

ХРОНИКА

КРУПНЫЙ БИЗНЕС В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

2 декабря 2005 г. на факультете менеджмента СПбГУ прошел круглый стол «Крупный бизнес в современном российском обществе», посвященный 80-летию д. э. н., заслуженного деятеля науки Российской Федерации, почетного профессора СПбГУ, профессора факультета менеджмента СПбГУ А. А. Демина. В его работе приняли участие бывшие студенты и аспиранты юбиляра, работающие сегодня в различных секторах экономики, и ведущие преподаватели факультета менеджмента.

На обсуждение были вынесены три вопроса:

- ♦ Становление и развитие крупных компаний в России: национальные особенности.
- ♦ Десять ведущих российских компаний в списке Fortune 500: как этого достичь?
- ♦ Взаимодействие крупного бизнеса и общества: вызовы нашего времени.

Ход обсуждения и мнения участников показали редколлегии журнала весьма интересными, и мы решили опубликовать не традиционную хронику дискуссии, а ее стенограмму.

В. С. КАТЬКАЛО, к. э. н., доцент, декан факультета менеджмента СПбГУ

Тема нашего круглого стола непосредственно связана с тем, чем его участники занимались длительное время, а именно — с проблемами места и роли крупного бизнеса в экономике и обществе в целом. Вопросы, предлагаемые к обсуждению, с одной стороны, созвучны идеям тех книг, по которым многие поколения студентов, аспирантов и преподавателей знают профессора А. А. Демина. С другой стороны, они представляются весьма актуальными в свете недавней публикации в журнале «Эксперт», где России отводится место лидера мировой экономики к 2025 г. И первый из них — это вопрос о национальных особенностях становления и развития крупных компаний в России.

Н. В. РАСКОВ, д. э. н., профессор факультета менеджмента СПбГУ

Я бы предложил уточнить формулировку темы круглого стола: вместо названия «Крупный бизнес в обществе» внести такое: «Каково общество, таков и крупный бизнес». Профессор А. А. Демин начал заниматься крупным

бизнесом после Второй мировой войны, когда изучение взаимоотношений крупного бизнеса с обществом шло по таким направлениям, как «Крупный бизнес и милитаризм», «Крупный бизнес и агрессия», «Крупный бизнес и реваншизм». Это понятно: в первые послевоенные годы анализ крупного бизнеса должен был ответить на вопросы о том, несет ли он ответственность за то, что произошло, или не несет; готов ли он повторить то, что произошло, или нет? По мере того как мы отдалялись от этого времени, смещались и точки зрения, потому что менялось само общество; мы больше стали заниматься проблемами НТР и крупного бизнеса, трансформации капитализма и роли в ней крупного бизнеса, взаимоотношений крупного бизнеса и государства. Если с этой точки зрения посмотреть на крупный российский бизнес, то я хотел бы обратить внимание на два момента.

Во-первых, сегодня много говорят о социальной ответственности бизнеса, мне же представляется, что наш крупный бизнес живет сам по себе, своей собственной жизнью. Когда проводится приватизация, никто не осуществляет ту модель приватизации, которая была популярна в Европе после войны, — модель в духе народного капитализма. Ну, продайте вы половину или даже больше половины акций народу, и тогда не будет проблемы «Ходорковский и власть», а будет «Ходорковский и сотни тысяч акционеров ЮКОСа», и тогда сложится совсем другая ситуация. Получится, что «Крупный бизнес — это мы», и тогда наше общество действительно станет капиталистическим, а сегодня мы в России имеем анклав крупного бизнеса, что характерно для развивающихся стран. Самая актуальная, самая главная задача крупного бизнеса состоит, с одной стороны, в том, чтобы собрать деньги со всего населения посредством продажи акций и облигаций и указать ему, в какой форме и где можно хранить сбережения, а с другой стороны, сравниться с этим народом и сделать российскую экономику крупной капиталистической. В таком случае корпорации действительно станут публичными компаниями.

И второй момент: возьмем, например, «Сибнефть». Вся сделка по купле-продаже этой компании была вынесена за рубеж. Тогда что такое экономика? Экономика — это права собственности, права присвоения, права пользования. Когда все эти права — все нефтяные скважины, заводы и т. д. — вынесены за рубеж, то это — экономика или что-то другое? На самом деле, экономика выносится за границу, потому что права выносятся за границу, и этот вынос наших прав в отношении наших объектов собственности, использования наших природных ресурсов приводит к тому, что мы передаем экономические права за рубеж. Там покупают акции, там формируются экономика и экономические отношения, а у нас ничего нет, здесь есть работники и есть средства производства. И тогда мы получаем то, о чем говорил С. Ю. Витте: «Россия — гостеприимная колония. Она сама себя делает колонией или делает экономику колониального типа, не будучи совершенно такой». В результате мы имеем анклавный тип капитализма: у нас

есть крупные корпорации, они общаются друг с другом, обмениваются пакетами акций, продают и покупают активы, а все общество для них в лучшем случае — это работники. Чтобы наша экономика стала капиталистической, крупный бизнес, на мой взгляд, должен повернуться лицом к обществу, срастись с обществом посредством финансовой системы и сделать всех граждан причастными к присвоению, к своему функционированию. Тогда мы все будем за крупный бизнес, падение курса акций станет нас беспокоить, и наша экономика превратится в экономику капиталистическую. Но для этого, повторяю, крупный бизнес должен интегрироваться в российское общество.

И. А. ЮЖАНОВ, к. э. н., председатель Наблюдательного совета НОМОС-Банка (Москва)

Я не готов сформулировать какую-то стройную концепцию, однако хочу поделиться некоторыми соображениями. Прежде всего о том, какая у нас экономика, капиталистическая или анклавная. На мой взгляд, капитализм — это общество, основанное на частной собственности, когда частная собственность является не просто конституционной конструкцией — у нас она тоже провозглашена, — а когда она представляет собой объективную реальность, которую ощущает бóльшая часть населения страны. Потому что, когда мне есть что терять, допустим, у меня есть миллион долларов, для меня изменение курса доллара даже на два пункта в одном случае — радостное событие, а в другом — катастрофа. Если же у меня нет и десяти тысяч рублей, то для меня такие изменения не имеют никакого значения, и все эти сказки про голубые фишки в лучшем случае меня просто не озлобляют. Это первое. Второе же, как мне кажется, заключается в том, что у нас различные сектора экономики, и отраслевые и функциональные, находятся на разных этапах развития капитализма. Где-то — крупный финансовый капитал и последняя стадия империализма, где-то — псевдосвободная ларечная конкуренция.

Если же говорить о национальных особенностях крупного российского бизнеса, то я кроме нашего русского характера назвал бы еще два момента: прежде всего архиогосударствление, когда крупные компании находятся под жестким прессингом государства, гораздо более сильным, чем в других странах. И следующая особенность, которая очень вредит и нам всем, и нашему крупному бизнесу. Это недооценка нас со стороны всего мира. Она связана с тем, что мы не прозрачные, мы серые, а иногда даже черные для Запада. Почему? Есть несколько причин. Во-первых, наше законодательство — репрессивно-неопределенное, во-вторых, у нас коррумпированность слишком высока даже по латиноамериканским меркам. Любой бизнес вынужден искать выходы, поскольку, с одной стороны, его зажимает законодательство, с другой — чиновники. Смысл же капиталистической организации — в получении прибыли, все остальное вторично. Поэтому — и уход в серые схемы, как

раньше — в черные; легче продать компанию такой, как она есть, чем заниматься ее пятилетним «отбеливанием» с неясными перспективами. Словом, «тяжела и неказиста жизнь у нас монополиста».

**В. Б. АКУЛОВ, д. э. н., профессор, декан экономического факультета
Петрозаводского государственного университета**

Несколько неожиданных вопросов. Я обратил внимание на то, что наиболее беспристрастные западные субъекты в лице рейтинговых агентств очень жалуют крупные российские компании не просто с участием государственного капитала, а с контрольным пакетом акций в руках государства.

Посмотрите, не далее как 1,5 месяца назад одно из таких агентств подняло до заоблачных для России высот рейтинг пяти компаний, среди которых «Транснефть» (на $\frac{3}{4}$ государственная, естественный монополист), «Роснефть» (на 100% — государственная), «Совкомфлот» (государственная компания, самые яркие активы морского торгового флота Советского Союза), «Газпром» и ОАО «РЖД». Что произошло после того, как был поднят рейтинг этих пяти компаний? Они стали брать кредиты под совершенно фантастический процент, характерный для компаний абсолютно частных и с незапятнанной репутацией. Но Запад и дальше предпринимает какие-то нелогичные шаги: опять же около месяца тому назад Сбербанк России получает диверсифицированный кредит в 1 млрд долл. под 0,5% к LIBOR. Наверное, Запад посылает нам сигналы о том, что он не против государства и желает, чтобы это государство осознало, что нормальная компания — это компания, имеющая очень много частных акционеров. «Газпром» на Западе кем-то, наверное, и воспринимается как государственная компания, но игроки вроде «Дойчебанка» вряд ли относят «Газпром» к государственным компаниям. Для них это бизнес, и поэтому они могут поставить перед Правлением «Газпрома» достаточно жестко вопрос о том, не пора ли ликвидировать преференции в области цен на экспорт и транзит российского газа.

Видите, сам Запад не настроен однозначно по поводу того, что государственное — это плохо. Посмотрите, «Газпром» еще 2–3 года назад имел весьма плохую структуру задолженности; если мне память не изменяет, половина задолженности «Газпрома» приходилась на долги с годовым сроком погашения, на долги со сроком более 5 лет — 10–15%. А теперь структура долгов оптимальна: преобладают (более 80%) долги со сроком до 5 лет. У «Газпрома» действительно много долгов, 22 млрд при выручке в 33 млрд вроде бы много, но при этом 31-летние бумаги «Газпрома» расходятся как горячие пирожки. Смотрите, как растет капитализация крупнейших российских компаний. Еще 4–5 лет назад капитализация «Газпрома» была в 6 раз меньше, и казалось, что мы никогда не поднимемся до уровня 50 млрд долл. капитализации, а «Газпром» не просто взял 100, он взял 140 млрд долл.¹ Вот оно —

¹ В январе 2006 г. капитализация «Газпрома» достигла 200 млрд долл. — *Прим. ред.*

государственное плечо. Государство должно осознать себя в качестве ответственного собственника этих активов и послать четкий сигнал обществу, нам с вами и Западу с помощью народного капитализма о том, что оно не будет держать в портфеле 100, 75 или 50% акций. Я выяснил, что у 30 американских компаний, которые образуют индекс Dow Jones, только 12% акций находятся в портфелях институциональных инвесторов, а 88% — в свободной продаже. У нас самая открытая российская компания — это МТС, там где-то около 50%. Но если российские компании уже капитализированы, как «Газпром», то возможно ли в принципе перехватить контрольный пакет? Какие же силы должны объединиться, чтобы перехватить контрольный пакет акций у государства, рыночная цена которого сейчас равна почти 75 млрд долл.? Таких сделок по слиянию-поглощению за всю историю мирового бизнеса было всего 2–3. Поэтому мне кажется, что государственное плечо, действительно достаточно сильное, требует к себе внимательного отношения с точки зрения оценки самой роли государства и тех сигналов, которые государство обязано послать обществу и, конечно же, Западу. Обратите внимание: капитализация российских компаний при такой реакции на западных биржах на 5–7%, а в некоторых случаях на 10–15% выше, чем на российских фондовых площадках. Как это объяснить?

Н. В. РАСКОВ

Ответ совершенно простой — Западу нужен минимальный риск. Данная компания и данный бизнес — это минимальный риск. И они смотрят не на «Газпром», а на запасы газа в России и на то, куда этот газ течет. Здесь риск — минимальный!

Д. Я. ТРАВИН, к. э. н., заместитель главного редактора аналитического еженедельника «Дело» (Санкт-Петербург)

Я хотел бы начать с одной цитаты. «Конкуренция лечила фирму от самоуспокоенности и застоя, заставляла изживать окостенелость структуры, архаичные традиции и тому подобные недостатки, выводя ее на новые траектории развития». И вторая цитата из той же книги: «Сопоставление биографий лидеров российского бизнеса с мировыми аналогами позволяет заключить — большинство из них возникло и сформировалось не в результате конкурентного отбора рынка — классического накопления капитала и успешного предпринимательства, а как следствие административного решения и институциональных перемен».

Эти мысли взяты из работы «Лидеры мирового бизнеса» А. А. Демина. Здесь очень хорошо отмечена роль конкуренции, что имеет непосредственное отношение ко второму обсуждаемому нами вопросу.

Огосударствление губит конкуренцию и снижает развитие бизнеса. Сегодня мы как раз имеем ситуацию, когда на поверхность выходит второй эшелон российской олигархии, еще более явно «назначенный» на руководство биз-

несом, чем та олигархия, которая была «назначена» в середине 1990-х гг. Ряд примеров говорит нам не об усилении государства, а о замене одной группы олигархов на другую, которая еще более тесно связана с властью и оказывается еще менее ориентированной на конкуренцию.

В. Б. Акулов высказал мысль о том, что западные рейтинговые агентства сигнализируют нам: «Мы хотим, чтобы ваше государство было менее коррумпированным, и потому мы приветствуем и поддерживаем развитие ваших компаний». Я не знаю до конца логики этих агентств, но, с моей точки зрения, выставляемые ими стандартные оценки не вполне учитывают специфику российского бизнеса. И прежде всего такое явление, как номенклатурную или спонтанную приватизацию. И Россия, и Венгрия, и Польша, и многие другие страны имеют печальный опыт участия разного рода номенклатуры в такой приватизации. На мой взгляд, сегодня данный примитивный способ участия чиновничества в бизнесе реанимируется. Но рейтинговые агентства это не отражают. Более того, может быть, по большому счету для западных инвесторов это и не важно. Номенклатурная приватизация не приведет к быстрому краху компании, нет, будут отщипывать по кусочку, по чуть-чуть. При этом вложение денег в ценные бумаги таких компаний вполне возможно, если ситуация станет ухудшаться, нетрудно будет их скинуть. Но если мы думаем не о краткосрочной или среднесрочной прибыльности, а о долгосрочных перспективах развития российской экономики, то такого рода вторжение псевдогосударства в бизнес очень деструктивно. Это первый момент, на который я хотел бы обратить внимание.

И второй момент. Мне приходится часто общаться с различного рода российскими аудиториями по поводу развития бизнеса. И вот на что я стал в последнее время обращать внимание, особенно в связи с делом Ходорковского: в нашем общественном сознании не различают персоналии и институты. Рассказываешь, например, о том, что прессинг государства в отношении бизнеса влечет за собой ряд негативных последствий, и получаешь вопрос: «В конце концов, вор должен сидеть в тюрьме, не так ли?». Должен, если он вор. Вполне возможно, что Ходорковский должен сидеть даже более длительный срок, чем ему дали, но то, что происходит с ним и другими, — это вызов российскому бизнесу. Это — негативные оценки для капиталов, это негативные оценки для людей, которые принимают решения сегодня и завтра. Один мой знакомый, принадлежавший ранее к политическому руководству страны, в беседе с крупным иностранным предпринимателем задал вопрос: «Как вы оцениваете то, что происходит у нас в России?» Тот ответил: «Вы молодцы, вы проводите героические реформы, после чего берете олигарха, сажаете его и — все насмарку! Потом вы предпринимаете еще бóльшие усилия, проводите еще более серьезные реформы, потом сажаете следующего олигарха — и опять все насмарку. Вам никто не верит, потому что вы таким образом дискредитируете самих себя». Так вот, беда в том, что общественное сознание таких вещей не понимает, а рассуждает только о персоналиях. А о том, что будет с развитием

российских корпораций, общество думать не хочет. И естественно, таким обществом манипулируют те, для кого номенклатурная приватизация является приоритетной. Такие вещи трудно делать в стране с более высокой экономической культурой, у нас это возможно.

Н. В. РАСКОВ

Бизнес принадлежит персоне, поэтому в России и нет отделения этой персоны от бизнеса.

Д. Я. ТРАВИН

Согласен, но хотел обратить внимание еще на то, что, когда мы проводили массовую приватизацию, 80% российских предприятий выбрали вторую модель, при которой контрольный пакет оставался у коллектива. Следовательно, право на участие в управлении люди вроде бы получили, но на общественное сознание это не очень повлияло.

Третий момент, на который я хотел бы обратить внимание. Сошлюсь на одного известного человека, описавшего, как российские олигархи ведут бизнес. В частности, он присутствовал при том, как некий олигарх проводит переговоры; исходная посылка здесь следующая: «Что мое — то мое, а что твое — об этом будем разговаривать». Естественно, что, когда этот олигарх попадает под следствие, многие радуются тому, что справедливость наконец восторжествовала.

Я думаю, на общественное сознание в целом мы сегодня в краткосрочном плане воздействовать не можем. Я далек от мысли о том, что я в своей газете, а вы в своих аудиториях можем за короткое время ситуацию изменить. Но я уверен, что она изменится в долгосрочной перспективе. Одна из главных задач факультета менеджмента и других университетских школ бизнеса России состоит в том, чтобы лет через 10–15 по такому принципу люди бизнес не вели, чтобы они думали о долгосрочной перспективе.

В. С. КАТЬКАЛО

Ваш рассказ о переговорах олигархов заставляет меня напомнить об историческом аспекте обсуждения национальных особенностей бизнеса. Н. В. Расков недавно инициировал исследование «деловой биографии» купца Саввы Яковлева, в здании которого мы проводим круглый стол.² Так вот, Савва Яковлев был очень известным предпринимателем своего времени, разбогатевшим на казенных поставках, на спиртных напитках. Он был — в современной терминологии — хозяйствующим субъектом и вступал в хозяйственные споры. Если же контрагенты не были целиком согласны с позицией Яковлева, то хо-

² См.: Мухин А. Б. Савва Яковлев — купец, промышленник, предприниматель // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2005. Вып. 4. С. 153–171.

заявленные споры заканчивались тем, что оппонент вместе с женой сажался на цепь в подвале дома Яковлева и на цепи вместе с супругой пребывал до тех пор, пока не менял свою позицию.

Ю. Е. БЛАГОВ, к. э. н., доцент, заведующий кафедрой международного менеджмента факультета менеджмента СПбГУ

Как мне представляется, рассказы о ведении переговоров олигархами и Саввой Яковлевым касаются проблемы этики бизнеса. Когда мы пытаемся говорить с современными менеджерами об этике ведения тех или иных деловых операций, то приходится сталкиваться с любопытными феноменами. В частности, мне довелось несколько месяцев назад вести круглый стол об этике бизнеса, организованный одним из ведущих деловых журналов нашего города. Основную массу участников составляли руководители и одновременно собственники средних по размеру успешных компаний Санкт-Петербурга, существующих порядка 10–12 лет, состоявшиеся, уверенные в себе люди. Разговор быстро пришел к выводу о том, что все присутствующие на круглом столе — высокоморальные люди, которые свою жизнь строили в соответствии с догмами Библии и которые в результате своей высокоморальной деятельности получили то, что, вероятно, и должны были получить. Выслушав их, я спросил: «А как бы вы одним словом назвали общество, в котором мы живем?» Не дождавшись ответа, я заявил, что это общество называется «капитализм». И вновь тишина, а потом — недоумение: «Какой капитализм, если все так высокоморально?» На это я им ответил: «Капитализм — это противоречивое общество, особенно капитализм, который только возникает». Мы сегодня достаточно долго говорили о том, что у нас нет настоящего капитализма, что он должен быть народным, что должен измениться менталитет. Все это правильно, но все это, и я здесь солидарен с коллегами, не происходит одномоментно; так называемые встроенные институты изменяются столетиями и тысячелетиями.

И этика современного российского бизнеса попадает под концепцию аморального бизнеса. Аморального не потому, что он попирает все моральные нормы, а в том смысле, что он формирует собственные правила, собственные понятия, причем постепенно и достаточно долго. Нашумевшая в конце августа 2005 г. история с мобильными телефонами, которая аукнулась скачком цен, показывает, что бизнес выходит из «тени» и очень медленно двигается к «свету», но проблема состоит в том, чтобы двигаться согласованно. Одномоментный переход к белым схемам от черных невозможен и губителен. Бизнес должен продвигаться к этому «свету» мелкими шажками, по возможности не обгоняя друг друга, от черных схем — к темно-серым, от темно-серых — к серым, от серых — к светло-серым, и только тогда, когда ведущие игроки созревают до использования схем белых, они инициируют государственную атаку на тех, кто остается в «тени». Причем же здесь большой бизнес? Когда мы говорим о роли крупного бизнеса, можно оперировать

достаточно устойчивыми, оправдавшими себя в мире концепциями социальной ответственности, созданными для большей устойчивости большого бизнеса. Но, как это ни парадоксально, мой опыт работы со слушателями программы МВА показывает, что все эти концепции, построенные для большого бизнеса, адекватно воспринимаются бизнесом средним и малым. Получается, что большой бизнес задает некие координаты, модели, которые релевантны развитию бизнеса вообще.

Ю. В. ФЕДОТОВ, к. э. н., доцент, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления факультета менеджмента СПбГУ

Предлагаю вернуться к высказанному И. А. Южановым положению, что в разных секторах экономики у нас разная ситуация.

Давайте посмотрим, что у нас делает крупный бизнес. Отвлечемся от денег и обратим внимание на натурально-вещественную составляющую его деятельности. Рейтинги Moody's были повышены для монополий, сырьевых или транспортных, которые, по сути дела растут не столько за счет увеличения эффективности и объемов производства, сколько благодаря благоприятной ценовой конъюнктуре. Крупный бизнес, конечно, пытается налаживать производство и повышать конкурентоспособность страны, но пока не совсем удачно. Единственный сектор, кроме сырьевого, где крупный бизнес действительно эффективно работает и развивается, — это телекоммуникации. Об успехах в других секторах мало что известно, скорее всего по причине того, что таковых не имеется. Попытки крупного бизнеса инвестировать и развивать на долгосрочной основе производство с присущей промышленно развитым странам степенью технологического передела, по моим наблюдениям, большого успеха не имеют. Здесь показателен пример «Интерроса», который в свое время вел жесткую борьбу с «Энергомашкорпорацией» за Ленинградский Металлический завод и расположенные в городе компании энергомашиностроительного комплекса. В результате одержанной победы появились «Силовые машины» с заявленной программой технологического обновления производства, нацеленной на эффективное соперничество с мировыми лидерами. Однако, по существу, дело ограничилось главным образом «снятием сливок» с тех заказов, которые ранее имела «Энергомашкорпорация». В итоге «сливки сняли», а сейчас «Интеррос» решает проблемы по продаже «Силовых машин», сведя свой машиностроительный бизнес к перепродаже отобранных у «Энергомашкорпорации» активов. В известной мере аналогичная ситуация наблюдается у нас и в столь высокорейтингуемых отраслях, как нефтяная и газовая. Компании отрасли более всего озабочены добычей и продажей нефти. При этом в стране проблемы с бензином: по некоторым оценкам, у нас 60% бензина — контрафакт, еще более высок процент низкокачественного топлива. Причина тому — отсутствие необходимых мощностей по переработке нефти. У нас нет современных нефтеперерабатывающих заводов с современными технологиями, которые позволяют выпустить бензин соответствующего качества для внутреннего

рынка. Но нефтяные компании не спешат вкладывать деньги в это направление, их больше интересует строительство частного нефтепровода, чтобы расширить возможности по вывозу ресурса. Поэтому вряд ли нам стоит особенно гордиться достижениями нашего крупного бизнеса, которые в значительной мере получены за счет благоприятной ценовой ситуации.

Когда мы говорим о взаимодействии общества и крупного бизнеса, в данном случае государства и крупного бизнеса, следует понимать, что наш бизнес не сможет стать действительно конкурентоспособным, т. е. обладающим сопоставимой с промышленно развитыми странами продуктивностью производства, до тех пор, пока экономика страны не будет конкурентоспособной, основанной на современных высокопроизводительных технологиях и необходимом для эффективной реализации их возможностей высоком уровне знаний. Содействие технологическому развитию национальной экономики путем создания благоприятных для этого условий — огромное поле деятельности для государства. В заключение замечу, что мы все время говорим о крупном бизнесе как о чем-то самодостаточном, т. е. существующем в некоторой изолированной среде. Понятно, что это не так. Эффективность его деятельности определяется разнообразными факторами. Важнейшим из них является государство с его экономической политикой и мерами регулирования. Но не менее важным игроком в обеспечении конкурентоспособности крупного бизнеса и экономики в целом выступает мелкий и средний бизнес. Последний представляет собой исключительно важную составляющую в деятельности бизнеса крупного. Можно говорить о том, что малый и средний бизнес есть дополняющий фактор обеспечения эффективного функционирования крупного бизнеса. Пока не будет адекватного развития мелкого и среднего бизнеса, крупный бизнес, по большей части оставаясь зависимым от иностранных технологий и не получая необходимого качества сопутствующих своей основной деятельности услуг, будет иметь мало шансов стать конкурентоспособным в глобальной перспективе.

А. К. КАЗАНЦЕВ, д. э. н., профессор, заведующий кафедрой операционного менеджмента и бизнес-информатики факультета менеджмента СПбГУ

Мне бы хотелось обратить ваше внимание на ответственность крупного бизнеса за становление и развитие у нас в России общества, основанного на знании. Это стратегический вклад в развитие экономики, который можно ожидать от крупного бизнеса, его стратегическая ориентация. Если такой ориентации нет, то вряд ли можно вести речь о серьезных перспективах развития самого крупного бизнеса.

В последние годы мы часто слышим и говорим о том, что развитие мелких и средних предприятий, особенно в инновационной сфере, решит все задачи инновационного развития общества. Первая часть, наверное, справедлива: нужно развивать мелкий и средний бизнес, но очень сомнительно, что он решит все задачи инновационного преобразования экономики. Известно, что

развитые страны фокусируют свою инновационную политику на создании условий для масштабной научно-технической деятельности прежде всего крупных корпораций, университетских образований. Средства предпринимательского сектора в США, Японии, Швеции, Германии и других стран превышают 60% всех внутренних затрат на исследования и разработки. Значительную долю из них берут на себя именно крупные корпорации, тратящие сегодня колоссальные суммы на инновационную деятельность: «Дженерал Моторс» — более 7,9 млрд долл., «Форд» — 6,5 млрд долл., «Сименс» — свыше 5,5 млрд долл., IBM — порядка 6 млрд долл. в год. Эти суммы соизмеримы с нашими бюджетными ассигнованиями на развитие науки и техники. А наши фирмы? Трудно говорить об объемах ассигнований, но известно, что только каждое десятое российское предприятие в промышленности сегодня считается инновационно активным по статистическим параметрам. Ведь инновационно активное предприятие — это хотя бы одна позиция по статотчетности. Каждое десятое предприятие — очень слабый индикатор инновационной активности. Другой аспект проблемы связан с результативностью инновационной деятельности крупных предприятий.

Крупнейшие фирмы сегодня в России сосредоточены преимущественно в ресурсной сфере, топливной промышленности, металлургии, энергетике. За 2004 г. в области черной металлургии зарегистрировано всего 9 патентов на изобретения в области производственных технологий, в добыче полезных ископаемых — 7 патентов. Организации, которые обеспечивают существенный вклад в бюджет страны и по своей природе могут способствовать ее технологическому развитию, к сожалению, не реализуют в полной мере свою инновационную миссию в развитии общества в целом. Вот в этом, мне кажется, и состоит очень большая стратегическая проблема нашего общества.

Известно, что на рубеже веков отечественная наука, в особенности прикладная, понесла значительные потери, в разы сократилось ее финансирование, уменьшилась численность работников, занятых в этой сфере. Крупные, известные в стране и за рубежом научно-производственные объединения утратили в значительной степени свой научно-технический потенциал, потеряли опытно-экспериментальную базу, сократили научные и конструкторские службы. Может ли государство что-то сделать в этой связи? Оно пытается сохранить тот научный потенциал, который еще остался, а также создать, в частности, новую инновационную инфраструктуру на базе крупных научно-технологических парков и инновационно-технологических центров. Интересно, что инициатива и здесь не за крупным бизнесом.

В 2005 г. мы опубликовали материалы о состоянии научно-инновационного комплекса высшей школы России. За короткий срок было создано около 70 центров трансфера технологий, научно-технологических парков и инновационно-технологических центров. Эти интегрированные комплексы моментально притянули в инновационную сферу финансовые потоки, увеличилось количество публикаций, в том числе за рубежом, активизировалась

изобретательская и патентная деятельность. Можно было бы ожидать такого эффекта и от крупного бизнеса, но он, к сожалению, не заметен. Почему? Как мне представляется, потому, что он быстро превращается в монополиста, а инновационная составляющая деятельности беспокоит его в малой степени. Пока. Следовательно, сдерживается и его влияние на формирование инновационной экономики в стране. Мне представляется, что в этом состоит один из важных вызовов, на который крупный бизнес в России еще не готов дать ответ.

В. С. КАТЬКАЛО

Я хотел бы вернуться к книгам А. А. Демина и попытаться увязать обсуждаемые вопросы с их основными сюжетными линиями.

Во-первых, во всех книгах речь идет о компаниях — лидерах мирового бизнеса, и не просто о лидерах, а о механизме их функционирования. Это созвучно тому, что мы называем менеджментом вообще, потому что менеджмент успешной компании — это поиск эффективной бизнес-модели; в терминах двадцатилетней давности мы бы сказали: «Хозяйственный механизм функционирования компании». Две сюжетные линии — с одной стороны, интернационализация бизнеса и ориентация на то, как измерить успех компании с международных позиций, а с другой стороны, как понять внутреннюю механику ее функционирования, — мне всегда бросались в глаза в работах А. А. Демина. В связи с этим хочу поделиться несколькими соображениями.

Сегодня очень много говорилось о крупных российских компаниях, но я думаю, что необходимо прежде всего определиться с тем, что же такое «крупная компания». Мы как-то очень быстро переключились на расхожее понимание российского крупного бизнеса как пула 5–7 компаний, все из которых — сырьевые и/или естественные монополии. На самом деле, можно многое увидеть по-другому, если вспомнить, что пару лет назад китайское правительство поставило задачу перед бизнесом и обществом в целом добиться того, чтобы к 2020 г. несколько десятков китайских компаний вошли в список Fortune 500. И мне представляется, что при всех наших рассуждениях о том, есть ли стратегия у России, к какой системе мы движемся, что мы в очередной раз строим, мы, на самом деле, мыслим именно этими терминами. Рассуждения о том, какие у нас крупные компании — хорошие или плохие, в каких секторах они находятся и т. д., ничего, в общем, не значат, если мы попытаемся перед собой поставить такую задачу, которую поставили перед собой китайцы. На самом деле, само уже количество компаний говорит о том, что они должны представлять достаточно широкий спектр отраслей. Что же касается ответственности крупного бизнеса за инновационность, то, как мне представляется, нужно реально смотреть на две вещи. Во-первых, Россия в XX в. никогда не являлась лидером в мировой экономике с точки зрения лидерства на потребительских рынках, а если мы посмотрим на список Fortune 500, то увидим, что абсолютное большинство входящих в

него компаний выросло на потребительских рынках. У нас есть гигантский потенциал развития крупных компаний — способность захватить хотя бы значительную часть, не говоря уже о полном контроле национальных потребительских рынков. А такие задачи у нас почти всегда отступают на второй план в наших рассуждениях о том, плохи или хороши крупные естественные монополии, в каких взаимоотношениях они находятся с государством. Не хочу принижать эту проблему, хочу только подчеркнуть, что она отнюдь не исчерпывает проблематику крупного бизнеса в России и позиционирования российского бизнеса в мире. Недавно я был на итоговой конференции проекта «Петербургский бизнес в 2005 году», реализуемого журналом «Эксперт Северо-Запад». Это была первая попытка понять, какова внутренняя механика развития и управления лучшими петербургскими компаниями. На конференции присутствовало около 25 первых лиц компаний из числа тех, что мы называем вторым эшелонem российского бизнеса. Одним из лейтмотивов конференции стал девиз: «Даешь миллиард годового оборота!» Мнение участников расходилось только в одном: за какой период времени этот показатель будет достигнут, за три года, или пять лет, или уже через год? Давайте вспомним наше недавнее прошлое — компанию «Балтика», которая по российским меркам — гигантская: она еще совсем недавно имела годовой оборот в 500–600 млн долл. и только сейчас вышла на миллиард. Подобное массовое движение компаний второго эшелона к относительно осязаемым по мировым меркам цифрам — очень важная тенденция, которая не должна выпадать из поля зрения, когда мы говорим о крупном бизнесе в России.

Второе, что я хотел бы сказать по поводу хозяйственного механизма и бизнес-моделей компаний. На самом деле, на рубеже 1980–1990-х гг. А. А. Демин внес громадный вклад в развитие подобных исследований, инициировав подготовку целой волны кандидатских диссертаций по проблемам конкретных компаний, таких как Херох, IBM, Sony, Microsoft. Сегодня мы бы сказали, что все эти диссертации написаны исключительно по специальности 080005, а 10–15 лет назад, в угоду времени, они относились к специальности 080001 — «Политическая экономия», в лучшем случае — к экономике зарубежных стран. Я вспомнил об этом в связи с тезисом Н. В. Раскова о том, что один из ключевых вопросов — это вопрос устойчивости крупного бизнеса. Почему самые большие доходы в бизнес-образовании формируются не на программах MBA, а на программах Executive Education (повышение квалификации топ-менеджмента)? По одной простой причине: люди готовы заплатить любые деньги, чтобы получить ответы на самые сложные вопросы менеджмента: как сохранить жизнеспособность и продлить жизнь крупных компаний? Все известные на сегодня теории жизненного цикла компании заканчиваются на определенной стадии, и неясно, куда идти дальше. Понятно, что необходимо принимать какие-то кардинальные решения по новым бизнес-идеям в условиях крупной компании, но какие? Мне кажется, что сегодня для российских крупных компаний основная проблема заключается в создании тех бизнес-моделей, кото-

рые обеспечат и устойчивость крупных компаний в их дальнейшем развитии, и способность стать сопоставимыми по бизнес-моделям с теми компаниями, которые находятся в рейтинге Fortune 500.

Вернусь к началу нашего обсуждения: мы вряд ли найдем что-то новое в мировой практике во взаимоотношениях нефтяных компаний с государством по сравнению с тем, что мы видим в России. Мы можем говорить о событиях столетней давности в Америке, о современном взаимодействии нефтяных или табачных компаний с законодательными органами, с правительством, но самый интересный вопрос: как создать крупные компании на потребительском рынке? Под потребительским рынком я имею в виду широчайший спектр продуктов — от ботинок до компьютеров и легковых автомобилей. И здесь совершенно непонятна судьба крупного бизнеса в сегодняшней России: кроме сдачи одного за другим рынков и целых отраслей иностранным компаниям, здесь ничего пока не происходит. Надежда только на то, что сильный сегодня средний бизнес способен будет невиданно ускоренными темпами построить бизнес-модели конструирования и поддержания крупных компаний. Но это только первая проблема: после создания сопоставимых компаний необходимо создавать компании, которые будут уникальными, иначе в мировой конкуренции нам не победить.

И. А. ЮЖАНОВ

Я хотел бы добавить несколько слов об устойчивости бизнеса, о чем говорил В. С. Каткало. Мне приходилось часто общаться с представителями крупного российского бизнеса — я сознательно не говорю «с компаниями», так как наш бизнес действительно персонифицирован и индивидуализирован, — и как мне кажется, наша беда состоит в том, что владельцы крупного бизнеса больше думают не о рейтинге Fortune 500, а о рейтинге Forbs. Посмотрите, сейчас происходит массовая продажа активов. Почему? Потому, что многие представители деловой элиты в течение 10–15 лет сколачивали всяческими способами свой бизнес, наконец его сколотили, а дальше что? Куда идти? Все зависит от того, кто снизу подойдет, молодые ли «волки» или кто-то еще. Психологически эти люди устали... К тому же, возможно, часть из них в свое время лихорадочно скупала все подряд для последующей перепродажи. В этом я и вижу главную проблему.

А. А. ДЕМИН, д. э. н., заслуженный деятель науки Российской Федерации, почетный профессор СПбГУ, профессор факультета менеджмента СПбГУ

Попробую подвести некоторые итоги. Я согласен с тем, что фирма — это, в принципе, альфа и омега всей экономики, и элиты бизнеса, о которой вспоминали в связи с рейтингами Fortune 500, много не бывает. Обратите внимание, любая экономика, которой Fortune уделит своими рейтингами внимание, — это экономика развития, экономика успеха. Однако если в период перехода к рыночной экономике фирма у нас получила своеобразное

гражданство, что официально было закреплено в законодательных актах, то одновременно общество с помощью СМИ сделало все возможное, чтобы эту фирму дискредитировать. В своем понимании бизнеса мы в современной России, в принципе, не ушли дальше отношения к так называемым подпольным цехам, существовавшим в советское время. Вот в этом и состоит наша главная нерешенная проблема. Китайцы поставили перед собой задачу ввести в элиту мирового бизнеса сорок своих компаний, а я бы — если бы это от меня зависело — поставил задачу в отношении всех пятисот; это могло бы стать нашей главной политической, экономической, научно-технической и образовательной задачей. Если бы мы могли противопоставить Америке, Европе, Японии и вообще всему миру пятьсот своих корпораций, сопоставимых по масштабам деятельности с американскими, Россия была бы процветающей страной.