

Менеджмент и экономическая теория: концептуальный диалог

В. С. Гнатко, В. И. Пештеев

Концептуальный диалог экономической теории и предпринимательства - давняя и поучительная традиция. От меркантилизма до современных течений экономической мысли предпринимательская тематика регулярно фигурирует (с подъёмами и спадами) в сочинениях экономистов-теоретиков. Ими сформулированы конституирующие признаки предпринимательства, а именно: достижение выгоды (прибыли); деятельность в условиях неопределённости и риска; комбинация факторов производства; инновационные инициативы; достижения выше средних значений; особый набор деловых качеств [13]. Не ослабевает поток публикаций, в том числе и на страницах академических, относительно роли и места корпораций, малого и среднего бизнеса (МСБ) в тройственной трансформации (глобальной, региональной, национальной). *Е. Балацкий* констатирует кризис категориального аппарата экономической теории (основной и оборотный капитал, потребление и накопление, производительный труд, виды денег и их функции) и несовершенство экономико-статистических измерителей [1]. Преодоление кризиса в экономической жизни, на наш взгляд, возможно и через обобщение теории и практики управления (менеджмента), что и составляет предмет настоящей статьи.

Позитивный вклад менеджмента в экономическую теорию покажем на примере обогащения понятий «конкурентоспособность», «ТНК», «средний капитал», «транзакционные издержки», «бренд» и в области экономико-статистических индикаторов.

Конкурентоспособность - ключевая примета эпохи глобализации мирового хозяйства, коренная черта и видимый результат инновационного развития, одна из стратегических целей транснациональных корпораций (ТНК).

М. Портер придал конкуренции международный статус и выделил пять главных сил конкуренции (1993). С тех пор исследования и разработки по конкуренции и конкурентоспособности достигли такого размаха, когда достоинство (обилие определений и подходов) превращается в свою противоположность. Так, в статье *Р. Е. Мансурова* приводится обзор 19 определений конкурентоспособности предприятия [10]. Если вынести за скобки основополагающие признаки конкурентоспособности, то данное понятие включает: а) *эффективность* использования ресурсов (*пороговое* значение конкурентоспособности); б) наличие *инновационных* ресурсов (технологии, ноу-хау, интеллектуальная собственность), т. е. потенциал роста конкурентоспособности; в) инвестиционная привлекательность, минимизация рисков, позиционирование на рынке (скорость роста конкурентоспособного потенциала). К этому добавим и иерархию конкурентоспособности субъектов рынка (страна, регион, отрасль, кластер, предприятие [9]).

Рассмотрим начальное и заключительное звено иерархии конкурентоспособности - конкурентоспособность *страны* и конкурентоспособность *предприятия*.

Конкурентоспособность страны во многом определяется ТНК, представляющие собой, как правило, национальные корпорации по статусу, с зарубежными активами и объектами, со сложным составом учредителей и акционеров. ТНК превратились в могущественных субъектов глобализации (сравнимость их делового оборота с ВВП среднеразвитых стран) и подтолкнули теоретиков к выделению самостоятельной подотрасли в системе экономических знаний - *геоэкономики*. Старые и новые полюсы мирового хозяйства способствуют созданию и укреплению «своих» ударных ТНК, которые претендуют на львиную долю мирового дохода через *интегрированные* и *воспроизводственные ядра*, а конкуренция превратилась в инструмент геоэкономической экспансии [6]. Россия наращивает потенциал

Газпрома и Роснефти, поддерживая их «присутствие» на мировых рынках энергоносителей. Список российских ТНК должен быть расширен [прим.].

С 90-х XX в. ТНК активно заключают и реализуют глобальные альянсы, прибегая к слияниям, поглощениям, присоединениям, стратегическому сотрудничеству. Глобальные альянсы существенно модифицируют механизм и типологию конкуренции. Речь идёт о возникновении *конкурентного партнёрства*. Глобальные альянсы показательны и с точки зрения предпосылок и постепенности продвижения к формированию интегрированного сообщества. Подмечено, что реализация целей и задач глобальных альянсов растягивается на годы, сопровождается радикальной реструктуризацией ТНК (диверсификация или концентрация бизнеса, делегализация активов и мощностей, сокращение персонала, смена топ-менеджеров и др.). К опыту *корпоративной интеграции* начинают присматриваться и руководители европейских государств, ответственных за успешность проекта по расширению ЕС. Эксперты и аналитики, следящие за центробежными и центростремительными тенденциями в СНГ, всерьёз заговорили о необходимости учёта степени интеграционной зрелости б. республик СССР, а ныне суверенных государств. Отсюда и медлительность формирования единого экономического пространства (ЕЭП), интеграция с разной скоростью и меняющимся составом участников (ядро и периферия).

Конкурентоспособность страны - это функция конкурентоспособности и ТНК, и основной массы национальных предприятий, работающих на экспорт и внутренний рынок. Что же характеризует конкурентоспособность предприятия? Систематизируем выводы менеджеров.

Конкурентоспособность предприятия - это способность предприятия *бороться за рынок*, изменяя свою долю на рынке в зависимости от избранной стратегии и динамики конъюнктуры.

Конкурентоспособность предприятия - это величина и эффективность использования *локальных ресурсов*.

Конкурентоспособность предприятия - это инвестиционная *привлекательность*.

Конкурентоспособность предприятия характеризует степень удовлетворения конкретных *потребностей* покупателей (клиентов), его сравнительные преимущества по сравнению с конкурентами.

Предприятие - это опосредованный *носитель* конкурентоспособности номенклатуры и ассортимента продуктов (вещей и услуг).

Конкурентоспособность предприятия - это динамичный показатель (точнее: набор показателей), зависящий от взаимодействия внутренних и внешних факторов, от состояния корпоративного управления, наличия лидера с работоспособной командой.

Понятие «продукт» (незаменимое в маркетинге) подсказало *Г. Кленперу* нетрадиционную классификацию институциональных подсистем национальной экономики и суверенного государства. Каждая подсистема имеет свой «продукт»: путь развития (зависимость от прошлого и ориентиры на будущее, идентичность); «кейсы» (анализ поведения других стран); ВВП (прирост и использование национального богатства); знания; институты; культура; менталитет [5].

Корпорация олицетворяет крупный капитал; корпоративной экономике посвящена обширная литература, чего не скажешь о среднем капитале. Между тем экономическая история с середины XX в. свидетельствует о значимости малого и среднего бизнеса (МСБ). Выскажем наши предположения относительно среднего капитала в промышленности России [4].

Средний капитал (бизнес) - уникальное явление (феномен) в предпринимательской деятельности и общественном признании. Его не замечают законодатели, отчего государственная поддержка, в отличие от малого предпринимательства (хотя бы декларативно), не распространяется на предприятия и фирмы средних размеров. Статистики, как правило,

представляют данные слитно, не расчленяя на крупные и средние предприятия. Федеральная служба статистики проводит специальные обследования предприятий по численности работников нерегулярно, последние по времени данные относятся к 2001-2002 гг. В деловой и научной литературе зачастую малый и средний бизнес объединяют в одну типологическую совокупность (МСБ). Запоздало и со сбоями функционируют представительские организации среднего бизнеса («Деловая Россия», «Опора»).

Точка отсчёта при определении среднего капитала - *предприятие как производитель* продукта (в вещной оболочке для промышленности), *статусная* организация (поставщик, клиент, посредник, партнёр), носитель *институциональной* памяти (генератор, инкубатор, интегратор институтов). *Фирма* может совпадать с предприятием, но может быть и *объединением* предприятий через предпринимательские альянсы (слияния, поглощения, присоединения). Судьба предприятия неоднозначна в контексте глобальной неопределённости [12]. Одни считают, что предприятия будут терять устойчивость организации и жёсткие границы (соляризация). Другие видят укрепление тенденции к территориальной и административной разобщённости работников (работа на дому, субконтракты, аутсорсинг). На наш взгляд, скорее всего предприятия окажутся в пространстве *перманентной реорганизации*. Сетевая экономика не отменит раз и навсегда параллельные и вертикальные связи предприятий как экономической клеточки.

В докладе Всемирного банка «От экономики переходного периода к экономике развития» (2004) представлено распределение предприятий России по численности занятых. Аналитики Всемирного банка зафиксировали верхнюю границу малого бизнеса по критерию занятости в 100 человек, но отказались представить последующие группировки. Граница в 100 человек, хотя и условная, объясняется специалистами по менеджменту так: до 100 чел. органы управления немногочисленные, гибкие, руководитель знает положение дел в деталях. После этого рубежа требуется иерархия органов управления, руководитель доверяется информации менеджеров низового и среднего уровня.

Наиболее разработан статус малого и среднего бизнеса в Евросоюзе. Ещё в 1996 году определён набор критериев для средней формы: занятость, чистый доход от продаж, сумма активов баланса, статус. С 1 января 2005 года внесены коррективы: численность занятых менее 250 чел., чистый доход от продаж от 10 до 50 млн. евро, сумма активов в пределах 10-45 млн. евро. В Японии численность работников для среднего капитала определена в 300 чел., а уставный капитал - до 0,1 млрд. иен. Считаем, что сегмент в 100-500 чел. является показательным для среднего капитала в промышленности России. Возможны и превышение этого лимита, учитывая гигантоманию в плановой экономике СССР.

Каковы же каналы пополнения состава средних предприятий в промышленности России?

Естественно, что малый бизнес при благоприятных условиях может трансформироваться в средний капитал. Но этот процесс медленный и болезненный.

Аналитики «Эксперта» Т. Гурова и А. Ивантер рекомендуют поощрять кластеры, а в них всегда найдётся ниша и для предприятий средних размеров. Если воспользоваться Бостонской матрицей, то в квадрант «звезда» обязательно попадёт пищевая индустрия. Со ссылкой на знатока менеджмента П. Дракера предлагается работать на фирмы, меняющие к лучшему жизнь граждан, прежде всего представителей среднего класса.

Отметим неожиданный результат агитации за пересмотр итогов приватизации: уход инвесторов в малый и средний бизнес, в регионы.

Становлению среднего капитала способствуют инвестиционные фонды. Так, фонд Баринг Восток инвестирует в российские компании с оборотом от 10 до 50 млн. долл. (критерий среднего капитала в ЕС). Фонд покупает пакеты акций в 25% и финансирует прямые инвестиции. Он выходит из своих проектов через продажу акций стратегическим инвесторам, менеджерам, фондовые площадки.

Российский вариант ЭСОП функционирует с 1998 года по жёстким правилам: работникам должна принадлежать мажоритарная доля акций (до 75%), с возможностью выкупа за 5-10 лет; работники без акций - не более 10%; каждому работнику - до 5%; обязательно трудовое участие; смешанная схема голосования (один работник - один голос и по пакету акций). Закрытые акционерные общества работников (ЗАОР) предназначены для предприятий с широким диапазоном занятости (от 50 до 5500 чел.); их число относительно невелико (одна сотня - другая); есть и средние предприятия [9].

Потенциал среднего капитала можно и нужно изучать методом от противного, т. е. через поиски отраслей и подотраслей без доминирования крупной частной собственности. Из выборки Всемирного банка (доклад 2004 года) в список отраслевых рынков (общее число 32) с небольшой долей крупного капитала (менее 20%) попали мясная, молочная, лесная, мукомольная, кондитерская промышленность, пиво и безалкогольные напитки, строительные материалы и полиграфия. Значит, по этим рынкам существует резерв для развития среднего капитала.

Средний капитал тяготеет и к малому бизнесу, и к крупному капиталу. Эта *двойственность* (дуализм) имеет объективные корни, а не только субъективные предпочтения. Верхушка малого бизнеса пополняет ряды предпринимателей средней руки (состоятельных) и выступает иногда «опекуном» младших собратьев. Средний капитал обладает известной жизнестойкостью по сравнению с высокой «смертностью» в малом бизнесе благодаря инвестициям с привлечением собственных и заёмных средств (амортизация, прибыль, кредиты, сотрудничество с российскими и зарубежными инвесторами) и потенциалом социальных программ для своего персонала. Средний капитал не может пренебрегать крупным капиталом, с его мощью, кадрами, новинками в технологиях и в управлении. В условиях глобализации (а это постоянное присутствие импорта и инофирм) и ужесточения конкуренции средний капитал вынужден соглашаться с положением *младшего партнёра*.

И тем не менее, несмотря на всеобщую взаимозависимость, средний капитал - это *самостоятельная структура*, необходимое *звено* в экономическом пространстве. Средний капитал включает как советские предприятия, вынужденные адаптироваться к сигналам рынка и рыночных агентов, так и новые предприятия, возникшие уже в 90-е годы и позднее. Средние предприятия прибегают к иерархии органов управления, осуществляют контроль за деятельностью исполнителей, готовы к разработке стратегии на среднесрочный период (до 3-5 лет). Средний капитал отличается размытыми и подвижными границами, ему присуще броуновское движение (вниз-вверх и наоборот). Отсюда необходимость ориентации на международные критерии среднего капитала (особо по выручке) с возможностью их коррекции (иногда значительной) применительно к России. Надо повышать средние размеры российских предприятий.

Оправдано включение среднего капитала в разные типологические совокупности: малый и средний бизнес (МСБ) и вместе с крупным капиталом в промышленности. При всей своей относительной самодостаточности средний капитал нуждается в поддержке федеральной, региональной и местной власти. Эта поддержка должна быть значимой (а не символической), срочной и избегать индивидуальных предпочтений, дискриминации других, не попавших в перечень фаворитов.

Бренд и транзакционные издержки (ТАИ) - это видимая и скрытая стороны конкуренции, понятия-спутники. Бренд - это не только торговая марка, прошедшая должным образом официальную регистрацию, не только изобразительная и звуковая идентификация продукта и фирмы, но и совокупность представлений, идей, образов, ассоциаций о конкретном продукте и его окружении, которая сложилась у потребителя. Бренд - это своеобразное послание фирмы населению, партнёрам, обществу, персонифицированное позиционирование по сравнению с конкурентами [7]. Менеджеры научились классифицировать ТАИ в зависимости от этапа брендинга, отражать их в бухгалтерском учёте и находить источники их по-

крытия [8]. Таким образом, теорема Коуза о величине ТАИ нашла новое воплощение и применение.

Завершая обзор некоторых понятий «на стыке» микроэкономики и менеджмента, отметим их теоретическое значение и наполнение *макроэкономического* и даже *мирохозяйственного* свойства. Сказанное выше иллюстрирует и конкретизирует микроэкономические основы макроэкономики и мирового хозяйства, известную условность дистанцирования макроэкономики от микроэкономики и наоборот.

И теперь сжато, одной фразой или абзацем назовём экономико-статистические индикаторы, позволяющие вести регулярное наблюдение за динамикой рыночных процессов в контексте глобализации.

Удачно совмещает задачи измерения страновой и продуктовой конкурентоспособности индекс RCA: отношение доли страны на мировом рынке определённого товара к её доле в мировом экспорте. Этот коэффициент сравнительных преимуществ рассчитывается в России с 1999 г. Список товаров с высоким индексом RCA пока невелик: никель, газ, древесина, электроблоки и запчасти к ним, металлопрокат, алюминий, удобрения, продукты нефтепереработки и др.

Позиционирование стран и корпораций по добавленной стоимости с корректировкой ВВП и делового оборота. Корпоративная статистика не обходится теперь без капитализации акций на фондовых рынках.

Рейтинги ТНК ведутся по величине зарубежных активов, доле зарубежных активов в общем объёме, доле зарубежных продаж в общем объёме, по другим индикаторам с привязкой к зарубежной деятельности [12].

Аналитические службы фондовых бирж изучают динамику фондовых индексов в зависимости от вариации нормы прибыли по: а) товарам длительного пользования; б) краткосрочного пользования; в) продукции всей промышленности. Обнаружено, что обвал котировок акций происходит, когда исчезает мотив к переливу капитала. Низшие поворотные точки в динамике вариации нормы прибыли соответствуют рецессии и/или кризисам фондового рынка, либо непосредственно им предшествуют [2].

Данная статья нацелена на всесторонний и плодотворный обмен мнениями относительно концептуального диалога между экономической теорией и менеджментом (корпоративным управлением).

Примечание

О необходимости долгосрочного прогноза внешнеэкономических связей, подготовке к массированному спросу Китая на сырьё и о создании советских ТНК писал на закате перестройки А. Анисимов. См.: Анисимов А. Не ошибиться в выборе // Экономические науки. 1991. №12. С. 6-12.

Библиографический список

Балацкий Е. Экономическая наука: новые вызовы современности // МЭ и МО. 2006. № 1. С. 61-67.

² Возная Л. (Житомир). Физика времени в прогнозировании финансовых катастроф // Вопросы экономики. 2005. № 8. С. 27-41.

³ Гнатко В. С., Пефтиев В. И. Корпорации в трансформирующемся мире: концептуальные поиски. Яр. 2005. С. 104-157.

⁴ Гнатко В. С. Средний капитал в промышленности России. Яр. 2005.

⁵ Клейнер Г. Системная структура экономики и экономическая политика // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 5. С. 8-21.

⁶ Кочетов Э. Глобализация и её влияние на мировое развитие // Безопасность Евразии. 2006. № 2. С. 311-345.

⁷ Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2. С. 4-15.

°

Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2. С. 52-66.

⁹ Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2. С. 88.

⁰ Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2. С. 91-93.

¹ Попов Е., Лесных В. Трансакционные издержки в переходной экономике // МЭ и МО. 2006. №3. С. 72-77.

¹² Экономист. 2006. № 1. С. 80-84.

Гнатко Владимир Семёнович, кандидат экономических наук
Пефтиев Владимир Ильич, доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Ярославского государственного педагогического университета имени К. Д. Ушинского