

А.Ю. Юданов

Финансовая академия
при Правительстве РФ, Москва**Носители
предпринимательства:
фирмы-газели в России**

«Газели», т.е. фирмы, демонстрирующие долговременный и быстрый рост, оказывают сильное, порой решающее влияние на макроэкономическую динамику, а потому интенсивно изучаются на Западе. В статье изложены результаты первого эмпирического исследования подобных фирм-газелей в России. Численность «газелей» в нашей стране существенно выше, а относительный вклад в экономический рост – ниже, чем на Западе; среди крупных и средних фирм только они дают долговременный рост занятости. «Газели» выступают агентом заимствования, адаптации и разработки технологий. В ряде случаев рост «газелей» подчиняется экспоненциальному закону. Выдвинута гипотеза, что этот феномен отражает предпринимательскую природу «газелей».

Ключевые слова: *быстрорастущие фирмы, предпринимательство, экономический рост, экспоненциальный рост, инновация.*

Классификация JEL: L26, O31, O33.

1. Введение

Понятие «фирма-газель» было введено в 1980-е годы Дэвидом Берчем. Ученый впервые изучил индивидуальные траектории роста тысяч американских фирм. Это была крайне трудоемкая процедура, сложность которой до сих пор сдерживает аналогичные исследования. Зато пионерская методика Д. Берча дала блестящий результат, во многом заложив основы популяционной динамики фирм.

Было установлено (Birch, 1987; Birch, Medoff, 1994), что большинство как крупных («слоны», по Берчу), так и мелких («мышь») компаний растут медленно и вносят минимальный вклад в увеличение занятости и рост ВВП. Существует, однако, небольшая группа фирм, которая сочетает высокую динамичность и устойчивость роста. Д. Берч присвоил им ставшее позднее общепринятым название «газелей», подчеркнув этим сходство данного типа фирм с животным, которое не только развивает высокую скорость, но и способно в отличие, например, от гепарда поддерживать ее на стайерских дистанциях. По оценкам Д. Берча, «газели», составляя всего 4% общего числа фирм, создали примерно 70% (!) новых рабочих мест, появившихся в США в 1988–1992 гг.

Выявление типа фирм, имеющих исключительное значение для развития экономики, не могло не привлечь к себе пристального внимания. Неудивительно, что начались интенсивные международные исследования «газелей». Несмотря на заметную критику (см., например (Davis et al., 1996), выводы Д. Берча получили множество подтверждений (Kirchhoff, 1994; Audretsch, 2002; Delmar, Davidsson,

Gartner 2003; Europe INNOVA, 2008; Acs, Parsons, Tracy, 2008). В новейшем обзоре литературы, посвященной «газелям», говорится: «все исследования свидетельствуют: «газели» создают большую часть прироста занятости, или весь этот прирост, или даже больше, чем весь прирост (в случае, когда суммарная занятость всех фирм-негазелей сокращается)» (Henrekson, Johansson, 2009, p. 14). Сам Д. Берч в 1996 г. получил престижную шведскую премию NUTEK¹.

Современные количественные оценки влияния «газелей» на экономику не оставляют сомнений в большой, даже решающей значимости их феномена. Так, согласно материалам исследовательской группы ЕС «наиболее цитируемые работы демонстрируют, что в каждой новой когорте фирм от 3 до 10% компаний дают 50–80% общего экономического воздействия, производимого данной когортой за время существования» (Europe INNOVA, 2008, p. 6). Даже самые низкие оценки влияния «газелей» весьма высоки. Например, в Финляндии (Autio, Arenius, Wallenius, 2000) вклад 1% фирм-газелей составил «только» 40% общего увеличения занятости.

Легко заметить, что поразительно большой вклад горстки фирм-газелей в общеэкономический рост хорошо согласуется с так называемым законом Парето. Согласно ему ключевую роль в поведении нелинейных многофакторных систем обычно играют не все, а лишь небольшое число высокопроизводительных факторов. Открытие «газелей» показало, что «энергия роста» рыночной экономики не распределена равномерно среди многочисленных хозяйствующих субъектов, а сконцентрирована в небольшом числе фирм, которые играют роль «моторов» развития.

Существуют ли «газели» в современной экономике России? Несмотря на очевидную значимость подобного вопроса, ответа на него до последнего времени не было не только для нашей страны, но и для других постсоциалистических стран. Среди тысяч научных статей, посвященных «газелям», выполнено лишь 20 эмпирических работ на материалах 11 развитых стран (Henrekson, Johansson, 2009).

Изучение «газелей» в России началось в 2003 г. в Финансовой академии² в форме case studies наиболее успешных фирм ряда отраслей³ (Юданов, 2007а, 2007в). Параллельно исследования успешных компаний среднего бизнеса проводил журнал «Эксперт»⁴ (Виньков и др., 2008). С 2007 г. обе группы перешли к тесной координации усилий, что позволило впервые оценить значимость феномена «газелей» для России.

В нашем распоряжении находилась официальная статистическая информация за 1999–2006 гг. о всех российских предприятиях (17 тыс. фирм), имевших в 2006 г. выручку свыше 10 млн долл. и су-

¹ Поскольку эта премия, которую часто сравнивают с Нобелевской премией для исследователей предпринимательства, не слишком известна в России, укажем, что среди других ее лауреатов были такие выдающиеся экономисты, как И.М. Кирцнер и В.Дж. Бомоль.

² Основными участниками проекта, кроме автора настоящей статьи, являются Н.Н. Думная (Думная, 2009), Г.В. Колодная (Колодная, 2007), В.В. Разумов, В.А. Успенский, Е. В. Медина.

³ Пищевой и фармацевтической промышленности, банковского сектора и сектора высоких технологий.

⁴ Т.И. Гурова, Ю.А. Полунин, А.В. Виньков.

ществовавших к этому моменту не менее 3 лет. Другая официальная, но не полностью сопоставимая с первой, база охватывала данные о 25 тыс. предприятий за 2003–2007 гг. Сведения о каждой фирме включали: выручку, основные средства, внеоборотные активы, дебиторскую и кредиторскую задолженность, расходы на НИОКР и прибыль. Существенным недостатком баз данных было и остается отсутствие в них сведений о численности занятых.

Другими словами, в сферу исследования попало подавляющее большинство крупных и средних предприятий России, а исследуемый период (1999–2007 гг.) полностью охватил время экономического подъема в России от памятного дефолта 1998 г. до начала мирового кризиса 2008 г.

Исходная база данных была очищена от организаций нерыночной природы (унитарных предприятий и др. – отсев 15–20%). Специально были выделены перманентные фирмы (permanent firms) – так принято называть компании, которые существовали на протяжении всего исследуемого периода. Обычно именно перманентные фирмы рассматриваются как аппроксимация генеральной совокупности фирм страны (например, при определении доли «газелей»). Поскольку далеко не все фирмы, действовавшие в 2006 г., существовали уже в 1999 г., в нашем распоряжении для периода 1999–2007 гг. осталось около 6,5 тыс. перманентных фирм, для более коротких пятилетних отрезков времени их число доходило до 10 тыс. фирм.

Содержательную интерпретацию статистических данных облегчили составление и анализ досье наиболее примечательных «газелей» (примерно 360 фирм). Кроме того, руководители 42 «газелей» приняли участие в анкетировании, а 14 фирм дали глубинные интервью⁵.

Задачи исследования состояли в первичном описании российской популяции «газелей». Отметим, что априори само существование таких фирм в нашей стране не очевидно: далеко не факт, что турбулентная среда реформируемой экономики оставляет возможность для *стабильно* быстрого роста фирм. Тем более непредсказуемы были возможная численность «газелей» и величина их вклада в общенациональный рост. И, конечно, важно попытаться понять природу русских «газелей»: можно ли видеть в них, как в их западных аналогах, здоровый, предпринимательский бизнес?

2. Российская популяция «газелей»

В литературе нет описания общепринятой методики выявления «газелей». Нами за основу был принят алгоритм Берча, согласно которому к «газелям» причисляются компании, которые показывают *рост выручки на 20% и выше в каждом году на протяжении не менее 5 лет подряд*. Уточнение алгоритма применительно к России состояло в том, что данные были дефлированы, чтобы исключить влияние сильной инфляции.

⁵ Многие из этих интервью, а также материалы Первого конгресса русских газелей можно найти на сайте <http://gazeli.expert.ru> (режим доступа: свободный; загл. с экрана; яз. рус.). Кроме автора статьи в разработке анкеты принимали участие В.М. Полтерович (ЦЭМИ, РЭШ), Т.И. Гурова («Эксперт»), Б. Батлер (Curtin University, Australia).

Таблица 1
Численность «газелей» в России

Период, годы	Число перманентных фирм	Среднегодовая доля фирм-спринтеров*, %	Число «газелей»**	Доля «газелей» среди перманентных фирм, %
1999–2003	6524	51,5	484	7,4
2000–2004	7348	48,7	527	7,2
2001–2005	8244	48,3	587	7,1
2002–2006	9381	49,1	744	7,9
2003–2007	10174	48,8	830	8,2

* Доля фирм с темпом роста выручки выше 20% (постоянные цены) во всей популяции фирм.

** Включая дочерние фирмы крупных корпораций, в том числе и иностранных.

Источник: База данных российских предприятий среднего бизнеса Медиахолдинг «Эксперт» – Финакадемия».

Алгоритм Берча⁶, в отличие от других способов выделения «газелей», требует от фирм не только высокого темпа роста, но и устойчивости такого роста во времени. Тем самым отсекаются те, чей рывок вперед был случайным. Например, фирма, однажды сумевшая удвоить выручку, а потом развивавшаяся низкими темпами, согласно методике Берча в число «газелей» не попадет, даже если средний темп ее роста за 5 лет превысит 20%.

Это свойство алгоритма Берча применительно к России дает в руки исследователей эффективный инструмент распознавания природы роста фирм. Действительно, в обстановке молодой рыночной экономики разового успеха добиваются многие фирмы. Мы условно назвали их спринтерами, чтобы отличать от «газелей». Доля спринтеров – естественный индикатор возможностей быстрого роста, открытых для фирм страны в конкретном году. В России этот показатель устойчиво высокий: в период подъема 1999–2007 гг. каждый год примерно половина всех фирм росла в темпе 20% и выше (табл. 1).

Лишь немногие спринтеры, повторяя успех из года в год, становятся «газелями». Впрочем, и «газелей» в России оказалось много. Согласно прямым подсчетам по нашим базам данных (см. табл. 1) они составляют 7–8% числа перманентных фирм. Напомним, что в развитых странах требования алгоритма Берча обычно выдерживают лишь 3–5% фирм. При этом есть ряд оснований, заставляющих полагать, что даже эти высокие цифры резко занижают реальную численность «газелей» в России.

Во-первых, наши базы данных не включали малые фирмы, к числу которых, как известно, относится большинство «газелей». Так, в уже цитированном обзоре исследований «газелей» отмечается, что «газели» в среднем меньше и моложе других фирм» (см. (Henrekson, Johansson, 2009, p. 1)). Во-вторых, многие русские «газели» организо-

⁶ В основу выделения газелей часто кладется средний темп роста за период, см., например (Kirchhoff, 1994; Schreyer, 2000; Deschryvere, 2008; Acs, Parsons, Tracy, 2008). В этом случае в отдельные годы темп роста вполне может быть низким или даже отрицательным.

ваны не как единые фирмы, а как «группы компаний». Это значит, что даже небольшая фирма искусственно делится на ряд формально независимых мелких и мельчайших фирм, в результате чего «исчезает» из официальной статистики (а значит, и из подсчетов в табл. 1). Нам были доступны⁷ неофициальные консолидированные данные групп компаний, действующих в секторе высоких технологий. Сравнив эти данные с данными официальной статистики, мы убедились, что по крайней мере в этой отрасли более половины реально существующих «газелей» остаются неучтенными. В-третьих, в использовавшиеся данные не включались банки, а этот сектор, как нам было известно из ранних исследований, породил в России большое число «газелей».

Наша окончательная оценка численности «газелей» в России склоняется поэтому к величинам порядка 12–13% числа перманентных фирм. Это очень большая доля, – она в разы превышает соответствующие показатели в странах Запада. Вопреки распространенной шутке Россию следует называть не «родиной слонов», а, скорее, «страной «газелей»», открывающей возможности стремительного и устойчивого роста для поразительно большой доли экономических агентов. Не случайно, общим местом в рассуждениях российских предпринимателей, перенесших свой бизнес на Запад, является мысль о том, что там он значительно менее рискованный, но и несравнимо менее перспективный, чем в России.

Как же росли и какую роль в экономике страны играли русские «газели»? Темпы их роста были впечатляющими (табл. 2). «Газели» ежегодно увеличивали выручку в среднем на 78%, в то время как средний темп роста и всех перманентных фирм, и 10 крупнейших корпораций России не превышал 18%.

Таблица 2

Динамика выручки по группам фирм (постоянные цены)

Группы компаний	Выручка в 2003 г., млрд руб.	Выручка в 2007 г., млрд руб.	Среднегодовой темп роста, %	Прирост выручки, млрд руб.	Вклад в прирост выручки перманентных фирм, %
«Газели» (830)	285	2900	78	2615	23,1
Топ-10* (версия Росстата)	1969	2985	11	1016	9,0
Топ-10* (версия «Эксперт-400»)	2413	4560	18	2147	19,0
Перманентные фирмы (10174)	12393	23707	18	11314	100

* Газпром, Лукойл, Сургутнефтегаз, Норильский никель, Транснефть, Татнефть, Северсталь, Магнитогорский меткомбинат, Новолипецкий меткомбинат, АвтоВАЗ. В версии Росстата учитываются лишь материнские общества, в версии «Эксперт-400» консолидированы также показатели дочерних обществ.

Источник: База данных российских предприятий среднего бизнеса Медиахолдинг «Эксперт» – Финакадемия.

⁷ Публикуются агентством С-News.

Примечательно, что средние темпы роста «газелей» оказались не только выше, чем у прочих фирм, они многократно превысили и требования алгоритма Берча. При пороговой планке зачисления в «газели», установленной на уровне 20%, мы получили у русских «газелей» средние темпы не в 25 или 30, как можно было ожидать, а в 78%! Причем это не единичный факт. Средние темпы роста порядка 70–90% были не только у представленной в таблице когорты «газелей» в период 2003–2007 гг., но и у остальных исследованных когорт, а также у отдельно изученных региональных групп «газелей» Юга России и Урала.

Очевидно, здесь проявилась роль второй части алгоритма Берча – требование, чтобы быстрый рост повторялся *ежегодно*. Видимо, оно позволило отфильтровать группу фирм с выдающимся предпринимательским потенциалом, для которой типичны не просто высокие, а сверхвысокие темпы роста. Ведь иных опор для ежегодного «почти удвоения» выручки у русских «газелей» нет: в подавляющем большинстве они представляют собой скромные средние фирмы, не имеющие привилегий в плане получения природной и/или административной ренты.

В отношении вклада «газелей» в общенациональный рост ситуация выглядит сложнее. Если учесть крошечный стартовый размер «газелей», их вклад может быть признан большим. Действительно, в 2003 г. «газели» давали лишь около 2% общей выручки перманентных фирм. Это не помешало им обеспечить почти четверть (23,1%) прироста этого показателя в период 2003–2007 гг.

В то же время вклад русских «газелей» оказался намного ниже уровня, типичного для Запада. Напомним, что в развитых странах он оценивается в 50–80% общего прироста ВВП.

Можно ли рационально объяснить странное сочетание свойств популяции русских «газелей»: их большей численности и не такого значительного воздействия на экономику, как на Западе? На наш взгляд, и то и другое равно вытекает из широких возможностей быстрого роста, которые открывает молодая экономика. С одной стороны, такая обстановка способствует большой численности «газелей»: в России свободно много перспективных ниш, открывающих возможности длительного и динамичного развития. С другой стороны, в отличие от классических берчевских «мышей» и «слонов», которые статичны и мало помогают росту экономики, русские «негазели» растут весьма быстро. Ведь, как было показано в табл. 1, на нерегулярной основе быстрый рост демонстрирует половина популяции фирм страны («спринтеры»)! Другими словами, западные «газели» концентрируют в себе почти всю энергию роста экономики своих стран. Русские же «газели» имеют *относительно* меньшее значение не потому, что они пассивней или слабее зарубежных аналогов, но только потому, что являются *важными, но не единственными моторами роста экономики*.

Вместе с тем нельзя и преуменьшать роль «газелей» в экономике России. В табл. 2 приводятся сведения о приросте выручки 10 крупнейших корпораций России, в основном занятых в нефтегазовой и металлургической промышленности. Общественное мнение однозначно связывает экономический подъем в России в 1999–2007 гг. именно с их успехами, в свою очередь, обусловленными ростом мировых цен на сырье. Однако прирост выручки «газелей» существенно выше прироста выручки Топ-10 корпораций России! Причем это справедливо не только при оценке выручки гигантов по данным Росстата, строго сопоставимым с данными по «газелям», но и при ее оценке по версии «Эксперт-400», учитывающей выручку Топ-10 в консолидированной форме, включая выручку дочерних обществ.

Конечно, прямое сопоставление выручки «газелей» и сырьевых корпораций – относительно слабое доказательство. Фирмы работают в разных отраслях, они создают разную добавленную стоимость и т.п. Более того, уместен и вопрос о причинах роста «газелей»: весьма сомнительно, что он имел бы наблюдаемый размах без постоянной «подпитки» экономики сырьевыми доходами.

И все же примечателен сам факт того, что значительный прирост выручки – несмотря на беспрецедентную конъюнктуру мировых цен – дали не сырьевые гиганты, а «газели». И это несмотря на то, что большая их часть принадлежит к числу средних фирм, среди которых почти нет нефтегазовых или металлургических компаний.

Естественно видеть в «газелях» реальных агентов процесса преобразования нефтяных доходов в общеэкономический рост, т.е. именно тех агентов диверсификации экономики, которых постоянно мечтают найти наши экономисты и политики. Возможно, выросшие и возмужавшие «газели» в будущем превратятся в новый несырьевой двигатель российской экономики.

Таблица 3

Динамика популяции «газелей»

Период, годы	Число «газелей»	Число «газелей», сохранившихся с прошлого периода	Новые «газели»			Выбыло из числа «газелей»
			всего	в том числе		
				учреждены, %	ускорили рост, %	
1999–2003	484	–	–	–	–	–
2000–2004	527	270	257	61,1	39,9	214 (44,2%)
2001–2005	587	274	313	56,9	43,1	253 (48,0%)
2002–2006	744	340	404	57,7	42,3	247 (42,1%)
2003–2007	830	449	381	54,6	45,4	295 (39,7%)

Источник: База данных российских предприятий среднего бизнеса Медиахолдинг «Эксперт» – Финакадемия».

В заключение описания роли «газелей» сделаем рекогносцировочный экскурс в сферу, где нам отчетливо не хватает данных. Как отмечалось ранее, в наших базах не было данных о занятости. Тем не менее мы «вручную» собрали их по 56 крупнейшим «газелям» и оценили⁸ динамику занятости на 2 тыс. прочих фирмах, побывавших за период 1999–2007 гг. в статусе «газелей». В итоге был выявлен *рост* занятости на фирмах-газелях примерно на 0,8 млн человек. Для сравнения: по данным Центра трудовых исследований ВШЭ (Ивантер, 2009), число занятых на крупных и средних фирмах в целом по России *сократилось* за тот же период на 4,3 млн человек. При всей грубости наших оценок не подлежит сомнению, что «газели» противостояли этой неблагоприятной тенденции, заметно препятствуя долгосрочному снижению занятости в стране.

3. Черты отечественных «газелей»

Если кратко суммировать черты отечественных «газелей», то окажется, что они весьма схожи с западными аналогами. И это сходство представляется нам добрым знаком. Оно свидетельствует о том, что быстрорастущие российские фирмы-газели – не эфемерный феномен переходного времени (каким были, например, тысячи бирж, возникших в стране в 1990-е годы), а нормальный, здоровый продукт рыночной экономики.

Прежде всего состояние «газели» – это не вечная привилегия, а статус, который с колоссальным трудом приходится постоянно подтверждать. Данные в табл. 3, в частности, показывают, что в России от 40 до 48% фирм, являвшихся «газелями» в определенный период, оказываются не в силах продержаться в том же статусе хоть на год дольше. Мы проследили судьбу первой когорты «газелей» (1999–2003 гг.). Из 484 фирм еще три года поддерживать годовой темп роста на уровне 20% и выше смогли лишь 74 фирмы (мы назвали их долгоживущими «газелями» и вернемся к их судьбе в разд. 4). На четвертый год (2007 г.) осталась всего лишь 31 фирма (6,4% начального числа). Для сравнения: в США наблюдается точно такой же процесс. Сохранить быстрые темпы роста еще 4 года после получения статуса «газели» способны менее 3% фирм (Acs, Parsons, Tracy, 2008, p. 41).

Типична для России и «вездесущность» «газелей» – способность возникать даже в тех условиях и среди таких групп фирм, где их совсем не ожидают. В мировой литературе о «газелях» это часто подчеркивают путем составления «негативных списков», т.е. перечислений правдоподобных гипотез о «газелях», которые на практике никак не подтверждаются (см. (Europe INNOVA, 2008, p. 11)).

Итак, хотя быстрый рост естественно связать с реализацией новых бизнес-идей, а значит, и с носителями таких идей – молодыми компаниями, русские, как и западные, «газели», НЕ всегда бывают новыми фирмами. «Газелями» чаще действительно становятся моло-

⁸ Мы исходили из допущения, что рост занятости пропорционален росту выручки в неизменных ценах.

дые фирмы, но доля уже существовавших фирм, ускоривших динамику своего роста, отнюдь не мала. В разные годы она колеблется от 40 до 45% всех новых «газелей» (табл. 3).

Далее, как и в других странах, российские «газели» НЕ обязательно являются высокотехнологичными фирмами (табл. 4). Напротив, их большая часть сосредоточена в консервативных (торговле, строительстве, пищевой промышленности) или среднетехнологичных (машиностроение, химия) отраслях. Но и отмечаемая западными исследователями тенденция, согласно которой в сфере высоких технологий «газели» встречаются несколько чаще, также проявилась в нашей стране. Не случайно в секторах «ИТ и Интернет» и «Бизнес-услуги» число «газелей» в расчете на 100 перманентных фирм наиболее высокое.

Российской спецификой в этом отношении можно считать большую численность нефтесервисных «газелей». Нефтесервис – высокотехнологичная отрасль, занимающаяся разведкой, бурением,

Таблица 4

Отраслевая структура популяции «газелей»

Отрасль	«Газели», %	Все перманентные фирмы, %	Число «газелей» на 100 перманентных фирм
Оптовая и розничная торговля	42,3	39,3	5,5
Строительство и производство строительных материалов	20,7	13,0	8,1
Машиностроение	7,8	7,6	5,2
Пищевая промышленность	5,2	7,1	3,7
Инжиниринг (включая нефтесервис)	4,1	1,2	17,6
Химия, фармацевтика, парфюмерия	3,6	2,8	6,5
Транспорт, логистика и связь	3,3	4,1	4,1
Производство потребительских товаров	2,5	1,4	9,2
ИТ и Интернет*	2,3	0,6	19,7
Бизнес-услуги*	1,9	0,5	19,6
Агропромышленный комплекс	1,7	1,7	5,2
Гостиницы и туризм, развлечения, общественное питание	1,4	1,0	7,4
Прочие	3,2	19,7	0,8

*Данные не вполне надежны из-за больших пробелов в базах данных.

Источник: База данных российских предприятий среднего бизнеса Медиахолдинг «Эксперт» – Финакадемия».

повышением отдачи нефтяных пластов. Известно, что вопреки советской традиции нефтедобывающим фирмам (ВИНК) трудно самим организовать эффективный нефтесервисный бизнес. Вряд ли удивительно, что в нефтяной супердержаве России услуги независимых нефтесервисных фирм оказались остро востребованными.

Интересно, что уровень «технологичности» «газели» часто растет по мере ее развития. Торговые «газели» вторгаются в производство, производственные – усложняют продукцию. Образцовым примером фирмы, далеко продвинувшейся по этому пути, может служить электротехническая «газель» «ДКС». Ее глава Д. Колпашников рассказывает: «Вначале это было просто импортозамещение – мы брали продукты, которые используются в Европе, копировали, производили здесь и вытесняли западных конкурентов [за счет цен]. Затем мы начали изготавливать новые системы, которые были применимы только к требованиям российского рынка, и, таким образом, мы создавали, ну, такую нашу собственную российскую электротехническую традицию... [Далее] мы изготовили новые продукты, абсолютно инновационные... Более того, на этом этапе мы решили выйти уже и на зарубежные рынки и начали там добиваться очень хороших результатов с нашими продуктами и с нашей технологией продвижения. Так, последние два года наша компания работает на итальянском рынке. При этом заметьте, что итальянский электротехнический рынок уже в течение двух лет испытывает рецессию, и в этом году она достигает минус 4%. А мы уже второй год подряд добиваемся там роста в 45%. Дошло до того, что там директор нашей итальянской компании стал персоной года на итальянском электротехническом рынке».

Очень важно, что коммерчески выгодным является каждый этап, что рыночный успех и уровень оригинальности разработок нарастают параллельно, по мере того как «газель» дозревает до подлинной самостоятельности. Это существенно снижает риски НИОКР, выводит на них только те фирмы, которые к этому готовы. В целом представляется, что у «газелей» имитация чужого опыта и оригинальная инновационная активность часто являются не альтернативными, а взаимодополняющими путями. Опыт «газелей» подтверждает, что общенациональный механизм заимствования/разработки технологий эффективен лишь тогда, когда строится с учетом готовности экономики абсорбировать новации (ср. (Полтерович, 2009)).

Продолжая «негативный список», отметим, что «газели» НЕ обязательно являются игроками национального масштаба. Проведенные в рамках проекта два региональных конгресса «газелей» (Юг России и Урал) выявили значительное число фирм, использующих для быстрого роста высокую степень приспособленности к местным условиям. Иная потребительская культура, иной уровень доходов, иные потребности корпоративных клиентов часто делают продукты крупных российских или транснациональных игроков непригодными для кон-

кретных локальных рынков ... и открывают возможности долговременного успешного развития местных «газелей».

Мы с удивлением обнаружили, что даже пресловутый административный ресурс не всегда представляет собой абсолютное зло. Привилегии, даваемые властью местным «газелям», бывают не только результатом коррупции (хотя и это встречается), но и оправданным симбиозом местной общины и укорененного в ней быстрорастущего предприятия. Ведь «газели» встречаются даже в депрессивных регионах, становясь для них буквально «светом в окошке».

Бытует мнение, что фирме легко расти быстро, только пока она мала. Так вот, в России «газелями» являлись НЕ только малые фирмы⁹. Разумеется, малых «газелей» значительно больше, чем крупных. Но роль последних очень велика. Можно сказать, что на российском материале подтверждается апробированный в других странах тезис: «Газели» могут иметь любые размеры. Малые фирмы встречаются чаще, но крупные «газели» вносят основной по абсолютным размерам вклад в создание рабочих мест» (Henrekson, Johansson, 2009, p. 14). Единственная разница состоит в том, что мы изучали динамику выручки, а не занятости. Результат же полностью идентичен. Среди «газелей» 2003–2007 гг. 2/3 были малыми¹⁰ фирмами. Но 10% «газелей», бывших самыми крупными в начале периода, обеспечили к его концу 61,4% прироста выручки всех «газелей».

В целом представляется, что «вездесущность» «газелей» прямо связана с их предпринимательской природой. Говорят, что в террариумы, полные смертельно опасных змей, обычно запускают еще и безобидных ужей. Оказывается, уж настолько свободолюбив, что способен годами без устали искать способ побега, служа контролером герметичности клетки. Точно также «газели» непрерывно, изо дня в день, «испытывают» российскую экономику на предмет выявления в ней лагун, т.е. насущных, но не удовлетворяемых (или удовлетворяемых не должным образом) потребностей. И прорываются, достигая успеха в самых неожиданных и непредсказуемых сферах, которые только может измыслить гибкий предпринимательский ум.

4. Экспоненциальный рост и предпринимательская природа «газелей»

Неожиданным феноменом, выявленным в ходе изучения российских «газелей», оказался экспоненциальный характер роста многих из них. Поначалу все казалось стечением обстоятельств. Ведь обычно объемы реализации отдельной фирмы подвержены сильным флуктуациям. Однако примеры роста выручки «газелей» по поразительно точным (вплоть до неправдоподобного $R^2 = 0,9998$) экспонентам множились и множились.

Даже учитывая короткую длину рядов (годовые данные за 5–8 лет), трудно поверить в случайное возникновение этого явления.

⁹ Кстати, исследования показывают (Чепуренко, 2008), что подавляющее большинство российских малых фирм вообще не ставит перед собой задач роста. Так что газели, даже пока их размеры относительно малы, – далеко не рядовой малый бизнес, а очень особые фирмы, с большими планами и амбициями.

¹⁰ Имели в стартовый год периода выручку менее 5 млн долл.

По опыту известно: подобрать регрессионное уравнение, описывающее динамику обычной фирмы с такой точностью, невозможно не только на основе простой экспоненциальной функции, но и при помощи сложных многофакторных моделей. Реальные объемы продаж постоянно «прыгают», отклоняясь от теоретических величин под влиянием значимых, но неучтенных факторов.

Дальнейшая проверка показала, что экспоненциальный рост представляет собой картину, весьма типичную для «газелей». На рис. 1 показана степень соответствия динамики выручки экспоненциальному закону (а) для «газелей» и (в) для «негазелей». В качестве представителей «газелей» мы выбрали «газелей-долгожителей». А именно: были рассмотрены данные всех 74 фирм (из 484 «газелей» поколения 1999–2003 г. – см. выше), которые сумели сохранить высокий темп роста вплоть до 2006 г. Роль контрольной группы сыграла равновеликая случайная выборка из числа перманентных фирм.

Результаты сравнения обеих групп представляются нам примечательными. Практически идеальное ($R^2 > 0,98$) соответствие динамики роста экспоненциальному закону демонстрировало 50% «газелей-долгожителей, в то время как у обычных фирм оно наблюдалось лишь в порядке исключения (4% фирм¹¹). В целом хорошо ($R^2 > 0,95$) описывается экспонентой и рост почти всех (89%) «газелей-долгожителей.

Чтобы оценить необычность феномена, обратим внимание на то, что в обсуждаемой экспоненциальной зависимости отсутствуют объясняющие переменные. Мы не принимали во внимание ни колебаний спроса, ни других факторов, содержательно определяющих динамику продаж фирмы. Напротив, она описана как простая функция времени: продажи увеличиваются каждый год на постоянный процент, словно речь идет о некоем самодостаточном процессе. Налицо странная способность многих «газелей» расти как бы независимо от внешней обстановки. Невольно

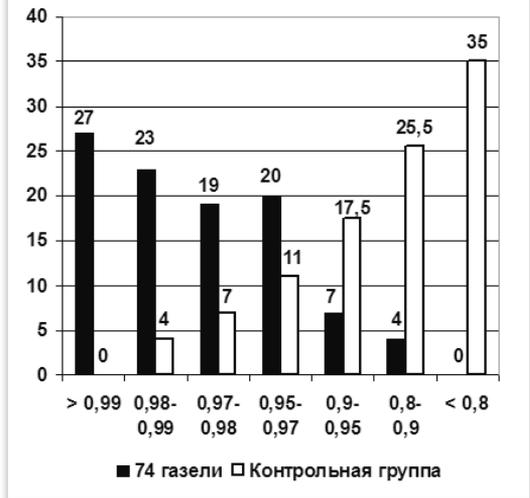


Рис. 1

Степень соответствия динамики выручки «газелей»* и «негазелей»** экспоненциальному закону (процент фирм с соответствующим значением R^2)
 Источник: База данных российских предприятий среднего бизнеса «Медиахолдинг «Эксперт» – Фин-академия».

*Полная совокупность выявленных «газелей», каждый год на протяжении 1999–2006 гг. имевших годовой темп роста выручки более 20% в постоянных ценах.

**Равновеликая (74 фирмы) случайная выборка из числа перманентных фирм 1999–2006 гг.

¹¹ Кстати, при проверке эти фирмы оказались тоже газелями, но не столь долгоживущими.



Рис. 2

Ответы топ-менеджеров русских «газелей» на вопрос о факторах, ограничивавших темпы роста их фирм

Источник: Опрос 20 «газелей» в Москве (ноябрь 2008 г.) и 22 в Уральском регионе (март 2009 г.).

тем в той же пропорции начинало плодиться ее потомство. А поскольку травы хватало на всех, ничто не мешало популяции из поколения в поколение удерживать стабильный в процентах, т.е. экспоненциальный, темп роста.

Не в том же ли отсутствии ресурсных ограничений состоит природа устойчивости быстрого роста «газели»? Ведь большинство факторов, делающих динамику развития обычной фирмы неустойчивой, сводится к колебаниям спроса на ее продукцию. Но, выпуская сверхвостребованный продукт, «газель» снимает ограничения спроса. Продукт столь востребован, что все, что произведет фирма, будет заведомо куплено. Можно сказать, «газель» действует в условиях квазиограниченного (в сравнении с объемом выпуска) спроса. Темп ее роста в таких условиях лимитируется не *спросом*, а способностью наращивать *предложение* продукта, а значит – темпом увеличения внутренних специфических активов.

Рост же последних тяготеет к экспоненте. Предприниматель, способный подготовить за год двоих инициативных руководителей, которые потом вырастят себе по два зама, которые ... и т.д., – такой предприниматель в смысле динамики процесса ничем не отличается от крольчихи. Если в 2000 г. в банке «Русский стандарт» работал 221 человек, а в 2006 г. – уже 36 617, то ясно, что именно скорость подготовки достойных менеджеров была важнейшим ограничителем роста. В противном случае крошечная фирма, рекрутировавшая в свои ряды более 36 тыс. новобранцев, не просто потеряла бы управляемость, но наверняка была бы разворована.

возникает вопрос: почему факторы, постоянно возмущающие развитие других фирм, не заставляют «газель» отклоняться от экспоненты?

В природе типовым случаем появления экспоненциальной динамики является развитие репродуктивных процессов в условиях отсутствия ограничений по ресурсам. Например, популяция кроликов, завезенных в Австралию, росла именно по экспоненте, пока не заполонила бескрайние зеленые долины континента. И понятно почему: крольчиха раз в месяц приносила по 6–8 крольчат, увеличивая на некий процент общую численность кроликов. За-

Тем же методом, как управленческие кадры, в России приходится готовить и рядовой персонал. Глава компании «У Палыча» рассказывал, что выпуск пельменей на его фирме лимитируется скоростью, с которой старожилы способны обучать новичков лепить пельмени. Похожие истории о выращивании на фирме квалифицированных технологов; рабочих, способных работать на новейшем оборудовании, и т.п. мы слышали от многих руководителей «газелей».

Даже финансовые ресурсы приобретают у «газелей» черты внутренних специфических активов. Вкладывать деньги в быстрорастущее среднее предприятие крайне рискованно. Достоверная информация о том, что вложения окупятся, есть только у владельцев «газели». В итоге единственным источником инвестиций часто становятся собственные прибыли. И все опять происходит, как у кроликов: реинвестированные прибыли позволяют расширить выпуск, что позволяет получить больше прибыли, инвестирование которых вновь расширяет выпуск, и т.д.

Сделаем важную оговорку: мы вовсе не утверждаем, что любая «газель» должна расти экспоненциально. Существует масса факторов, способных разрушить экспоненту, ничуть не ставя под сомнение право фирмы называться «газелью». Например, возможны скачки выпуска, обусловленные вводом в строй новых мощностей и паузами между ними. Тем не менее в той степени, в которой развитие «газели» определяется самовозрастанием внутрифирменных ресурсов, оно должно тяготеть к экспоненте.

Приведенные рассуждения, как показали наши опросы, не являются голыми спекуляциями. Руководители российских «газелей» (рис. 2) понимают ситуацию на своих фирмах именно как ситуацию квазиограниченного спроса. Мы задавали им вопрос о том, что мешает их фирме расти еще быстрее. Ограничитель роста, кажущийся самым естественным в рыночной экономике, – недостаток спроса – был назван в качестве значимого фактора лишь 10–14% «газелей»¹²! В то же время ресурсные ограничения – нехватка денег, трудности с набором персонала и управленческих кадров – кажутся «газелям» наиболее серьезными факторами сдерживания роста (их назвали 38–40, 33–45 и 38–45% «газелей», соответственно).

Можно подумать, что речь идет о советских заводах, с их дефицитом ресурсов и ничем не ограниченным спросом государства на любую продукцию. Но нет. Нерв ситуации в новой России принципиально иной. «Газелям» далеко не безразличен объем спроса. Однако войти в круг «газелей», видимо, можно лишь в том случае, если проблема спроса уже успешно решена. Практически дословно эту мысль высказал М. Керштейн, компания «Рамфуд» (мясные продукты): «Сколько можем делать продукта устраивающего нас качества и в нужном рынку ассортименте, столько и делаем. Есть ощущение, что если бы мы имели возможность в течение 2–3 месяцев удвоить объемы, то рынок это проглотил бы».

¹² Речь шла о докризисных временах. Падение спроса во время кризиса делает спросовые ограничения актуальными для старых газелей, чье предложение было сверхпривлекательным лишь в прежних условиях. Но это лишь означает, что они перестали быть «газелями». Их место заняли новые «газели», чей продукт сейчас востребован (такие фирмы реально выявлены в России) и которые уже в кризисных условиях пользуются преимуществами квазиограниченного спроса.

Таблица 5

Структура кредитного портфеля банка «Русский стандарт»

Год	Экспресс-кредиты, Москва		Экспресс-кредиты, регионы		Кредитные карты, Москва		Кредитные карты, регионы		Всего	
	млн руб.	прирост, раз	млн руб.	прирост, раз	млн руб.	прирост, раз	млн руб.	прирост, раз	млн руб.	прирост, раз
2001	1066		61		84		-		1211	
2002	2359	2,21	954	15,6	1290	15,36	-		4603	3,80
2003	4125	1,75	6028	6,32	3577	2,77	-		13 730	2,98
2004	5534	1,34	18 229	3,02	5774	1,61	5542		35 149	2,56
2005	6865	1,24	37 617	2,06	12 416	2,15	36 202	6,53	93 100	2,65

Источник: Ежеквартальные отчеты о ценных бумагах банка «Русский стандарт» за 2002–2006 гг.

Независимое изучение данных российских «газелей» привело нас к пониманию природы роста фирмы, идентичному теоретически развитому Э. Пенроуз еще в 1950-е годы. По Пенроуз не спрос, а внутренние специфические активы ограничивают темп роста фирмы. «Акцент, который делается на спросе в качестве ограничителя выпуска продукции фирмой, связан с тем, что в рамках традиционной теории фирмы последняя трактуется в привязке к определенному продукту». Но в действительности ограниченность спроса на отдельный продукт вовсе не сдерживает возможностей роста фирмы в целом, так как «до тех пор, пока существуют возможности прибыльного производства где бы то ни было в экономике, фирма может использовать их, если ее ресурсная база достаточно подвижна и, в частности, если ее менеджмент является творческим, гибким и честолюбивым». Надо лишь принять решение о верном переключении производства: «Неспособность к росту часто некорректно связывают с состоянием спроса, хотя на самом деле она отражает лишь ограниченность предпринимательских ресурсов [фирмы]» (Penrose, 1955, p. 540).

А поскольку специфические активы (такие как внутрифирменные знания, опыт, авторитет) не могут быть куплены на рынке, то их приходится выращивать самим (Penrose, 1995, p. 45). Именно естественная скорость внутреннего выращивания ресурсов определяет темп роста фирмы и, добавим от себя, выводит его на экспоненциальную траекторию.

Как известно, знаменитая концепция Э. Пенроуз так и не стала общепринятой¹³. Причина этого видится нам в ее кажущемся противоречии практике большинства фирм, однозначно свидетельствующей о приоритете спросовых ограничений. Откроем, например, любой годовой отчет

¹³ Подробный анализ неоднозначного влияния работ Э. Пенроуз на экономическую науку см. (Pitelis, 2002). Впрочем, она во многом предопределила появление современных ресурсоориентированных теорий роста фирмы, см. (Pettus, 2001; Acs, Parsons, Tracy, 2008).

компании. Выяснится, что главной причиной, ссылкой на которую объясняет свой быстрый или медленный рост компания, окажется именно динамика спроса.

Тем не менее мы назвали несоответствие теории Э. Пенроуз фактам *кажущимся* и вполне уверены, что оно таковым и является. Дело в том, что противоречие легко снимается, если применять логику английской исследовательницы не ко всем, а только к предпринимательским фирмам. Именно такие фирмы, и в частности «газели», обладают предпринимательским ресурсом в достаточном объеме, чтобы не ощущать спрсовых ограничений.

Когда объем выпуска приближается к насыщению спроса, «газель» – точно по Пенроуз – выводит на рынок новый продукт и продолжает свой взлет по экспоненте. «Мы такая газель, которая бежит уже 10 лет, – говорил Д. Колпашников («ДКС») на Первом всероссийском конгрессе газелей, – хотя на самом деле нет такой возможности, чтобы газель столько бежала. Это животное достаточно спринтерское, у нее есть запал, но нет стайерской выносливости. И действительно, мы в течение этих 10 лет запустили не один, а уже сейчас, получается, четвертый проект. То есть фактически у нас были четыре «газели», которые одна за другой набегали».

Рассмотрим структуру кредитного портфеля банка «Русский стандарт» в его бытность «газелью» (табл. 5). Объем спроса по отдельным операциям регулярно иссякал и темпы роста по ним падали. Но банк находил новые возможности (или подстегивал старые – см. ускорение на рынке карт в Москве в 2005 г.). Каждый раз это был предпринимательский поворот в бизнесе. Главной революцией, конечно, было начало экспресс-кредитования в Москве: впервые кредиты гражданам стали выдавать без бюрократических мытарств. Переход к росту за счет тех же кредитов в регионах означал революцию в управлении банком: вместо горстки компактно расположенных офисов стало необходимым работать с тысячами офисов, разбросанных по стране. Переход от экспресс-кредитов к кредитным картам вызвал резкий рост рисков и, соответственно, потребовал принципиальной смены риск-менеджмента – этой основы основ потребительского кредитования. А эмиссия кредитных карт в регионах обострила обе проблемы.

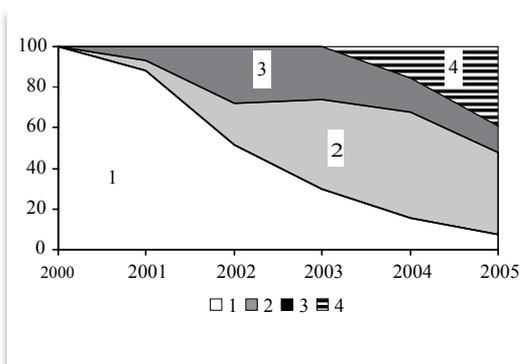


Рис. 3

Доля кредитных продуктов в портфеле банка «Русский стандарт» (в %), где 1 – экспресс-кредиты, Москва; 2 – кредитные карты, Москва; 3 – экспресс-кредиты, регионы; 4 – кредитные карты, регионы

Источник: Рассчитано по ежеквартальным отчетам о ценных бумагах банка «Русский стандарт» за 2002–2006 гг.

Но результат стоил усилий – весь портфель в целом стабильно рос по экспоненте ($R^2 = 0,9946$). Становится ясно: вовсе не рваная (рис. 3) динамика спроса на отдельные кредитные продукты чудом, как пазл, сложилась в аккуратную экспоненту. Все обстоит в точности наоборот: экспоненциальный рост предложения благодаря предпринимательской бдительности постоянно находил сегменты, где имелся неудовлетворенный спрос на соответствующий кредитный продукт.

Чем сильнее предпринимательский дух фирмы, чем дольше она способна создавать новые продукты или генерировать иные новые шумпетерианские комбинации, тем дольше она будет находиться в условиях квазиограниченного спроса на свою продукцию. И тем дольше такая «газель» продержится на экспоненте роста, лимитируемой лишь скоростью увеличения внутренних специфических ресурсов. С этой точки зрения экспоненциальный характер роста «газелей» должен рассматриваться не как некая странноватая диковинка, а как черта, раскрывающая их внутреннюю природу в качестве фирм, предпринимательских *rag excellence*. «Газели» – фирмы, блеснувшие предпринимательскими новациями не раз и не два, а сумевшие ввести их в систему.

5. Заключение

Феномен российских «газелей» находится на ранней стадии изучения. Но уже первые результаты свидетельствуют о его большой практической значимости. «Газели» оказались яркими представителями здорового и достаточно массового российского бизнеса, который уже сегодня оказывает заметное количественное (увеличение ВВП и, особенно, занятости) и качественное (трансляция чужих и инициация собственных инноваций) влияние на экономику страны. В исследовательском плане «газели» интересны как выборка фирм с отчетливо выраженным предпринимательским характером. Представляется, что они могут дать ценный материал для эмпирического изучения природы предпринимательства и его роли в рыночной экономике.

Литература

- Виньков А.А., Гурова Т.И., Полунин Ю.А., Юданов А.Ю.** (2008): Делать средний бизнес // *Эксперт*. № 10 (599). С. 36–49.
- Думная Н.Н.** (2009): Новая рыночная экономика. М.: МАКС-Пресс.
- Ивантер А.** (2009): Увядание сложности. Интервью с В. Гимпельсоном // *Эксперт*. № 11 (650). С. 27–36.
- Колодная Г.В.** (2007): Сквозь призму практики: неоинституциональная теория фирмы. М.: Финансы и кредит.
- Маевский В.И.** (2001): Эволюционная теория и технологический прогресс // *Вопросы экономики*. № 11. С. 58–66.
- Полтерович В.М.** (2009): Гипотеза об инновационной паузе и стратегия модернизации // *Вопросы экономики* № 6. С. 4–23.
- Чепуренко А.Ю.** (2008): Раннее предпринимательство в России: промежуточные результаты GEM // *Мир России*. № 2. С. 22–40.
- Юданов А.Ю.** (2007а): Опыт конкуренции в России: Причины успехов и неудач. М.: КноРус.

- Юданов А.Ю.** (2007): «Быстрые» фирмы и эволюция российской экономики // *Вопросы экономики*. № 2. С. 85–100.
- Acs Z.J., Parsons W., Tracy S.** (2008): High-Impact Firms: Gazelles Revisited, Corporate Research Board. LLC Washington, DC 20037 for under Contract № SBAHQ-06-Q-0014. Release Date: June 2008.
- Audretsch D.B.** (2002): The Dynamic Role of Small Firms: Evidence from the U.S. // *Small Business Economics*. Vol. 18 (1–3). P. 13–40.
- Autio E., Arenius P., Wallenius H.** (2000): Economic Impact of Gazelle Firms in Finland. Helsinki University of Technology. ISIB Working Papers 2000-3.
- Birch D. L.** (1987): Job Creation America. How Our Smallest Companies Put the Most People to Work. N.Y.: Free press.
- Birch D., Medoff J.** (1994): Gazelles. In: «*Labor Markets, Employment Policy, and Job Creation*» Solomon, L.C., A.R. Levenson (Eds.). Westview: Boulder, Co. P. 159–168.
- Davis S. J.** et al. (1996): Small Business and Job Creation: Dissecting Myth and Reassessing the Facts // *Small Business Economics*. Vol. 8 (4). P. 297–315.
- Delmar F., Davidsson P., Gartner W.B.** (2003): Arriving at the High-Growth Firm // *Journal of Business Venturing*. Vol. 18 (2). P. 189–216.
- Deschryvere M.** (2008): High-Growth Firms and Job Creation in Finland. Discussion Paper № 1144. Helsinki: Research Institute of the Finnish Economy (ETLA).
- Europe INNOVA (2008): Europe INNOVA Gazelles Innovation Panel. Summary and Conclusions from Panel Discussions. [Электронный ресурс] 7 July 2008. Режим доступа: <http://www.europe-innova.org>, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ.
- Henrekson M., Johansson D.** (2009): Gazelles as Job Creators: a Survey and Interpretation of the Evidence // *Small Business Economics*. [Электронный ресурс] 6 February 2009. Режим доступа: <http://www.springerlink.com/content/c341050r0573835v/fulltext.pdf>, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ.
- Kirchhoff B.A.** (1994): Entrepreneurship and Dynamic Capitalism. Westport. Conn: Praeger.
- Penrose E.** (1955): Limits to the Growth and Size of Firms // *The American Econ. Rev.* Vol. 45 (2). P. 531–543.
- Penrose E.** (1995): The Theory of the Growth of the Firm. Oxford: Oxford University Press.
- Pettus M.L.** (2001): The Resource-Based View as a Developmental Growth Process: Evidence from the Deregulated Trucking Industry // *Academy of Management Journal*. Vol. 44. № 4. P. 878–896.
- Pitelis Ch.** (2002): The Growth of the Firm. The Legacy of Edith Penrose. Oxford: Oxford University Press.
- Schreyer P.** (2000): High-Growth Firms and Employment. OECD Science, Technology and Industry Working Papers 2000-3. Paris.

Поступила в редакцию 06 февраля 2010 г.

A.Yu. Yudanov
Finance Academy, Moscow

Embodiments of Entrepreneurial Spirit: «Gazelle-Firms» in Russia

Gazelles, i.e. firms showing rapid growth over a long period of time, have a strong impact on national economic development; that is why they are widely studied in the developed countries. The purpose of this article is to present the results of the first empiric study of gazelles in Russia. The number of gazelles in this country is higher, while their relative contribution to GDP growth is lower, than in the Western countries. Gazelles are the only type of middle and large Russian firms with positive long-term dynamics of employment. They are also the active agents of technological imitation and innovation processes. The rapid growth of Russian gazelles tends to follow an exponential law. We suppose the last phenomenon to be the prime result of entrepreneurial nature of gazelles.

Keywords: *fast growing firms, high-growth firms, entrepreneurship, economic growth, exponential growth, innovation, gazelles.*

JEL Classification: L26, O31, O33.