

*Киселкина О. В., канд. экон. наук, доцент кафедры экономической методологии и истории Казанского федерального университета*

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

*В статье показаны проблемы формирования сектора быстрорастущих компаний в российской экономике, определены характеристики компаний этого сектора, проведен анализ факторов и источников роста.*

**Ключевые слова:** сектор быстрорастущих компаний, рейтинг быстрорастущих компаний, факторы роста компаний.

### Введение

**В** докризисный период в отечественной экономике начал формироваться сектор быстрорастущих компаний. Этот высококонкурентный сектор был представлен молодыми предпринимательскими фирмами, имеющими высокие темпы роста, в несколько раз превосходящие среднеотраслевые показатели национальной экономики и демонстрирующие экспоненциальное развитие. Структура отечественной экономики отличалась наличием большого количества свободных ниш, не занятых производителями и поэтому таящих в себе колоссальный потенциал роста. Успех этих компаний, в основном производящих потребительские продукты, объяснялся тем, что они сумели использовать уникальные возможности для роста. Предполагалось, что именно такие компании будут определять потенциал развития экономики нашей страны.

А. Ю. Юданов вслед за американскими экономистами называет быстрорастущие компании «газелями»: Фирмы-«газели» растут и быстро, и долго. Подавляющее большинство этих фирм относится к малому и среднему бизнесу, однако, не размер, а именно устойчивый быстрый рост

является конституирующим признаком «газелей». Обычно начиная как малые фирмы, они за короткий срок превращаются в средние, а порой и в крупные предприятия, не теряя при этом динамизма развития<sup>1</sup>.

### Динамика быстрорастущих компаний

Статистические данные и эмпирические исследования дают определенную информацию для анализа развития быстрорастущих компаний в современных условиях. В ходе экономического кризиса произошел резкий обвал значительной части секторов экономики, а затем их восстановление. Такую V-образную экономическую динамику в 2008–2010 годах продемонстрировало большинство стран мира. Для сектора быстрорастущих компаний характерна следующая динамика. С 2000 по 2008 годы средние темпы увеличения выручки 38 тыс. компаний с доходом более 200 млн рублей оставались на уровне 30%. В 2009 году средний прирост составил 3%, но 27% фирм преодолели

<sup>1</sup> Юданов А. Ю. Покорители «голубых океанов» (фирмы-«газели» в России) // Современная конкуренция. 2010. № 2 (20). С. 28.

ли 30-процентную планку, в 2010 году средние темпы составили 23%<sup>2</sup>.

Минэкономразвития и МВФ в обозримой перспективе ожидают от российской экономики роста примерно на 4% в год в реальном выражении, или на 10–12% в номинальном. В такой ситуации можно будет назвать динамично развивающейся компанию, которая покажет рост хотя бы на 15–20% в год<sup>3</sup>.

При определении быстро растущих компаний важно использовать *Value Based Management (VBM)*. Как отмечает И. В. Косорукова: «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 распространенных в России: рентабельности и чистой прибыли<sup>4</sup>».

## Перспективы развития

По мнению аналитиков журнала «РБК», составляющих рейтинг быстрорастущих компаний из крупнейших нефинансовых коммерческих организаций России, единственный сектор, который в ближайшие годы имеет шансы оказаться (точнее, остаться) историей роста — потребительский. На первых 10 позициях нет ни одного частного предпри-

<sup>2</sup> Ермак С. Созидательные разрушители // Эксперт Урал, 2012, № 25. URL: <http://expert.ru/ural/2012/25/sozidatelnyie-razrushiteli/?n=171>.

<sup>3</sup> Лосев М., Фомичева М. Лидеры роста отстающих // URL: <http://magazine.rbc.ru/2012/08/26/rating/562949984594862.shtml>.

<sup>4</sup> Косорукова И. В. Влияние управления стоимостью бизнеса на его конкурентоспособность // Современная конкуренция. 2007. № 2 (2). С. 81.

ятия, связанного с инновациями и высокими технологиями. В России нет современных высокотехнологичных «национальных чемпионов» вроде Apple в Америке, которые кормят общество, а не содержатся за его счет. В этой связи о качественном развитии отечественной экономики не может идти и речи.

Исследование перспектив развития сектора быстрорастущих компаний должно опираться на анализ факторов и источников роста. Успехи большинства быстрорастущих и ускоряющихся компаний связаны преимущественно с внешними факторами: повышением цен на их продукцию и общим подъемом отрасли. В ценовой политике многие предприятия отказались от трансфертных цен (т. е. продажи своей продукции по ценам ниже рыночных аффилированным структурам), а также исключили давальческие схемы (т. е. получение дохода только от переработки сырья)<sup>5</sup>.

Для большинства крупных компаний источником роста служили экстенсивные факторы, связанные с максимально возможным использованием производственных мощностей и увеличением объемов выпуска существующей продукции. Однако этот потенциал возможностей практически исчерпан.

Как отмечает А. А. Семченко: «Формирование и поддержание конкурентного потенциала затрагивает весь механизм деятельности предприятия, связанный с технологической цепочкой и взаимодействием с партнерами. Вместе с тем в условиях активизации конкурентной борьбы на товарных рынках, на наш взгляд, наиболее устойчивым является обеспечение инновационных конкурентных преимуществ, т. е. конкурентных преимуществ, основанных на использовании инноваций. Инновации формируют конкурентные преимущества со значительной степенью устойчивости. Подытоживая

<sup>5</sup> Григорьев Ю. В. Проблемы организационного развития бизнес-процессов // Проблемы современной экономики, 2011, № 1. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3488>.

вышесказанное, отметим, что под инновационным обеспечением конкурентного потенциала предприятия можно понимать создание и реализацию инновационных конкурентных преимуществ в области характеристик качества предлагаемых рынку услуг, стоимостных параметров, методов формирования ассортимента услуг, организации производства и управления на предприятии, формирование и поддержание деловой репутации предприятия, как одно го из важнейших конкурентных преимуществ<sup>6</sup>.

### **Значимые факторы развития и роста организаций**

Одним из значимых факторов, обуславливающим высокие темпы роста, является активная территориальная экспансия — сначала в регионы России, а затем в Содружество Независимых Государств (СНГ) и страны дальнего зарубежья. Но доля организаций, обеспечивающих свой динамичный экономический рост за счет новой, уникальной продукции, крайне невелика. Очевидно для этого фактора не созданы предпосылки и соответствующие условия. Большинство отечественных предприятий на современном этапе обеспечивает интенсивный рост за счет создавшейся благоприятной конъюнктуры.

Значимыми факторами роста организаций выступают также появление новых групп потребителей и рост заимствований (источников финансирования). Проблема финансирования роста актуальна даже для весьма прибыльных бизнесов. Компании становятся рентабельными довольно быстро. Однако темпы роста оборота гораздо выше генерируемых ими прибылей, поэтому в течение первых четырех лет им нужно так много дополнительных финансовых ресурсов.

Вне зависимости от внешних источников роста организация должна обладать внутренними факторами, стимулирующи-

ми рост и развитие. К таким факторам относятся деловые и профессиональные качества руководителей и наличие у предприятия эффективных производственных и хозяйственных процессов, а также учетных процедур (что позволяет предприятию быстро распространять опыт и организационную структуру при освоении новых регионов и рынков). Необходимо учитывать, что с ростом компании увеличивается риск утраты информационного контроля и потеря обратной связи.

### **Выбор успешной стратегии**

Исследование западных компаний — рекордсменов роста показало, что корпоративная культура является более важным фактором роста бизнеса, чем, например, формальная организационная структура компании или организация бизнес-процессов. В быстрорастущих компаниях корпоративная культура выполняет важнейшую функцию — мобилизует всех сотрудников на достижение главной цели — быстрого прибыльного роста бизнеса, при этом компенсируя недовершенство организационной структуры и бизнес-процессов.

Большинство компаний выбирают стратегию узкой специализации. Они сосредотачивают все усилия на одном конкретном товаре или одной очень привлекательной для потребителей услуге. Лишь некоторые из них предоставляют покупателям комплекс тесно связанных между собой товаров/услуг. Диверсифицированных компаний среди лидеров роста нет.

Основополагающим фактором в создании успешно работающей компании становится оригинальная идея, из которой выстраивается целостная концепция бизнеса. Оригинальная идея, трансформируемая в создание уникального предложения, таит в себе нераскрытый потенциал со стороны потребительского спроса, поскольку предполагает работу фирмы в достаточно узком сегменте, что обеспечивает ей относительную защиту от действий конкурентов.

<sup>6</sup> Семченко А. А. Конкурентный потенциал и конкурентные преимущества предприятия // Современная конкуренция 2008. № 4 (10). С. 36–37.

## Новые тенденции

Когда с развитием информационных технологий главным конкурентным преимуществом компаний стали скорость и непрерывные инновации, малые компании все чаще становятся лидерами и победителями в конкурентной борьбе. Такая ситуация создала новые перспективы сотрудничества крупного и малого бизнеса. У передовых компаний венчурные инвестиции крупного бизнеса в малый бизнес стали нормой. Выращивание малого инновационного бизнеса на продажу крупному стало распространенным и очень прибыльным бизнесом<sup>7</sup>.

В России же пока рынок корпоративных венчурных инвестиций и поглощений, несмотря на его огромные преимущества, развивается слабо. Главная проблема здесь как у малых фирм, так и крупных одна и та же — их руководителям не хватает предприимчивости. Лидерам малых фирм не хватает предприимчивости, чтобы сделать свой проект привлекательным для корпоративного инвестора, а топ-менеджерам крупных фирм не хватает предприимчивости, чтобы внести в свои стратегические планы венчурные стратегии.

## Заключение

В данной статье раскрыты лишь некоторые проблемы, возникающие у компаний с высокими темпами роста и развития. Подчеркнем, что рост определяется увеличением количественных показателей деятель-

ности компаний, развитие характеризуется увеличением возможностей организации достигать свои цели. Ограничения роста заложены во внешнем окружении, а ограничения развития находятся внутри самой системы. В дальнейших исследованиях интересно учесть особенности развития отраслей с высокими темпами развития и влияние формирования сектора быстрорастущих компаний на региональное развитие.

## Список литературы

1. Григорьев Ю. В. Проблемы организационного развития бизнес-процессов // Проблемы современной экономики, 2011, № 1. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3488>.
2. Ермак С. Созидательные разрушители // Эксперт Урал, 2012, № 25. URL: <http://expert.ru/ural/2012/25/sozidatelnyie-razrushiteli/?n=171>.
3. Емельянов А. А. Научно-техническая информация как основа инновационного развития // Прикладная информатика. 2011. № 5 (35).
4. Косорукова И. В. Влияние управления стоимостью бизнеса на его конкурентоспособность // Современная конкуренция. 2007. № 2 (2).
5. Котельников В. Причины неудач стратегических альянсов // URL: [http://www.cecsi.ru/coach/strategic\\_alliances\\_failures.html](http://www.cecsi.ru/coach/strategic_alliances_failures.html).
6. Лосев М., Фомичева М. Лидеры роста отстающих // URL: <http://magazine.rbc.ru/2012/08/26/rating/562949984594862.shtml>.
7. Семченко А. А. Конкурентный потенциал и конкурентные преимущества предприятия // Современная конкуренция 2008. № 4 (10).
8. Юданов А. Ю. Покорители «голубых океанов» (фирмы-«газели» в России) // Современная конкуренция. 2010. № 2(20).

<sup>7</sup> Котельников В. Причины неудач стратегических альянсов // URL: [http://www.cecsi.ru/coach/strategic\\_alliances\\_failures.html](http://www.cecsi.ru/coach/strategic_alliances_failures.html).

*О. Kiselkina, PhD, Associate Professor of Department of Economic Methodology and History of Kazan Federal University*

## PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF HIGH-GROWTH COMPANIES IN RUSSIAN ECONOMY

In the article the problems of forming of the segment of high-growth companies in Russian economy are shown, properties of such companies are defined, factors and sources of growth are analyzed.

**Key words:** segment of high-growth companies, rating of high-growth companies, factors of companies growth.