

Секция «3. Современные реалии мировой экономики»

Сравнение развития компаний-"газелей": Российский и зарубежный опыт *Шорохова Валерия Александровна*

Москва, Россия

E-mail: create-one@mail.ru

Научный руководитель

к. э. н. Слободяник Виктор Владимирович

Опыт развитых в экономическом плане стран показал, что в конкурентной борьбе, обострившейся за последние годы, победителем становится тот, кто преимущественно свою деятельность строит в основном на инновационном подходе и главной целью эффективного стратегического плана устанавливает разработку все более новых видов товаров и услуг. Помимо того, с начала реформирования Российской экономики прошло около десяти лет, но производственные субъекты наиболее предприимчивые в рыночных условиях сориентировались относительно быстро. На адаптировавшихся к рынку предприятиях успешно создавались отделы маркетинга и коммерции, которые при необходимости осуществляют связь с потребителями; кроме того, введены новые системы в управленческом учете, которые направлены на выявление более реальной картины экономического и финансового состояния предприятия. И, как видно на практике, этого оказывается недостаточно для создания долгосрочной конкурентоспособности. Итак, рассмотрим основные черты, присущие рассматриваемому фактору – быстрорастущим фирмам:

1). Именно инновационная активность может стать одним из главных условий формирования стратегической перспективы конкурентоспособности промышленного предприятия. Поэтому инновационный подход к регулированию деятельности и управлению предприятием может рассматриваться вполне как единственный способ для повышения конкурентоспособности производимых предприятием товаров, поддержания уровня доходности и высоких темпов развития экономики в целом. Инновационная активность предприятий – один из наиболее гибких индикаторов состояния и конкурентоспособности по отношению к национальной экономике. Угасание этой активности является потерей позиций на рынках народного хозяйства, старение производственного потенциала и мощностей, а так же разрастание инвестиционного, экономического и технологического кризисов. Как правило, вследствие этого сокращаются поступления и доходы в бюджет государства, понижается и уровень жизни населения. «Газели» – это агенты разработки новых технологий.

2). В рамках международной терминологии быстроразвивающиеся в течение длительного периода фирмы принято называть gazelle, т.к. газель – это животное, которое не только быстро бежит, а может долго быстро бежать. Понятие фирмы-«газели» было введено Дэвидом Берчем в 1980-е годы.

3). По многим своим чертам Российские «газели» оказались довольно схожими с западными. И такое сходство свидетельствует о том, что русские фирмы-газели – это не мимолетный феномен переходного времени (например, каким были, тысячи бирж,

которые возникли в стране в 90-х годах), а здоровый, нормальный продукт рыночной экономики[1].

4). Согласно данным прямых подсчетов, в предкризисный период компании-«газели» составляли 7–8% от общей численности фирм в России, то есть они встречаются примерно в два раза чаще, чем в странах Запада. Причины этого кроются в изобилии свободных ниш, которые являются пригодными для развития бизнеса, и в высоком образовательном и интеллектуальном уровне активной, предпринимательской части населения, которая способна преобразовать эти ниши в по-настоящему действующие успешные бизнесы. В западных странах компании-«газели», как известно, сконцентрированы в нескольких сегментах, которые зачастую поддерживаются бюджетом, в России же «газели» есть в любой рыночной нише, и, конечно же, их никто не поддерживает[2].

При этом особенности учета в России заставляют предполагать, что эти вышеописанные показатели резко занижают реальную популяцию газелей, и более корректная оценка может составлять все 12–13% численности фирм.

Безусловно, кризис 2009-2010 годов существенно подпортил эту благостную картину, так как численность фирм-«газелей» упала приблизительно в 5 раз и в настоящее время восстанавливается достаточно медленно, в основном за счет новых, так называемых «подрастающих» малых фирм. Более того, это соответствует тенденциям на мировом уровне: популяция газелей не демонстрирует полного послекризисного восстановления.

5). Что касается развития отечественных газелей, можно сказать, что оно не уступает зарубежным аналогам. Даже без преувеличений можно отметить такой факт, что темпы роста отечественных газелей были весьма впечатляющими. Даже в 2006-2010 кризисные годы они увеличивали выручку приблизительно в среднем на 79%, тогда как в данный период средний темп роста всех российских фирм не превышал 15%.

И такая скорость роста стабильно удерживалась не менее чем на протяжении пяти лет подряд, то есть в конце рассматриваемого периода размер фирмы был раз в 10 больше, чем в начале. Несомненно, что за период такого сверхбыстрого роста газели претерпевают радикальные изменения, таким образом, фактически превращаясь вполне в новую компанию.

6). Можно сказать, что «газели» – это компании, которые находятся в процессе революционных непрерывных изменений (продуктовых, структурных, географических, управленческих и прочих). Что вполне очевидно: без изменений явно не обойтись на фирмах, где размеры своего бизнеса ежегодно почти удваиваются; на фирмах, которые способны за пять лет осилить всю размерную шкалу в бизнесе от микрофирмы до крупной компании[3].

7). Россия из-за длительного кризиса в экономике в мировую гонку нанотехнологий вступила с небольшим опозданием. В России внутренний рынок продукции наноиндустрии пока не сформировался. Анализ научных исследований мировых тенденций показывает, что вообще в этой сфере сложно выделить абсолютных лидеров, что и дает для нашей страны неплохие шансы, так как сохранила достаточно мощный научный потенциал, а так же обладает высококвалифицированными кадрами мирового уровня и уникальными научными объектами. Но повышение конкурентоспособности на зарубежном и внутреннем рынках за счет коммерческого применения новых технологий тормозится отсутствием у исследовательских проектов инновационных перспектив, слабой проработанностью их завершающих этапов и недостаточно высоким уровнем воз-

можных технологических решений. Все это в некоторой степени ограничивает интерес бизнеса по отношению к отечественным разработкам. Есть еще один важный момент: потребительский ажиотаж формируется и поддерживается капиталом – корпорациями и финансовыми институтами, которые тратят колоссальные средства на продвижение своих товаров и услуг. У наших компаний и банков пока нет для этого достаточных ресурсов и навыков[4].

8). В силу некоторого ряда обстоятельств, для инновационного развития появился так называемый новый фактор риска – финансово-экономический кризис. Подтверждается это данными Росстата, анализ показал, что наибольшие трудности в инновационной деятельности на предприятиях связаны с экономическими факторами. К числу более весомых экономических факторов, например, относятся такие как высокая стоимость нововведений – из всех обследованных организаций его назвали 33,5%. Недостаток денежных средств – его назвали 32,6%. Недостаток со стороны государства финансовой поддержки – 29,3% организаций. Достаточно высокий экономический риск – 27,3%. Из производственных факторов – недостаток квалифицированного персонала назвали 24,6% организаций и 23,3% – низкий инновационный потенциал. Также ограничивать инновационную деятельность могут неразвитость инновационной инфраструктуры, недостаточность нормативных и законодательных документов, неопределенность экономической выгоды в связи с использованием интеллектуальной собственности. Несмотря на некоторый ряд ограничений, который препятствует развитию инновационной деятельности фирм, опыт экономически развитых стран все-таки подтверждает эффективность перехода к инновационной модели роста экономики. При кризисных явлениях в экономике некоторых крупных стран и в мировой финансовой сфере, важнейшим фактором решения большинства глобальных проблем и долгосрочного устойчивого развития остается ставка на инновационное развитие[5].

9). Говоря о перспективе развития фирм-«газелей» важно понимать тот факт, что такие фирмы эволюционируют в достаточно быстром темпе. То есть, это значит, что необходимо уделять огромное внимание данному фактору. Причем, не просто оказывая финансовую поддержку и создавая благоприятную экономическую среду для предпринимательской активности, но и обеспечивать развитие инновационной деятельности, следя за тем, чтобы необходимых качественных ресурсов меньше закупалось за границей, и, в свою очередь качество таких ресурсов повышалось в отечественном производстве.

В перспективе развития компаний-«газелей» так же хотелось бы видеть взаимопонимание между государством и ними. Помощь государства при выходе на международный рынок наших товаров. Так как такое сотрудничество будет приносить пользу не только фирме, но и национальной экономике в целом.

Банковская сфера так же должна привнести свой вклад в становление и развитие этих уникальных и существенно важных в любой экономике таких фирм-«газелей». Конечно, банки уже замечают новый вид таких клиентов, но стоило бы поспешить в развитии их, потому как компании-«газели» могут принести и им немалую прибыль, что вновь будет иметь положительное отражение на экономике страны.

10). Что касается исторического существования «газелей», исследования наиболее успешных компаний проводил и журнал «Эксперт». На базе данных Росстата, по итогам 2007 года в ходе исследования выявилась 521 компания. Эта база и была взята за

основу дальнейших исследований и последующего поиска новых компаний-героев. После кризиса, по итогам 2009 года, по результатам исследования было выявлено новое количество таких быстрорастущих компаний. Вполне закономерно число быстрорастущих компаний в среднем бизнесе резко уменьшилось. Удивительно, но и после кризиса нашлись компании, у которых в 2008–2009 годах выручка росла на сто, и даже более процентов в год. На этот раз новый рейтинг «газелей» дал в четыре раза меньше, чем до кризиса: 124 компании.

11). Примечателен и факт того, что весомый прирост выручки – несмотря на конъюнктуру мировых цен, носящую беспрецедентный характер – дали не сырьевые гиганты, а именно «газели». А ведь подавляющее большинство их принадлежит к числу среднего бизнеса, в ряду которых почти нет металлургических или нефтегазовых компаний. Вполне естественно видеть в компаниях-«газелях» агентов процесса формирования нефтяных доходов в национальный экономический рост, то есть именно тех агентов, которые влияют на эффективность экономики, которых мечтают найти экономисты и политики. Вероятно, выросшие и возмужавшие фирмы-«газели» в будущем станут новым несырьевым двигателем российской экономики. Ускоренное развитие быстрорастущих компаний-«газелей» в экономике страны поможет перейти ей на новую ступень, а так же обеспечит стабильный рост, именно поэтому стоит больше уделять внимания такому фактору экономического роста.

[1] См.: Покорители голубых океанов (фирмы-«газели» в России): статья. Журнал «Современная конкуренция» №2, 2010/ А.Ю. Юданов, 7с.

[2] См.: Журнал «Эксперт» № 10: Инновации среднего бизнеса. 14 – 20 марта 2011. – 19с.

[3] См.: Изменения в режиме нон-стоп: о еретической управленческой практике фирм-газелей: Статья / А.Ю. Юданов, 01.10.2012.

[4] См.: Журнал «Эксперт» №2: Специальный выпуск. 17 – 23 января, 2011. – 55с.

[5] См.: Условия и механизмы инновационного развития предприятий: Монография / А.М. Ахмадеев, А.С. Валинурова. – М.: Палеотип, 2012. – 40-44с.

Литература

1. Условия и механизмы инновационного развития предприятий: Монография / А.М. Ахмадеев, А.С. Валинурова. – М.: Палеотип, 2012.
2. Покорители голубых океанов (фирмы-«газели» в России): статья. Журнал «Современная конкуренция» №2, 2010/ А.Ю. Юданов
3. Изменения в режиме нон-стоп: о еретической управленческой практике фирм-газелей: Статья / А.Ю. Юданов, 01.10.2012.
4. Журнал «Эксперт» №2: Специальный выпуск. 17 – 23 января, 2011.
5. Журнал «Эксперт» № 10: Инновации среднего бизнеса. 14 – 20 марта 2011.