, наиболее действенные способы конкурентного завоевания российского рынка, примененные Вашей компанией?

Дело в том, что мы единственная российская компания, которая до сих пор осталась независимой, которая имеет такой оборот и значимый вес на рынке, остальные компании по сути своей либо иностранные, либо аффилированные. Они работают под западной

торговой маркой, на западных исследовательских методиках и продуктах, т.е. они имеют сразу большую возможность выхода к клиенту, особенно к тем сетевым клиентам, с которыми их материнские компании работают в других странах. У нас этой возможности не было. Но, если вспомните, была реклама, насколько я помню, это был АВИС, он конкурировал с Hertz rent a car (Rent-A-Car) — это аренда машин.

Херц выпустил прямую рекламу, замечательную, все биллбоарды в Америке, с большим охватом, где значилась и еще одна фраза, а именно: «Херц — номер 1 в rent a car. Так как в мире нас выбирают большее количество граждан, поэтому мы — номер один в мире». В ответ на это АВИС, которая на тот момент являлась номером 2, сделала очень понятную ответную рекламу, написав «АВИС — мы номер 2, that is why we try harder» — мы номер 2 и нам приходится стараться больше».

Так как в нашем случае мы были российскими всегда и до сих пор ими и остаемся, нам приходится стараться больше. Что это значит на практике? Это значит, что у нас скорость реагирования на клиентский запрос гораздо выше, выше гибкость по цене, нам приходится давать клиенту больше за те же деньги, нам приходится предоставлять не только статистику, цифры, нам приходится думать и делать выводы вместе с ним, предлагаю клиенту не просто исследовательские рекомендации, а бизнес-рекомендации, которые могут быть применены в непосредственной работе.

Какие факторы обусловили их результативность?

Прежде всего, это, безусловно, та команда, которую мы сформировали. Когда занимаешься клиентским бизнесом, и особенно — бизнесом интел-

Наша справка

Hertz — мировой лидер в индустрии проката автомобилей, оперирует парком из 600000 автомобилей на 7000 станциях аренды, расположенных в более чем 150 странах мира.

На сегодняшний день компания **AVIS** является одной из крупнейших в мире среди компаний по прокату легковых автомобилей. Ежегодно около 5 тысяч пунктов проката компании **AVIS**, расположенных в 173 странах мира, обслуживают более 10 миллионов клиентов.

Наша справка

MAGRAM Market Research (Агентство маркетинговых и социологических исследований) — ведущая независимая исследовательская компания России, созданная в 1997 году. Специализируется на маркетинговых и социологических исследованиях. В своей работе компания применяет наиболее эффективные решения самых различных бизнес-задач: выявление потенциальной ниши на рынке, вывод нового продукта, репозиционирование бренда, оценка объема рынка, сбор и анализ данных о конкурентных торговых марках внутри категории (потребление, осведомленность, приверженность потреблению), сбор и анализ данных о местах и частоте покупок, а также о мотивации потребителей, создание портрета целевой аудитории конкретных продуктов и многое другое.

Для решения специализированных задач в **MAGRAM MARKET RESEARCH** созданы и активно развиваются следующие направления: **MAGRAM Medicus, MAGRAM Finance & Insurance, MAGRAM Auto.**

Обширная сеть региональных представителей и партнеров MAGRAM MR охватывает всю территорию России и страны СНГ.

В число клиентов компании входят:

Cadbury, MTV, Liggett-Ducat Gallaheer, 3M, Wimm-Bill-Dann, Xerox, Elly Lilly, Johnson & Johnson Lifescan, Спортмастер, GM Автоваз, Альфа Банк, ОАО «Нижфарм», British Council, Gillette, Campina, ЛУКойл, Мегафон, «Красный октябрь», Western Union, Mars, Schwarzkopf & Henkel, Oriflame и др.

лектуальным, то рост компании составляет не производство и не производственные мощности, не какие-то материальные ресурсы, а основной нематериальный актив — человеческий ресурс. И здесь нельзя недооценивать этот фактор и нельзя не вкладывать в развитие персонала. Также необходимо четкое исполнение своих обязательств перед ним. Что я имею в виду? Вот, Вы можете пройти по компании и спросить любого о том, получал ли он позднее первого числа зарплату? И Вам скажут, что не получал. Просто уже 10 лет это мое обязательство перед сотрудниками. Независимо от обстоятельств. Был, к примеру, кризис 1998 года, но мои обязательства и в этом случае остались обязательствами. Многие люди ценят стабильность и отношения. Формирование правильной команды, выполнение своих обещаний, удержание грамотных людей, это то, что формирует тот костяк, который потом наиболее лояльно относится к клиенту, с которым работает не год, не два, а пять, семь... десять и более лет.

Можно ли определить сильные, слабые стороны и преимущества российских компаний перед западными конкурентами в

завоевании и удержании позиций на российском рынке?

Я прежде всего могу рассуждать применительно к своей отрасли. Чем интересны западные поставщики исследовательских услуг? Тем, что у них есть международные исследовательские методики. Ну, казалось бы, прикладная социология... здесь почти сто лет назад выработались социологические каноны, которые до сих пор применяются. Но есть и методики, которые возникают наряду с ними и, например, на протяжении тридцати лет применяются энной западной компанией, с которой работают международные заказчики. в Нью-Йорке, в Гонолулу, в Телль-Авиве и других городах, и, соответственно, они могут на протяжении тридцати лет эту методику перепроверять и говорить, что вот мол это направление, этот тренд более верный, при этом у них накапливаются определенные показатели за эти тридцать лет, с которыми они могут действительно сравнивать. И маркетинговая система компании-заказчика уже подстроена под использование этих продуктов. Мы не можем, имея даже десятилетний опыт, создать продукт, который заменит тот, что используется на протяжении уже тридцати лет. Поэтому си-

стема международных методик, опять же, для сетевых западных компаний, которые здесь присутствуют, — очень важна. И это, безусловно, сильные стороны западных компаний. Слабые стороны — это то, что данные компании глобальны, публичны. Россия для них, безусловно, важна как рынок, на котором они тоже присутствуют. Но вместе с тем Россия для них в ряду прочих, но не главное. Не единственное.

Теперь о плюсах локальных компаний: мы российская компания, работающая на интеллектуальном рынке — и Россия это наша территория, наш регион, в котором мы работаем, для нас важно максимально давать клиенту то качество, за которым он захочет возвращаться. В этом смысле десять лет нашей работы на российском рынке дают о себе знать. У нас есть пулл и западных клиентов, которые не перешли к иностранным исследовательским партнерам, а работают с нами до сих пор. Для нас это индикатор, значит, мы действительно стараемся больше. Значит мы действительно оперативнее, больше вкладываем в тот продукт, который мы отдаем клиенту на выходе в виде исследовательского отчета и рекомендаций, которые мы предлагаем. Преимущества для российских заказчиков — большая клиентоориентированность, больше гибкости. Мы идем на более удобные условия и с точки зрения финансов. Говоря проще, мы готовы ждать отсрочку платежа 4-5 месяцев, хотя нам это сложнее позволить, чем западным компаниям, так как у нас есть инфраструктура и так далее, которые мы должны оплачивать, и при этом, в отличие от них, нет возможностей жить за счет материнской компании.

Сегодня многие компании приглашают иностранных менеджеров, рассчитывая на их особый рыночный менталитет и опыт. Что Вы думаете по этому поводу?

Мы работали с несколькими иностранными менеджерами в рамках получения неких исследовательских знаний. Но не при-

влекали их для участия в управлении компанией. Являясь российской компанией, не имеющей миллиардных оборотов, мы себе это позволить не можем. Кроме того, всегда нужно понимать, насколько весомее затраты, связанные с приглашением в компанию западных специалистов, и насколько они при этом оправданны. С одной стороны, *cost*-эффективность вложений, а с другой — нужно четко понимать специфику российского менеджмента. В российской компании, которая работает под российским менеджментом, сложилась определенная корпоративная культура, определенные взаимосвязи, механизмы воздействия. Я сейчас говорю не столько о нас, сколько в принципе о российском бизнесе, где я наблюдала топ-менеджеров (западных специалистов), которые приходили не на позиции, например финансового контроля, не на позиции представления интересов нового западного акционера, а просто работать по приглашению в российскую компанию. Это не всегда успешно, потому что не всегда 100-200-300 человек, которые привыкли работать по одной схеме, можно действительно быстро развернуть для принятия «инородного» менеджерского подхода. И поэтому опыт ряда российских компаний показывает, что западный менеджер работает несколько месяцев, максимум около года, и почему-то потом уходит. То есть он либо занимается *crisis*-менеджментом, или что-то внедряет, после чего его услуги не требуются, либо он не может найти общий язык и не может перестроить за такой короткий срок систему управления, сложившуюся за десятилетия работы компании. На мой взгляд, архиважно, подготовлен ли коллектив к работе с западным менеджером. Ведь это большая работа — внедрить в структуру управления западного менеджера, объяснить, почему, собственно, другие директора в компании не могли занять его позицию. В чем его уникальность? Если этот западный менеджер — специалист, то это одна история, тогда он приносит новые

знания, опыт; если же он просто приходит поуправлять, здесь нужно четко объяснить, чем же он лучше, в чем его преимущества. Далее, нужно смотреть, насколько он харизматичен и насколько он сможет людей за собой повести.

В 2006 году вступил в силу ФЗ «О защите конкуренции», к сожалению, российская практика свидетельствует о том, что зачастую принятые законы не эффективны и реализуются далеко не всегда. Насколько, по Вашему мнению, данный Закон актуален и насколько он может явиться действительно инструментом регулирования конкуренции на российском рынке?

Есть ряд вопросов, которые необходимо рассматривать в комплексе. Это и вопрос по вступлению России в ВТО, и защита конкуренции... это комплексная тематика. Я в определенный период стала смотреть на подобного рода инициативы издавала, потому что в ежедневной деловой практике законоприменение слабо ощущимо. Этот вопрос было бы разумно адресовать предприятиям промышленного комплекса, крупным производителям, сырьевым производителям. Что касается предприятий среднего и мелкого бизнеса, думаю, что они действие этого Закона на себе не ощущают. И мне кажется, что гораздо более важными и насущными являются вопросы административного толка. На мой взгляд, средний бизнес на данный Закон в повседневной деятельности не опирается.

Назовите самые крупные стратегические успехи Вашей компании?

Основной главный успех — мы единственная компания такого размера до сих пор независимая, входим в пятерку крупнейших агентств, это очень сложно. Мы прирастаем минимум на 25 процентов ежегодно, а то и на 30, как в прошлом году, это тоже очень не просто. Потому что интеллектуального ресурса все равно мало, квалифицированного, опытного трудо-

вого ресурса, который я могла бы взять и заместить какого-либо работника в случае его ухода. В сложной конкурентной ситуации, на непростом рынке, в условиях ценовых войн, мы умудряемся свои позиции удерживать. Мы единственные, кто это смог сделать, потому что за последние пять лет количество слияний и поглощений на нашем рынке со стороны западных инвесторов — колоссальное. Большинство российских игроков решило продать свой бизнес западным конкурентам. Мы же уверены, что мы можем развиваться сами, это наша самая основная заслуга и победа. Поэтому моя стратегия заключается в том, что мы будем действовать сепаративно, будем действовать сами до того момента, пока мы сами не решим, что пришло правильное время для продажи. Наша стратегия кажется нам верной, мы прирастаем, и ежегодная эффективность показывает, что решение было принято правильно.

В России, как показывает практика, в основе формирования наиболее ярких корпоративных команд — товарищеские связи. По каким принципам формировалась и формируется Ваша команда?

Мой ответ был прост всегда, что на работу никогда не беру друзей, родственников и так далее. Убеждена, что лучше быть друзьями по бизнесу, чем делать бизнес с друзьями. Это мое железное правило. Потому что при ежедневной работе неизбежно возникают трения, а вместо решения поставленных задач может возникнуть что-то личное, та обида, которая не имеет никакого отношения к бизнесу. Для меня есть один критерий: профессионал, непрофессионал. Мужчина, женщина, пол, возраст — не является существенным. Если мне звонят и говорят, слушай есть хорошая девочка, может, возьмешь ее на работу, куда-нибудь пристройшь. Нет, не пристрою, так не работает система. Мы должны объективно нуждаться в этом специалисте, ес-

ли у нас есть открытая позиция секретаря, мы будем рассматривать всех, но я не буду специально искать друзей и знакомых на эту должность.

Формальное и неформальное лидерство в компании. Насколько оно способствует или тормозит развитие компании?

Я полагаю, что речь идет не о деструктивном неформальном лидерстве из серии: мы работать не хотим, давайте все будем саботировать. Ведь откуда вообще лидеры берутся? Сидят, например, три молодых человека и работают за компьютером, но один из них хочет чуть больше, он больше заинтересован, он больше готов кому-то помогать, его лидерские качества выявляются, он пока еще лидер неформальный, у него нет статуса, условно говоря, старшего менеджера, все три менеджера делают свою работу, но он неформальный лидер и двигает процесс вперед. Поэтому он, безусловно, будет замечен, и его будут дальше продвигать. Если это конструктивное неформальное лидерство, то я только «за».

Какие условия необходимы для того, чтобы можно было «начать» бизнес и добиться серьезных успехов в современных российских условиях?

Смотря о каком масштабе бизнеса мы говорим. Если мы говорим о начинающем бизнесе, о предпринимательских инициативах, то здесь, безусловно, должен быть драйв, задор, желание прорваться, желание, может быть, делать ту работу, которую другие делать не хотят. Это в тех случаях, когда нет стартового капитала, а есть просто инициатива. Если же мы говорим не только о желании «емких», но и капиталоемких сферах и отраслях, то это абсолютно чет-

кая и понятная работа. Это и финансовый анализ, и, безусловно, правильное бизнес-планирование, и возможность привлечь под хорошую идею хорошие инвестиции, и команда, которую надо создавать. Потому что есть генераторы идей, есть люди структурные, которые формируют бизнес под ту идею, которая возникла, которые умеют ее правильно упаковать, найти инвестиции и так далее. Поэтому вопрос — от какого типа бизнеса мы отталкиваемся? В любом случае, конкуренция сейчас более острая, нежели та, которая была раньше. Поэтому нужны какие-то новые, свежие идеи и, если мы говорим о крупном бизнесе, — люди, которые имеют значительный опыт. Потому что, если хотят открыть супермаркет, то это очевидно, что их достаточно, и кафе — тоже достаточно. Мы должны чем-то отличаться, должны понимать индустрию бизнеса, хорошо понимать потребности рынка, на который мы выходим, или уметь формировать эти потребности.

Насколько благоприятна сегодня ситуация для «выхода» на рынок новой компании?

В этом вопросе важно слово «новый», только «новой» в смысле еще одной, или «новой» в смысле инновационной, с новыми идеями, с новым продуктом и так далее? Если второе, то оно благоприятно, а если потому новое, что все делают, и я тоже хочу, то большая конкуренция — тяжело. Если есть новая идея у людей с опытом, которые уже что-то прошли и могут что-то новое предложить, то считаю, что самое время.

*Интервью подготовила
главный редактор журнала Новашина Т. С.*

A STORY OF SUCCESS

We asked Marina Malykhina, Director-General of Magram Market Research Agency, to tell us about her company story of success. The independent Magram Market Research was founded in 1997 and is one of the leaders in the marketing and sociological research.

УДК 330.101

В. М. Аскинадзи, к. э. н., доцент МФПА
В. Ф. Максимова, к. э. н., профессор МГУЭСИ

О РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

К феномену предпринимательства в последние годы приковано внимание представителей различных направлений экономической мысли: неоклассического, институционального, бехейвористского, эволюционного и др. Проводятся конференции, симпозиумы, создан консорциум по глобальному мониторингу предпринимательства, учреждена международная премия за исследования в области воздействия предпринимательства на экономическое развитие.

Экономическая реальность, состояние науки и интеллектуального потенциала России, процессы трансформации и глобализации мирового развития настоятельно требуют теоретического и методологического обоснования инновационной политики как важнейшего условия обеспечения устойчивого экономического роста. Исследования теоретических основ и механизма инновационной составляющей экономического роста органически связаны с проблематикой предпринимательства.

Основные проблемы, рассматриваемые специалистами в данной области, — это функциональная направленность и детерминанты предпринимательства, трансформация предпринимательства в условиях глобализации и информатизации, роль предпринимательства в экономическом развитии на микро- и на макроуровне. Такую роль зачастую оценивают с точки зрения места предпринимательских способностей в системе экономических ресурсов общества.

Термин «ресурс» имеет в основе французское *resource* — «вспомогательное

средство», и в общем случае понимается как «денежные средства, ценности, запасы, возможности, источники средств, доходов (например, природные ресурсы, экономические ресурсы)»¹. Тогда собственно экономические ресурсы могут быть представлены теми основными элементами экономического потенциала страны, которыми она располагает на каждой стадии своего развития и которые используются для достижения конкретных целей экономического и социального развития. «В общем случае мы имеем в виду все натуральные, человеческие и созданные ресурсы, которые применяются в производстве товаров и услуг. Это включает многое — промышленные и сельскохозяйственные сооружения, а также различное оборудование, инструмент, станки, используемые в производстве промышленных товаров и сельскохозяйственной продукции; все многообразие транспортных и коммуникационных средств; бесчис-

¹ Советский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1980. С. 1133.

ленное множество труда; и, наконец, землю и минеральные ресурсы всех видов»².

Исследованием экономических ресурсов занимались представители всех направлений экономической мысли. Так, еще Платон отмечал центральную роль труда. Меркантилисты также относили труд к основному фактору производства. В работах физиократов анализируется прежде всего роль земли и труда как экономических ресурсов, а значение капитала не выделяется. Характерно, что физиократ А.Тюрго рассматривал капитал не как средство производства, а как источник дохода, как аккумулированную ценность. Окончательное разделение экономических ресурсов на три основных вида — землю, труд и капитал — произошло в трудах представителей классической школы экономической науки.

Обобщенно эти три основных элемента экономических ресурсов представляют следующим образом.

Под *землей* понимается не только непосредственно сама земля, которая используется фермерскими хозяйствами, сельскохозяйственными и промышленными предпринимателями, но и добываемое из недр земли или же «снимаемое» с земли сырье, например зерно, хлопок, лен.

Труд выступает как трудовые услуги всех работающих, т.е. услуги неквалифицированных и квалифицированных рабочих, предпринимателей, управляющих и руководителей фирм.

Такой фактор производства, как *капитал*, представляет собой производственные здания, сооружения, машины, станки, оборудование. Существует определенная точка зрения относительно включения в состав капитала, как фактора производства, денежных средств, необходимых для приобретения основных и оборотных фондов: «Деньги, как таковые, ничего не производят; в этой связи их нельзя рассматривать

как экономические ресурсы. Реальный капитал — инструменты, станки, иное производственное оборудование — являются экономическими ресурсами; деньги, финансовый капитал — не являются»³.

Дальнейшее развитие теория экономических ресурсов нашла в трудах неоклассиков, которые также относили к основным факторам производства землю, труд и капитал. Однако уже А.Маршалл в третьем издании «Принципов экономики» отмечает необходимость выделения четвертого фактора производства, который впоследствии получил название предпринимательства. Под ним понимается способность к организации производства. В последующем эта точка зрения закрепились, и в настоящее время предпринимательские способности относят к четвертому фактору производства. Считается, что этот экономический ресурс принципиально отличается от труда тем, что предприниматель способен организовать выпуск товаров и услуг, принимать решения о производстве товаров и услуг, брать на себя риск, своевременно внедрять новую технику, технологию, инновационные методы организации производства, создавать новые товары с улучшенными потребительскими свойствами.

Известно, что предпринимательству как особому феномену, уделяли внимание такие ученые, как Р.Кантильон, А.Маршалл, И.Шумпетер, И.Кирцнер, В.Баумол, Д.Норт и др.

Так, И.Шумпетер в работе «Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, кредита, процента и цикла конъюнктуры)», рассуждая о роли предпринимательства, отмечает, что «...функция предпринимателей заключается в том, чтобы реформировать и революционизировать производство, используя изобретения или, в более общем смысле, используя новые технологические решения для выпуска новых товаров и про-

² McConnell C.R., Brue S.L. *Economics*. McGraw-Hill Publishing Comp. 1990. P. 22.

³ *Ibid.* P. 23.

изводства старых товаров новым способом, открывая новые источники сырья и материалов или новые рынки, реорганизуя отрасль и т.д.»⁴. По мнению И. Шумпетера, именно такого рода деятельность и есть главная причина периодических «подъёмов», революционизирующих экономический организм, и периодических «спадов», возникающих вследствие нарушения равновесия при производстве новых товаров или применении новых методов. Он считает, что реализация нововведения образует самостоятельную экономическую функцию. Главное в этой функции — не изобретение чего-либо нового и не создание каких-либо условий, которые предприятие затем эксплуатирует, а организация и реализация производственного процесса.

Однако, как считает И. Шумпетер, современное производство обуславливает отмирание предпринимательской функции, которая «...уже сегодня утрачивает свое значение, а в будущем, несомненно, будет играть еще меньшую роль, даже если сам экономический процесс, первой движущей силой которого является предпринимательство, будет развиваться прежними темпами»⁵. По утверждению И. Шумпетера, технологический прогресс становится делом коллективов высококвалифицированных специалистов, а не индивидов — предпринимателей. В результате экономический прогресс имеет тенденцию становиться деперсонифицированным⁶.

И. Кирцнер с позиций австрийской школы обосновал положение о том, что именно благодаря предпринимательству достигается равновесие в экономике. В работе «Конкуренция и предпринимательство» И. Кирцнер подчеркивает, что в неоклассических статич-

ных моделях равновесия нет места предпринимателю, он просто не вписывается в эти модели. Предприниматель не может внести свой вклад в перераспределение ресурсов и продуктов, преодолеть неэффективность и недостаток координации, порожденные рыночной неосведомленностью⁷. Он приходит к выводу о том, что ортодоксальная экономическая теория, придающая значение равновесию, недооценивает роль предпринимателя, не выявляет его роли в самом процессе установления равновесия.

Предпринимательство, по Кирцнеру, представляет собой «способность — видеть, где новые продукты приобрели неожиданную ценность для потребителей и где стали возможны новые методы производства»⁸. Оно является источником движения в системе, оказывает уравнивающее воздействие, создает тенденцию к равномерному кругообороту равновесия, способствует развитию конкурентного рыночного процесса.

Известный американский экономист-теоретик В. Баумол, получивший в 2003 году международную премию за научные исследования в области предпринимательства, сделал успешную попытку интегрировать категорию предпринимательства в стандартную экономическую модель. В теории, разработанной им вместе с Дж. Панзаром и Р. Виллиголом, и известной как теория потенциально конкурентных рынков, доказано, что предпринимательство является эндогенной, а не экзогенной составляющей экономического развития.

Важной проблемой в его работах выступает проблема соотношения предпринимательства, инновации и экономического роста в нынешних условиях⁹. Он называет «величайшей загадкой» современности

⁴ Цит. по: Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т. Т. IV. Век глобальных трансформаций. — М.: Мысль, 2004. С. 58.

⁵ Там же.

⁶ Там же. С. 59

⁷ Кирцнер И. М. Конкуренция и предпринимательство. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. С. 35.

⁸ Там же. С. 87.

⁹ См.: W. Baumol. *Economics in Practice: Follow-Up*. // *Economical Journal Watch*. № 1. V. 3. 2006. P. 135.

вопрос — что же является источником роста в рыночной экономике. Исследуя данную проблему, В. Баумол приходит к выводу, что разгадка кроется в «симбиозе Давида и Голиафа»¹⁰. Под инновацией В. Баумол понимает весь процесс от рождения новой технической (технологической) идеи до ее внедрения на рынке в форме новой продукции или технологии.

По мнению В. Баумола, два важнейших условия — свободная конкуренция, не сдерживаемая строгими государственными регуляторами и усиленными таможенными барьерами, а также инновации, как действенное оружие в борьбе с конкурентами, необходимы для направления предпринимательства в русло формирования устойчивого, конкурентоспособного производства.

В. Баумол выделяет два вида инноваций, имманентные мелкому и крупному бизнесу, которые играют принципиально важную роль на современном этапе развития экономики. Одни инновации иницируются в рамках свободной конкуренции, «не связанной кандалами жесткого государственного регулирования», а другие выступают как инструмент жесткой олигополистической конкуренции¹¹, как «рутинные инновации».

Последние, по выражению В. Баумола, становятся неотъемлемой частью стратегического планирования, политики фирмы по повышению конкурентоспособности. На олигополистических фирмах строго определяют объемы инвестиций в НИ-ОКР, пути взаимодействия с конкурентами в области научных исследований и даже выделяют лаборатории, которые должны заниматься разработкой конкретного нового продукта. Все это способствует тому,

что инновации на крупных фирмах должны быть систематизированы, адекватно встроены в процессы принятия решений на установленных принципах ведения бизнеса в данной фирме. В связи с этим инновации инкорпорированы во внутренние механизмы и становятся рутинными.

Но это не означает, что мелкие фирмы остаются в стороне от инновационного процесса. Исследования, проведенные в США, свидетельствуют, что многие изобретения были сделаны на мелких фирмах. Ассоциация мелкого бизнеса США приводит список наиболее важных изобретений, осуществленных мелкими фирмами в XX веке — вертолет, персональный компьютер, сканер, контактные линзы, ксерокс и многое другое¹². Анализ деятельности мелких фирм, которые имеют свыше 15 патентов, показал, что предприниматели продолжают и в наступившем веке быть разработчиками новых идей и способствуют их реализации на практике. Авторы исследования, проанализировав около 200 тыс. патентов, пришли к выводу, что треть компаний, имеющих более 15 патентов, — это мелкие фирмы¹³.

Мелкие фирмы по сравнению с крупными, как правило, занимаются исследованиями в области высоких технологий. Мелкие фирмы являются более новаторскими по сравнению с крупными по такому показателю, как число патентов, приходящихся на одного работника. Крупные же фирмы концентрируются на повышении качественных характеристик и надежности товара, на расширении круга пользователей своей продукции. Инноваторы — Голиафы — не элиминируют роль индивидуальных предпринимателей — Давидов. Оба вида инноваций в предпринимательской деятельности, являясь комплиментарными и дополняющими друг друга, обеспечивают

¹⁰ См.: W. Baumol. *Entrepreneurship, Innovation and the Growth: The David and Goliath Symbiosis*. Free Markets. www.econ.nyu.edu/user/baumol/html/articles.htm

¹¹ См.: W. Baumol. *Entrepreneurship, Innovation and the Growth: The David and Goliath Symbiosis*. Free Markets. www.econ.nyu.edu/user/baumol/html/articles.htm

¹² *The State of Small Business*. Wash., DC; US Government Printing Office. 1995. P. 114.

¹³ *Small Serial Innovators: The Small Firm's Contribution to Technical Change*. N. Y. 2002. P. 5.

прогрессивное и результативное движение вперед. Очевидно, считает В. Баумол, что и в будущем за мелкими предприятиями сохранится роль «революционного, неортодоксального двигателя прогресса», а олигополистические компании через механизм «рутинной инновации» способны обеспечивать эффективное внедрение новаторских идей в практику.

Другим дискуссионным вопросом в работах В. Баумола является роль предпринимательского таланта в мотивационном механизме предприятий. Он утверждает, что предпринимательский талант, как экономический ресурс, подвержен такому же распределению, как и любой другой ресурс, исходя из рыночных условий. Но конструктивное и инновационное использование предпринимательских способностей, пишет В. Баумол, зависит в значительной степени от «правил игры» в экономике, от «структуры вознаграждения»¹⁴ предпринимательского таланта. Последний может быть направлен и не на продуктивную, а на разрушительную акцию, что зачастую имеет место в условиях двойной монополии и криминальных структур. Поэтому оптимальное использование предпринимательского таланта зависит, по его утверждению, и от институциональной инфраструктуры в обществе.

Отдельные исследования специалистов в данной предметной области посвящены выявлению факторов, воздействующих на степень предпринимательства. Так, в работах К. Дина, А. Томаса, С. Зара и других, на основе данных по европейским фирмам (233 фирмы), выявлена положительная корреляция между объемом человеческого, финансового капитала и предпринимательством. Исследователи также показали, что более высокая степень предпринимательства (рисковость, гетерогенность, инновационность) присуща тем фирмам,

¹⁴ См.: W. Baumol. *Entrepreneurship, Innovation and the Growth...* Op. cit. P. 6.

где применяется стратегия дифференциации, а не снижения издержек¹⁵.

В ходе последних исследований выявлен ряд взаимозависимостей, в частности, положительная корреляция между выживаемостью фирм-новичков и стартовым капиталом фирмы. Особенно отчетливо такая взаимосвязь проявляется в отраслях, которые находятся на ранних стадиях жизненного цикла. Кроме того, положительные корреляционные взаимосвязи выявлены между сроком функционирования фирмы и риском банкротства фирм-дебютантов: такой риск достаточно высокий в течение первого года присутствия фирмы в отрасли, затем он возрастает и достигает максимума к окончанию второго года, после чего начинает монотонно снижаться¹⁶.

На наш взгляд, интерес представляют исследования проблемы взаимодействия предпринимательства и экономического развития, осуществляемые в рамках глобального мониторинга предпринимательства в сорока странах. Цель — выявить уровень предпринимательства, предпринимательский потенциал, выделить факторы, воздействующие на национальный уровень предпринимательства, а также установить взаимосвязь предпринимательства и экономического роста.

Следует отметить, что в основу практически всех представленных исследований были положены: теория человеческого капитала, теория структурной трансформации, эндогенные и экзогенные теории роста, «сетевая» теория.

Несомненно, отдельные проблемы в теоретическом плане решались в рамках неоклассического подхода (Р. Солоу, П. Ромер, Э. Мэнсфильд, М. Надири, М. Портер, В. Баумол). В рамках данного подхода акцент де-

¹⁵ См.: *The Effect of the Organizational Context on SME Entrepreneurship. In: Small Business Economics. 2001. N 16.*

¹⁶ H. Strotmann. *Entrepreneurial Survival. In: Small Business Economics. 2007. N 1. P. 88-90.*

лался на производственную функцию Кобба-Дугласа, на соотношение таких факторов производства, как труд и капитал. В конечном результате экономический рост в долгосрочном плане выступал зависимым от темпов прироста изобретений, что, в свою очередь, предопределялось расходами на НИОКР (Э. Мэнсфилд) и количеством патентов (З. Гриличес). В подобных моделях взаимосвязь предпринимательства и экономического роста являлась экзогенной.

В последние годы многие специалисты указывали на дефицит эмпирических исследований, на недостаток разработок эндогенных моделей. Данный пробел в определенной степени элиминируется появлением эндогенных моделей на базе теоретических работ П.Ромера, Г.Гроссмана, Э.Хелпмена и др. В этих моделях акцентируется внимание на предпринимателе как инициаторе инноваций на микроуровне, как рационального, максимизирующего прибыль хозяйствующего субъекта. В эндогенных моделях усиливается роль знаний в предпринимательской деятельности, способов передачи знаний и продуцирования технологических инноваций, передислокации ресурсов, диверсификации продукции, методов проникновения на новые рынки¹⁷.

В работах, посвященных взаимосвязи предпринимательства с рынком труда, ряд исследователей (П. Рейнольдс, П. Давидсон, Д. Андресш, Р. Турич и др.), выявляя причинно-следственную связь между предпринимательством и уровнем занятости, обнаружили разнонаправленность этих векторов. С одной стороны, создание предпринимателями новых фирм способствует повышению уровня занятости, снижению уровня безработицы, таким образом подтверждая «шумпетерианский эффект». С другой стороны, безработица усиливает потребность в «самостоятельной» занятости, в част-

ном предпринимательстве, в поиске результативного приложения предпринимательских способностей и порождает так называемый эффект беженца (Д. Эванс, П. Рейнольдс). Исследования показали, что «шумпетерианский эффект» проявляется более явно в развитых странах, а «эффект беженца» — в странах с низким уровнем дохода, с менее развитой системой социального обеспечения, а также в период спада в экономическом цикле.

Кроме того, разработан показатель равновесного уровня предпринимательства. На этой основе изучена взаимосвязь предпринимательства и экономического роста в 23 странах ОЭСР и установлено, что там, где наблюдается отклонение вниз от равновесного уровня, снижаются темпы роста.

Отдельные авторы вводят в научный оборот такие показатели, как совокупная предпринимательская активность (*TEA*) и предпринимательская деятельность высшего потенциала (*HPTEA*). Под первой понимается соотношение взрослого населения, занимающегося созданием новых фирм или же являющимися владельцами и управляющими фирм, функционирующих от 3 до 42 месяцев. Под второй — предпринимательская деятельность, отвечающая следующим критериям:

а) предприятие планирует нанимать на работу, по крайней мере, 20 человек каждые 5 лет;

б) предприятие оказывает воздействие на рынок;

в) по крайней мере, 25% покупателей продукции предприятия проживают за границей;

г) технологии на предприятии меняются не реже, чем через год.

Анализ данных по 37 странам за период с 1997 по 2002 год показал, что только страны с высоким уровнем *HPTEA*, а не совокупной *TEA*, имеют более высокие темпы экономического роста.

¹⁷ См.: P. Wong, Yuen Ho, E. Autio. *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*. Springer. 2005. P. 336.

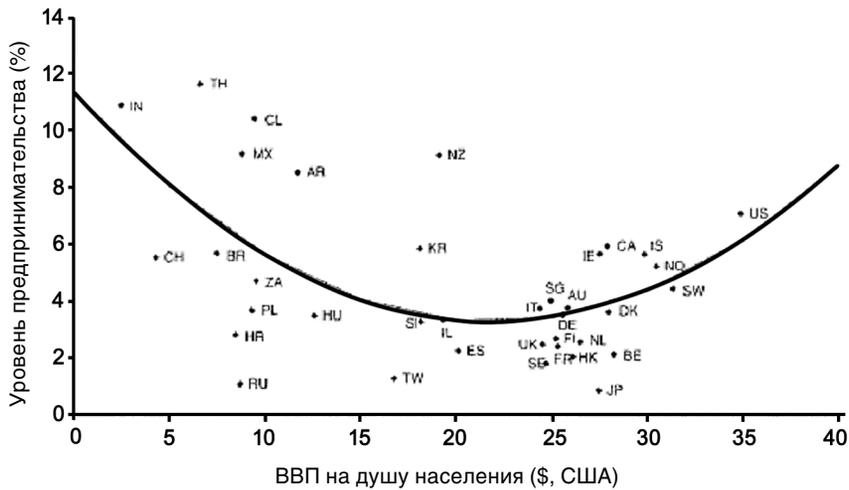


Рис. 1. Взаимосвязь уровня предпринимательства и ВВП

В целом же проведенный анализ в рамках глобального мониторинга предпринимательства позволил выявить ряд интересных положительных и негативных эффектов. Так, установлено, что с ростом населения повышается проявление предпринимательского таланта в секторе услуг в условиях информатизации экономики. Кроме этого, признано, что пик частного предпринимательства приходится на возрастную группу от 25 до 34 лет.

Степень предпринимательства, как доказывают исследователи, зависит от ВВП на душу населения и инновационного потенциала¹⁸. При графическом отображении полученных данных образуется U-образная кривая, свидетельствующая, что степень

предпринимательства снижается по мере развития экономики, затем практически не изменяется, а потом вновь начинает расти. Точка минимума, откуда начинается рост предпринимательства, приходится на уровень ВВП на душу населения в 22 тыс. долларов, как показано на рис. 1.

Изучение взаимосвязи, инновационного потенциала и предпринимательства вначале сдерживают появление новых предприятий из-за режима «креативного накопления» до определенного уровня, а затем стимулируют рост предпринимательства. Минимальное соотношение вновь создаваемых предприятий и инновационного потенциала достигается тогда, когда на 100 взрослых граждан приходится 3,3 новых предпринимателей. Подобное соотношение отображено на рис. 2.

Как видно из рис. 2, индекс инновационного потенциала в США составляет 30,3, а в 14 странах (Финляндия, Япония, Австралия, Израиль, Сингапур, Канада и др.) свыше 25¹⁹. Исследователи

¹⁸ Инновационный потенциал характеризует способность страны создавать поток коммерческих инноваций. Индекс инновационного потенциала включает четыре подиндекса: индекс инновационной инфраструктуры, отражающий относительный вес ученых и инженеров в общем объеме рабочей силы; индекс инновационной политики, характеризующий защиту прав интеллектуальной собственности и налоговые льготы для частных предпринимателей по проведению НИОКР; индекс кластерной инновационной окружающей среды, индекс качества исследований, проведенных в НИИ, и наличия венчурного капитала.

¹⁹ См.: M. Porter, S. Stern. *National Innovative Capacity*. In.: M. Porter, S. Stern @ el. (eds.) *The Global Competitiveness Report*. N. Y. Oxford University Press. 2002. P. 104.

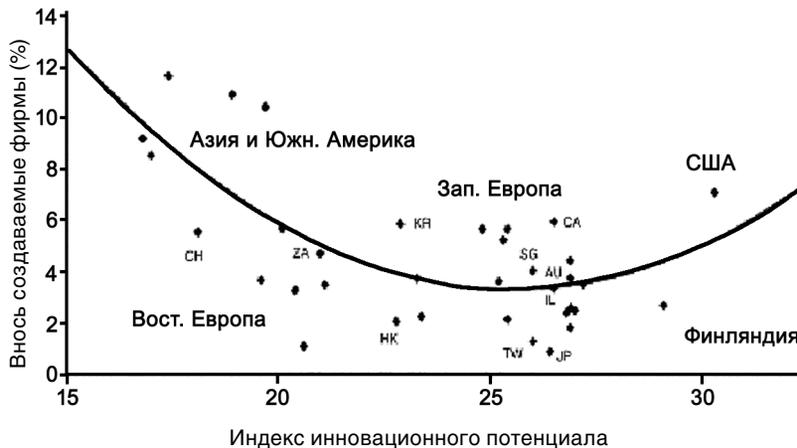


Рис. 2. Соотношение инновационного потенциала и вновь создаваемых фирм

данной предметной области полагают, что происходит переход к «предпринимательской экономике».

Особый интерес, с нашей точки зрения, имеет оценка роли предпринимательских способностей как экономического ресурса в условиях формирования экономики основанной на знаниях — «информационной экономики», с иными структурными взаимосвязями и характеристиками. В основе такой экономики — рациональное использование ресурсов и удовлетворение более широких потребностей людей в области получения информации и знаний, проведения свободного времени, способности к самовыражению. При этом речь идет не просто о структурных и технологических преобразованиях, а трансформации всего экономического процесса, формировании новой парадигмы развития производства.

В становлении информационной экономики значительную роль играет развитие таких отраслей как телекоммуникации, электроника, биотехнология, производство композиционных материалов. Для современного цикла мировой экономики, начавшегося в 90-е годы XX века, присуще быстрое развитие компьютерных технологий, распространение Интернет-технологий,

формирование глобальных научно-исследовательских сетей.

Термин «информационное общество» был введен в экономическую лексику профессором токийского технологического института Ю.Хаяси. Для формирования информационной экономики, как считают специалисты из Японии (а эта страна признается пионером в области новейших технологий), требуются определенные условия, главными из которых выступают следующие:

- достижение всеобщей компьютерной грамотности и независимость информационного обмена от места проживания, физических и финансовых возможностей жителей страны;
- формирование разносторонней, эффективной экономической структуры, основанной на свободной и честной конкуренции на телекоммуникационном рынке;
- привлечение одаренных специалистов и аккумуляция самых «продвинутых» технологий в стране²⁰.

²⁰ См.: Чугров С.В. Япония в век информатизации // МэиМО. № 10. 2004. С. 102.

Главная отличительная особенность современной экономики проявляется в том, что основным экономическим ресурсом в ней являются информация и знания. Безусловно, в индустриальную эпоху и более ранние периоды развития человечества происходили великие научные открытия, осуществлялся обмен информацией и знаниями. Однако в то время воздействие информации и знаний на экономику проявлялось не так рельефно, как это стало наблюдаться в последние 10-15 лет. На рубеже веков наступил момент в развитии человечества, когда информация и знания становятся такими важными, что экономика определяется как информационная.

По имеющимся оценкам, более половины ВВП развитых стран составляет продукция высокотехнологичных отраслей, со значительной долей потребляемых знаний и информации — биоинженерии, программного обеспечения, телекоммуникаций и т.п. В настоящее время в экономике США более 75% добавленной стоимости, создаваемой в отраслях промышленного производства, приходится на информационную составляющую. Бурно происходит процесс так называемой виртуализации экономики, в результате чего существенно возрастают обороты нетоварных информационно-финансовых рынков — фьючерсных, опционных, валютных, страховых. Объемы совершаемых на них сделок часто превосходят показатели товарных и сырьевых рынков. Например, суммарный оборот сделок с производными ценными бумагами (в основном, фьючерсами и опционами) превышает 120 трлн долларов, что выше суммы ВВП всех стран мира.

Определяющим направлением вектора преобразований в информационной экономике становится создание и потребление не материальных благ, а информационных ценностей, включая их овеществленную форму в виде товаров с высокой информационной составляю-

щей. Большую насыщенность информационной составляющей имеет продукция генной инженерии и биотехнологии (например, новые сорта культурных растений или современные лекарства), производства компьютеров, аэрокосмической отрасли, средств телекоммуникации. Так, на один килограмм веса спутника приходится около 20 тыс. долларов стоимости информационных ресурсов, использованных в его производстве (в стандартном автомобиле — 5 долларов на один килограмм массы).

Адекватное использование информации и знаний, как интеллектуальных ресурсов, имеет принципиальное значение для решения проблем качественной модернизации экономики, расширения производства товаров и услуг, удовлетворяющих требованиям материало-, трудо- и энергосбережения, инновационного развития, повышения конкурентных преимуществ, поддержания устойчивого экономического роста и т.п.

В современных условиях интеллектуальные ресурсы широко используются в плане структурных преобразований, создания принципиально новых форм предпринимательства, новаторских корпоративных отношений, а также для повышения конкурентных преимуществ фирмы. Так, в США и в Европе создаются фирмы, которые практически не используют основной капитал, а только интеллектуальный капитал (их называют «компании знаний» — *knowledge companies*). В США половина быстрорастущих компаний — это компании знаний²¹. Получил новое наполнение термин *knowledge workers* — работники умственного, интеллектуального труда, генерирующие новые знания. Признанный специалист в области менеджмента П. Друкер утверждает, что, если в

²¹ *Promises and Threats of the Knowledge-based Economy//Nature. 1999. Vol. 397.*

XX веке лидерство в мировой экономике зависело от умения добиться высокой производительности физического труда, то в XXI веке это лидерство перейдет к странам, которым удастся наиболее систематически и максимально эффективно повышать производительность умственного труда²². (Кстати, П. Друкер выделяет, наряду с группой *knowledge workers*, такую группу, как «новые служащие», которые сочетают в себе качества работников как интеллектуального, так и физического труда, т.е. применяют самые передовые знания в своем повседневном труде, но не генерируют новые знания.)

В настоящее время в развитых странах 60% рабочей силы составляют работники интеллектуального труда, в то время как в развивающихся странах — только 10%²³.

Современная информационная экономика способствует гуманизации производства, формирует его социальную на-

правленность. Поскольку основным источником знаний и информации является человек, то человеческий фактор становится определяющим в экономике знаний. Это обуславливает значительное повышение объемов затрат на подготовку и переподготовку специалистов, резкий рост производства продукции, способствующей удовлетворению разнообразных потребностей человека.

С нашей точки зрения, оценку роли предпринимательских способностей в современной информационной экономике следует проводить в рамках общей концепции человеческого и интеллектуального капитала. В конечном итоге, «предпринимательская составляющая» человеческого капитала остается его ключевым элементом, определяющим созидательные возможности фирм по реализации конкурентных преимуществ. Это обуславливает необходимость совершенствования методов оценки воздействия человеческого капитала в целом и предпринимательских способностей в частности в процессе производства наукоемкой продукции.

Статья поступила в редакцию 23.02.2007

²² См.: Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. — М.: Вильямс, 2001. С. 210-211.

²³ Minevich M., Richter F., Hoque F. *Six Billion Minds. Managing Outsourcing in the Global Knowledge Economy*. Stamford. BTM Institute. 2006. P. 158.

V. Askinadzi, V. Maksimova

THE ROLE OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE MODERN ECONOMIC THEORY

The business activities have recently been regarded from the point of view of neo-classical, institutional, behaviorist, evolutional and other theories. Conferences and symposia are held, a consortium for the global monitoring of business activities is founded, an international grant is awarded for the research on the impact the business activities are making upon the economic development.

УДК 338.66

И. В. Косорукова, к. э. н., доцент,
зам. генерального директора по науке и развитию компании «Роскон»

ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА НА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

В последнее десятилетие все большее влияние на конкурентоспособность бизнеса оказывает такой фактор, как его капитализация или рост рыночной стоимости компании. Не так давно, чтобы быть лидером, требовалось производить много и качественно, иметь доступ к административным и финансовым ресурсам. Теперь одним из аргументов, влияющих на успешный исход переговоров о возможном партнерстве, стратегических альянсах, привлечения инвестиций, является ответ на вопрос: «Какая у вас капитализация?». И если сегодня не начать управлять ростом стоимости своего бизнеса, завтра может получиться так, что управлять будет нечем.

При этом особое значение приобретает качество управления стоимостью бизнеса. Именно оно зачастую является определяющей предпосылкой успеха в современной конкурентной среде.

Современная концепция управления бизнесом ориентируется на стоимостной подход в принятии решений. Концепция *Value Based Management (VBM)* (стоимостно-ориентированного менеджмента, системы мониторинга и управления стоимостью бизнеса) в качестве основных критериев принятия решений использует такие показатели, как *рыночная стоимость бизнеса, добавленная стоимость бизнеса, денежные потоки, риски, цена капитала*. Эти показатели существенно отличаются от тех, которые до сих пор широко распространены в России: рентабельности и чистой прибыли.

В Западной Европе и США управление стоимостью входит в систему *Value Based Management* — менеджмент, нацеленный на создание, управление и оценку стоимости.

В настоящее время в западных корпорациях уже не ставится под сомнение не-

обходимость управления стоимостью бизнеса. *VBM*, одна из наиболее продуктивных современных концепций управления, рассматривает увеличение стоимости бизнеса как главную цель функционирования компании.

Многие руководители компаний, инвесторы знают о создании и управлении стоимостью в публичных (открытых) компаниях, где цена акций отражает реакцию рынка на результаты бизнеса. Гораздо труднее разработать успешную стратегию и правильно измерить результаты работы, когда рыночного курса акций не существует, т. е. организация является закрытой.

Важную роль управление стоимостью играет для предприятий реального сектора экономики. Их недооцененность приводит к проблемам привлечения инвестиций, развития данных компаний и снижению конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

В то же время ясное понимание стоимости и навыки оценки и управления, дают ориентиры для принятия верных решений в бизнесе, являются предпосылками успеха в современной конкурентной среде.

Необходимо понимать, что организации действуют и конкурируют на 4 рынках. А именно, это:

- рынок товаров и услуг;
- рынок корпоративного управления и контроля (соперничество за влияние и контроль над организациями, угрозы поглощений);
- рынок капитала (конкуренция за привлечение инвестиций и интерес инвесторов, кредиты);
- рынок рабочей силы (конкуренция за имидж компании и возможность привлечения эффективных менеджеров).

Управление стоимостью компании может помочь организациям выигрывать в каждом из этих четырех рынков. Неконкурентоспособность на одном или нескольких вышеперечисленных рынках подвергает серьезной опасности шансы на выживание компании.

Как показывает практика, увеличение стоимости для акционеров не противоречит долгосрочным интересам других заинтересованных сторон. Успешно действующие организации создают сравнительно больше стоимости для всех участников — потребителей, работников, государства и поставщиков капитала. Однако есть и другие причины — более концептуальные по своей сути, но не менее убедительные, по которым следует принять систему, ориентированную на стоимость для акционеров.

Во-первых, стоимость — лучшая из известных мер результатов деятельности. Во-вторых, держатели акций — единственные участники организации, которые, заботясь о максимальном повышении своего благосостояния, одновременно способствуют повышению благосостояния всех других. Данный

тезис на текущий момент наиболее применим, и подтверждается практикой деятельности западных корпораций, в отличие от российской практики, где различные группы акционеров зачастую преследуют различные цели, не создающие, а уменьшающие стоимость. И, наконец, компании, работающие неэффективно, неизбежно столкнутся с утечкой капитала в руки конкурентов.

Сегодня наиболее известными и популярными стали стратегии и концепции, направленные на перепозиционирование миссий и целей организаций в область создания и управления стоимостью:

- сбалансированная система показателей Нортон и Каплана;
- стратегия конкурентной борьбы по Майклу Портеру;
- пентаграмма структурной перестройки (модель «Пентагон» *McKinsey*);
- Дюпон-анализ и др.

Сбалансированная система показателей Нортон и Каплана

Сбалансированная система показателей Нортон и Каплана — это стратегическая цель и система менеджмента, которая позволяет организации перепозиционировать ее видение и стратегию в плоскость, состоящую из четырех следующих проекций.

1. Финансы (оценивают экономические последствия действий).
2. Клиенты (характеризует потребительскую базу и сегмент рынка, в котором позиционируется и конкурирует компания, а также показатели результатов деятельности предприятия в целевом сегменте).
3. Бизнес-процессы (сохранение клиентской базы в целевом сегменте рынка и удовлетворение ожиданий акционеров с помощью контроля и стимулирования операционного и инновационного процессов).

4. Обучение и развитие (обучение персонала, совершенствование информационных технологий и организационных процедур).

Стратегия конкурентной борьбы по Майклу Портеру

Портер предлагает стратегии, создающие жизнеспособные конкурентные преимущества, а именно:

- минимизацию издержек (лидерство по издержкам);
- дифференциацию (уникальность продукции в своей отрасли);
- концентрацию (компания-лидер в каком-либо сегменте, либо группе сегментов. Как вариант: концентрацию одновременно на стратегии минимизации издержек и дифференциации).

Для системы управления стоимостью стратегия конкурентной борьбы помогает построить относительное конкурентное преимущество вместе с *моделью создания цепочки ценностей*. В этой связи он идентифицирует пять первичных (материально-техническое обеспечение деятельности предприятия, производственные процессы, материально-техническое обеспечение сбыта, маркетинг и продажи, обслуживание) и четыре вторичных действия (закупки, развитие технологии, управление человеческими ресурсами, поддержание инфраструктуры компании), составляющих такую цепочку в любой фирме.

Применение данных моделей комплексно, рассматривается как фундаментальный способ максимизации стоимости компании.

Пентаграмма структурной перестройки (реструктуризации) бизнеса

На рис. 1 представлен наиболее распространенный и широко описанный способ управления стоимостью компании в России.

Пентаграмма представляет собой метод определения возможностей для структурной перестройки компании на основе всех предполагаемых приращений стоимости за счет внутренних и внешних источников.

Опишем процесс управления стоимостью бизнеса более детально. Для этого прежде всего необходимо рассмотреть упрощенную схему управления бизнесом. Весь процесс управления в общем виде представляется циклом непрерывно повторяющегося набора стандартных процедур, включающим следующие этапы:

- 1) оценку текущего состояния бизнеса и среды;
- 2) сравнение текущего состояния с эталонным с использованием критерия стоимости и корректировки последнего, если необходимо;
- 3) выработку управляющих воздействий;
- 4) применение их к бизнесу.

Далее цикл повторяется.

Стоимость согласуется с циклом управления следующим образом.

1. На первом этапе идентифицируют текущее состояние бизнеса и среды с использованием в качестве критерия стоимости бизнеса. При этом определяют:

- рыночную стоимость бизнеса методом дисконтированных денежных потоков «как есть». Обязательным условием здесь выступает сохранение существующих тенденций деятельности бизнеса без учета каких-либо значительных возмущений, вызванных, например, реализацией новых проектов;

- проводят анализ финансовой деятельности организации с целью выявления факторов, влияющих и управляющих стоимостью.

2. На втором этапе проводят сравнение текущего состояния бизнеса с эталонным, основываясь на условии максимизации

значения критерия стоимости. В рамках данного этапа осуществляют:

- анализируется возможность использования факторов, управляющих стоимостью, на основе внутренних ресурсов;

- сравнение стоимости бизнеса, полученной ранее с учетом внутренних улучшений, и стоимости с учетом внешней реорганизации. Решение о целесообразности проведения конкретных реорганизационных процедур принимают исходя из анализа роста стоимости бизнеса;

- изменение структуры и форм финансирования бизнеса. На этом шаге, связанном с финансовым реструктурированием, кроме структуры и форм исследуют возможности влияния на объем долга и его стоимость.

3. На третьем этапе управления критерия стоимости прогнозируют будущие значения показателей деятельности бизнеса, определяют конкретные мероприятия по достижению запланированного состояния — выбирают наиболее важные направления управляющих воздействий. Выявляют наилучший вариант реструктуризации на основе сравнения стоимости бизнеса «как есть» (без улучшений) и стоимостью бизнеса в результате отобранных стратегий реструктуризации. Максимальный разрыв и будет определять наилучший результат.

4. На четвертом этапе реализуют план мероприятий.

Шаги, обозначенные выше, лежат в основе механизма управления бизнесом и используют в качестве механизма повышения стоимости для акционеров.

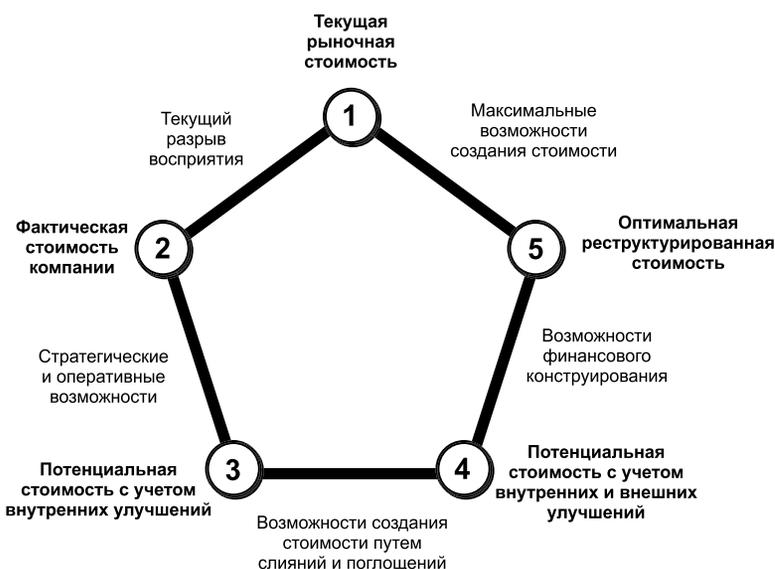


Рис. 1. Пентаграмма для определения возможностей структурной перестройки

Коротко обратимся к сущности некоторых категорий. Ключевым и менее известным в России среди менеджеров является показатель стоимости.

В современной экономической науке трудовая теория стоимости (ее представители А. Смит, Д. Риккардо, У. Петти) и теория предельной полезности (К. Менгер, Э. Бем-Баверк, Л. Вальрас) дополняют друг друга. Теорию предельной полезности (маржинализма) и теорию издержек производства (классическая политэкономия) соединил воедино Альфред Маршалл, основатель кембриджской неоклассической школы. Одна из главных идей А. Маршалла заключалась в том, что он не согласился с попытками предшественников искать единственный фактор ценообразования.

Таким образом, стоимости присущи определенные черты, которые определяют ее сущность.

Во-первых, это полезность вещи, т.е. стоимость, выступает как мера полезности вещи. Полезность — это способность вещи удовлетворять потребности

пользователя в данном месте и в течение данного периода времени.

Во-вторых, стоимость является *мерой умственных и физических усилий* человека (затрат труда) при создании вещи.

В-третьих, стоимость выступает как *мера относительной редкости* вещей, т.е. вещь не должна быть общедоступна (спрос должен превышать предложение).

В-четвертых, вещь, для того чтобы обладать стоимостью, должна *обладать способностью обмениваться* на другие вещи или деньги.

Определяющей чертой стоимости является полезность вещи. Говоря о стоимости бизнеса, мы подразумеваем его полезность для собственника, инвестора и других заинтересованных сторон. И критерием этой полезности в рыночной экономике практически для любой стороны являются деньги (денежные потоки), которые она может получить в результате вложения в данный бизнес своих ресурсов.

Обращаю внимание читателя на существенный нюанс: критерием полезности бизнеса выступает *денежный поток, а не чистая прибыль*.

Денежный поток — это совокупность притоков и оттоков денежных средств от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности организации. В чем преимущество денежного потока по сравнению с чистой прибылью? Во-первых, денежный поток — это реальный показатель, а не расчетный; во-вторых, на формирование чистой прибыли оказывают влияние существующие требования нормативных документов в области бухгалтерского учета и налогообложения, а также любимая в России «оптимизация» налогообложения; в-третьих, показатель чистой прибыли в своем расчете просто не учитывает доходов и расходов, связанных с инвестиционной деятельностью организации.

В этой связи становится понятно, почему доходный подход в оценке стоимости бизнеса является основным. И в качестве дохода при расчете используется показате-

ль денежного потока (*CF*). Но не менее важными при определении и управлении стоимостью бизнеса являются такие важные составляющие, как риски бизнеса и возможности его роста в перспективе.

Таким образом, в доходном подходе для целей оценки и управления стоимостью бизнеса наиболее приемлемым является метод дисконтирования денежных потоков (ДДП или *DCF*). В данной работе мы не будем подробно рассматривать методику его реализации, остановимся только на ключевых моментах, играющих важную роль в понимании его сути и определения факторов, влияющих на стоимость бизнеса.

Метод дисконтированных будущих денежных потоков используется, когда ожидается, что будущие уровни денежных потоков существенно отличаются от текущих. Стоимость определяется как сумма текущей стоимости всех денежных потоков бизнеса за весь период его существования. В данном случае будем рассматривать формирование и управление стоимостью бизнеса с позиции его собственника.

В целом, процедура определения стоимости бизнеса на основе метода дисконтирования денежного потока включает, как правило, следующие этапы:

- выбор длительности прогнозного периода;
- выбор типа денежного потока, который будет использоваться для расчета;
- выполнение анализа валовых доходов предприятий и подготовка прогноза валовых доходов в будущем с учетом планов развития оцениваемой организации;
- выполнение анализа расходов предприятия и подготовка прогноза расходов в будущем с учетом планов развития оцениваемой организации;
- выполнение анализа инвестиций и подготовка их прогноза;
- расчет денежного потока для каждого года прогнозного периода;
- определение соответствующей ставки дисконтирования;

- расчет остаточной стоимости (стоимости денежных потоков в послепрогножном (остаточном) периоде);
- расчет текущей стоимости будущих денежных потоков, остаточной стоимости, и их суммарное значение;
- внесение заключительных поправок;
- выполнение процедуры проверки.

Схематично можно представить оценку стоимости с помощью метода ДДП следующим образом:

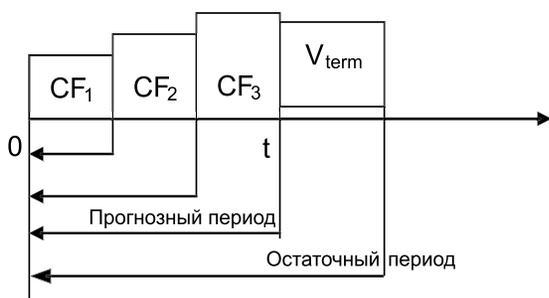


Рис. 2. Приведение прогнозных денежных потоков к текущему моменту

Расчет величины денежного потока осуществляется по следующей формуле:

Денежный поток для собственного капитала = Чистый доход после уплаты налогов + Амортизация + Увеличение долгосрочной задолженности – Уменьшение долгосрочной задолженности – Изменение чистого оборотного капитала – Капитальные вложения.

Определение ставки дисконтирования

Ставка дисконтирования — это ожидаемая ставка дохода на вложенный капитал в сопоставимые по уровню риска объекты инвестирования или, другими словами, это ожидаемая ставка дохода по имеющимся альтернативным вариантам инвестиций с сопоставимым уровнем риска на дату оценки.

Ставка дисконтирования рассчитывается на той же основе, что и денежный поток, к которому она применяется. Для денежного потока собственного капитала применяется ставка, равная требуемой собственником ставке отдачи на вложенный капитал.

Существуют различные методики определения ставки дисконтирования, наиболее распространенными из которых для денежного потока собственного капитала являются:

- модель оценки капитальных активов;
- кумулятивный подход.

Кумулятивный метод определения ставки дисконтирования основан на экспертной оценке рисков, связанных с вложением средств в оцениваемый бизнес.

Кумулятивный метод учитывает все виды рисков инвестиционных вложений, связанные как с факторами общего для отрасли и экономики характера, так и со спецификой оцениваемого предприятия. Для определения ставки дисконтирования к безрисковой ставке дохода прибавляются дополнительные премии за риск вложения в предприятие по следующим факторам (табл. 1).

При этом известно, что увеличение нормы дохода происходит по мере повышения степени риска инвестиций.

Последовательность шагов.

Определить очищенную от риска норму дохода.

Определить премии за риск вложения в предприятие по дополнительным факторам.

Просуммировать эти значения.

Ставка дисконтирования рассчитана методом кумулятивного построения по формуле:

$$r = r_f + \sum r_i + C,$$

где r_f — безрисковая ставка; r_i — i -я премия за риск вложения в объект оценки; C — страновой риск.

Таблица 1

Факторы риска

Риски	Премия
Ключевая фигура в руководстве; качество руководства	0-5%
Размер компании	0-5%
Финансовая структура (источники финансирования компании)	0-5%
Товарная и территориальная диверсификация	0-5%
Диверсификация клиентуры	0-5%
Доходы: рентабельность и предсказуемость	0-5%
Прочие особые риски	0-5%
Плюс безрисковая ставка	

Источник. *Business valuation Review*, December. 1992; «The Adjusted Capital Asset Pricing Model for Developing Capitalization Rates: An Extension of Previous Build-Up Methodologies Based Upon the CAPM».

Определение безрисковой нормы дохода.

Для инвестора безрисковая ставка представляет собой альтернативную ставку дохода, которая характеризуется практическим отсутствием риска и высокой степенью ликвидности. В качестве безрисковой ставки дохода в мировой практике обычно используется ставка дохода по долгосрочным государственным долговым обязательствам (облигациям или векселям) с аналогичными исследуемому проекту горизонтом инвестирования. Для нестабильных экономик рекомендуется использовать ставки по депозитам наиболее устойчивых банков страны.

Модель оценки капитальных активов (CAPM). Модель оценки капитальных активов (CAPM) основана на предположении, что инвестор, вкладывая средства в той или иной степени рискованный бизнес, стремится к получению дополнительных доходов по сравнению с гарантированными доходами от безрисковых инвестиций. Дополнительный доход связан с более высокой степенью риска. Модель оценки капитальных активов позволяет измерить дополнительный ожидаемый доход для активов.

В соответствии с моделью оценки капитальных активов ставка дисконтирования находится по формуле:

$$r = r_f + \beta(r_m - r_f) + C ,$$

где r — ставка дисконтирования или ожидаемая инвестором ставка дохода на собственный капитал;

r_f — безрисковая ставка дохода;

β — коэффициент бета (является мерой систематического риска, связанного с макроэкономическими и политическими процессами, происходящими в стране);

r_m — среднерыночная ставка дохода;

$r_m - r_f$ — рыночная премия за вложения в рискованный инвестиционный актив;

C — страновой риск.

Определение остаточной стоимости бизнеса

Определение остаточной стоимости основано на предпосылке о том, что бизнес способен приносить доход и по окончании прогнозного периода. Предполагается, что после окончания прогнозного периода доходы бизнеса стабилизируются, и в оста-

точный период будут иметь место стабильные долгосрочные темпы роста или бесконечные одноуровневые доходы.

Расчет стоимости в после прогнозный период может быть произведен несколькими методами в зависимости от планируемых изменений, которые вероятны в после прогнозный период. На практике чаще всего используется модель Гордона:

$$V_{term} = \frac{CF_n \cdot (1+g)}{r-g},$$

где — остаточная стоимость бизнеса;

CF_n — денежный поток доходов за последний год прогнозного периода;

r — ставка дисконтирования для собственного капитала;

g — долгосрочные темпы прироста.

Итоговая величина стоимости бизнеса состоит из двух составляющих:

- текущей стоимости денежных потоков в течение прогнозного периода;
- текущего значения стоимости в послепрогнозный период.

$$V = \frac{CF_1}{1+r} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n} + \frac{V_{term}}{(1+r)^n} =$$

$$= \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+r)^i} + \frac{V_{term}}{(1+r)^n},$$

где — стоимость объекта оценки;

$CF_{1,2,\dots,n}$ — прогнозные значения денежных потоков (*Cash Flow*), полученные от объекта оценки в 1-й, 2-й, n-й год (период);

r — ставка дисконтирования (она учитывает риск вложения средств в данный объект, желаемую отдачу от объекта и другие факторы);

n — количество прогнозируемых периодов (лет);

i — номер периода.

Таким образом, стоимость бизнеса зависит от следующих параметров: денежные потоки (чистая прибыль, амортизация, изменение задолженности, капитальные

вложения и изменение чистого оборотного капитала), риски бизнеса и общеэкономическая ситуация в стране, долгосрочные темпы прироста бизнеса.

Однако в последние два десятилетия наибольшим интересом в рамках управления и оценки стоимости бизнеса пользуются показатели, основанные на экономической добавленной стоимости. В основе концепции лежит понимание эффективности развития бизнеса с позиции того, что бизнес должен приносить больше, чем было затрачено на приобретение ресурсов. И, конечно показатель рентабельности, в данном случае оказывается несостоятельным для адекватной оценки результата работы бизнеса.

Концепция экономической добавленной стоимости (*EVA*)

Концепция экономической добавленной стоимости (*EVA — Economic Value Added*) была разработана Стюартом и даже зарегистрирована компанией *Stern Stewart & Co.*

EVA является индикатором качества управленческих решений: постоянная положительная величина этого показателя свидетельствует об увеличении стоимости компании, тогда как отрицательная — о ее снижении.

На сегодняшний день показатель экономической добавленной стоимости (*EVA*) используется в сотнях ведущих мировых компаний.

Экономическая добавленная стоимость фирмы определяется по формуле:

$$EVA = (ROIC - WACC) \cdot CI,$$

где *EVA* — экономическая добавленная стоимость, созданная всем инвестированным в компанию капиталом;

ROIC — рентабельность инвестированного в компанию капитала;

WACC — средневзвешенная стоимость привлечения инвестированного в компанию капитала;

CI — инвестированный в компанию капитал (стоимость активов компании), в абсолютном выражении.

Существует второй способ расчета указанного показателя:

$EVA = \text{Прибыль после выплаты налогов (NOPAT)} - \text{Средневзвешенная стоимость капитала} \cdot \text{Инвестированный капитал.}$

Для расчета стоимости фирмы (всего капитала) необходимо определить текущую стоимость потоков добавленной стоимости за каждый период, а также учесть уже осуществленные вложения капитала:

$$V = CI + \sum_{t=1}^{\infty} \frac{EVA_t}{(1+WACC)^t},$$

где V — стоимость компании (в абсолютном выражении);

CI — инвестированный в компанию капитал (в абсолютном выражении);

EVA_t — экономическая добавленная стоимость, созданная всем инвестированным в компанию капиталом в момент;

$WACC$ — средневзвешенная стоимость привлечения инвестированного в компанию капитала.

Для проведения расчетов сначала необходимо спрогнозировать рентабельность активов, причем учесть ее изменение для всех инвестиций в будущем. Рентабельность активов, в свою очередь, будет зависеть от изменения размеров инвестированного капитала и полученной прибыли. То есть необходимо осуществлять примерно те же прогнозы, что и при методе дисконтированных денежных потоков.

Рыночная добавленная стоимость (MVA)

MVA — критерий создания стоимости, рассматривающий в качестве последней

рыночную капитализацию и рыночную стоимость долгов компании.

MVA рассчитывается как разница между рыночной ценой капитала и инвестированным в компанию капиталом:

$MVA = \text{Рыночная стоимость долга} + \text{рыночная капитализация} - \text{совокупный капитал}$

Следует учитывать, что в балансовую оценку совокупного капитала должны быть внесены поправки для устранения искажений, вызванных методами учета и некоторыми учетными принципами.

С точки зрения теории корпоративных финансов MVA отражает дисконтированную стоимость всех настоящих и будущих инвестиций.

Как отмечалось выше, показатель, лежащий в основе системы управления стоимостью, должен не только отражать стоимость компании, но и показывать эффективность принятия решений на всех уровнях иерархии, а также служить инструментом мотивации. Рассматриваемый показатель (MVA) не отвечает данным требованиям, т. к. на рыночную капитализацию оказывают влияние многие факторы, часть из которых неподконтрольна менеджменту компании. Более того, если результаты работы компании будут оцениваться по данному показателю и мотивационные схемы будут также привязаны к нему, то это может привести к тому, что руководство будет принимать решения, оказывающие краткосрочное влияние на курсовую стоимость акций, но разрушающие стоимость в долгосрочной перспективе (например, программы сокращения затрат за счет масштабного сокращения бюджета научно-исследовательских разработок). Но, как известно, одной из основных целей системы управления стоимостью является координация и мотивация принятия решений, ведущих к созданию долгосрочных конкурентных преимуществ, так как стоимость компании определяется суммой будущих

денежных потоков. В ответ на данные недостатки возник целый ряд альтернативных показателей стоимости.

Добавленная стоимость акционерного капитала (SVA)

В работах Альфреда Рапппорта SVA определяется как приращение между двумя показателями — стоимостью акционерного после некоторой операции и стоимостью того же капитала до этой операции. Часто дается несколько иная трактовка: SVA — это приращение между расчетной стоимостью акционерного капитала (например, методом дисконтированных денежных потоков) и балансовой стоимостью акционерного (собственного капитала). Несмотря на существенные различия этих двух подходов между ними есть общее — для определения SVA необходимо определить рыночную стоимость акционерного капитала. Для этого используются широко известные методы оценки стоимости компании путем дисконтирования денежных потоков. В упрощенном виде данная процедура включает следующие этапы:

1. Определяются потоки денежных средств (это могут быть как потоки всем владельцам капитала, так и только собственникам) в пределах горизонта планирования.

2. Определяется ставка дисконтирования. За последнюю принимается средневзвешенная цена капитала (WACC) в случае учета денежных потоков всем владельцам капитала или стоимость собственного капитала в случае учета денежных потоков, приходящихся на владельцев акционерного капитала. Определяется сумма дисконтированных денежных потоков в пределах горизонта планирования.

3. Определяется продленная (стоимость завершающего денежного потока — *terminal value*), т. е. дисконтированная стоимость денежных потоков за пределами горизонта планирования.

4. Определяется суммарная дисконтированная стоимость денежных потоков. Данная величина и принимается в качестве стоимости всего капитала компании (в случае, если в расчет брались денежные потоки всем владельцам капитала) или в качестве стоимости непосредственно акционерного капитала (в случае, если учитывались денежные потоки владельцам акционерного капитала). В первом случае для получения стоимости акционерного капитала необходимо будет определить расчетную стоимость долговых инструментов и вычесть ее из суммарной стоимости компании.

5. В заключение к полученной величине (стоимости акционерного капитала фирмы) применяется ряд корректировок, например прибавляется стоимость нефункционирующих активов, так как предполагается, что оценка приведенных денежных потоков определяет стоимость только функционирующих активов. При этом под нефункционирующими активами понимаются активы, не используемые в основной деятельности (например, денежные средства, превышающие потребности для обслуживания текущих потребностей и предназначенные для поглощения другой компании).

6. Непосредственно SVA рассчитывается по формуле:

SVA = расчетная стоимость акционерного капитала (итог пункта 5) – балансовая стоимость акционерного капитала.

Основным недостатком данной модели является трудоемкость расчетов и сложности, связанные с прогнозированием денежных потоков.

Ставка возврата инвестиций (CFROI)

Одним из недостатков показателя EVA, рассмотренного выше, является игнориро-

вание денежных потоков. Данный недостаток устраняется при расчете показателя *CFROI*:

$$CFROI = \frac{\text{Скорректированные денежные притоки (cash in) в текущих ценах/скорректированные денежные оттоки (cash out) в текущих ценах.}}{\text{Скорректированные денежные оттоки (cash out) в текущих ценах.}}$$

Другим преимуществом данного показателя по сравнению с *EVA* является тот факт, что как денежные потоки, генерируемые существующими и будущими активами, так и первоначальные инвестиции выражаются в текущих ценах, т.е. учитывается фактор инфляции.

Для расчета показателя *CFROI* необходимо выполнить следующие действия:

1. Выявить денежные притоки в течение экономического срока службы активов. Данный срок рассчитывается как отношение суммарной стоимости активов к амортизационным отчислениям.

2. Рассчитать величину суммарных активов, которая и будет выступать в качестве оттока денежных средств.

3. Скорректировать как оттоки, так и притоки на коэффициенты инфляции, т.е. привести к текущим ценам.

4. Внести ряд поправок в расчетные величины (денежные потоки, суммарные активы) для нивелирования различных искажений, вызываемых учетными принципами. Так, например, для расчета денежных притоков чистый доход корректируется на суммы амортизации, проценты по заемному капиталу, выплаты по договорам лизинга и т.д. Балансовая стоимость активов корректируется на суммы накопленной амортизации, стоимость имущества, полученного по договорам лизинга и т.д.

5. Рассчитать *CFROI* как ставку, при которой суммарные денежные оттоки будут равны суммарным денежным притокам.

Если показатель *CFROI* превышает требуемый инвесторами средний уровень, то компания создает стоимость и наоборот,

если *CFROI* ниже требуемой доходности, то стоимость компании будет понижаться.

Одним из главных недостатков данной модели является то, что результат выражается не в сумме созданной (или разрушенной) стоимости, а в виде относительного показателя. Данный факт может служить препятствием при внедрении на предприятии системы *VBM*, так как для некоторых нефинансовых менеджеров интерпретация данного показателя может не быть столь же ясной, как, например, *EVA*.

Другим недостатком данного подхода является сложность расчета показателя *CFROI*, так как для этого необходимо идентифицировать все денежные потоки, генерируемые как существующими, так и будущими активами.

Чистая добавленная стоимость (CVA)

Часто данный показатель также называют *Residual Cash Flow (RCF)*. В последнее время все большее число специалистов отдают предпочтение именно данному критерию создания стоимости, так как:

- в качестве отдачи от инвестированного капитала используется потоковый показатель — денежные потоки (*cash flows*);
- в явном виде, в отличие от показателя *CFROI*, учитываются затраты на привлечение и обслуживание капитала из разных источников, т.е. средневзвешенная цена капитала.

В основе данного показателя лежит концепция остаточного дохода (*residual income*), а формула его расчета имеет следующий вид:

$$RCF (CVA) = AOCF - WACC \cdot TA,$$

где: *AOCF* (*Adjusted Operating Cash Flows*) — скорректированный операционный денежный поток;

WACC — средневзвешенная цена капитала;

ТА — суммарные скорректированные активы.

Таким образом, управление стоимостью эффективнее существующих на сегодня систем управления компаниями, поскольку данный метод:

- максимизирует создание и управление стоимостью компаний комплексно;
- способствует улучшению прозрачности (прозрачности) компаний;
- согласовывает интересы менеджеров и топ-менеджеров с интересами акционеров и заинтересованных лиц;
- способствует развитию отношений с инвесторами, аналитиками и заинтересованными лицами;
- улучшает внутренние стратегические коммуникации;
- препятствует недооценке ценных бумаг компании;
- способствует повышению эффективности процесса принятия решений;
- содействует инвестициям, направленным на создание стоимости;
- повышает эффективность распределения ресурсов.

Литература

1. Дамодаран А. *Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов*/Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Брукс, 2004.
2. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. *Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию*/Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005.
3. Козырь Ю. В. *Стоимость компании: оценка и управленческие решения*. М.: Альфа-Пресс, 2004.
4. Козырь Ю. В. *Особенности оценки бизнеса и реализации концепции VBM* — М.: Квинто-Консалтинг, 2006.
5. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. *Стоимость компании: оценка и управление* — М.: Олимп-бизнес, 1999.
6. *Материалы семинара «Управление процессом структурного оздоровления предприятий (реструктурирования)»* (Делойт энд Туш и Институт Экономического Развития Всемирного Банка). 1996 г.
7. *Организация оценки и налогообложения собственности*/Под ред. Д. К. Эккерта. М.: РОО, 1995.
8. *Оценка бизнеса: Учебник*/Под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. — М.: Финансы и статистика. 2004.
9. Скотт Марк К. *Факторы стоимости*. — М.: Олимп-бизнес, 2000.
10. Томпсон-мл. Артур А., Стрикленд III. А. Дж. *Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа*. 12-е изд./Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.

Статья поступила в редакцию 10.02.2007

I. Kosorukova

THE IMPACT THE COMPANY VALUE MANAGEMENT HAS UPON THE COMPANY COMPETITIVENESS LEVEL

During the last decade such factors as the company capitalization and the company market value growth have been making an increasingly high contribution to the company competitive position change. Not very long ago it was necessary to make quality product in large quantities, have access to the financial resources and be able to use the resources of the administrative authorities in order to be a leader. Now the answer to the question «what are your capitalization figures?» is one of the leading factors influencing the outcome of the negotiations on partnership, strategic alliance formation, or investment attraction chances. If you do not start managing your company value now, tomorrow might turn out to be late as there will be no business to manage.

The special importance factor is the quality of the company management. It is the quality that is the prerequisite for the business success in today's competitive environment.

УДК 332.87

Н.В. Мирзоян, ЗАО «Жилцентр»

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ НЕДВИЖИМОСТИ

Словосочетание Value Based Management стало сегодня символом применения последних достижений в области управленческих технологий и самых современных инструментов финансового менеджмента, позволяющих эффективно планировать, контролировать и направлять действия организации на пути к достижению экономически оправданных целей. Если рассматривать недвижимость как наиболее долговечный товар из всех существующих и обеспечивающих надежность инвестиций, то грамотное и эффективное управление стоимостью недвижимостью является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности любого предприятия.

Управление стоимостью — это интегрирующий процесс, направленный на качественное улучшение стратегических и оперативных решений на всех уровнях организации за счет концентрации общих усилий на ключевых факторах стоимости.

Суть концепции управления стоимостью заключается в том, что управление должно быть нацелено на обеспечение роста рыночной стоимости объекта, которым управляют, т.е. все устремления, аналитические методы и приемы менеджмента должны быть направлены на одну общую цель: максимизацию стоимости, строя процесс принятия управленческих решений на ключевых факторах стоимости.

Составными частями стоимостного подхода являются идеология, принципы и процессы. Идеология делает управление осознанным и задает направление движения. Принципы дают базу для обоснованного оценивания альтернатив. Отлаженность процессов определяет эффективность в реализации стратегии и достижении поставленных целей.

Недвижимое имущество — это физические объекты с фиксированным мес-

тоположением в пространстве, и все, что неотделимо с ними связано как под поверхностью, так и над поверхностью земли, или все, что является обслуживающим предметом, а также права, интересы и выгоды, обусловленные владением объектами. Под физическими объектами понимаются нерасторжимо связанные между собой земельные участки и расположенные на них строения.

Вопросы управления недвижимостью, основанного на стоимости, касается не только инвесторов и собственников. Недвижимость распределена между государством, регионами, республиками, муниципальными образованиями, юридическими и физическими лицами, что закреплено в Конституции РФ и законодательстве страны.

Недвижимость находится в центре совмещения экономических процессов, частных и общественных интересов, административных норм и правил (рис. 1).

Недвижимое имущество как товар — это объект сделок, удовлетворяющий различные, реальные или потенциальные потребности и имеющий определенные качественные и количественные характеристики.

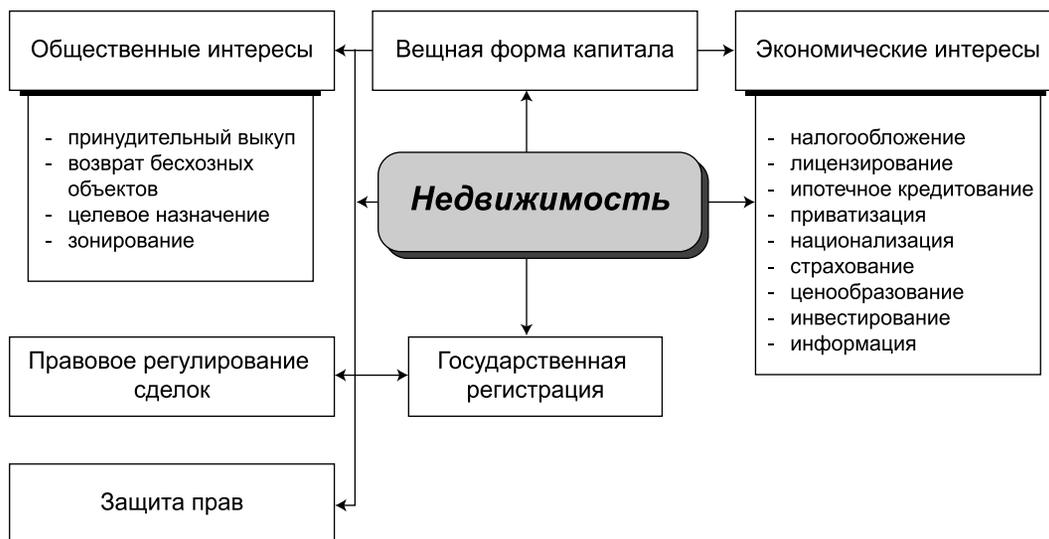


Рис. 1. Недвижимость — объект экономических и государственных интересов

Недвижимое имущество — наиболее долговечный товар из всех существующих, обеспечивающий надежность инвестиций, так как стоимость его со временем может возрастать под влиянием различных факторов. Другой важной особенностью недвижимости является то, что недвижимые товары потребляются по месту их расположения, поэтому возникает такая экономическая характеристика, как территориальные предпочтения. Другими экономическими особенностями недвижимости являются неравномерность денежных потоков, дифференциация налогообложения, многообразие комбинаций вещных прав, жесткая регламентация оформления сделок, ликвидность и необходимость менеджмента. В условиях рыночных отношений управление недвижимостью представляет собой сложную комплексную систему по удовлетворению потребностей в конкретном виде недвижимости.

К особенностям недвижимости как актива относят [2]:

- неоднородность актива, связанная с неоднородностью экономических характеристик объектов, в совокупности последних (из-за уникальности каждого объекта)

существенно усложняет проблемы управления портфелем недвижимости;

- слабая зависимость доходности недвижимости от доходности других активов позволяет рассматривать недвижимость в качестве альтернативы при выборе направлений портфельных инвестиций;

- относительная стабильность поступления доходов от эксплуатации объекта, обеспечиваемая долгосрочностью договоров аренды и следованием изменения доходов за инфляционным изменением цен, облегчает экономические прогнозы и управление экономическими рисками;

- неисчерпаемость земли и долговечность строений вместе с непреходящей потребительской ценностью недвижимости обеспечивают высокий уровень гарантий сохранности инвестируемых средств в сравнении с другими видами финансовых активов;

- необходимость высокого уровня стартовых инвестиций для приобретения или (и) развития объекта — при требуемом уровне самостоятельности в доходной эксплуатации — существенно сужает круг потенциальных пользователей этим видом актива;

- необходимость в высокопрофессиональном управлении объектами вследствие высокой степени сложности их структуры и системы обеспечения их функционирования приводит к необходимости вовлечения в процесс извлечения прибыли не только брокерских, но и управляющих компаний;

- низкая ликвидность и высокие транзакционные издержки для данного актива в сравнении с ценными бумагами снижает его привлекательность при реализации спекулятивных операций.

При управлении стоимостью недвижимости сплетаются противоречивые интересы:

- органов власти (федеральные, региональные, муниципальные), осуществляющих регулирование условий функционирования и развития рынка недвижимости;

- девелопмента;

- банков и других институтов (инвестиционных фондов, трастовых фондов), использующих в своей деятельности механизм залогового кредитования;

- управляющих недвижимостью;

- риэлторов;

- государственного и частного нотариата;

- строительных организаций;

- продавцов недвижимости;

- арендаторов недвижимости;

- саморегулируемых и общественно-профессиональных объединений — участников рынка недвижимости и т. д.

Стоимость как наилучший экономический показатель позволяет достигать более ясных и точных целей, поскольку требование любого участника рынка поддается стоимостной оценке.

Взяв на вооружение принципы управления стоимостью, инвесторы, собственники и управляющие недвижимостью могут принимать более эффективные и обоснованные решения, независимо от выбранных стратегических и оперативных целей.

Как показывает практика, увеличение рыночной стоимости недвижимости для собственников, инвесторов не противоречит долгосрочным интересам других заинтересованных сторон. Успешно действующие инвесторы создают стоимость для всех участников экономической среды — риэлторов, управляющих недвижимостью, государства (через выплачиваемые налоги) и др.

Стоимость — лучшая мера результатов деятельности, потому что ее оценка требует полной информации. В то же время известно, что почти невозможно принимать правильные решения, не обладая всей полной информацией, а ведь ни один другой показатель результатов деятельности не содержит столь полной информации, как стоимость. Однако расплатой за универсальность стоимости является сложность ее определения: она меняется со временем, она неодинакова для различных участников рынка и зависит от целей, с которыми они выступают.

В то же время стоимость находится под воздействием ряда факторов, которые находятся под влиянием различных участников рынка недвижимости.

Факторы, влияющие на стоимость объектов недвижимости

Изменение стоимости любой недвижимости зависит от целого ряда факторов, которые проявляются на различных стадиях процесса оценки, эти факторы могут быть отнесены к трем различным иерархическим уровням. [2]

Первый уровень (региональный) — уровень влияния факторов, носящих общий характер, не связанных с конкретным объектом недвижимости и не зависящих непосредственно от него, но косвенно влияющих на стоимость.

яющих на процессы, происходящие с недвижимостью на рынке, и, следовательно, на оцениваемый объект.

Второй уровень (местный) — уровень влияния локальных факторов в основном в масштабе города или городского района. Эти факторы непосредственно связаны с оцениваемым объектом и анализом аналогичных объектов недвижимости и сделок по ним.

Третий уровень (непосредственного окружения) — уровень влияния факторов, связанных с объектом недвижимости и во многом обусловленных его характеристиками.

Влияние факторов может происходить одновременно на различных уровнях, а учитываться последовательно, в зависимости от степени детализации оценки и вида оцениваемой стоимости. Оценщик недвижимости должен установить влияние каждого фактора на итоговую цену, а затем влияние всех факторов в совокупности и сделать общее заключение о стоимости недвижимости, подтвержденное необходимым обоснованием.

К первому уровню относятся следующие 4 группы факторов.

Социальные:

- базовые потребности в приобретении объектов недвижимости, в варианте их использования; базовые потребности в общении с окружающими, отношение к соседним объектам и их владельцам, чувство собственности;

- тенденции изменения численности населения, его омоложения или старения, размер семьи, плотность заселения, др.;

- тенденции изменения образовательного уровня, уровня культуры, уровня преступности;

- стиль и уровень жизни.

Экономические:

- общее состояние мировой экономики; экономическая ситуация в стране, регионе, на местном уровне; финансовое состояние предприятий;

- факторы спроса: уровень занятости, уровень доходов и тенденции его изменения, платежеспособность, доступность кредитных ресурсов, ставки процента и арендной платы, издержки при формировании продаж, обеспеченность населения объектами общественного назначения и др.;

- факторы предложения: наличие источников и условия финансирования строительства и реконструкции, число объектов, выставленных на продажу; затраты на строительные-монтажные работы и тенденция их изменения, налоги.

Физические:

- климатические условия, природные ресурсы и источники сырья, рельеф, топография, почва и др.;

- экология;

- сейсмические факторы.

Политические (административные):

- политическая стабильность, безопасность;

- налоговая политика, финансовая политика, предоставление разного рода льгот;

- зонирование: запретительное, ограничительное или либеральное;

- строительные нормы и правила: ограничительные или либеральные;

- услуги муниципальных служб: дороги, благоустройство, инженерное оборудование, общественный транспорт, школы, противопожарная служба;

- наличие и совершенство законодательства (об ипотеке, о собственности, об операциях с недвижимостью, в области экологии, о залоге, в области строительства, о кредитной политике и др.), лицензирование риэлтерской и оценочной деятельности.

Ко второму уровню относятся следующие факторы.

Местоположение:

- по отношению к деловому центру, местам приложения труда, жилым территориям, автодороге, железной дороге, побережью, зеленым массивам, коммунальным учреждениям (свалкам и т. п.);
- наличие и состояние коммуникаций;
- наличие объектов социально-культурного назначения;
- размещение объектов в плане города (района), примыкающее окружение;
- условия продаж;
- особые условия сделок; мотивы продавцов и покупателей;
- условия финансирования: сроки кредитования; процентные ставки; условия выделения средств.

К третьему уровню относятся следующие факторы.

Физические характеристики:

- физические параметры: площадь, размеры, форма, материал постройки, год постройки или реконструкции, этажность и др.;
- качество строительства и эксплуатации;
- наличие коммунальных услуг;
- функциональная пригодность;
- привлекательность, комфорт.

Архитектурно-строительные:

- стиль, планировка, конструкции и т. д.;
- объемно-планировочные показатели и др.

Финансово-эксплуатационные:

- эксплуатационные расходы;
- стоимость строительства;
- доходы, генерируемые объектом недвижимости.

Сложившиеся в мировой практике технологии оценки рыночной стоимости базируются

на трех методических подходах: *сравнительном, доходном и затратном*. [3, 4]

Суть сравнительного подхода состоит в моделировании стоимости объекта недвижимости путем сопоставления цен недавно состоявшихся продаж аналогичного имущества в сходных рыночных условиях. С целью обеспечения условий сопоставимости состоявшихся сделок по отношению к оцениваемому объекту проводится корректировка цен на продажные объекты по девяти основным критериям сравнения (правам собственности на недвижимость; условиям финансирования; условиям продажи; состоянию рынка; местоположению объекта; физическим характеристикам объекта; экономическим характеристикам объекта; варианту использования; наличию движимого имущества).

Сущность доходного подхода заключается в оценке недвижимости, исходя из способности недвижимости генерировать доход, причем стоимость недвижимости измеряется текущей стоимостью ожидаемых доходов от оцениваемого объекта недвижимости в будущем. В зависимости от цели оценки текущего состояния и перспектив изменения ситуации на рынке недвижимости оценка стоимости объекта недвижимости производится одним из двух методов: *методом прямой капитализации и методом дисконтирования денежных потоков*. [3]

Метод прямой капитализации исходит из стабильности поступления денежных потоков от оцениваемого объекта недвижимости, стабильности их величины и рисков, неизменности текущей рыночной конъюнктуры и сохранении текущих тенденций в будущем.

Метод дисконтирования денежных потоков исходит из предположения о неустойчивом характере ожидаемых денежных потоков и (или) изменении стоимости актива к концу периода владения им. В этом случае строится прогноз предполагаемой динамики денежных потоков по годам про-

Таблица 1

Сравнительная характеристика подходов к оценке стоимости недвижимости

Сравнительный	Доходный подход	Затратный подход
Описание		
Сравнительный подход — совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на сравнении объекта оценки с аналогичными объектами, в отношении которых имеется информация о ценах сделок с ними	Доходный подход — совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении ожидаемых доходов от объекта оценки	Затратный подход — совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении затрат, необходимых для восстановления либо замещения объекта оценки, с учетом износа
Базовые формулы для расчета		
$C_{он} = K \cdot \overline{C}_{скор}$ <p>где $C_{он}$ — стоимость объекта недвижимости;</p> <p>K — количество единиц сравнения в оцениваемом объекте недвижимости (единица сравнения — 1 кв. м, 1 куб. м и т. д.);</p> <p>$\overline{C}_{скор}$ — средняя скорректированная цена единицы сравнения аналогичных объектов на рынке</p>	$C_{он} = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{CF_t}{(1+r)^t}$ <p>где $C_{он}$ — стоимость объекта недвижимости;</p> <p>CF_t — прогнозные значения денежных потоков (Cash Flow), получаемые от объекта оценки в 1-й, 2-й периоды, и т. д. до бесконечности;</p> <p>r — ставка дисконтирования (она учитывает риск вложения средств в данный объект, желаемую отдачу от объекта и другие факторы)</p>	$C_{он} = C_{зу} + ПСВ - И \text{ или } C_{он} = C_{зу} + ПСЗ - И$ <p>где</p> <p>$C_{он}$ — стоимость объекта недвижимости;</p> <p>$C_{зу}$ — стоимость земельного участка;</p> <p>$ПСВ$ — полная стоимость воспроизводства улучшений земельного участка;</p> <p>$ПСЗ$ — полная стоимость замещения улучшений земельного участка;</p> <p>$И$ — износ объекта оценки. (потеря стоимости)</p>
Применение подхода в рамках управления стоимостью недвижимости		
Сравнительный подход позволяет увидеть среднерыночную цену на аналогичные объекты на рынке. Рыночные факторы не являются управляемыми для инвестора, собственника или управляющего недвижимостью, поэтому сравнительный подход в управлении стоимостью может использоваться только для получения рыночных индикаторов (цены продажи аналогов, уровня операционных расходов аналогов, коэффициента загрузки аналогов, ставки арендной платы аналогов и пр.)	Управление стоимостью недвижимости и оценка управленческих решений базируется на доходном подходе, поскольку управляемые факторы стоимости для инвестора, собственника или управляющего рассматриваются именно в доходном подходе, показатели рыночные и по конкретному объекту недвижимости: ставки арендной платы, уровень загрузки, операционные расходы, риски, мультипликаторы и др.	Затратный подход опирается на оценку затрат на создание идентичного/аналогичного/объекта оцениваемого с учетом его текущего состояния и особенностей, но управление стоимостью основано на прогнозе будущих сценариев развития объекта недвижимости, поэтому затратный подход может применяться в рамках управления стоимостью недвижимостью только для сопоставления результатов, полученных в доходном и/или сравнительном подходах

Таблица 2

Информация, необходимая для реализации концепции управления стоимостью объекта недвижимости

Показатели	По конкретному объекту недвижимости	В среднем по наиболее близким аналогам на рынке
1. Цена продажи 1 единицы сравнения: (единица сравнения для свободных земельных участков — единица площади земельного участка; единица сравнения для застроенных земельных участков — единица площади строений)	Не требуется	Желательно получить данную информацию
2. Срок экспозиции (период времени с даты выставления на продажу на открытом рынке до даты заключения сделки купли-продажи)	Не требуется	Обязательно получить данную информацию
3. Арендные ставки Различают три типа ставок аренды.	Обязательно получить данную информацию	Обязательно получить данную информацию
3.1. Валовая арендная ставка (от англ. <i>gross lease</i>), когда все операционные расходы лежат на собственнике объекта		
3.2. Чистая арендная ставка (от англ. <i>net lease</i>), когда все операционные расходы, за исключением расходов, связанных с налоговыми платежами, страховкой, управлением и внешним ремонтом объекта, лежат на арендаторе)		
3.3. абсолютно чистая арендная ставка (от англ. <i>absolute net lease</i>), когда арендатор платит за все, за исключением расходов, связанных с управлением объектом недвижимости. (Иногда этот тип арендной ставки называют тройной чистой арендной ставкой или арендной ставкой <i>NNNL</i> (с англ. <i>net-net-net lease</i> , три <i>N</i> соответствуют трем платежам: налог, страховка и внешний ремонт.)		
4. Физические параметры	Обязательно получить данную информацию	Не требуется
4.1. Площадь, сдаваемая в аренду		
4.2. Общая площадь		Не требуется
4.3. Соотношение площади, сдаваемой в аренду, к общей площади объекта		Обязательно получить данную информацию
4.4. Состояние объекта, уровень инфраструктуры, местоположения, транспортной доступности и т. д.		
5. Коэффициент потерь от недозагрузки и неплаты арендных платежей	Обязательно получить данную информацию	Обязательно получить данную информацию

Продолжение табл. 2

Показатели	По конкретному объекту недвижимости	В среднем по наиболее близким аналогам на рынке
6. Операционные расходы (действительные расходы собственника)	Обязательно получить данную информацию	Желательно получить данную информацию
6.1. Операционные расходы при использовании валовой арендной ставки		
6.2. Операционные расходы при использовании чистой арендной ставки		
6.3. Операционные расходы при использовании абсолютно чистой арендной ставки		
7. Прочие доходы собственника/инвестора (получаемые от арендатора за дополнительные услуги, помимо аренды)	Обязательно получить данную информацию	Желательно получить данную информацию
7.1. Прочие доходы при использовании валовой арендной ставки		
7.2. Прочие доходы при использовании чистой арендной ставки		
7.3. Прочие доходы при использовании абсолютно чистой арендной ставки		
8. Потенциальный валовой доход или сокращенно ПВД (произведение площади, сдаваемой в аренду, на ставку арендной платы)	Обязательно получить данную информацию	Не требуется
8.1. ПВД при использовании валовой арендной ставки		
8.2. ПВД при использовании чистой арендной ставки		
8.3. ПВД при использовании абсолютно чистой арендной ставки		
9. Действительный валовой доход или сокращенно ДВД (действительный валовой доход минус потери от недозагрузки и неуплаты арендных платежей плюс прочие доходы)	Обязательно получить данную информацию	Не требуется
9.1. ДВД при использовании валовой арендной ставки		
9.2. ДВД при использовании чистой арендной ставки		
9.3. ДВД при использовании абсолютно чистой арендной ставки		

Продолжение табл. 2

Показатели	По конкретному объекту недвижимости	В среднем по наиболее близким аналогам на рынке
10. Чистый операционный доход или сокращенно ЧОД (действительный валовой доход минус потери от недозагрузки и неуплаты арендных платежей плюс прочие доходы)		
10.1. ЧОД при использовании валовой арендной ставки	Обязательно получить данную информацию	Не требуется
10.2. ЧОД при использовании чистой арендной ставки		
10.3. ЧОД при использовании абсолютно чистой арендной ставки		
11. Ставка капитализации (отношение чистого операционного дохода, получаемого от объекта к цене объекта)	Обязательно получить данную информацию	Желательно получить данную информацию
12. Структура и стоимость капитала		
12.1. Доля заемного капитала	Обязательно получить данную информацию	Желательно получить данную информацию
12.2. Стоимость заемного капитала (отношение ежегодных выплат по кредиту к сумме кредита)		
12.3. Стоимость собственного капитала (требуемая норма доходности инвестора с учетом рисков объекта)		

гнозного периода, и рассчитывается текущая стоимость денежных потоков. Доходный подход позволяет оценивать любые активы, предполагающие возможность извлечения дохода.

Затратный подход исходит из предположения о том, что типичный инвестор, имеющий возможность выбора, не заплатит за интересующий его объект недвижимости больше того, что стоит на местном рынке приобретение прав застройки равноценного земельного участка и создание на нем улучшений такой же полезности. Отсюда следует, что сумма средств, которые надо затратить на строительство оцениваемого объекта недвижимости в его существующем состоянии или воспроизводство потребительских свойств данного объекта, эквивалентна его рыночной стоимости.

Алгоритм затратного подхода включает следующие этапы:

- оценка рыночной стоимости участка земли как свободного исходя из доступного варианта землепользования, местных условий обращения земель и информационной насыщенности земельного рынка;
- определение полной стоимости воспроизводства (сумма затрат на создание объекта, идентичного объекту оценки, как нового) или полной стоимости замещения (сумма затрат на создание объекта, аналогичного объекту оценки, как нового) с учетом предпринимательской прибыли;
- оценка накопленного совокупного износа (физического, функционального и внешнего);
- определение общей стоимости объекта недвижимости.

Проведем сравнительный анализ подходов к оценке стоимости недвижимости по следующим критериям (табл. 1):

- описание подхода;
- базовые расчетные формулы;
- применение подхода в рамках управления стоимостью недвижимости.

В данной статье на основе данных, используемых в доходном подходе к оценке стоимости недвижимости, представим матрицу индикаторов стоимости, которая используется в управлении стоимостью недвижимости. И на основе базовой формулы метода капитализации представим модели, по которым на основе изменения в одном или нескольких индикаторах стоимости может быть рассчитано изменение стоимости объекта недвижимости.

Необходимая информация для управления стоимостью объекта недвижимости представлена в табл. 2.

На базе информации, представленной в табл. 2, можно рассчитывать изменение стоимости в зависимости от принятия различных инвестиционных решений.

Метод капитализации основан на прямом преобразовании чистого операционного дохода в стоимость путем деления его на ставку капитализации, поскольку основным условием применения метода прямой капитализации является стабильность ожидаемых денежных потоков от объекта оценки в будущем. Если управленческое решение не ведет к дестабилизации денежных потоков, то целесообразно применять для расчета изменения стоимости или добавленной стоимости метод капитализации. Воспользуемся базовой формулой расчета стоимости недвижимости по методу капитализации:

$$V = \frac{NOI}{R}, \quad (1)$$

где V — стоимость объекта недвижимости;
 R — ставка (коэффициент) капитализации;

NOI — чистый операционный доход (ЧОД).

Потенциальный валовой доход ($ПВД$) — потенциальный доход, получаемый собственником объекта недвижимости при 100-процентном использовании объекта без учета потерь и расходов, который определяется по следующей формуле:

$$ПВД = S \cdot C_{ар}, \quad (2)$$

где S — площадь, сдаваемая в аренду, кв. м;
 $C_{ар}$ — арендная ставка за 1 кв. м.

Действительный валовой доход ($ДВД$) — это доход от объекта недвижимости, который будет в действительности получен собственником объекта недвижимости, т.е. потенциальный валовой доход за вычетом потерь от недоиспользования площадей и при сборе арендной платы с добавлением прочих доходов:

$$ДВД = ПВД - Потери + прочие доходы \quad (3)$$

или

$$ДВД = ПВД (1 - K_n) + прочие доходы, \quad (4)$$

где K_n — коэффициент потерь от недогрузки объекта (например, часть площадей, которая не будет сдана в аренду) и от недосбора арендных платежей по объекту.

Чистый операционный доход (сокращенно NOI или $ЧОД$) — годовой действительный валовой доход за минусом годовых операционных расходов ($ОР$).

$$ЧОД = ДВД - ОР. \quad (5)$$

Основываясь на рыночных данных по ценам продаж и значений чистого операционного дохода сопоставимых объектов недвижимости, можно вычислить коэффициент капитализации:

$$R = \frac{1}{k} \cdot \sum_{i=1}^k \frac{NOI_i}{V_i}, \quad (6)$$

где R — ставка (коэффициент) капитализации;

NOI_i — чистый операционный доход ($ЧОД$) i -го объекта-аналога;

V_i — цена продажи i -го объекта-аналога;

k — количество аналогичных объектов недвижимости.

Поскольку чистый операционный доход не является информацией, раскрываемой в ходе продажи или предложения аналогичных объектов, то необходимо рассчитывать чистый операционный доход для аналогичных объектов на основе рыночной информации. Таким образом, формула преобразовывается и имеет вид:

$$R = \frac{1}{k} \cdot \sum_{i=1}^k \frac{ПВД_i \cdot (1 - Кп_i) - ОР_i}{V_i}, \quad (7)$$

где R — ставка (коэффициент) капитализации;

$ПВД_i$ — потенциальный валовой доход i -го объекта-аналога;

$Кп_i$ — коэффициент потерь от недозагрузки и недосбора арендных платежей i -го объекта-аналога;

$ОР_i$ — операционные расходы i -го объекта-аналога;

V_i — цена продажи i -го объекта-аналога;

k — количество аналогичных объектов недвижимости.

Таким образом, стоимость объекта недвижимости может быть записана следующим образом

$$V_i = \frac{S_i \cdot Cap_i \cdot (1 - Кп_i) + Дпр_i \cdot S_i - ОР_i \cdot S_i}{R_i}, \quad (8)$$

где R_i — ставка капитализации по i -му сценарию вследствие управленческого решения;

S_i — площадь сдаваемая в аренду по i -му сценарию вследствие управленческого решения;

$Кп_i$ — коэффициент потерь от недозагрузки и неуплаты арендных платежей по i -му сценарию вследствие управленческого решения;

$Дпр_i$ — прочие доходы на 1 кв. м площади объекта по i -му сценарию вследствие управленческого решения;

$ОР_i$ — операционные расходы на 1 кв. м площади объекта по i -му сценарию вследствие управленческого решения;

V_i — стоимость объекта недвижимости по i -му сценарию вследствие реализации управленческого решения.

Рассчитав стоимость объекта недвижимости до принятия решения и в результате принятого решения, можно говорить о добавленной стоимости объекта недвижимости в результате решения.

$$\Delta V_i = V_i - V_o, \quad (9)$$

ΔV_i — добавленная стоимость объекта недвижимости по i -му сценарию вследствие реализации управленческого решения.

V_i — стоимость объекта недвижимости по i -му сценарию вследствие реализации управленческого решения.

V_o — стоимость объекта недвижимости до принятия решения.

Рассмотрим на практическом примере возможности использования концепции и применения полученных результатов.

Анализируя полученные результаты, можно сказать, что максимальная стоимость достигается в сценарии № 1, т.е. при принятии решения о типе арендной ставки, максимальная стоимость объекта недвижимости достигается, если использовать валовую арендную ставку. Однако информация, используемая в расчетах, позволяет увидеть резервы увеличения стоимости объекта недвижимости, т.е. по каким направлениям возможно предпринять решения, которые могут привести к увеличению стоимости объекта недвижимости.

Чтобы выявить факторы, влияющие на стоимость объекта, целесообразно проанализировать отношение показателей оцениваемого объекта по отношению к среднерыночным.

Валовая ставка аренды ниже среднерыночного уровня, следовательно, возможно планировать мероприятия по приведению валовой арендной ставки по объекту на среднерыночный уровень.

Таблица 3

Информация по оцениваемому объекту, аналогам

Показатель	Оцениваемый объект недвижимости	Аналог			В среднем по аналогам
		1	2	3	
1. Цена продажи 1 единицы сравнения, руб./кв. м	-	77 100	77 550	76 500	77 050
2. Срок экспозиции, дней	-	2 040	2 670	2 880	2 530
3. Арендная ставка					
3.1. Валовая арендная ставка, руб./кв. м в год	16 800	17 400	17 700	16 500	17 200
3.2. Чистая арендная ставка, руб./кв. м в год	16 100				15 600
3.3. Абсолютно чистая арендная ставка, руб./кв. м в год	15 500	15 300	15 600	15 600	15 500
4. Физический параметр					
4.1. Площадь, сдаваемая в аренду, кв. м	1 500	1 380	1 900	2 500	
4.2. Общая площадь, кв. м	1 568	1 490	2 037	3 520	
4.3. Соотношение площади, сдаваемой в аренду, к общей площади объекта	0,957	0,926	0,933	0,933	0,931
4.4. Описание объекта: уровень инфраструктуры, местоположения, транспортной доступности и т. д.	Все инж. коммуникации, два отдельных входа, парковка стихийная	Все инж. коммуникации, два отдельных входа, парковка стихийная	Все инж. коммуникации, наличие бесплатной парковки	Все инж. коммуникации, парковка стихийная	Все инж. коммуникации, один-два отдельных входа, парковка стихийная
5. Коэффициент потерь от недозагрузки или неуплаты арендных платежей, % от ПВД	7,5	7,0	5,0	9,0	7,0

Продолжение табл. 3

Показатель	Оцениваемый объект недвижимости	Аналог			В среднем по аналогам
		1	2	3	
6. Операционные расходы					
6.1. Операционные расходы при использовании валовой арендной ставки, руб./кв. м в год	3 300	3 250	3 900	3 500	3 550
6.2. Операционные расходы при использовании чистой арендной ставки, руб./кв. м в год	2 040	2 160	2 550	2 250	2 320
6.3. Операционные расходы при использовании абсолютно чистой арендной ставки, руб./кв. м в год	1 350	1 440	1 950	1 800	1 730
7. Прочие доходы собственника/инвестора					
7.1. Прочие доходы при использовании валовой арендной ставки, руб./кв. м в год	1 000	0	1 000	500	500
7.2. Прочие доходы при использовании чистой арендной ставки, руб./кв. м в год	1 000	0	1 000	500	500
7.3. Прочие доходы при использовании абсолютно чистой арендной ставки, руб./кв. м в год	1 000	0	1 000	500	500
8. Потенциальный валовой доход					
8.1. ПВД при использовании валовой арендной ставки, руб. в год	25 200 000	24 012 000	33 630 000	41 250 000	-
8.2. ПВД при использовании чистой арендной ставки, руб. в год	24 150 000				
8.3. ПВД при использовании абсолютно чистой арендной ставки, руб. в год	23 250 000	21 114 000	29 640 000	39 000 000	

Продолжение табл. 3

Показатель	Оцениваемый объект недвижимости	Аналог			В среднем по аналогам
		1	2	3	
9. Действительный валовой доход					
9.1. ДВД при использовании валовой арендной ставки, руб. в год	24 810 000	22 331 160	33 848 500	38 787 500	
9.2. ДВД при использовании чистой арендной ставки, руб. в год	23 838 750				
9.3. ДВД при использовании абсолютно чистой арендной ставки, руб. в год	23 006 250	19 636 020	30 058 000	36 740 000	
10. Чистый операционный доход					
10.1. ЧОД при использовании валовой арендной ставки, руб. в год	19 860 000	17 846 160	26 438 500	30 037 500	
10.2. ЧОД при использовании чистой арендной ставки, руб. в год	20 778 750				
10.3. ЧОД при использовании абсолютно чистой арендной ставки, руб. в год	20 981 250	17 648 820	26 353 000	32 240 000	
11. Ставка капитализации					
11.1. Ставка капитализации при использовании валовой арендной ставки	17%	16%	17%	15%	16%
11.2. Ставка капитализации при использовании чистой арендной ставки	17%	-	-	-	-
11.3. Ставка капитализации при использовании абсолютно чистой арендной ставки	17%	17%	18%	17%	17%

Таблица 4

Расчет стоимости в результате принятия решения о выборе типа арендной ставки

Показатель	Сценарий № 1 Описание: валовая арендная ставка	Сценарий № 2 Описание: чистая арендная ставка	Сценарий № 3 Описание: абсолютно чистая арендная ставка
Арендная ставка, руб./кв. м в год	16 800	16 100	15 500
Площадь, сдаваемая в аренду, кв. м	1 500	1 500	1 500
Коэффициент потерь от недозагрузки или неуплаты арендных платежей, % от ПВД	7,50	7,50	7,50
Операционные расходы руб./кв. м	3 300	2 040	1 350
Прочие доходы, руб./кв. м в год	1 000	1 000	1 000
Потенциальный валовой доход, руб. в год	25 200 000	24 150 000	23 250 000
Действительный валовой доход, руб. в год	24 810 000	22 338 750	21 506 250
Чистый операционный доход, руб. в год	19 860 000	19 278 750	19 481 250
Ставка капитализации, %	17	17	17
Стоимость объекта недвижимости по данному сценарию, руб.	116 823 529	113 404 412	114 595 588

Таблица 5

Анализ факторов стоимости оцениваемого объекта недвижимости

Показатель	Абсолютное значение показателя		Отношение показателя оцениваемого объекта к аналогичному показателю по аналогам
	По оцениваемому объекту недвижимости	В среднем по аналогам	
1. Арендные ставки			
1.1. валовая арендная ставка, руб./кв. м в год	16 800	17 200	0,977
1.2. чистая арендная ставка, руб./кв. м в год	16 100	15 600	1,032
1.3. абсолютно чистая арендная ставка, руб./кв. м в год	15 500	15 500	1,000
2. Соотношение площади, сдаваемой в аренду, к общей площади объекта	0,957	0,931	1,028

Продолжение табл. 5

Показатель	Абсолютное значение показателя		Отношение показателя оцениваемого объекта к аналогичному показателю по аналогам
	По оцениваемому объекту недвижимости	В среднем по аналогам	
3. Состояние объекта, уровень инфраструктуры, транспортной доступности, местоположения и т. д.	Все инж. коммуникации, два отдельных входа, парковка стихийная	Все инж. коммуникации, один-два отдельных входа, парковка стихийная	1-1,02 (определено экспертно на основе сопоставления)
4. Коэффициент потерь от недозагрузки или неуплаты арендных платежей, % от ПВД	7,5	7,0	1,071
5. Операционные расходы			
5.1. Операционные расходы при использовании валовой арендной ставки, руб./кв. м	3 300	3 550	0,930
5.2. Операционные расходы при использовании чистой арендной ставки, руб./кв. м	2 040	2 320	0,879
5.3. Операционные расходы при использовании абсолютно чистой арендной ставки руб./кв. м	1 350	1 730	0,780
6. Прочие доходы собственника/инвестора			
6.1. Прочие доходы при использовании валовой арендной ставки, руб./кв. м	1000	500	2,000
6.2. Прочие доходы при использовании чистой арендной ставки, руб./кв. м	1000	500	2,000
6.3. Прочие доходы при использовании абсолютно чистой арендной ставки, руб./кв. м	1000	500	2,000

Коэффициент потерь от недозагрузки и неуплаты оцениваемого объекта выше среднерыночного показателя, следовательно, возможно планировать мероприятия по увеличению загрузки объекта, однако бюджет данных мероприятий не должен превышать суммы прироста стоимости объекта недвижимости в ито-

ге, иначе мероприятия будут неэффективными с точки зрения управления стоимостью недвижимости. Подставим в формулу (9) выражение для стоимости объекта недвижимости из формулы (8). Если ставка капитализация, размер арендной ставки, операционных расходов, прочих доходов остаются неизменными, то измене-

ние стоимости, вызванное приведением коэффициента потерь на среднерыночный уровень, может быть рассчитано по формуле (10):

$$\Delta V_{\text{загр}} = \frac{S \cdot \text{Cap} \cdot (\Delta K \Pi_i)}{R} \quad (10)$$

Для нашего примера изменения коэффициента загруженности наиболее вероятно до среднерыночного уровня (7%), значит на 0,5%. Поскольку решение о типе арендной ставки уже принято, то воспользуемся значениями из табл. 5 по сценарию № 1 для расчета прироста стоимости объекта недвижимости по формуле (10):

$$\Delta V_{\text{загр}} = \frac{1500 \cdot 16800 \cdot 0,005}{0,17} = 741\,175 \text{ рублей.}$$

Мероприятия по снижению потерь от недозагрузки и неуплаты целесообразны, если их бюджет не превышает суммы прироста стоимости. Необходимое соотношение эффекта и вложений индивидуально для каждого собственника и инвестора. Например, для данных нашего примера один инвестор может считать эффективным проведение мероприятий, бюджет которых составляет 300000 рублей, для достижения прироста стоимости объекта недвижимости на 740000 рублей, а для другого инвестора это решение покажется нецелесообразным. Однако и консервативный, и агрессивный инвесторы сочтут нецелесообразными мероприятия, бюджет которых более 740000 рублей, для достижения прироста стоимости объекта недвижимости 740000 рублей.

Нами был рассмотрен лишь один параметр (потери от недозагрузки и неуплаты), изменение которого приведет к росту стоимости объекта недвижимости. Аналогичным образом возможно рассмотреть изменение других показателей, влияющих на стоимость, и рассчитать добавленную стоимость объекта недвижимости в результате принятия решения и величину максимального бюджета мероприятий для достижения изменения выбранного параметра и стоимости объекта в целом.

Таким образом, в рамках данной статьи были рассмотрены сущность объектов недвижимости, основы концепции управления стоимостью недвижимости и алгоритм реализации концепции управления стоимостью недвижимости. Реализация концепции управления стоимостью недвижимости была проиллюстрирована на практическом примере.

Литература

1. Грибовский С.В. *Оценка доходной недвижимости: Уч. пособие.* — СПб.: Изд-во «Питер», 2001.
2. Озеров Е.С. *Экономика и менеджмент недвижимости.* — СПб.: Изд-во «МКС», 2003.
3. *Оценка недвижимости: Учебник/Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой.* — М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2005.
4. *Оценка стоимости недвижимости/Под редакцией С.В. Грибовского, Е.Н. Ивановой, Д.С. Львова, О.Е. Медведевой* — М.: Изд-во «Интерреклам», 2003.
5. Фридман Дж., Ордуэй Ник. *Анализ и оценка приносящей доход недвижимости/Пер. с англ.* — М.: Изд-во «Дело», 1997.

Статья поступила в редакцию 10.02.2007

N. Mirzoyan

REAL PROPERTY VALUE MANAGEMENT

The term *value based management* is now a symbol of the latest developments in the sphere of financial management and the management technologies that enable effective planning, monitoring and a business strategy choice made to achieve the economic goals set. As the real property are the most durable goods among the durables and are the commodities with the best investment accumulation capabilities, the well-thought-through and efficient real property value-based management is one of the most important factors contributing to the rise of any business' competitiveness level.

УДК 336.6

**Н.Н. Ивлиева, к. э. н.,
Д.В. Шишляев, ООО «КОИН»**

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

Сегодня конкурентные преимущества компании во многом определяются тем, какими патентами, лицензиями, товарными знаками, репутацией она обладает. Ярким примером этого подхода является деятельность на рынке так называемых декапитализированных компаний нового типа, зачастую обладающих незначительным физическим капиталом и занимающихся управлением брендом (торговой маркой). Нельзя не отметить и тот факт, что с развитием рыночной конкуренции котировки ценных бумаг все меньше ассоциируются с физической стоимостью той или иной компании и все больше с различного рода нематериальными активами этой компании (брендом, гудвиллом и пр.).

Возможно, что именно поэтому в российской практике сегодня сложилось достаточно устойчивое мнение о том, что нематериальные активы являются одним из наиболее перспективных рычагов стратегического управления деятельностью компании.

Одним из условий обеспечения конкурентоспособности предприятия является эффективное управление нематериальными активами и интеллектуальной собственностью (НМА и ИС) с целью их вовлечения в гражданско-правовой оборот.

Дополнительные по сравнению с конкурентами преимущества в ведении бизнеса, которые достигаются использованием материального производства и материальных ресурсов, по мнению западных экономистов, известны человечеству на протяжении всей истории его существования и в настоящий момент исчерпаны. Наличие материальных активов, позволяющих экономить на эффекте масштаба, уже не является источником конкурентных преиму-

ществ для предприятий. В лучшем случае, они обеспечивают среднюю окупаемость инвестиций.

В настоящее время все шире распространяется мнение о том, что НМА и ИС являются одним из наиболее перспективных рычагов стратегического управления хозяйственной деятельностью предприятия. Сверхнормальные прибыли приносит разумное использование, наряду с другими активами, нематериальных активов, которые и обеспечивают доминирующее положение на рынке. Поэтому в конкурентной борьбе предприятия все чаще обращаются именно к нематериальной составляющей своего бизнеса, основанной на результатах интеллектуального творчества сотрудников.

Вместе с тем нематериальные активы и интеллектуальная собственность в российской хозяйственной практике до последнего времени не рассматривались с точки зрения источника существенных преимуществ в конкурентной борьбе. Этому способствовал целый ряд причин.

Во-первых, в России понятийный аппарат в отношении НМА и ИС крайне неоднозначный. В настоящее время среди документов, регулирующих на территории России отношения, связанные с НМА и ИС, можно выделить следующие наиболее важные: Гражданский кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2000). Подходы к определению НМА, их состава, требований к ним в перечисленных документах содержат некоторые различия, которые могут по тем или иным причинам привести к судебным процессам.

Во-вторых, нежелание использовать НМА и ИС в деятельности предприятия с целью повышения его конкурентоспособности связано, главным образом, с тем, что издержки, которые приходится при этом нести, особенно в первый момент времени, гораздо более ощутимы и материальны, нежели выгоды, которые можно будет получить в будущем, причем с некоторой долей вероятности.

В-третьих, исторически так сложилось, что большинство российских предприятий не отражают на балансе имеющиеся у них НМА и ИС. В ходе приватизации 90-х годов ставить НМА на баланс было невыгодно, так как это значительно увеличивало стоимость покупаемого предприятия. С развитием рыночных отношений, наукоемкие производства стали продавать и развивать. Одновременно крупные фирмы стали заботиться о таких составляющих своей фирмы, как бренд, деловая репутация

и пр. В этих условиях НМА и ИС стали выступать как потенциал увеличения стоимости бизнеса и повышения его конкурентоспособности.

Тем не менее и в настоящий момент большинство предприятий не отражают все имеющиеся у них НМА и ИС на балансе, что естественным образом ограничивает объем их использования, не позволяет использовать в конкурентной борьбе. Происходит это, в основном, по следующим причинам:

- для того чтобы поставить на баланс НМА и ИС, необходимо провести их инвентаризацию, а так как это процесс трудоемкий, требует достаточно большого количества времени, труда сотрудников, знания законодательства, позволить себе это могут только достаточно успешно функционирующие предприятия;

- объекты ИС должны быть надлежаще оформлены, т.е. зарегистрированы в патентном ведомстве РФ, а это влечет за собой необходимость выплачивать годовую патентную пошлину на поддержание охранного документа в силе.

Эффективное управление НМА и ИС, в целом, для повышения конкурентоспособности представляет собой следующие основные этапы.

1. *Инвентаризация НМА и ИС.* На данном этапе устанавливается факт наличия НМА и объектов ИС. Анализируется исходная информация по всем идентифицированным объектам. Исследуется возможность по использованию выявленных объектов. Появление НМА и объектов ИС на предприятии может быть следствием создания на предприятии, либо в результате получения из внешних источников. Следует помнить, что НМА и объекты ИС считаются созданными в организации в случае, если:

- исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности, полученные в порядке выполнения служебных

Таблица 1

Учет поступления НМА

Форма поступления НМА	Стоимостная оценка при принятии на баланс
Приобретение за плату	Сумма фактических расходов на приобретение, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов
Создание в пределах организации	Сумма фактических расходов на создание, изготовление (израсходованные материальные ресурсы, оплату труда, услуги сторонних организаций по контрагентским (соисполнительским) договорам, патентные пошлины, связанные с получением патентов, свидетельств, и т. п.), за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов
Внесение в качестве вклада в уставный (складочный) капитал организации	Определяется исходя из их денежной оценки, согласованной учредителями (участниками) организации: — при номинальной стоимости доли в уставном капитале менее 200 МРОТ — по стоимости, предусмотренной в учредительном договоре; — при номинальной стоимости доли в уставном капитале более 200 МРОТ — по оценке независимого оценщика
По договору дарения (безвозмездно)	Рыночная стоимость на дату принятия к бухгалтерскому учету
По договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами	Стоимость товаров (ценностей), переданных или подлежащих передаче организацией, устанавливаемая исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах: — организация определяет стоимость аналогичных товаров (ценностей); — приобретаются аналогичные нематериальные активы, если невозможно установить стоимость товаров (ценностей) по договорам

обязанностей или по конкретному заданию работодателя, принадлежит организации-работодателю;

- исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности, полученные автором (авторами) по договору с заказчиком, не являющимся работодателем, принадлежит организации-заказчику;

- свидетельство на товарный знак или на право пользования наименованием места происхождения товара выдано на имя организации.

2. *Учет НМА и объектов ИС.* Данный этап представляет собой мероприятия, включающие, как правило, оценку стоимости (внутреннюю или независимую экспертизу), постановку на баланс пред-

приятия (если это возможно), начисление износа (амортизации) по каждому выявленному НМА или объекту ИС. Стоит отметить, что нематериальные активы принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости, которая различается по формам поступления НМА (табл. 1). Стоимость нематериальных активов, по которой они приняты к бухгалтерскому учету, не подлежит изменению, кроме случаев, установленных законодательством Российской Федерации. Стоимость нематериальных активов, использование которых прекращено для целей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг либо для управленческих нужд организации (в связи с прекращением срока действия патента, сви-

детельства, других охранных документов, уступкой (продажей) исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности либо по другим основаниям), подлежит списанию.

3. *Анализ и последующая реализация возможных вариантов использования НМА и объектов ИС.* На третьем этапе исследуются возможные варианты использования всех выявленных объектов: передача прав пользования, продажа лицензий, патентов, публикация результатов исследований, включение в список конфиденциальной информации (коммерческая тайна) предприятия. Для выбора наиболее эффективного варианта использования того или иного объекта на данном этапе рассматриваются все возможные варианты использования по каждому объекту с точки зрения получения максимальных конкурентных преимуществ на рынке, увеличения доли рынка, максимизации прибыли и т.д. Далее на данном этапе осуществляется реализация выбранных вариантов использования объектов с позиции максимизации эффекта.

Как правило, НМА и ИС в практике предприятия могут реализоваться в двух основных формах: в качестве вклада в уставный фонд предприятия или для оптимизации денежных потоков.

Использование НМА в уставном фонде позволяет предприятию и авторам (ее создателям) получить следующие практические преимущества:

- сформировать значительный по размерам уставный фонд без отвлечения денежных средств и обеспечить доступ к банковским кредитам и инвестициям;
- увеличить уставный капитал уже действующего предприятия;
- амортизировать НМА в уставном фонде и заместить их реальными денежными средствами;

- владельцам интеллектуальной собственности участвовать в качестве учредителей (собственников) при организации дочерних и самостоятельных фирм без отвлечения денежных средств.

Использование НМА и ИС в составе активов предприятия позволяет:

- документально подтвердить права собственности и поставить эти объекты на баланс в качестве имущества предприятия, что дает возможность формировать соответствующие фонды амортизационных отчислений за счет себестоимости продукции;
- получить дополнительные доходы за передачу прав на использование НМА и ИС;
- получать конкурентные преимущества от монополии на передовые технологии;
- скорректировать размер чистых активов предприятия;
- повысить инвестиционную привлекательность предприятия;
- развивать корпоративную культуру предприятия на основе участия работников в развитии бизнеса через практическое применение результатов их интеллектуальной деятельности.

Таким образом, предприятие получает возможность без существенных материальных затрат повысить стоимость, оптимизировать денежные потоки и налогообложение, что положительно сказывается на повышении его конкурентоспособности.

Кроме этого, документальное подтверждение прав собственности и прав на использование объектов ИС, а также получение официальных охранных документов позволяет обеспечить контроль за долей рынка и возможность законного преследования недобросовестных конкурентов и нарушителей исключительных

Таблица 2

Направления использования и управление НМА и ИС

Область управления	Возможности использования НМА и ИС
Менеджмент	<ol style="list-style-type: none"> 1. НМА и ИС — один из внутренних источников реструктуризации предприятия. Правильно оцененные и поставленные на баланс НМА и ИС способны увеличить уставный капитал компании, повысить ее капитализацию. 2. НМА и ИС — один из ресурсов привлечения дополнительных средств путем кредитования. 3. Возможность получения дополнительных доходов путем заключения лицензионных договоров на передачу зарегистрированных прав. 4. НМА и ИС — это один из важнейших элементов корпоративного управления в крупных структурах, холдингах, группах компаний
Маркетинг и реклама	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование положительного имиджа выводимого на рынок товара или компании в целом. 2. Четкая индивидуализация и защита от конкурентов. <p>Достижение этих задач невозможно без государственной регистрации товарного знака, торговой марки и пр.</p>
Бухгалтерия	Используя нематериальные активы, правильно оценивая их и ставя на баланс, предприятие получает возможность оптимизировать налогооблагаемую базу
Информационные технологии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регистрация авторских прав на программные продукты. 2. Защита авторских прав на программные продукты от несанкционированного распространения. <p>Правильно и своевременно оформленные права на программы для ЭВМ и базы данных способствуют защите интеллектуальной собственности</p>
Авторство	С точки зрения авторского права, интеллектуальная собственность определяется как оформленные права на созданные литературные, художественные и другие произведения

прав на объекты интеллектуальной собственности.

4. *Мониторинг использования НМА и ИС.* На этом этапе осуществляется контроль над выполнением намеченных вариантов использования выявленных НМА и объектов ИС. Выявляются ошибки и недостатки в процессе их непосредственного использования по намеченным вариантам.

5. *Регулирование процессов использования НМА и ИС.* Этот этап заключается в исправлении ошибок и недостатков в использовании, выявленных на этапе

мониторинга, т.е. максимизируется положительный эффект с учетом новых данных.

Поскольку НМА и ИС находят все более активное применение в хозяйственной деятельности компаний, актуальным становится не простое использование всех имеющихся у предприятия НМА, в том числе и не получивших отражение в бухгалтерской документации, но и управление ими. В соответствии с перечисленными преимуществами, которые дает использование НМА, их управление должно проводиться в следующих областях (табл. 2).

Постепенная реализация всех этапов управления НМА и ИС на предприятии

может повысить эффективность его деятельности за счет наиболее полного и рационального использования полученной информации, репутации и тех знаний, правами на использование которых оно обладает.

Повышение конкурентоспособности российских предприятий за счет использования НМА и ИС также зависит от выбранной стратегии управления. Различают пять основных видов стратегий¹.

1. *Стратегия «щита»* предусматривает защиту от конкурентов с помощью получения монопольных прав на новую продукцию на период выведения ее на рынок.

2. *Стратегия «меча»* предусматривает контроль рынка и преследование нарушителей интеллектуальной собственности. Как известно, доходы от использования результатов научно-исследовательских работ (НИР) значительно снижаются в случае незаконного их использования конкурентами. Поэтому интеллектуальная собственность стала использоваться в конкурентной борьбе не только в качестве оборонного, но и в качестве наступательного оружия. Данная стратегия позволяет частично компенсировать затраты на НИР и возместить упущенную выгоду.

3. *Стратегия формирования уставного капитала* предприятия направлена на высвобождение денежных средств за счет использования имущественных прав, а именно — прав на интеллектуальную собственность. Данная стратегия находит широкое применение в российской экономике. Зачастую вкладом в уставный капитал являются права на изобретения, полезные модели, товар-

ные знаки, произведения литературы, науки и т. д.

4. *Стратегия создания рекламного имиджа* направлена на получение правовой защиты на объекты ИС с целью повышения доверия потребителей и привлечение за счет этого дополнительных доходов. Если в рамках стратегии «меча» или стратегии «щита» патентование «слабых» изобретений, которые можно легко «обойти», либо технологий, использование которых невозможно или сложно проконтролировать, является нецелесообразным, то с позиций стратегии создания рекламного имиджа патентование вышеупомянутых объектов представляется вполне оправданным. Патенты в данном случае являются для потребителей своеобразной гарантией качества товара и стимулом к его приобретению. Что в конечном итоге приводит к дополнительным доходам фирмы.

5. *Стратегия оптимизации финансово-хозяйственной деятельности* направлена на:

- снижение налога на прибыль в связи с уменьшением налогооблагаемой базы на величину амортизации нематериальных активов;
- экономию отчислений на зарплату при оплате труда через авторское вознаграждение за создание объектов интеллектуальной собственности;
- экономию подоходного налога физических лиц (владельцев объектов интеллектуальной собственности).

Выбор той или иной стратегии управления нематериальными активами не исключает одновременного следования несколькими стратегиям для комплексного использования преимуществ, которые способны обеспечить НМА и ИС, в конкурентной борьбе.

¹ Пантюхина А.М. Нематериальные активы: стратегический менеджмент//Патенты и лицензии. 2001. № 11.

Таким образом, можно сказать, что любое предприятие обладает нематериальными активами независимо от сферы его деятельности и от того, отражены ли НМА и ИС в финансовой документации. Как отраженные в бухгалтерской отчетности, так и не оформленными должным образом НМА и ИС, используемые предприятием в статусе ноу-хау, могут быть достаточно эффективным инструментом в конкурентной борьбе.

Однако на сегодняшний день одним из основных препятствий активного вовлечения НМА и ИС в хозяйственный оборот российских предприятий остается низкий уровень их правовой охраны. При отсутствии адекватной защиты прав на объекты ИС их создание теряет смысл, стоимость снижается, а управление с целью повышения конкурентоспособности становится неэффективным.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Методические рекомендации для руководителей предприятий по вопросам учета, правовой охраны и использования результатов интеллектуальной деятельности, созданных за счет средств федерального бюджета.
3. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. — М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. — 400 с.
4. Дроздов С.А. Совершенствование механизма управления собственностью промышленных корпораций: Дисс... канд. экон. наук: 08.00.05 — М., 2001. — 179 с.
5. Лев Б. Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность/Пер. с англ. Л.И. Лопатников. — М.: Квинто-Консалтинг, 2003. — 240 с.
6. Рутгайзер В.М. Оценка стоимости бизнеса. — М.: Маросейка, 2007. — 448 с.
7. Якимахо А.П. Управление объектами интеллектуальной собственности. — М.: ЮД Юстицинформ, 2006. — 335 с.
8. Рейли Р., Швайс Р. Оценка нематериальных активов. — М.: Квинто-Консалтинг, 2005. — 762 с.
9. Bao Tran «IP law aspects in strategic planning» ABI/INFORM Euromoney Ltd. 1995 Managing Intellectual Property March 1995.

Статья поступила в редакцию 10.02.2007

N. Ivlieva, D. Shishlyayev

INTANGIBLE ASSET MANAGEMENT AIMED AT ENHANCING THE COMPANY COMPETITIVENESS LEVEL

Today the competitive advantages of the company are to a great extent determined by the patents, licenses, trademarks, and goodwill it has. A good example of this is the market activity of the new so called «de-capitalized» companies where there is often a small ordinary capital that are engaged in brand management. It is noteworthy that the market competition development brings about the notion that the asset values are less connected with the actual value of the company and more with the intangible asset value the company has (its brand, goodwill, etc.) Probably this is the reason why the following point of view prevails on the Russian market today: intangible assets are one of the best leverages in the market activity management.

УДК 336.76

В.Ю. Черепанов

УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЫМИ МАРКАМИ (БРЕНДАМИ) НА ОСНОВЕ СТОИМОСТНОГО ПОДХОДА

В условиях жесткой конкуренции даже перед компаниями, занимающими лидирующие позиции на рынке, возникает достаточно сложная задача удержания этих позиций. Использование традиционных способов, в частности увеличения доли на рынке, снижения затрат в целях осуществления ценовой конкуренции и других, зачастую оказывается не достаточным. Сегодня все большее значение в качестве основного фактора успеха приобретает верность потребителей, их лояльность. В связи с этим резко возрос интерес к управлению торговой маркой, оценке ее стоимости, использованию бренда как инструмента в конкурентной борьбе.

В настоящее время в условиях жесткой конкуренции бренд является важным и эффективным инструментом конкурентной борьбы. Поэтому, наличие у компании сильного бренда является одним из ключевых факторов стоимости компании. По словам О.Чернозуба, управляющего партнера компании *V-Ratio*, стоимость бренда может формировать до 70% стоимости компании [11].

Наличие сильного бренда (или портфеля брендов) создает для компании следующие конкурентные преимущества:

- обеспечивает дополнительный денежный поток;
- снижает затраты на продвижение (маркетинговые коммуникации);
- обеспечивает возможность выхода на новые рынки с низкими затратами;
- создает барьеры для входа в отрасль;
- снижает неопределенность для дистрибьюторов.

Американская маркетинговая ассоциация (АМА) определяет **торговую марку (бренд)** как название, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенное для идентификации товаров или услуг поставщика или группы продавцов и их дифференцирования от товаров или услуг конкурентов.

Авторы статьи придерживаются данного определения, считая термины «бренд» и «торговая марка» равнозначными.

В основе торговой марки лежит **товарный знак** — официально зарегистрированная торговая марка [1, с. 33]. В соответствии со ст. 2 Закона РФ от 23.09.1992 №3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (далее — закон «О товарных знаках»), правовая охрана товарного знака в РФ представляется на основании его государственной регистрации.

Товарный знак и знак обслуживания — обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических

и физических лиц (ст. 1 Закона «О товарных знаках»).

Согласно ст. 138 ГК РФ средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.п.) приравниваются к интеллектуальной собственности.

Существует целый ряд концепций создания, построения и конструирования брендов. Есть и немало признанных авторитетов в этой области. Однако, не смотря на все это, остается открытым вопрос об эффективности вложения инвестиций в укрепление бренда: ни одно рекламное агентство не может гарантировать увеличения прибыли под воздействием проведенной рекламной компании — только улучшение знания марки. Уместным будет вспомнить слова американского рекламиста Джона Уонамейкера: «Я знаю, что половина моих рекламных расходов тратится впустую. Я не знаю, какая именно».

Поэтому сегодня основным дискутируемым вопросом, как среди маркетологов, так и среди финансистов, является вопрос: «Возобладает ли классический подход управления брендами или подход, ориентированный на стоимость?». По мнению Д. Шульца, профессора Северо-Западного университета США, новая идея управления брендами исходит не со стороны маркетинга, а со стороны финансов [13].

Преимущества стоимостного подхода оценки стоимости торговых марок [5, с. 463]:

- такие оценки улучшают качество бухгалтерской отчетности;
- акционеры получают информацию о скрытых активах компании;
- повышается точность оценки показателей эффективности;
- такие оценки позволяют получить подробную информацию о достоинствах

марки и найти лучшую стратегию брендинга;

- отражение стоимости марок как нематериальных активов в бухгалтерской отчетности ведет к повышению стоимости активов компании в целом.

Ценность (стоимость) торговой марки для ее владельца состоит в том, что ее наличие создает дополнительные денежные потоки по сравнению с небрендируемой продукцией или услугами. Добавленная стоимость, обеспечиваемая торговой маркой, представляет собой **марочный капитал (капитал бренда)**¹. Максимизация марочного капитала выступает как цель управления торговой маркой. Следовательно, измеряя стоимость торговой марки или марочного капитала, определяется эффективность предпринимательской деятельности компании и эффективность управления торговой маркой.

Стоимостной подход к управлению торговыми марками способствует решению двух задач по управлению развитием торговой марки (бренда) [12]:

1. Оценка марочного капитала в денежном выражении.
2. Определение набора ключевых факторов стоимости марочного капитала, оказывающих влияние на развитие торговой марки в целях последующего управления этими факторами для максимизации стоимости марочного капитала.

Ведущий специалист бренд-менеджмента, профессор Д.А. Аакер, выделяет следующие факторы стоимости (показатели) марочного капитала [1, с. 380]:

- ценовая премия;
- удовлетворенность потребителя (лояльность бренду);

¹ Капитал марки — добавленная стоимость товара для фирмы, предприятия торговли или потребителя, обеспечиваемая торговой маркой [7, с. 52].

- воспринимаемое качество;
- лидерство (популярность);
- воспринимаемая ценность;
- индивидуальность бренда;
- ассоциации с организацией;
- осведомленность о бренде;
- доля рынка;
- рыночная цена и наличие бренда в дистрибутивной сети.

Оценка стоимости торговой марки с целью определения эффективности предпринимательской деятельности должна проводиться на регулярной основе, поскольку оценка стоимости марки всегда будет зависеть от компании, проводящей оценку, от целей и задач оценки. На величину стоимости марочного капитала оказывает также влияние специфика производимой компанией продукции (оказываемых услуг), стадии жизненного цикла товара (услуги), выбранной компанией ценовой стратегии, особенностей развития самого рынка.

Особое внимание при оценке марочного капитала следует уделить анализу марочного портфеля. Мнение, что марка связана только с одним товаром и, наоборот, один товар связан только с одной маркой, является ошибочным. Обычно компания обладает не одним брендом, а марочным портфелем — набором брендов и суббрендов разных уровней. Необходимо учитывать их взаимное влияние друг на друга, а также понимать роли, выполняемые каждым из них, поскольку создание марочного капитала осуществляется на каждом уровне иерархии марок.

Обычно маркетологи строят структуру портфеля марок по зонтичному принципу. Все торговые марки берут свое начало от материнской марки или компании. На самом деле взаимосвязи между марками бывают намного сложнее.

Д.Аакер предлагает следующую классификацию системы брендов компании [1, с. 294-295]:

- корпоративный бренд — идентифицирует корпорацию, стоящую за товаром или предложением услуг;
- ассортиментный бренд — бренд, охватывающий несколько классов товаров;
- бренд продуктовой линии — бренд, связанный с конкретными товарами организации;
- суббренд — бренд, выделяющий часть ассортиментного ряда (товарной линии) в системе брендов;
- брендируемые компоненты и сервисные программы.

В настоящий момент, как в отечественной, так и в зарубежной практике, отсутствует общепринятая процедура оценки стоимости бренда. В связи с этим в различных источниках рассматриваются различные по своему составу и содержанию методы оценки стоимости бренда.

Поскольку основой стоимости бренда являются генерируемые им дополнительные денежные потоки, наиболее эффективными методами к определению стоимости марки является методы доходного подхода, в частности метод дисконтированных денежных потоков. Особую роль в популяризации данного подхода сыграла компания *Interbrand*, которая совместно с еженедельником *Business Week* с 2001 года ежегодно публикует рейтинги стоимости наиболее дорогих брендов публичных компаний. С методикой оценки брендов компании *Interbrand* можно ознакомиться при помощи следующих источников: [4, с. 49-54; 5, с. 466-470; 8].

Сравнительный подход к оценке стоимости марки менее применим, поскольку сама идея получения дополнительных доходов, приносимых сильным брендом по сравнению с менее успешным, заключается в построении и поддержании его ярко выраженной идентичности.

Применение сравнительного подхода к оценке стоимости бренда ограничивается в силу следующих причин:

Таблица 1

Методы оценки стоимости торговой марки (бренда)

Метод	Источник
МЕТОДЫ ДОХОДНОГО ПОДХОДА	
Метод дисконтированных денежных потоков	[2, 4, 6, 7, 8, 9]
Определение стоимости на основе ценовой премии	[4, 7, 8, 10]
Метод преимущества в прибылях	[2, 10]
Метод избыточной прибыли	[2, 6, 7, 10]
Метод освобождения от роялти	[2, 4, 5, 4, 7, 8, 9, 10]
МЕТОДЫ СРАВНИТЕЛЬНОГО ПОДХОДА	
Метод оценки с помощью рыночных транзакций	[2, 4, 5, 6, 10]
Метод остаточной стоимости	[4, 7, 8, 9, 10]
МЕТОДЫ ЗАТРАТНОГО ПОДХОДА	
Метод на основе понесенных в прошлом затрат	[2, 4, 5, 4, 7, 8, 9, 10]
Метод оценки на основе необходимых расходов на воссоздание марки	[6, 8, 9, 10]
Метод замещения	[5, 6, 8]
Метод оценки по предполагаемым расходам на проведение рекламной компании	[9, 10]

- отсутствие самих фактов продажи аналогичных (схожих по полезности и назначению) объектов;

- конфиденциальный характер информации о ценах сделок;

- отсутствие аналитической информации для введения корректировок по сравнимым отличиям.

Сущность затратного подхода к оценке бренда заключается в определении текущей рыночной стоимости бренда через суммирование всех расходов, необходимых для его создания. Процесс анализа и (или) построения расходов проблематичен по ряду причин.

Практически невозможно выделить определенное количество средств из общего процесса и отделить их от других нематериальных активов (патентов, ноу-хау, кадрового потенциала сотрудников и др.).

Не все инвестиции окупаются. Однозначной взаимосвязи между стоимостью бренда и средствами, затраченными на его разработку, правовую охрану и продвижение не существует.

Таким образом, при оценке нового бренда полученное значение стоимости затратным подходом может быть завышено, при оценке успешно развивающегося бренда — занижена. Кроме того, при такой оценке не учитывается влияние других брендов, включенных в марочный портфель.

Следует отметить, что среди «классических» методов оценки стоимости в настоящее время все большей популярностью в оценочной практике пользуются альтернативные методы и модели, к которым относятся метод на основе оценки опционов и модель Эдвардса-Белла-Ольсона. Однако, по мнению ведущего специалиста по оценке интел-

лектуальной собственности группы компаний «РУСАУДИТ» Ю. Б. Леонтьева [6, с. 11], при оценке объектов интеллектуальной собственности (согласно ст. 138 ГК РФ средства индивидуализации юридического лица, к которым и относится товарный знак, приравниваются к интеллектуальной собственности) не представляется оправданным. Математический аппарат, лежащий в основе данных методов дает достоверные результаты только в случае использования больших массивов рыночной информации, в отношении которой в оценке товарных марок наблюдается дефицит.

Литература

1. Аакер Д. *Создание сильных брендов*. — М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. — 440 с.
2. Виноградова Е. В. *Оценка товарного знака: иллюзия или реальность?*//Вопросы оценки. 2002. №3. С. 20-24.
3. Закон РФ от 23.09.1992 №3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
4. Зотов В. В. *Ценность бренда*. — М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2005. — 167 с.
5. Келлер К. Л. *Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом, 2-е издание.: Пер. с англ.* — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 704 с.
6. Леонтьев Ю. Б. *Практика оценки товарных знаков.*//Вопросы оценки. 2003. №2. С. 9-15.
7. Скоробогатых И. И., Чиняева Д. А. *Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки.*//Маркетинг в России и за рубежом. 2003. №4, 5, 6. www.mavriz.ru
8. Старов С. А., Вилков В. С. *Классификация основных подходов при оценке стоимости торговых марок в российских компаниях.*//Вестник СПбГУ. 2002. №2 (16). vestnikmanagement.pu.ru
9. Третьяк О. А. *Бренд-капитал: содержание, денежная оценка и управление.*//Бренд-менеджмент. 2001. №2. grebennikon.ru
10. Царев В. В., Контрапович А. А. *Оценка стоимости бизнеса. Теория и методология: учебное пособие для студентов вузов*. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 575 с.
11. Черемных О. *Стоимостной подход к управлению брендами (торговыми марками) компании.* lionsconsult.narod.ru
12. Чернозуб О. *Шансы есть.* www.v-ratio.ru
13. Шульц Д. *О брендах и брендинге.* www.v-ratio.ru

Статья поступила в редакцию 08.02.2007

V. Cherepanov

VALUE BASED BRAND MANAGEMENT

When the competition is fierce, even the market leaders have to address the rather complex issue of maintaining the leading position. The traditional means (such as the market share increase and the price decrease to enter into the price-based competition) often prove to be inefficient. Today the consumer loyalty is becoming an increasingly important factor contributing to the company success. This is the reason why the competitors have become much more interested in considering such issues as brand management, its value assessment and the brand use as an instrument in the competition.

УДК 331.446

А. С. Суханов, МФПА

ЛИДЕРСТВО И ПРЕТЕНЗИИ НА ЛИДЕРСТВО В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Каждый предприниматель, как правило, рано или поздно задается вопросом какова конкурентная сила его соперника по бизнесу? Как конкурент будет использовать свой ресурсный потенциал в процессе противостояния? Каким образом можно предугадать эффективность ответных действий соперников? Конкурентные отношения с сильным соперником повышают для субъекта предпринимательства риск существенной потери доли рынка, а в худшем сценарии грозит ему уходом из бизнеса. Поэтому для раскрытия сущности процесса конкурентного соперничества между лидерами и претендентами на лидерство в предпринимательстве необходимо создание методов оценки конкурентных позиций субъектов предпринимательства по отношению друг к другу и определение основных характеристик лидеров и претендентов на лидерство в предпринимательстве.

Понятие «лидерство» сопутствует предпринимательству на всех этапах его жизнедеятельности. Так, образуется новый субъект благодаря воле и желанию одного или нескольких человек, которые, убеждая людей в своей состоятельности как руководителей, создают коллектив, в котором являются лидерами. Таким образом, новообразованный субъект попадает в конкурентную среду, в которой при определенных действиях и обстоятельствах он также может стать лидером какого-либо сектора рынка товаров и услуг, опередив конкурентов. При этом, говоря про лидера на этапе создания субъекта предпринимательства, мы подразумеваем конкретного человека (физическое лицо), в то время как после основания субъекта и его попадания в конкурентную среду, мы чаще всего подразумеваем организацию (юридическое лицо), поскольку институциональный субъект предпринимательства имеет больше шансов стать лидером в силу больших организационных, статус-

ных, финансовых и других возможностей. Далее, рассматривая действия субъектов предпринимательства, мы будем понимать действия организаций в отношении конкурентов, которые тем не менее являются следствием мотивации руководства этих организаций.

В связи с вышеизложенным, важным для многих субъектов предпринимательства становится вопрос о претензиях на лидерство в предпринимательстве, поскольку зачастую их необоснованные лидерские амбиции приводят к тому, что очередной претендент оказывается не в состоянии выдерживать конкуренцию на уровне лидера. Как следствие — потеря стратегически выгодных позиций и, возможно, уход из бизнеса.

Очевидно, что для субъектов предпринимательства, всерьез намеревающихся завоевать лидерскую позицию, появляется необходимость самоидентификации относительно других участников рынка. Можно выделить два этапа определения возмож-

ности претензий на лидерство в предпринимательстве:

1 этап — определение лидеров и претендентов на лидерство в предпринимательстве;

2 этап — определение позиции претендента на лидерство в предпринимательстве относительно других возможных претендентов.

При этом необходимо определить, что понимать под лидерством в предпринимательстве и лидерской позицией, как определить лидера, обоснованность претензий на лидерство, какие критерии отбора будут наиболее объективными?

Лидеры в предпринимательстве могут быть классифицированы на основании достаточно большого количества разных факторов, связанных с внутренними процессами субъекта предпринимательства, которые позволяют ему лидировать, что рекомендует, в основном, большинство зарубежных авторов, таких, как М. Портер, А. Томпсон, А. Стрикленд, И. Ансофф и др.

Классификация субъектов предпринимательства по такого рода факторам, как были перечислены, например у А. Томпсона и А. Стрикленда¹, сильно усложняет процесс принятия верных стратегических решений, основанных на конкурентной ситуации в отрасли. Это происходит оттого, что из-за большого количества отдельно взятых факторов не всегда можно адекватно отследить их влияние на ситуацию в целом.

Остановимся на двух аспектах — *на секторах рынка товаров и услуг*, в которых субъект предпринимательства *осуществляет деятельность*, и на *географии осуществления этой деятельности* (перечень стран, регионов). Классификация по этим факторам позволяет получить примерную объективную оценку основы конкурент-

ных действий субъектов предпринимательства, а именно масштабов конкурентного потенциала. Кроме того, приведенные выше составляющие деятельности субъектов предпринимательства являются более или менее независимыми от внутрикорпоративных составляющих деятельности.

Что касается факторов внутрикорпоративного характера, т.е. отражающих внутренние изменения в жизнедеятельности субъекта предпринимательства, то их анализ никогда не позволит более или менее точно оценить конкурентный потенциал соперников. Например, субъект предпринимательства может иметь самую современную технологию, однако малоразвитая дилерская сеть не позволит продать продукцию, вследствие чего субъект не будет конкурентоспособным по отношению к соперникам. Получается, что, с одной стороны, результаты анализа показывают наличие фактора лидерства, а с другой — в силу неизвестных причин субъект не является лидером в предпринимательстве. Что же касается предложенных нами факторов для классификации, то они позволяют получить косвенную оценку конкурентного потенциала участников конкурентного соперничества. При необходимости получения более точных оценок по определенным показателям уже можно использовать внутрикорпоративные факторы деятельности субъектов предпринимательства, поскольку известен примерный масштаб конкурентного потенциала субъектов.

Кроме компонентов, имеющих внутрифирменный характер необходимо учитывать также и те, которые имеют свое проявление во внешней среде и влияют на отношение внешней среды к субъекту предпринимательства. Для выявления этих компонентов и определения их характера необходимо определить природу лидерства в предпринимательстве. Для этого в статье будут рассмотрены несколько взглядов на проблематику лидерства.

¹ Томпсон А. и Стрикленд А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа/12-е изд. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. С. 126.

Существует несколько трактовок понятия «лидерство» в экономической литературе. Так, например, в деловых журналах зачастую выделяют один или два критерия лидерства субъекта предпринимательства (сервисное обслуживание, качество продаж и пр.), причем бывает, что потенциальным лидером рынка называют продукт, который теоретически может стать бестселлером, а не субъект, его производящий. Кроме того, весьма распространенным показателем является доля рынка субъекта предпринимательства на рынке одноименных товаров или услуг. В этом случае в соответствии с этой долей и оценивается, является ли он лидером или нет. Здесь также возможны варианты — лидер отрасли, либо сегмента.

Остановимся на двух научных подходах к вопросу лидерства в предпринимательстве — двум крайностям в оценке процесса конкурентного соперничества субъектов предпринимательства. Одна точка зрения (М. Портер) ориентирована больше на внутрифирменные компоненты деятельности субъектов предпринимательства, в то время как другая (Ю. Б. Рубин) утверждает, что категория «лидер конкурентного соперничества» имеет поведенческий характер.

Очевидно, что лидерство в предпринимательстве зависит как от внутрифирменных процессов, так и от того, насколько хорошо субъект предпринимательства способен осуществлять конкурентные действия. Поэтому нельзя утверждать, что какой-либо из указанных подходов является предпочтительным.

Кроме того, существенным является аспект взаимодействия субъекта предпринимательства с внешним окружением на уровне психологического восприятия внешним окружением субъекта-лидера. Для того чтобы описать данный аспект мы обратимся к исследованиям категории «лидерство» в социальной и политической психологии. Это позволит определить, какие характерные черты лидерства лично-

сти может иметь лидирующий в предпринимательстве субъект.

Лидерство является неизбежным компонентом любого общества и существует во многих областях деятельности человека. Единственное условие для существования лидерства — наличие групп, где оно проявляется².

В больших и малых группах лидеры различны. Так, Ю. Н. Емельянов считает, что в малых группах лидером зачастую становится харизматичный авторитетный человек, который за счет более активной роли в коллективе приобретает доминирующее положение, и реализует некоторые функции, обусловленные его позицией³.

Проанализируем, какие из многих функций лидера группы могут быть характерны для лидера конкурентного противостояния.

Рассматривая лидера как *администратора* (верховного координатора деятельности группы), независимо от того, сам ли он разрабатывает основные направления деятельности или они предписываются ему сверху, у него обязательно присутствует функция наблюдения за исполнением. В процессе конкурентного соперничества лидер самостоятельно разрабатывает новые направления деятельности. Что касается наблюдения за исполнением поставленных задач, то в случае с конкуренцией контролю подвергается как раз сам лидер своим внешним окружением, поэтому данная функция не может являться условием конкурентного соперничества.

Лидер принимает на себя обязательства по разработке методов и средств, при помощи которых группа достигает целей, т. е. выступает как *планировщик*.

² Блондель Ж. Политическое лидерство. — М., 1992.

³ Емельянов Ю. Н. Руководство коллективом как проблема социальной психологии. — М., 1971.

Данная функция больше присуща для условий конкурентного соперничества, поскольку (понимая под группой, которой руководит лидер, часть общества) можно утверждать, что именно субъекты предпринимательства как лидеры являются большим двигателем прогресса, нежели остальные участники конкурентного соперничества.

Ю. Емельянов считает, что одной из важнейших функций лидера является установление целей и основной линии поведения группы.

В случае с конкуренцией можно полагать, что это верно, поскольку лидер конкурентного соперничества имеет возможность определять для себя направление дальнейшего развития, а его конкуренты вынуждены следовать за лидером (в большей или меньшей степени копируя удачные компоненты его деятельности), иначе их продукт не будет востребован, следствием чего может стать разорение конкурента.

Рассматривая лидера как *эксперта*, имеется в виду, что он является тем лицом, к которому обращаются как к источнику достоверной информации или квалифицированному специалисту.

В случае с конкуренцией это может проявляться лишь отчасти, так как лидер может восприниматься как некий эталон для догоняющих конкурентов. Раскрытие информации, связанной с деятельностью лидера, невозможно.

Суть функции лидера как *представителя группы во внешней среде* в том, что он официально представляет в ней интересы всех участников группы, трансформируя информацию, исходящую от группы и получаемую для нее.

Естественно, что все конкуренты, и особенно претендующие на лидерство, не заинтересованы в том, чтобы их соперник осуществлял коммуникации с внешней средой, поэтому данная функция не может быть присуща лидеру конкурентного соперничества.

Система поощрений и наказаний, применяемая для контроля деятельности участников группы, которая выстраивается лидером в соответствии с его функцией как *источника поощрений и наказаний*, не может удовлетворять условиям конкурентного противостояния. Дело в том, что на рынке подобной функцией обладают скорее потребитель и общественность, которые совместно выносят суждения о качестве продукции того или иного субъекта предпринимательства, о характере поведения по отношению как к соперникам и партнерам, так и к клиентам и общественности.

Смысл функции лидера как *примера* в том, что он может служить эталоном для остальных членов группы, своими действиями обеспечивая их наглядно, кем они должны быть и что делать. Данная функция присутствует и в конкурентном соперничестве, поскольку многие и, в частности, претенденты на лидерство могут копировать и копируют успешные деловые компоненты, которые используют лидеры.

Функция лидера как *символа группы* характеризует его как лицо группы, чье имя может быть присвоено всему движению, во главе которого стоит лидер. В условиях конкурентного противостояния такое невозможно, поскольку большинство субъектов предпринимательства предпочитает индивидуальность, рассматривая ее как ключ к успеху. Но нужно отметить, что в ситуациях, когда более мелкий субъект становится партнером более крупного, а тем более одного из крупнейших на рынке, его менеджер начинает использовать имя крупного партнера с целью отождествления и придания своей организации более высокого статуса в глазах внешнего окружения.

Нередко лидер играет важную роль для членов группы в освобождении их от ответственности за личные решения и действия, которой они хотели бы избежать. Кроме того, в ответ на преданность последователя лидер берет на себя труд принимать за него решения. Функция лидера как

фактора, отменяющего индивидуальную ответственность, негативно воздействует на конкуренцию, поскольку лидер в этом случае не должен принимать на себя ответственность за неуспешные или тем более некорректные действия конкурентов.

Суть функции лидера как *проводника мировоззрения* в том, что он в большинстве случаев служит источником ценностей и норм, составляющих групповое мировоззрение, причем взгляды в большей степени просачиваются вниз, чем наоборот. В процессе соперничества те субъекты хозяйствования, которые не являются лидерами, вынуждены каким-либо образом не отстать от лидера. Для этого в основном используется копирование тех или иных успешных элементов деятельности последнего, характеризуя тем самым лидера конкурентного соперничества как источника мировоззрения.

В соответствии с функцией лидера как «отца» он является «фокусом» всех положительных эмоций членов группы, а также идеальным объектом идентификации и чувства преданности. В силу того, что процесс соперничества носит антагонистический характер, данная функция не может быть свойственна конкурентному противостоянию субъектов предпринимательства. С точки зрения отношения участников группы к лидеру (в нашем случае группа — субъекты предпринимательства, конкурирующие на каких-либо секторах или сегментах рынка) более характерна следующая функция, а именно: лидер как «козел отпущения». Для этой функции характерна агрессия со стороны членов группы в случае неудачи. Она присутствует и у лидера конкурентного соперничества, поскольку другие его участники всегда с нетерпением ожидают ошибки лидера, с тем чтобы попытаться занять его место или улучшить свое положение на рынке путем дискредитации ошибившегося лидера. Кроме того, возможны проявления недобросовестной конкуренции.

Таким образом, из всего вышеуказанного следует, что характер лидерства в предпринимательстве отличается от характера лидерства в малых группах, которыми являются, например, коллективы сотрудников субъектов предпринимательства, поэтому необходимо разделять соперничество за внутрифирменное лидерство и соперничество за лидерство в предпринимательстве.

Лидерство в предпринимательстве имеет свойства, характерные для больших групп, поскольку налицо сразу несколько групп, являющихся участниками конкурентного противостояния. Важнейшие из них — прямые и косвенные (например, партнеры субъекта, конкурирующие с ним за более выгодные условия партнерства) конкуренты субъекта предпринимательства, его клиенты и все остальное внешнее окружение. Каждая из этих составляющих является большей или меньшей группой, а, значит, и лидерство будет проявляться в каждой из этих групп.

Лидеры в предпринимательстве обладают возможностью воздействовать на внешнее окружение, поскольку без этого они бы не были более конкурентоспособны, чем их соперники. Данное утверждение справедливо, поскольку, например, такой показатель, как объем доли рынка субъекта предпринимательства, является показателем силы его воздействия на клиентов в силу известности, предполагаемого качества, а возможно, и престижности продукции. Кроме того, большие масштабы производства позволяют экономить на издержках, освобождая финансовые ресурсы для развития других компонентов деятельности — качества продукции, рекламы, условий сбыта и др. Воздействие конкурентов проявляется посредством того, что те вынуждены не отставать от лидера в своей деятельности. Воздействие лидера в предпринимательстве на контрагентов, в свою очередь, проявляется в их заинтересованности в сотрудничестве с

лидером, так как это повышает их общественную ценность по сравнению с конкурентами. Воздействие на общественность проявляется через признание с ее стороны интегральной силы лидера по сравнению с другими представителями рынка.

В том случае, если сила воздействия со стороны лидера в предпринимательстве на внешнее окружение достигает таких масштабов, что он становится способен навязывать свои интересы внешнему окружению, лидера можно классифицировать как доминирующего субъекта предпринимательства. Таким образом, следует вывод, что *лидерство в предпринимательстве является предпосылкой доминирования субъекта предпринимательства над внешним окружением*. Примером этого явления может служить американская сеть супермаркетов *Wal-Mart*, превратившаяся из лидера торговли в субъекта, доминирующего на продуктовых рынках многих стран.

Поэтому доминирование в предпринимательстве имеет характер политического лидерства, поскольку политическое лидерство — это власть, так как оно состоит в способности одного лица или нескольких лиц, находящихся «на вершине», заставлять других делать то позитивное или негативное, что они не делали бы или, в конечном счете, могли бы не делать вообще⁴. Подтверждением вышесказанному является факт способности доминирующего субъекта оказывать давление на все внешнее окружение.

Кроме того, Ж.Блондель определяет политическое лидерство как власть, осуществляемую одним или несколькими индивидуумами с тем, чтобы побудить членов нации к действиям. В случае с доминированием в предпринимательстве это также представляется верным, поскольку побуждаются к действиям все группы, участву-

ющие в процессе конкуренции, а именно: конкуренты, поскольку в противном случае они не смогут удерживать свою долю рынка; клиенты-покупатели, иногда даже не осознавая того, чему способствуют активные рекламные действия; общественность, так или иначе вынося суждения о действиях лидеров.

Эти выводы отчасти подтверждаются некоторыми трактовками культа лидера в историографии. В частности, понятие культа как сконструированного, навязанного сверху властью молчаливым пассивным массам посредством манипулирования общественным мнением, интенсивной пропагандой; как спонтанного явления, возникающего «снизу», исходящего от масс при определенных обстоятельствах (например, кризис); как порождение исключительных качеств личности лидера (теория харизмы) или его воли⁵.

Доминированию в предпринимательстве присущи все перечисленные положения, поскольку власть субъекта предпринимательства над внешним окружением зарождается в значительной степени благодаря его оценкам со стороны этого окружения. Происходит это зарождение благодаря каким-либо исключительным качествам производимого продукта (реальным или вымышленным), после чего сформировавшийся «культ» поддерживается с помощью пропаганды своего продукта, используя для этой цели все доступные средства, начиная со СМИ и заканчивая политическим лоббированием.

Есть еще одно сходство между политическим лидерством и доминированием в предпринимательстве — доминирование в предпринимательстве, как и реальное лидерство в политике, не может быть «передано по наследству», т.е. доминирующий субъект не всегда будет домини-

⁴ Блондель Ж. Политическое лидерство. — М., 1992. С. 9.

⁵ Великанова О.В. Функции образа лидера в массовом сознании. Гитлеровская Германия и советская Россия//ОНС. 1997. №6.

ровать. Примером здесь является поглощение авиакомпанией *Delta Airlines* в 1991 году другой всемирно известной американской авиакомпании *PanAmerican*, доминировавшей на рынке авиаперевозок в США и распавшейся при появлении множества мелких перевозчиков и произошедшего нефтяного кризиса. Это объясняется тем, что реальный политический лидер проходит процедуру выборов, т.е. основа его власти формируется «снизу вверх» (здесь необходимо внести поправку — рассматриваемый случай свойственен демократическим государствам), а не «сверху вниз», как было бы при монархии или тоталитарном режиме.

То же и в случае с предпринимательством — субъект предпринимательства только тогда может стать доминирующим субъектом, когда он будет выбран большинством своего внешнего окружения. В этом случае можно говорить о возникновении власти этого субъекта над внешним окружением.

Этот вывод может быть наглядно проиллюстрирован на примере субъектов предпринимательства, являющихся как производителями одежды *haut couture*, так и дорогой модной повседневной одежды. Это такие дома моды, как *Dolce&Gabbana*, *Armani*, *Hugo Boss* и др. Данные субъекты перед началом нового погодного сезона убеждают десятки миллионов человек в «модности» того или иного материала или цветовой гаммы. Таким образом, они фактически вынуждают общество поступать именно так, как выгодно им, покупая вещи, которые они придумали. В случае если кому-то определенные элементы коллекций, а то и все направление моды, не нравится, этот человек будет вынужден носить то, что ему не нравится, поскольку иначе он будет «немодным». Естественно, что не все люди мира слепо следуют моде последних коллекций, поэтому не все попадут в зависимость от известных домов моды, однако те обладают влияни-

ем и на остальных производителей одежды, которые в той или иной степени будут следовать за ними. «Культ» лидирующих субъектов в мире высокой моды активно поддерживается различными гляцевыми изданиями, которые, получая рекламные гонорары, формируют у «масс» стремление одеваться «как в журнале». Причем денежный оборот крупнейших домов моды сопоставим с оборотами субъектов, предлагающих аналогичную, но более массовую продукцию. Поэтому вывод о том, что доминирующий в предпринимательстве субъект является по сути политическим лидером, обладая компонентом, характеризующим этот тип лидерства — властью, не лишен оснований.

Исходя из того, что предпринимательство — это инициативная деятельность, направленная на извлечение прибыли посредством удовлетворения потребностей в товарах, услугах или работах, можно утверждать, что лидер в предпринимательстве обладает наибольшей по сравнению с конкурентами долей рынка. Однако есть и другие составляющие данного понятия.

Изложенное дает возможность сформулировать новое определение лидерства в предпринимательской деятельности, с учетом внутрикorporативных, поведенческих факторов, а также учитывая описанное выше свойство — воздействие субъекта предпринимательства на внешнюю среду.

Итак, лидерами в предпринимательстве являются субъекты предпринимательства, деятельность которых:

- проявляется посредством воздействия на окружение;
- является стимулом и ориентиром для развития конкурентов;
- способствует эволюции рынков товаров и услуг.

Необходимо подчеркнуть, что лидерство субъектов предпринимательства в продажах, выражающееся в размерах принадле-

жащих им долей рынка одноименных товаров и услуг, обуславливает силу их воздействия на внешнее окружение.

В силу того, что воздействие лидеров конкуренции на внешнее окружение осуществляется на основе различных конкурентных действий, можно утверждать, что лидерство в конкуренции имеет поведенческий характер, что, в свою очередь, подтверждает поведенческий характер самого процесса конкурентного противостояния.

Кроме того, из вышеизложенного следует, что сила воздействия на внешнее окружение у претендующих на лидерство субъектов предпринимательства должны быть большими, чем у вчерашнего лидера, особенно в период борьбы за лидерство. Таким образом, можно утверждать, что *соперничество между лидерами и претендентами на лидерство в предпринимательстве является основным вектором развития предпринимательских отношений на рынках одноименных товаров и услуг* за счет наибольшего воздействия этих типов субъектов предпринимательства на внешнее окружение.

Поэтому любому представителю предпринимательского бизнеса для успешного соперничества необходимо оценивать и учитывать силу воздействия того или иного конкурента на внешнюю среду.

Выявить силу такого рода воздействия возможно лишь при *анализе секторов рынка товаров и услуг, на которых субъекты предпринимательства осуществляют деятельность и географии осуществления этой деятельности*, поскольку на остальных элементах его функционирования, хоть и являющихся необходимыми отследить такого рода влияние невозможно. Кроме того, следующая классификация лидеров в предпринимательстве учитывает поведенческий характер категории «лидерство в предпринимательстве», поскольку классификация строится, во-первых, на основе мест, где субъект предпринимательства

использует ту или иную линию поведения, а во-вторых, направлений деятельности, на которых он совершает свои действия.

По областям бизнеса субъекты-лидеры могут быть классифицированы следующим образом:

- *лидеры в какой-либо одной или нескольких областях бизнеса*, в которых субъект предпринимательства отстаивает свои интересы (специализированные и узкоспециализированные лидеры);

- *лидеры во всех областях бизнеса*, в которых субъект предпринимательства отстаивает свои интересы (интегральный лидер).

По географии ведения бизнеса классификация субъектов предпринимательства будет следующей:

- *лидер локальный* — субъект предпринимательства, лидирующий в масштабе одного или нескольких регионов в пределах одной страны;

- *лидер национальный* — субъект предпринимательства, лидирующий в масштабе страны;

- *лидер транснациональный* — субъект предпринимательства, лидирующий на уровне нескольких стран.

В результате объединения указанных классификаций будет получена полная классификация лидеров.

Локальные специализированные лидеры. Данные субъекты предпринимательства действуют на ограниченном числе секторов рынка товаров и услуг, на которых обладают лидирующими позициями, на территории одного или нескольких регионов одного государства.

Локальные узкоспециализированные лидеры. Они действуют на единственном секторе рынка товаров и услуг, на котором обладают лидирующей позицией, на территории одного или нескольких регионов одного государства.

Локальные интегральные лидеры. Таковыми являются субъекты широкодиверсифицированного предпринимательства,

которые обладают лидирующими позициями на всех избранных ими секторах рынка товаров и услуг, на территории одного или нескольких регионов одного государства.

Национальные специализированные лидеры. Данные субъекты предпринимательства действуют на ограниченном числе секторов рынка товаров и услуг, на которых обладают лидирующими позициями, на территории одного государства.

Национальные узкоспециализированные лидеры. Они действуют на единственном секторе рынка товаров и услуг, где обладают лидирующей позицией, на территории одного государства.

Национальные интегральные лидеры. Таковыми являются субъекты широкодиверсифицированного предпринимательства, которые обладают лидирующими позициями на всех избранных ими секторах рынка товаров и услуг, на территории одного государства.

Транснациональные специализированные лидеры. Данные субъекты предпринимательства действуют на ограниченном числе секторов рынка товаров и услуг, где обладают лидирующими позициями, на территории нескольких государств.

Транснациональные узкоспециализированные лидеры. Данные субъекты предпринимательства действуют на единственном секторе рынка товаров и услуг, на котором обладают лидирующей позицией, на территории нескольких государств.

Транснациональные интегральные лидеры. Таковыми являются субъекты широкодиверсифицированного предпринимательства, которые обладают лидирующими позициями на всех избранных ими секторах рынка товаров и услуг, на территории нескольких государств.

Отметим и субъекты, которые можно определить как относительных лидеров, т.е. субъекты предпринимательства, лидирующие по какому-либо отдельному элементу деловой деятельности в области:

- издержек на создание и сбыт товаров/услуг;
- технологий;
- маркетинга;
- продажного/послепродажного сервиса;
- организации и управления бизнесом;
- развития людских ресурсов и консолидации сотрудников;
- генерирования, продвижения или перехвата новых бизнес-идей⁶.

Кроме того, необходимо учитывать их рентабельность, финансовую устойчивость, платежеспособность и ликвидность.

Выделение относительных лидеров необходимо, так как при определенных обстоятельствах подобные субъекты предпринимательства могут, во-первых, сами претендовать на лидерство, а во-вторых, даже не имея претензий на абсолютное лидерство, нарушить планы претендентов, которые не учли чьего-то превосходства в каком-то элементе деловой деятельности в процессе планирования. Естественно предположить, что относительный лидер в ответ на наступление со стороны претендента проведет ответные действия, которые с большой долей вероятности будут основываться на самом «лидерском» элементе деятельности субъекта предпринимательства, что может повлечь за собой сдачу определенных позиций со стороны претендента.

Приведенная классификация может применяться для определения лидеров в секторе, сегменте рынка.

Теперь, когда определены возможные типы субъектов-лидеров, а также характер лидерства в предпринимательстве, можно, наконец, дать ответ на вопрос, *что собой представляют претенденты*. Кроме того, основываясь на конкурентной позиции субъектов предпринимательства, будут описаны характер их претензий, их мотивы.

⁶ Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. — М.: Маркет ДС, 2004.

вазия на следование тем или иным стратегиям, поскольку в дальнейшем, на наш взгляд, исходя из этих данных, определяется содержание таких важнейших составляющих технологии конкурентного соперничества, как:

- стратегические стереотипы;
- тактические модели;
- направления конкурентных действий;
- методы конкурентных действий;
- виды конкурентных действий;
- формы конкурентных действий.

Необходимо отметить, что субъект предпринимательства, являющийся дочерним для крупного холдинга, и независимый субъект при абсолютно одинаковых количественных показателях будут использовать разные стратегии конкурентного поведения и применять разные методы конкуренции в своем стремлении к лидерству. То есть в целом их поведение относительно других участников рынка может сильно отличаться, поскольку существует разница в ресурсном и конкурентном потенциалах, определение которых будет дано ниже. Это объясняет, зачем необходимо ввести классификацию претендентов на лидерство в предпринимательстве.

Придерживаясь поведенческих взглядов на процесс соперничества, необходимо классифицировать субъектов-претендентов в соответствии с их структурой, направлениями деятельности, а также географией ведения деятельности, так как это в совокупности косвенно является отражением конкурентного потенциала претендующего на лидерство субъекта.

Далее мы будем рассматривать претендентов на лидерство в процессе соперничества на локальном уровне, на территории одной страны, на одном направлении деятельности, поскольку на таком уровне в соперничестве участвует наибольшее число видов субъектов предпринимательства, начиная с лидеров и заканчивая субъектами малого предпринимательского бизнеса. Естественно предположить, что при изме-

нении масштабов территории, на которой рассматривается процесс конкуренции, будут меняться и виды субъектов-претендентов, точнее количество видов субъектов предпринимательства, имеющих возможность претендовать на лидерство на данной территории.

Далее к претендентам на лидерство мы будем относить следующие группы субъектов предпринимательства.

1 группа — субъекты, имеющие долю рынка, сопоставимую с долей рынка лидера, или же долю большую, чем средняя для этого рынка доля (например, относительные лидеры). На российском рынке мобильных телефонов в за III квартал 2006г. лидером являлась компания *Nokia* с показателем доли рынка в 35,1%, *Motorola* и *Samsung* занимали, соответственно, 20,6 и 12,2% от общих объемов продаж⁷. Таким образом, компании *Samsung* и *Motorola* являлись претендентами на лидерство, в то время как *Nokia* — лидером российского рынка мобильных телефонов.

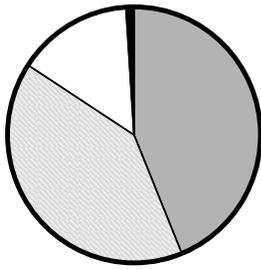
2 группа — субъекты предпринимательства, обладающие средней относительно конкурентов долей рынка и получившие искусственно созданное конкурентное преимущество (эксклюзивную лицензию на проведение какой-либо деятельности).

3 группа — субъекты-дебютанты, изначально обладающие искусственным конкурентным преимуществом. Именно таким был бренд «Стрим», запущенный МТУ-Интерел, в основе которого лежал принципиально новый подход к передаче данных по телефонным сетям. В настоящий момент «Стрим»⁸ является одним из самых популярных и может претендовать на лидерство на рынке быстрого Интернета.

4 группа — субъекты-дебютанты, изначально обладающие мощными связями с контрагентами и сформирован-

⁷ <http://www.3dnews.ru/>

⁸ <http://www.mediaplan.ru/news.php>



■ МТС ■ Би лайн □ Мегафон ■ Скай-линк

Рис. 1. Доля рынка сотовых операторов в России, IV квартал 2006 г.

ной клиентской базой, например бывшие топ-менеджеры ведущих субъектов предпринимательства на том или ином рынке, заработавшие отменную репутацию у контрагентов, организуют свой бизнес. Примерами таких субъектов предпринимательства являются многочисленные представители «сервисного» для страховых компаний бизнеса — независимой экспертизы пострадавших в авариях автомобилей. В большинстве случаев данные субъекты образовывались бывшими менеджерами среднего и высшего звена из тех же страховых компаний.

5 группа — субъекты, являющиеся дочерними структурами крупных холдингов, имеющие возможность за счет поддержки головного предприятия выйти в лидеры. Яркий пример такого вида претендентов, причем на рынке Москвы, занимающего в настоящий момент лидирующие позиции, — оператор сотовой связи «Мегафон»⁹, главным акционером которого является крупный холдинг АФК «Система», возникший в 2001 году и за короткий промежуток времени достигнувший высоких результатов (рис. 1).

6 группа — субъекты, не имеющие потенциала для занятия лидирующей позиции, менеджмент которых, однако, необоснованно амбициозен. Например, малые и средние субъекты предпринимательства, не имеющие необходимого для борьбы за лидерство количества ресурсов.

7 группа — национальные лидеры с любым видом специализации, желающие упрочить свое лидерство за счет захвата доминирующей позиции в том или ином регионе. Примером этого вида претендентов является один из крупнейших ритейлеров мобильных телефонов и аксессуаров компания «Евросеть», последовательно улучшающая свои позиции в национальном масштабе за счет освоения новых регионов.

8 группа — транснациональные лидеры с любым видом специализации, желающие упрочить свое лидерство за счет захвата доминирующей позиции в том или ином регионе страны или возможно во всей стране. Например, производитель мобильных телефонов компания *Nokia* обладала, по данным на I квартал 2006 г., третьей частью общемирового рынка мобильных телефонов¹⁰. В это же время в России лидером являлась компания *Samsung*. Рост доли

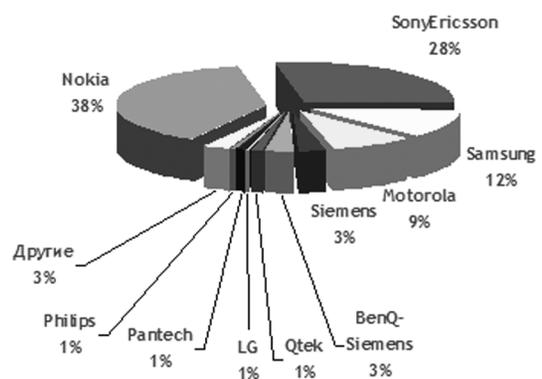


Рис. 2. Транснациональные лидеры на рынке сотовых операторов в России

⁹ <http://www.mediaplan.ru/rating-gsm.php>

¹⁰ <http://www.rosinvest.com/news/191513/>

рынка *Nokia* на российском рынке произошел с отметки в 18,6% в 2004 году до отметки в 21,8% в 2005 году¹¹, что позволяет определить *Nokia* как претендента восьмого вида, поскольку, являясь общемировым лидером, компания претендует на лидерство на российском рынке мобильных телефонов (рис. 2).

Перечисленные группы претендентов на лидерство в конкуренции могут быть условно поделены на две подгруппы — те субъекты, которые хотят стать лидерами рынка, и те, которые ставят перед собой иные цели. Указанная разница в мотивации будет проявляться в конкурентном поведении. Так, субъекты, имеющие целью стать лидерами, будут в большей степени ориентированы на открытое конкурентное противостояние, в то время как субъекты предпринимательства, не ста-

вляющие себе цель быть лидерами, будут склонны к уклонению от соперничества (однако потенциально этот субъект при другой мотивации может претендовать на лидерство).

Проведенные изыскания о лидерах и претендентах на лидерство в предпринимательстве позволяют не только более структурно подходить к анализу лидерства на том или ином рынке, что является полезным прикладным аспектом, но и раскрывать общие тенденции, касающиеся поведения компаний на рынке, использование которых может, например, существенно облегчить жизнь компаниям-среднякам, позволяя им не изобретать каждый день велосипед, а лишь следовать за лидером и претендентами.

¹¹ <http://www.mforum.ru/news/article/018696.htm>

A. Sukhanov

LEADERS AND THOSE WHO ASPIRE TO BE LEADERS IN BUSINESS

As a rule, sooner or later every businessman asks himself a question: how competitive my competitor is? In what way will he be using his resource in the competition? How can I estimate the efficiency level of the competitors' measures taken to confront me? The competition against a strong competitor raises the risks of the considerable market share loss and if the worst case scenario is implemented, the competitor runs the risks of winding up. Therefore, in order to see the essence of the competition between the leaders and those who aspire to be leaders, it is necessary to find the competitive position assessment methods and identify the characteristics of each of the competitors.

УДК 336.77

И.В. Дун, Банк Москвы

СИНДИЦИРОВАННЫЙ КРЕДИТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

Спрос на долгосрочные финансовые ресурсы со стороны российских предприятий и, особенно, со стороны предприятий реального сектора экономики остается по-прежнему высоким. Однако в России сегодня нет банков, за исключением Сбербанка России и Внешторгбанка, которые смогли бы единолично кредитовать, к примеру, Транснефть или Газпром. Поэтому синдицированное финансирование, организуемое как зарубежными, так и отечественными банками, становится все более широко применяющимся финансовым инструментом, к которому вынуждены обращаться банки в интересах крупного клиента.

При этом основное отличие российской и зарубежной практики синдицированного кредитования состоит в том, что в России пока не сформировались четкие и признанные всеми участниками рынка подходы к ведению данного вида бизнеса. Тем не менее, несмотря на вышеперечисленные моменты, 2005-2006 гг. характеризовались бурным развитием российского рынка синдицированного кредитования.

Одним из существенных отличий синдицированного финансирования от обычного кредитования является, как известно, наличие посредника между заемщиком и синдикатом кредиторов. Присутствие квалифицированного организатора займа, обладающего хорошей репутацией и опытом в организации подобных сделок, обуславливается несколькими причинами. Основной из них является необходимость охвата широкого круга потенциальных участников синдиката и выстраивания с ними отношений, приводящих к наиболее быстрому и экономически эффективному для заемщика (т. е. при минимальном уровне издержек) размещению кредита на рынке. А это, в свою очередь, требует привлечения посредника, обладающего широкими связями и хорошей репутацией среди потенциальных инвесторов.

С первой причиной тесно связана и вторая (особенно актуальная в российских условиях), которая заключается в необходимости обеспечения доверия к сделке со стороны участников синдиката — эту функцию частично берет на себя посредник (организатор сделки), обладающий хорошей репутацией на рынке и часто значительно более прозрачный и открытый, чем сам заемщик.

С другой стороны, технологии и правила подготовки сделки по привлечению синдицированного финансирования в достаточной степени стандартизированы, благодаря наличию длительной зарубежной практики ведения данного вида бизнеса. Поэтому еще одной причиной появления посредников является необходимость разработки и структурирования сделки в соответствии с общепринятыми стандар-

тами организации синдицированного финансирования.

На первом этапе подготовки синдицированной сделки ключевым моментом является разработка и согласование основных условий финансирования. Этот процесс часто сопровождается тендером по выбору организатора финансирования — выбор производится на основании наилучших предложенных организатором условий финансирования. В этом кроется одна из опасностей, характерных именно для российского, еще окончательно не сформировавшегося рынка синдицированного финансирования. Если на развитых западных рынках после подписания договора об организации финансирования (мандата) с приложением, устанавливающим основные параметры организуемой сделки, условия привлечения финансирования для заемщика меняются достаточно редко, то в России задекларированные вначале условия могут существенно меняться в процессе размещения сделки. Поэтому, осуществляя выбор *организатора* синдицированного кредита только на основании предложенных начальных условий, заемщик может совершить существенную ошибку. Чтобы минимизировать вероятность ее возникновения, заемщику необходимо четко представлять как общепринятые в международной практике принципы, лежащие в основе определения параметров финансирования, так и особенности применения этих принципов.

На российском финансовом рынке за последние годы сформировался ряд общих принципов, связанных с установлением и особенностями применения базовых условий (параметров) финансирования. Это:

- объем финансирования;
- валюта финансирования;
- срок финансирования;

- ставка финансирования;
- структура обеспечения;
- стоимость услуг организаторов.

Объем финансирования

Одним из основных отличий синдицированного кредитования от обычного является более крупный минимально возможный размер финансирования. Это обусловлено тем, что, во-первых, существуют достаточно значительные издержки на подготовку документации по кредиту, связанные с необходимостью подготовки информационного меморандума и юридической документации в соответствии с международными стандартами (как правило, с привлечением одной из ведущих западных юридических фирм-консультантов). Данные издержки, как правило, не зависят напрямую от размера кредита, и сократить их размер заемщик не в состоянии (поскольку участие в сделке таких юридических фирм является неременным условием получения кредита от международных инвесторов). Эти издержки существенно увеличивают итоговую эффективную ставку для заемщика при небольшой сумме кредита.

Во-вторых, участие в финансировании крупных банков (в т. ч. зарубежных) накладывает некоторые ограничения на минимальный размер участия одного банка, а следовательно, и на минимальный размер финансирования. Это обуславливается тем, что для крупных международных банков зачастую является экономически неэффективным рассмотрение небольших кредитных заявок. Особенностью российского рынка (по сравнению с развитыми рынками) является меньший размер минимальной суммы организуемого финансирования (в текущей ситуации порядка \$ 10 млн/300 млн руб.).

Решение о привлечении конкретного объема финансирования зависит как от

потребностей компании в финансовых ресурсах, так и от ее возможности обеспечить погашение займа в течение срока финансирования. Последний фактор имеет определяющее значение. Оптимальной является ситуация, когда заемщик может продемонстрировать кредитору наличие в будущем притоков денежных средств, размер которых можно достаточно точно спрогнозировать и которые могут обеспечить погашение кредита. В качестве практического критерия допустимого уровня долговой нагрузки может использоваться отношение суммарного долга заемщика к его *EBITDA* (прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации) — желательно, чтобы данное отношение не превышало 5-6 раз. Кроме вышеуказанного фактора сумма финансирования зависит от величины активов и выручки заемщика, оценки его кредитного риска (международного рейтинга), наличия предыдущего опыта публичных сделок. Сумма финансирования устанавливается в приложении к договору об организации финансирования и в дальнейшем может быть увеличена при существенном превышении рыночного спроса относительно заданного изначально объема сделки.

В случае нехватки суммы финансирования по отношению к первоначально установленному объему возможны два варианта. Это либо:

- изменение ключевых параметров финансирования (таких, как срок, ставка и т.п.) и проведение повторного размещения;
- выкуп неразмещенной доли синдицированного кредита организатором.

В России зачастую используется первый вариант развития событий, что отличает российский рынок от более развитых, где забота организаторов о сохранении своей репутации (риск ухудшения

которой возникает при реализации первого сценария) имеет превалярующее значение.

Валюта финансирования

Этот параметр является достаточно важным для определения механизма дальнейшего размещения сделки и круга ее участников, кроме того, он косвенно влияет на ставку размещения. Следует отметить, что определение этого параметра производится как на основании желания самого заемщика и его финансовых потребностей в ресурсах в конкретной валюте, так и на основании той валюты, в которой номинированы поступления, служащие источниками предполагаемого погашения кредита (валюта поступлений и валюта кредита, как правило, должны совпадать).

В отличие от развитых рынков, обладающих твердой национальной валютой, выбор российского рубля в качестве валюты кредита накладывает существенные ограничения на круг потенциальных участников финансирования. Это связано, во-первых, с нежеланием части иностранных инвесторов принимать на себя риск обесценения рубля, который достаточно сложно захеджировать на российском рынке, и, во-вторых, с проблемами юридического и законодательного характера, возникающими при осуществлении нерезидентами рублевых инвестиций в российские компании.

В число участников программ синдицированного кредитования в российских рублях ранее, как правило, входили в основном крупные российские банки, часто с федеральным и субфедеральным участием, а также принадлежащие крупнейшим российским корпорациям. При этом число и объем таких сделок до 2005 года были невелики. Однако в связи с укреплением реального курса рубля и стабилизацией его курсовой динамики, имевшими место

в последние 2 года, популярность синдицированного финансирования в российских рублях в последние годы значительно увеличилась. В 2005-2006 годах в финансировании такого типа на регулярной основе стали участвовать российские дочерние структуры крупных банков-нерезидентов.

Однако, несмотря на наметившееся изменение тенденции, определенные отличия в круге потенциальных инвесторов по-прежнему сохраняются — головные структуры банков-нерезидентов пока еще достаточно редко участвуют в рублевых синдицированных кредитах. Это порождает некоторую разницу в ставках-ориентирах для валютного и рублевого синдицированного кредитования (для одной и той же категории заемщиков и для аналогичных кредитных продуктов разница между ставкой заимствования в рублях и ставкой заимствования в иностранной валюте обычно составляет около 0,5-1 % годовых). Кроме того, разница в ставках обусловлена сложившимися традициями кредитного рынка России и доходностью аналогичных несиндицированных кредитов. Поэтому, несмотря на стабильную (а часто даже выигрышную для рубля) динамику курса доллар/рубли, рублевые кредиты пока остаются более дорогими, чем валютные.

Срок финансирования

Выбор этого параметра обусловлен как потребностями заемщика в привлечении финансирования определенной срочности (что определяется внутренними соображениями заемщика), так и готовностью финансовых рынков финансировать заемщика данного класса на соответствующий срок по приемлемым для него ценам.

В настоящее время можно отметить существование на российском финансовом рынке ограничений (прописанных формально или неформально в кредитной политике многих банков) на предоставление

долгосрочного финансирования заемщикам, не относящимся к компаниям «первого эшелона». К компаниям «первого эшелона» можно отнести такие первоклассные компании, имеющие значительный опыт привлечения финансирования на международных рынках, как Газпром, Алроса и некоторые другие. Это является существенным минусом российского рынка синдицированного кредитования, так как многие заемщики, не являясь компаниями «первого эшелона», не могут профинансировать свои долгосрочные инвестиционные проекты. Им приходится либо финансировать данные программы более короткими ресурсами, принимая на себя риск дальнейшего рефинансирования задолженности, либо работать над повышением прозрачности и кредитного качества (оптимизация структуры собственности, баланса, получение международных рейтингов), что положительным образом влияет на срочность устанавливаемых на заемщика лимитов. Однако в связи со спецификой инструмента срочность синдицированных кредитов, как правило, не превышает 5 лет, при этом на российском рынке наиболее распространено финансирование сроком не более 3 лет.

Ставка финансирования

Этот параметр тесно связан с параметрами, рассмотренными выше. От подбора его правильного значения в существенной мере зависит успех дальнейшего размещения кредита на финансовых рынках. Для его установления используются в первую очередь ориентиры в виде значений процентной ставки, встречавшихся в сделках по привлечению финансирования для заемщиков аналогичного класса, с аналогичными размерами и валютой финансирования примерно на такой же срок.

Следует отметить, что основное отличие в механизме определения ставки по

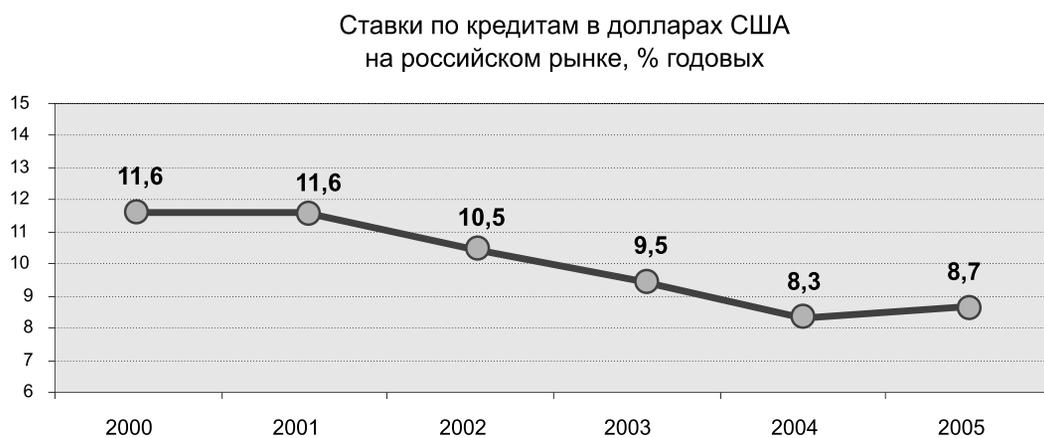


Источник: данные www.cbonds.ru, www.loanradar.com, ОАО «Банк Москвы»

Рис. 1. График снижения маржи по кредитам, предоставленным российским заемщикам на европейском рынке

валютному синдицированному кредиту от механизма, принятого в практике российского коммерческого кредитования, состоит в практически обязательной привязке стоимости финансирования к так называемым безрисковым ставкам, являющимися ориентиром международных финансовых рынков (например, к ставке *LIBOR* или доходности *US T-Bills*). При согласовании ставки с заемщиком определяется лишь используемая безрисковая ставка и величина маржи по отношению к ней. Таким образом, в договорах по привлечению меж-

дународного финансирования фигурирует, как правило, плавающая ставка процента, тогда как на российском рынке коммерческих кредитов плавающие процентные ставки пока еще не распространены. Это обусловлено участием в сделках синдицированного финансирования зарубежных банков, привлекающих средства для фондирования кредита на международных финансовых рынках. В течение кредитного периода происходит периодическое уточнение ставки кредитования в зависимости от значения безрисковой ставки-ориенти-



Источник: данные www.cbonds.ru, www.loanradar.com, ОАО «Банк Москвы»

Рис. 2. График снижения средних ставок по валютным синдицированным кредитам

ра. Данная практика означает для заемщика необходимость управления процентным риском при условии плавающих ставок, что является достаточно непростой задачей для финансовых служб компаний-заемщиков.

Следует заметить, что в последние годы отмечалось достаточно существенное снижение маржи по отношению к *LIBOR* по кредитам, предоставленным российским заемщикам на европейском рынке (рис. 1).

При этом падение маржи зачастую опережало снижение средних ставок по валютным синдицированным кредитам, что отражало положительное отношение рынка к рискам российских заемщиков (рис. 2).

С другой стороны, необходимо отметить, что по рублевым кредитам, выдаваемым на российском рынке, традиционно используется фиксированная процентная ставка. Это связано с отсутствием надежного ориентира по ставке среднесрочного финансирования (6-12 месяцев), на уровне которой российские банки могли бы привлекать финансовые ресурсы для фондирования кредита, а также с отсутствием эффективных инструментов управления процентным риском (например, процентных свопов), которые существуют на развитых рынках.

Существующие на российском рынке ориентиры (такие, как *MIBOR*, *MIACR*) являются репрезентативными лишь для коротких сроков финансирования (1-7 дней). Практика свободной торговли на российском межбанковском рынке среднесрочными ресурсами практически отсутствует. Имеющаяся попытка создания ориентира для среднесрочного финансирования (ставка *MOSPRIME*) по-прежнему не является достаточно репрезентативной, ввиду относительно небольшого числа участвующих в ее котировании банков и трудности реального привлечения ресурсов по данной ставке. Отсутствие возможности фондирования на межбанковском рынке ресурсами средней и большой срочности

отрицательно сказывается на развитии российского рынка синдицированного кредитования.

При этом многие предприятия испытывают потребность в рублевых ресурсах для финансирования своих инвестиционных программ. Организация же рублевого синдицированного финансирования для решения этих задач серьезно осложняется отсутствием на межбанковском рынке надлежащего фондирования даже для крупнейших российских банков. Данное обстоятельство несколько смягчается, с одной стороны, постепенным выходом крупнейших международных финансовых институтов на рынок рублевого финансирования, а с другой — растущими возможностями использования производных инструментов для хеджирования валютных рисков, возникающих при несогласованности валюты активов и пассивов.

Структура обеспечения

Одно из основных отличий синдицированного финансирования от общепринятой практики коммерческого кредитования, принятой российскими банками, заключается в структуре обеспечения, типичного для сделок данных типов.

В синдицированном кредитовании предпочтение отдается нематериальным залогами, гарантирующим наличие финансовых потоков для погашения кредита. К числу таких залогов можно отнести, например, уступку прав требования на поступления выручки по контрактам заемщика с основными покупателями его продукции или услуг. Для облегчения истребования обеспечения в дополнение к договору уступки заключается трехстороннее соглашение о безакцептном списании средств со счетов заемщика. В качестве примера приведем типичную схему организации синдицированного финансирования с обременением выручки, поступающей по контрактам (рис. 3).

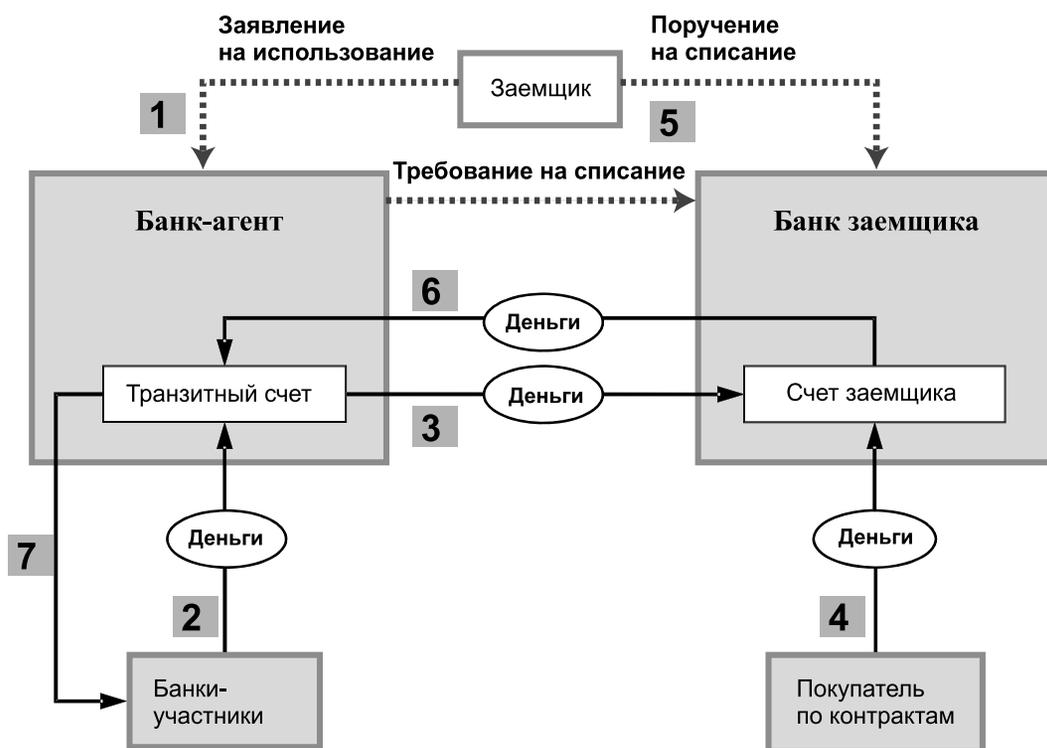


Рис. 3. Схема организации синдицированного финансирования с обременением выручки, поступающей по контрактам

Использование кредита

1. Направление заемщиком в банк-агент заявления на использование кредита (в дальнейшем банк-агент пересылает его банкам-участникам).
2. Отправка банками-участниками суммы своего участия в кредите на транзитный счет в банке-агенте.
3. Пересылка банком-агентом всей суммы кредита на счет заемщика.

Погашение кредита

4. Поступление выручки по контракту с покупателем.
5. Направление заемщиком поручения в банк на списание выручки на счет в банке-агенте для погашения задолженности по кредиту; либо, в случае необходимости принудительного погашения кредита, направление банком-агентом в банк заемщика требо-

- вания на списание выручки со счета заемщика для погашения задолженности по кредиту (в соответствии с заключенным трехсторонним соглашением о безакцептном списании).
6. Средства для погашения задолженности по кредиту списываются со счета заемщика на транзитный счет в банке-агенте.
7. Пересылка банком-агентом погашаемой суммы банкам-участникам в соответствии с их долей участия в кредите.

В отличие от вышеописанной ситуации, в коммерческом кредитовании, как правило, хотя бы одним из видов залога (а зачастую основным) выступают материальные активы, не несущие дополнительного кредитного риска: движимое и недвижимое имущество, товары в обороте и т. п.

Необходимо отметить, что залог материальных активов в случае синдицированного кредитования несет в себе некоторые трудности:

- участие в кредите нескольких банков делает затруднительным одновременное оформление залога материальных активов на всех участников синдиката;
- кроме того, реализация такого залога может занять длительное время и породить споры между банками-участниками о возможных дисконтах при его реализации.

Залог прав требования по контрактам по большей части лишен этих недостатков — оформление уступки прав в пользу участников синдиката юридически не очень сложно, отсутствует проблема реализации залога (в случае устойчивости поступлений).

Однако в последнем случае возникает другая проблема — на российском рынке в связи с его относительной молодостью, отсутствием устойчивых и долгосрочных контрактных отношений и невысокой финансовой устойчивостью многих предприятий — высок риск на контрагента компании-заемщика. Эти проблемы частично снимаются, в случае если контрагент является известной зарубежной компанией, государством, или российской компанией, имеющей хорошую репутацию на международных финансовых рынках, а также имеет историю устойчивых взаимоотношений с заемщиком. Однако круг российских предприятий, способных предоставить залог такого типа, недостаточно широк, что сужает количество потенциальных потребителей синдицированного финансирования.

Стоимость услуг организаторов

Особое значение при решении вопроса о привлечении финансирования с помощью синдицированного кредита имеет стоимость услуг организаторов по срав-

нению с другими инструментами. Этот параметр (его также называют комиссией за организацию финансирования), как правило, состоит из двух частей:

- фиксированной комиссии за подготовку кредитной документации (юридической и информационной);
- вознаграждения за организацию финансирования, устанавливаемого в процентах, и зависящего таким образом от размера организованного финансирования (комиссия за успех).

Установление первой части комиссии зависит от сложности организации сделки и ее структуры и не зависит от успешности размещения; эта комиссия полностью выплачивается банку-организатору, который далее самостоятельно оплачивает услуги привлекаемых им сторонних организаций.

Основное отличие российской и зарубежной практики в этом аспекте состоит в том, что в России достаточно велика доля сделок с уже разработанной структурой и подготовленной документацией, которые либо вообще не размещаются, либо размещаются на условиях, существенно отличающихся от первоначальных. Это происходит в силу разных причин, но в первую очередь — в силу неустойчивости российского финансового рынка (процентных ставок, валютных курсов, объема свободных ресурсов банков), и во вторую — в силу недостаточно качественной работы банка-организатора. Вследствие этого на российском рынке по оказанию услуг синдицированного кредитования присутствует некоторое недоверие заемщиков к организаторам финансирования, что естественным образом ведет к снижению объемов операций. На развитых рынках в силу их большей устойчивости и, что более важно, гораздо большего внимания организаторов к своей репутации, случаи неразмещения или существенного изменения структуры сделки на завершающем этапе гораздо более редки.

Принципы установления ставки вознаграждения за организацию финансирования (которая обуславливает зависимость суммы второй части комиссии от итоговых объемов размещения) на российском и западном рынках в целом схожи.

Они зависят в первую очередь от общей стоимости финансирования для данного заемщика на текущий момент времени (на условиях запрашиваемых сроков и объемов). Однако если уровень процентных ставок по синдицированному финансированию для заемщиков данного класса вполне может быть публично доступен, то уровень комиссий, как правило, является конфиденциальной информацией. В этом случае организаторам в рамках данного класса заемщиков приходится обычно ориентироваться либо на ставки коммерческого кредитования (где основная стоимость финансирования заключена в процентной ставке), либо на ставки по облигационным займам (что может быть не вполне адекватным, ввиду некорректности сравнения обеспеченных синдицированных кредитов и необеспеченных облигационных займов и отсутствия точной информации о комиссии за размещение облигаций). При сравнении со средними ставками двустороннего портфеля аналогичных кредитов ставки по синдицированному финансированию оказываются, как правило, не менее чем на 10-15% ниже. При сравнении с облигационными займами можно изначально ориентироваться на примерно равные ориентиры по общей доходности финансирования, ввиду того, что премия для инвесторов за неликвидность синдицированного кредита компенсируется снижением ставки, обусловленным наличием обеспечения.

Необходимо также отметить особенность структурирования общей стоимости синдицированного кредита, в которой комиссия за успех имеет значительно больший вес, чем в облигационном займе, что объясняется стандартами на данном рынке, предусматривающими распределение существен-

ной (как правило, около 50%) части комиссии за успех среди участников синдиката.

Основное отличие российского рынка от западных состоит в более широком диапазоне возможных ставок вознаграждения — ввиду отсутствия общепринятых «правил игры» в данной области и меньшей конкуренции среди банков-организаторов на рынке предоставления услуг по организации синдицированного финансирования. Данное обстоятельство является неблагоприятным для потенциальных заемщиков, которые оказываются в ситуации фактической олигополизации рынка синдицированных кредитов для средних предприятий 2-3 эшелона несколькими крупными банками-организаторами, что увеличивает расходы на привлечение синдицированных кредитов и снижает темпы естественного (при наличии агрессивной конкурентной среды) повышения качества услуг организаторов.

После проведенного краткого анализа принципов установления и особенностей применения базовых условий (параметров), характерных для синдицированного финансирования, необходимо остановиться на основных требованиях, предъявляемых к заемщику на данном рынке.

1. Размер заемщика. Возможность привлечения синдицированного кредита появляется у заемщиков, достигших определенного размера, выражаемого в соответствующих объемных показателях. Для корпоративных заемщиков — это объем годовой валовой выручки (желательно — не менее 3 млрд руб.); для банков — размер валюты баланса (желательно — не менее 10 млрд руб.); для субъектов Федерации/муниципальных образований — объем бюджета (желательно — не менее 10 млрд руб.).

2. Долговая нагрузка. Для успешного размещения синдицированного кредита на рынке желательно, чтобы суммарная долговая нагрузка на заемщика с учетом размещаемого займа находилась в некоторых ра-

зумных границах. В качестве таких границ может использоваться: для корпоративных заемщиков — отношение суммарного долга к *EBITDA*; для банков — отношение суммарного долга к размеру чистых операционных доходов; для субъектов Федерации/муниципальных образований — отношение суммарного долга к размеру собственных доходов бюджета. Конкретное значение данного показателя зависит от отрасли/сектора, к которым относится заемщик, а также от сложившейся в них на момент размещения кредита ситуации и результатов размещения на публичном рынке аналогичных заемщиков.

3. Прозрачность/раскрытие информации. Наличие у заемщика четкой и прозрачной корпоративной структуры, раскрытие информации о конечных бенефициарах потенциальным кредиторам, а также возможность оперативного предоставления требуемой информации по запросам последних (против подписания соглашения о конфиденциальности), существенно повышает шансы успешного привлечения синдицированного кредита на рынке.

4. Отчетность МСФО, международный рейтинг. Подготовка заемщиком отчетности по стандартам МСФО, заверенной ведущим международным аудитором, является практически необходимым условием, требующимся для выхода на рынок синдицированного кредитования, особенно в случае желания привлечь в синдикат международных кредиторов. Наличие меж-

дународного рейтинга (от *S&P*, *Moody's* или *Fitch*) существенно повышает долю участия последних в синдикате. Однако необходимо отметить, что для субъектов Федерации/муниципальных образований критерий наличия отчетности по МСФО не применим, наличие же международного рейтинга для них играет менее существенное, чем для корпораций/банков значение.

5. Положение на рынке. При реализации публичных операций существенное значение имеет доля рынка, занимаемая потенциальным заемщиком, его известность и деловая репутация. В практической деятельности довольно часто встречаются ситуации, когда компания, обладающая хорошими финансовыми показателями, но малоизвестная на рынке, сталкивается с некоторыми трудностями при организации публичного финансирования (в т. ч. синдицированного кредитования).

В последние годы (2005-2006) вышеревизованным критериям соответствуют все больше компаний не только 1-го, но и 2-3-го эшелонов, что нашло свое отражение в количестве синдикаций, организованных для средних компаний, что можно проследить на основании динамики рейтинга организаторов синдицированных кредитов (в котором также указываются компании-заемщики), подготавливаемого порталом www.cbonds.ru.

Статья поступила в редакцию 06.12.2006

I. Dun

SYNDICATED LOAN AS A COMPANY FINANCIAL INSTRUMENT

The Russian businesses' demand for the long-term financial resource is still high. This is especially true for those operating in the real sector of the economy. Nevertheless, there are no banks in Russia (save Sberbank and Vneshtorgbank) that can independently issue loans to, for instance, Gazprom or Transneft. That is why the syndicated Russian and foreign banks' investment is an increasingly popular financial instrument the banks have to use in order to cater to their big customers. The Russian and foreign syndicated loan best practices are different. There are now clear-cut and universal regulations in place in Russia in regard to such business practices. However, the years 2005 and 2006 saw a boom in the syndicated loan issuing in Russia.

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ

Лукашенко М.

Технология конструирования корпоративного имиджа

Баранова И.

Аутсорсинг и аутстаффинг в деловой среде организации

Лукьянова Е.

Конкуренция в политике = конкуренция в бизнесе?

ПОДПИСКА 2007

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:
Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер	870,00	4 номера	3480,00
2 номера	1740,00	5 номеров	4350,00
3 номера (полугодие)	2610,00	6 номеров (годовая)	5220,00

Вы можете выбрать любой удобный для Вас вид подписки.

Подписка на журнал может быть осуществлена:
через каталог «Роспечать», подписной индекс 36207;
через редакцию журнала, тел./факс (495)369-6826, e-mail: book@marketds.ru

Учредитель и издатель ООО «Маркет ДС Корпорейшн»
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-25191

Редакция:

Руководитель департамента периодики Н.В. Разевиг
Ответственный секретарь журнала А.А. Михалев
Литературный редактор Л.Д. Рубан
Коммерческий директор А.В. Бабошин
Дизайн макета и верстка Б.В. Зипунов
Дизайн обложки С.Г. Кутилина

Адрес редакции:

105318 Россия, Москва, Измайловский вал, д. 2, стр. 1, оф. 714

Наши реквизиты:

ООО «Маркет ДС Корпорейшн»
ИНН 7702267103
КПП 770801001
Р/с 40702810100100223100
в ОАО АКБ «НЗ Банк», г. Долгопрудный
К/с 3010181010000000259
БИК 044552259

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция» обязательна.
Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.
Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

© ООО «Маркет ДС Корпорейшн»
Тираж 1000 экз.