

Бизнес-группы в период экономического подъема (1999-2003) и их роль в развитии предприятий по материалам опросов и интервью*

1. Цели анализа и характеристика выборки

Доклад характеризует результаты обследования промышленных предприятий, входящих в бизнес-группы различного типа. Общая цель анализа состояла в том, чтобы объяснить широкое распространение и устойчивость формы бизнес-группы (в первую очередь в виде холдинга) в российской промышленности, в условиях преобладания инсайдерского контроля и высоких издержек обеспечения выполнения контрактов в системе отношений «внешний собственник – наемный менеджер». Доля ответа на этот вопрос анализировалось экономическое положение входящих и не входящих в бизнес-группы предприятий, их стратегии реструктуризации и механизм принятия решений внутри бизнес-групп.

Данные об участии предприятий в бизнес-группах собирались в рамках двух опросов предприятий, проводившихся последовательно в 2001 и 2002 гг. (далее «опрос-2001» и «опрос-2002»). Выборки предприятия в рамках двух проведенных вопросов существенно пересекались. Проблемы функционирования групп обсуждались и в рамках глубоких интервью, организованных осенью 2003 г. Помимо результатов опроса, для части выборки мы располагали данными статистической отчетности предприятий. Тот факт, что опросом и интервьюированием были охвачены предприятия, не относящиеся к очень крупным, можно рассматривать в том числе и как достоинство, поскольку анализ бизнес-групп за пределами крупнейших предприятий позволяет пренебречь проблемами, связанными с ролью органов исполнительной власти в формировании и развитии российских бизнес-групп.

Однако границы выборки, безусловно, ограничивают и приведенные в докладе выводы совершенно определенным типом бизнес-групп, включающим, как правило, созданные еще в советский период приватизированные предприятия среднего размера, в первую очередь в машиностроении, легкой и пищевой отраслях.

2. Предприятия бизнес-групп в российской промышленности: источники преимуществ

Судя по результатам анкетирования, в различные объединения входит значительная часть российских предприятий. В опросе-2001 на вопрос о том, является ли предприятие абсолютно независимым или входит в группу, из 431 респондента 63% указали, что предприятие не входит ни в какую группу, 13% идентифицировали себя как принадлежащих к неформальной группе, 11% - как принадлежащих к оформленной группе, определяющей стратегическую политику предприятия, 13% - как принадлежащих к группе, которая определяет перспективное развитие и текущую деятельность. В большинстве укрупненных отраслей (по двузначной классификации ОКОНХ), которые были представлены в выборке достаточным числом респондентов, встречались предприятия всех трех выделенных типов.

* Доклад подготовлен в рамках проекта исследовательских грантов ГУ-ВШЭ (2003) «Предпринимательские сети в российской экономике: альтернативные объяснения и российская реальность». Используются данные, собранные в рамках исследовательского проекта «Нерыночный сектор в экономике России» под руководством Е.Г.Ясина (2001-2004).

В опросе-2002 из 484 респондентов, ответивших на вопрос о принадлежности к группе, 68% указали, что не входят в группу, 15% идентифицировали себя как принадлежащих к неформальным объединениям, 17% - как принадлежащих к оформленным объединениям.

Интервьюированием было охвачено 32 респондента, 30 из которых представляли предприятия. Из тридцати предприятий 16 принадлежат к различным бизнес-группам. Среди них подавляющую долю составляют бизнес-группы, основанные на акционерных инструментах. Лишь один респондент указал на принадлежность к объединению договорного типа, которое тем не менее выполняет функции, свойственные иерархической организации. Часть предприятий работают по давальческим (или аналогичных им) контрактам, однако субъективно не относят их к форме возникновения бизнес-групп.

Чем крупнее предприятие, тем выше вероятность включения в бизнес-группу, поэтому доля объединенных группами предприятий в выпуске выборки вдвое превосходит их долю в численности (по данным опроса-2002). Среди различных отраслей промышленности большая доля предприятий входит в группы в отраслях машиностроения и металлообработки, пищевой промышленности и электроэнергетики, меньшая доля – в промышленности строительных материалов и легкой промышленности. Однако отраслевые колебания доли объединенных группами предприятий вряд ли можно признать очень значительными: от одной трети в машиностроении до одной пятой в промышленности строительных материалов.

Принадлежащие к бизнес-группам предприятия в период 1999-2002 гг. демонстрировали более высокие темпы роста выпуска и численности занятых, нежели предприятия, не принадлежавшие к бизнес-группам. Однако опережение роста выпуска появляется, только начиная с 1999 г. (табл. 1).

Таблица 1. Изменение выпуска и численности занятых в 1997-2002 гг. на предприятиях, входящих и не входящих в бизнес-группы*

	Рост выпуска в реальном выражении (раз)		Рост среднесписочной численности занятых (раз)	
	1997-2002	1999-2002	1997-2002	1999-2002
Предприятия, не входящие в бизнес-группы	243 6,56 (69,85) 0,83	244 4,68 (38,80) 1,03	272 1,05 (0,87) 0,93	284 1,13 (1,52) 0,96
Предприятия, входящие в неформальные бизнес-группы	56 3,11 (7,56) 1,14	54 5,40 (22,94) 1,24	59 1,27 (1,94) 1,05	61 1,60 (3,00) 1,08
Предприятия, входящие в оформленные бизнес-группы	64 1,44 (1,87) 0,96	64 9,49 (61,88) 1,00	70 1,64 (5,40) 0,96	71 1,44 (3,99) 0,99
Выборка в целом	363 5,13 (57,23) 0,90	362 5,64 (41,98) 1,06	401 1,18 (2,48) 0,94	416 1,25 (2,36) 0,97

* Данные в ячейках последовательно представляют: число наблюдений, среднее (стандартное отклонение), медиану.

Относительные успехи принадлежавших к группам предприятий связаны в первую очередь с фактором спроса – с существенно более высокими показателями обеспеченности заказами по сравнению с не входящими в группу предприятиями. По данным опроса-2002, среди входящих в группы предприятия в два-три раза ниже доля тех, кто обеспечен заказами на короткие сроки (до 1 месяца) и, напротив, в два-три раза выше доля обеспеченных заказами на срок свыше года (табл.2). По результатам опроса-2001 сравнительные преимущества входящих в группы предприятий с точки зрения обеспеченности заказами еще выше. Отсюда и более высокая загрузка производственных мощностей, и более высокая субъективная оценка экономического положения предприятия.

Таблица 2. Средняя обеспеченность заказами предприятий, входящих и не входящих в бизнес-группы в 2001 г. (в % от числа предприятий каждого типа): анкета 2002 г.

Средняя обеспеченность заказами	Предприятия, не входящие в бизнес-группы	Предприятия, входящие в неформальные объединения	Предприятия, входящие в формальные объединения	Численность респондентов
до 1 месяца	25,00	17,81	8,75	98,00
1-3месяца	25,32	30,14	15,00	113,00
3-6месяцев	14,42	20,55	21,25	77,00
6-12месяцев	28,53	17,81	37,50	132,00
Более 12 месяцев	6,73	13,70	17,50	54,00
Численность респондентов	312,00	73,00	80,00	465,00

Важные особенности поведения входящих и не входящих в бизнес-группы предприятий были обнаружены в сфере инновационных стратегий (рис.1-1 и рис.1-2).

Среди входящих в группы предприятий заметно выше доля тех, кто вводил новые производственные мощности, менял структуру управления и состав менеджеров, повышал квалификацию менеджеров, вводил новые формы учета и планирования, увеличивал расходы на НИОКР и маркетинг, реализовывал инвестиционный проект. Одновременно – ниже доля осваивавших новые виды продукции и снимавших продукцию с производства.

Если мы устраним из приведенного перечня мероприятия, связанные с большим расширением масштабов производства (новые производственные мощности), можно сделать вывод, что объединенные в группы предприятия более интенсивно осуществляют мероприятия, связанные с маркетингом как сферой внешних сделок предприятия, и несколько реже – связанные с обновлением ассортимента продукции (если не считать расходы на НИОКР, которые могут иметь целью совершенствование как продукта, так и процессов). Принадлежность к группе обычно сопровождается обновлением в структуре и составе управления компанией. По сравнению с предприятиями, не входящими в группы, предприятия групп в большей степени осуществлять «внутреннюю» или управленческую реструктуризацию по сравнению с «внешней» или маркетинговой реструктуризацией.



— Предприятие не входит в бизнес-группу (N=190-230)
 — Предприятие входит в неформальное объединение (N= 50-55)
 — Предприятие входит в формальное объединение, определяющее стратегическую деятельность (N=40-45)
 — Предприятие входит в оформленное объединение, определяющее стратегическую и оперативную деятельность (N=45-55)

Рис. 1-1. Инновации на предприятиях, входящих и не входящих в бизнес-группы, в течение трех лет, предшествовавших опросу (опрос-2001)



Рис.1-2. Инновации на предприятиях, входящих и не входящих в бизнес-группы, в течение года, предшествовавшего опросу (опрос-2002)

Причины подобного различия можно искать в отраслевых особенностях, размере предприятий, а также особенностях структуры собственности и корпоративного управления. Обратимся к последнему вопросу более подробно. Входящие и не входящие в различного типа объединения акционерные общества не обнаруживают – что удивительно, – существенных отличий ни в структуре собственности, ни в характеристиках исполнительных органов. Показатели концентрации собственности выше у АО, принадлежащих к оформленным объединениям, однако тенденции изменения концентрации собственности в различных типах компаний совпадают (Таблица 3). Совпадает и типичная численность совета директоров (7 человек), и показатели представительства различных групп в советах директоров. Независимо от принадлежности к группе, директор типичного предприятия имеет значительный стаж работы как в данной должности, так и на других должностях, что указывает на высокую роль в корпоративном управлении инсайдеров.

Таблица 3. Концентрация собственности в акционерных обществах, входящих и не входящих в бизнес-группы в 1998 и 2001 гг.*

	Предприятия, не входящие в бизнес-группы	Предприятия, входящие в неформальные объединения	Предприятия, входящие в оформленные объединения	Выборка в целом
Доля крупнейшего акционера в 1998 г.	129	42	43	214
	36,26 (24,41)	30,78 (23,26)	39,79 (25,17)	35,89 (24,40)
	30,00	20,00	39,00	29,29
Доля крупнейшего акционера в 2001 г.	141	44	47	232
	40,39 (25,58)	39,41 (25,06)	43,69 (23,29)	40,88 (24,82)
	34,00	38,00	48,50	38,00
Доля трех крупнейших акционеров в 1998 г.	103	35	32	170
	46,99 (22,81)	48,99 (29,42)	55,50 (24,92)	48,44 (24,63)
	45,10	45,00	52,50	46,50
Доля трех крупнейших акционеров в 2001 г.	115	37	36	188
	54,49 (23,97)	58,32 (27,61)	64,49 (24,27)	56,77 (24,85)
	54,00	59,00	67,00	55,00

* Данные в ячейках последовательно представляют: число наблюдений, среднее (стандартное отклонение), медиану.

Лучшее представление об особенностях корпоративного управления на предприятиях групп дают результаты интервью. В качестве непосредственных стимулов включения компаний в состав холдингов называются разные соображения. Однако практически для всех респондентов, представляющих приватизированные предприятия, основанные еще в советский период, основное преимущество холдингов проявляется в том, что холдинг берет на себя организацию внешних сделок предприятий, обслуживание «финансового контура», оставляя на предприятии функции «производственной площадки». Именно такое разделение, по мнению респондентов, приводит к расширению сбыта.

В разделении полномочий и ответственности между предприятиями и холдингами можно найти признаки жесткой централизации полномочий на уровне контролирующего собственника [Долгопятова и др., 2004], но это относится почти исключительно к полномочиям в области внешних сделок по “финансовому контуру”. Разделение полномочий между холдингами и предприятиями скорее укладывается в схему «финансовые решения» – «производственные решения» или «маркетинг» – «управление ресурсами», нежели в схему «стратегическое управление» - «оперативное управление». Финансовые вопросы оперативного управления централизованы на уровне холдинга, в то время как стратегические вопросы ассортимента или кадровой политики переданы на уровень предприятия.

В этом контексте бизнес-группы можно рассматривать как логичное развитие модели «рассеянной компании», которая хорошо была описана в контексте уклонения от уплаты налогов [Кузнецов, Горобец, Фоминых, 2002], однако создавалась по причинам, связанными в первую очередь со сложностями адаптации менеджмента приватизированных предприятий к принятию решений в условиях рынка [Паппэ, 2002а, б]. В этой системе формально рыночные сделки между самостоятельными участниками фактически обслуживали потребности иерархической координации. Подобная модель координации производственной активности использовалась и в других переходных экономиках и описана Старком как модель рекомбинированной собственности [Старк, 1996].

В модели «рассеянного предприятия» финансовые и маркетинговые функции вынесены за пределы «основной производственной площадки», так же, как и в проанализированных бизнес-группах. Необходимо отметить и важные различия. Развитие «рассеянного предприятия» сопровождало становление инсайдерской модели собственности и контроля, обеспечивая в том числе и недивидендные способы получения дохода от собственности [Розинский, 2002].

Сохранение и углубление подобного разделения полномочий в рамках бизнес-групп требует дополнительного объяснения. В этой связи можно поставить несколько вопросов. Почему внешний собственник использует именно такое разделение полномочий, а менеджер соглашается с ним? Какую роль играет такое разделение полномочий в развитии системы корпоративного управления в России? Такое объяснение не в последнюю очередь должно быть связано с агентской теорией.

В условиях несовершенного правоприменения задача обеспечения соответствия поведения менеджера целям собственника должна быть выполнена контрактом с менеджером (в широком смысле слова). Контракт менеджера должен при этом обладать свойствами низких издержек верификации и ограничений возможностей оппортунизма. Кроме того, менеджерам (директорату) предприятия должен быть обеспечен стимул перераспределения пакета акций как оснований для контроля в пользу внешнего собственника.

Описанная выше модель организация российских бизнес-групп удовлетворяет этим требованиям. Цели менеджера, сформулированные в терминах производственных заданий, позволяют, во-первых, экономить на издержках мониторинга поведения менеджера, во-вторых, ограничивать возможности его оппортунизма (поскольку роль менеджера при заключении внешних контрактов компании сводится практически к технической). В свою очередь, директор согласится на перераспределение контрольного пакета акций в пользу внешнего собственника (учитывая, что он обладает возможностями предотвратить этот процесс), если функционирование в качестве «производственной площадки» приносит большие выгоды, нежели сохранение всего комплекса полномочий по организации деятельности компании в своих руках.

Особенность стимулов к отказу от формально закрепленных прав контроля в российской промышленности может состоять в том, что эти стимулы связаны просто с возможностью более эффективной организации маркетинговой деятельности предприятия. Кроме того, принципал должен обеспечить директору сохранение значительной части источников текущих доходов. Учитывая недивидендный характер доходов, это может предполагать сохранение достаточно высокой автономии менеджмента (директората) в решении «производственных» вопросов, вместе с возможностями извлечения соответствующих выигрышей. Возможности радикальной внутренней реструктуризации компаний в рамках действия подобного контракта между внешним собственником и директором существенно ограничены.

3. Бизнес-группы и конкурентоспособность: основные выводы и вопросы для обсуждения

Описанная модель функционирования бизнес-групп должна оказывать противоречивое воздействие на конкурентоспособность. С одной стороны, как показывают результаты анкетирования и интервью, бизнес-группы относительно удачно решают вопросы маркетинга как системы сбыта продукции. Финансовые потоки направляются на те инвестиционные проекты, которые приводят к созданию конкурентоспособной продукции, новые формы управления и учета позволяют лучше оценивать результаты экономической деятельности и предпринимать усилия по ее совершенствованию. С другой стороны, воздействие бизнес-групп на внутреннюю политику предприятия остается ограниченным. Поэтому еще раз следует подчеркнуть, что развитие бизнес-групп описанного типа является компромиссом в условиях необходимости рыночно-ориентированной реструктуризации и относительной устойчивости инсайдерского контроля (независимо от распределения прав собственности).

Данное распределение принятия решений может препятствовать повышению конкурентоспособности в силу разделения центров принятия решений разного типа. Те агенты, которые непосредственно воспринимают рыночные сигналы, имеют ограниченные возможности для адаптации производства в соответствии с этими стимулами и не всегда достаточно хорошо представляют возможности адаптации производственных единиц. В свою очередь, располагающие специфическими знаниями производства менеджеры не получают достаточно детализированной информации о тенденциях изменения рыночного спроса. Такая структура управления может снижать эффективность не только собственно производственной, но и маркетинговой политики компаний.

Поэтому, в частности, для бизнес-групп при расширении объема продаж характерно более медленное обновление ассортимента (особенно в части снятия продукции с производства).

Аналогично, если внешние собственники, в том числе бизнес-группы не осуществляют реструктуризацию, нацеленную на снижение издержек, то менеджеры (директорат), не обладают соответствующими стимулами не только потому, что не являются претендентами на остаток, но и потому, что важным источником их выигрышей остаются доходы аффилированных «обслуживающих» компаний.

Общие результаты деятельности описанной категории бизнес-групп во многом определяются динамикой спроса на продукцию предприятий. В условиях импортозамещения и экономического подъема – когда благодаря росту спроса можно

увеличивать продажи и без существенного повышения эффективности использования ресурсов, - бизнес-группы продемонстрировали себя достаточно успешными. Однако неблагоприятное изменение спроса может продемонстрировать ограниченность возможностей принятия решений в рамках описанной организационной структуры.

Вместе с тем, нельзя не заметить, что охарактеризованная модель определенно носит переходный характер, представляя одну из возможностей реструктуризации деятельности предприятий, созданных в советский период.

Список использованной литературы

Долгопятова Т.Г., Голикова В.В., Симачев Ю.В., Яковлев А.А. Инсайдеры, аутсайдеры и хорошее корпоративное управление в России и Болгарии. Доклад на семинаре ГУ-ВШЭ 16 января 2004 г.

Дынкин А. Соколов А. Интегрированные бизнес-группы в российской экономике. Вопросы экономики, 2002, № 4.

Кузнецов П.В., Горобец Г.Г., Фоминых А.К. Неплатежи и бартер как отражение новой формы организации промышленности в России. В: Предприятия России: корпоративное управление и рыночные сделки. - М.: ГУ-ВШЭ, 2002.

Папэ Я.Ш. Российский крупный бизнес как экономический феномен: особенности становления и современного этапа развития. Проблемы прогнозирования, 2002, № 1.

Папэ Я.Ш. Российский крупный бизнес как экономический феномен: специфические черты, модели его организации. Проблемы прогнозирования, 2002, № 2.

Розинский И.А. 'Механизмы получения доходов и корпоративное управление в российской экономике'. В сборнике: 'Российские предприятия: корпоративное управление и рыночные сделки' М., изд-во ГУ-ВШЭ, 2002.

Старк Д. 'Рекомбинированная собственность и рождение восточноевропейского капитализма'. Вопросы экономики, 1996, № 6.