

Я.Ш.Паппэ, Я.С.Галухина

Р ОССИЙСКИЙ КРУПНЫЙ БИЗНЕС

первые
15 лет

Экономические
хроники
1993—2008



Издательский дом ГУ ВШЭ
Москва 2009

УДК 338.22(470+571)

ББК 65.012.1(2Рос)

П17

Рецензенты:

доктор экономических наук профессор *С.К. Дубинин*;

доктор экономических наук *Р.И. Капелюшников*



ФОНД ЛИБЕРАЛЬНАЯ МИССИЯ

*Издание подготовлено
при участии Фонда
«Либеральная миссия»*

ISBN 978-5-7598-0623-3

© Паппэ Я.Ш., Галухина Я.С., 2009

© Оформление. Издательский дом
ГУ ВШЭ, 2009

Оглавление

Введение	5
Глава 1. Российский крупный бизнес как экономический феномен	
1.1. Пояснение базовых понятий.....	13
1.2. Количественные критерии выделения субъектов крупного бизнеса	21
1.3. Крупный бизнес в экономическом развитии: каркас, донор, мотор?	26
1.4. Классификация интегрированных бизнес-групп и компаний.....	27
1.5. Особенности источников информации и работы с ними.....	33
Глава 2. Формирование и развитие российского крупного бизнеса в 1990-е гг.	
2.1. Механизмы формирования интегрированных бизнес-групп и компаний.....	39
2.2. Три этапа развития	44
2.3. Ведущие интегрированные бизнес-группы и компании	53
2.4. Ключевые специфические черты российского крупного бизнеса	67
Глава 3. Основные причины, определившие специфические черты российского крупного бизнеса в 1990-е гг.	
3.1. Советское наследие	79
3.2. Характер перехода	83
3.3. Оппортунистическая социально-экономическая политика российского государства	86
3.4. Политическая взаимозависимость государства и крупного бизнеса	90
Глава 4. Российский крупный бизнес в 2000 – первой половине 2008 г.: основные тенденции	
4.1. Право собственности – единственное основание для консолидации активов	96
4.2. Отраслевые сдвиги.....	96

4.3. «Фундаментальный сдвиг»: превращение компаний в основных субъектов бизнеса, а мирового рынка – в главный источник внешнего финансирования	100
4.4. Причины и механизмы «фундаментального сдвига»	105
Глава 5. Некоторые ключевые аспекты развития российского крупного бизнеса в 2000 – первой половине 2008 г.	
5.1. Выход на мировой финансовый рынок	111
5.2. Интернационализация российского бизнеса	116
5.3. Основные направления трансформации компаний	126
5.4. Основные направления трансформации интегрированных бизнес-групп	129
Глава 6. Ведущие интегрированные бизнес-группы 2000-х гг.	
6.1. «Высшая лига»: «ветераны»	136
6.2. «Высшая лига»: новички	148
6.3. «Первая лига»: избранное	154
Глава 7. Крупный бизнес и государство в 2000 – первой половине 2008 г.	
7.1. Изменение модели отношений: от равноправия к подчинению ...	159
7.2. Консолидация государственных активов и национализация	161
7.3. Отраслевая картина экспансии государства	167
7.4. Госкорпорации	187
Глава 8. «Империя» М. Ходорковского и «дело ЮКОСа»	
8.1. Становление «империи»	197
8.2. Пик могущества: 2000–2002 гг.	206
8.3. «Дело ЮКОСа» и гибель «империи»	213
8.4. Уроки и последствия	222
Заключение	227
Литература	233
Приложение 1. Ведущие интегрированные бизнес-группы: краткое описание по состоянию на конец 2008 г.	239
Приложение 2. Российский крупный бизнес: события и тенденции. Годовые обзоры за 2004–2007 гг.	289
Об авторах	423

Введение

Когда задумывалась эта книга, то предполагалось, что она будет посвящена как истории российского крупного бизнеса, так и его современному (на момент выхода) состоянию. Не вышло. Коррективы внес мировой финансовый кризис, во второй половине 2008 г. обрушившийся и на Россию. Нам явно предстоит некоторый период турбулентности, и каким будет новое статус-кво и следующий этап развития, станет ясно не ранее чем в конце 2009 г.

Таким образом, предлагаемая вниманию читателей работа стала исторической. Как ни странно, это дает некоторое преимущество, поскольку позволяет описать два первых периода в развитии крупного отечественного бизнеса – 1993–1999 гг. и 2000 – первая половина 2008 г. – как завершенные. Именно к ним относятся и анализ, и факты, представленные в книге. Исключение составляет Приложение 1, в котором содержатся «моментальные фотографии» ряда ведущих субъектов российского крупного бизнеса. В нем мы попытались учесть и изменения, произошедшие во второй половине 2008 г.

В 2008 г. российскому крупному бизнесу исполнилось 15 лет. Так получается, если вести отсчет с принятых весной 1993 г. постановлений правительства Российской Федерации о создании шести первых компаний в топливно-энергетическом комплексе – ОАО «Газпром»,

ОАО «НК «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «НК «ЮКОС» и РАО «ЕЭС России»¹.

Конечно, любая конкретная дата условна. Можно попытаться отодвинуть ее на несколько лет, вспомнив о знаменитых на всю страну товарно-сырьевых биржах и банках рубежа 1980–1990 гг., или о появившейся еще раньше и достаточно громко заявившей о себе «комсомольской экономике». Однако большинство этих структур исчезло уже в 1990-е гг., не оставив прямых наследников, в то время как из шести указанных выше компаний ТЭКа первые четыре развиваются весьма успешно и до сих пор являются лидерами отечественного бизнеса, РАО «ЕЭС России» прекратило существование в середине 2008 г. в результате самореформирования, породив ряд энергогенерирующих, сетевых и прочих компаний, и только ЮКОС погиб в результате политически мотивированного банкротства.

В России крупный бизнес сформировался, пожалуй, быстрее и удачнее, чем другие экономические институты, а его удельный вес и роль оказались выше, чем в большинстве развитых и переходных экономик. Это вполне естественно. СССР был, как известно, страной больших и очень больших заводов. В процессе рыночной трансформации они могли либо прекратить существование, либо стать основой для крупных компаний в сфере материального производства и способствовать появлению сопоставимых по масштабам партнеров в торговле, финансах и пр. Кроме того, и руководству страны, озабоченному прежде всего социальной и политической стабильностью, было удобно опираться на масштабных хозяйствующих субъектов.

За время своего существования отечественный крупный бизнес радикально изменился. В 1990-е гг. его развитие определялось в основном советским наследием и спецификой переходных процессов в российской экономике. Соответственно его субъекты, даже самые успешные, очень часто выглядели весьма экзотически с точки зрения как теории, так и мирового опыта. К 2008 г. он представлен

¹ Точности ради отметим, что, во-первых, эти постановления были приняты во исполнение указов президента РФ, подписанных в конце 1992 г., а во-вторых, российское ОАО «Газпром» является наследником советского Государственного газового концерна «Газпром», созданного еще в августе 1989 г. и охватывавшего всю территорию СССР.

главным образом компаниями, которые выстроены в соответствии с принятыми международными стандартами, выступают в качестве равных партнеров в масштабных интернациональных сделках и активно используют ресурсы мирового финансового рынка, т.е. имеют черты, свойственные любому субъекту глобализированной экономики.

Не менее серьезно трансформировались и отношения с государством. Активное участие бизнеса в политике в качестве важнейшего союзника либо влиятельного оппонента власти сменилось «равноудалением олигархов» и абсолютным политическим разоружением. И наконец, приватизацию в качестве наиболее актуального сюжета вытеснили национализация, строительство государственных корпораций и пр.

Напрашивается желание связать указанную трансформацию с общим переходом от «безвременья» 1990-х гг. к стабильности первых восьми лет нового века. Воздержимся, однако, от прямых оценочных суждений. Напомним, что в 1990-е гг. крупный бизнес в России не только сформировался, но и, пройдя испытание кризисом 1998 г., вышел на траекторию роста. А в последующий период успехи в стране во многом определялись беспрецедентно благоприятной внешнеэкономической конъюнктурой.

Несмотря на процессы глобализации и интеграции, в разных странах и регионах мира существуют специфические доминирующие формы организации крупного бизнеса. Они определяются историей и традицией и в рамках других традиций зачастую выглядят непривычными, непонятными и нерациональными. Общеизвестно, например, насколько разнятся до сих пор англосаксонская (американская) и континентальная (германо-японская) модели.

Российский крупный бизнес слишком молод, чтобы делать выводы о том, какие из его нынешних характеристик являются устойчивыми чертами национальной модели, а какие — изживаемым наследием переходного периода. На сегодняшний день нашим ближайшим аналогом является, по-видимому, Южная Корея с ее системой чеболей. Последние, как считается, обеспечили своей стране несколько десятилетий весьма быстрого экономического роста и успешной модернизации, однако затем оказались ответственными за глубокий (хотя и быстро преодоленный) кризис во второй поло-

вине 1990-х гг. и по инициативе государства были подвергнуты существенному демонтажу. Поэтому для России чрезвычайно важен анализ опыта Южной Кореи и в статике, и в динамике.

Теперь сделаем ряд вводных замечаний методологического характера.

1. Используемый нами подход – дескриптивный. То есть объект исследования рассматривается в первую очередь как самостоятельное экономическое явление или институт. Основными вопросами при этом являются «как» и «почему», а отнюдь не «зачем» и «с какой целью».

В отечественной литературе чаще всего используется иной подход – функционально-нормативный. Крупный бизнес с самого начала рассматривается как фактор, инструмент или препятствие в решении некоторых задач – идет ли речь о модернизации, конкурентоспособности или построении гражданского общества. Иначе говоря, реальность сразу оценивается по критерию соответствия некоторой идеальной модели или заданной извне цели. Мы не отрицаем ценность такого подхода. Однако, на наш взгляд, любые экономические феномены, возникшие естественным образом (т.е. «родившиеся», а не «построенные»), должны исследоваться прежде всего как саморазвивающиеся и самоценные. И лишь после этого возможен плодотворный анализ их влияния на другие объекты и процессы, а также роли, которую они играют в рамках национальной экономики, общества или некоторой другой надсистемы.

2. Книга является одним из результатов примерно десятилетних исследований авторов. Тем не менее она не отвечает многим стандартным требованиям для современных академических работ. В ней, в частности, нет сколько-нибудь подробного анализа предшествующих публикаций или общей концептуальной рамки, не используются математические модели. Преследуемая нами цель более скромна и более амбициозна одновременно – дать развернутое экспертное описание объекта исследования в его динамике, которое было бы связным, непротиворечивым и убедительным для читателя, заинтересованного в структурированном изложении фактов и тенденций и их содержательной интерпретации. На наш взгляд, в части российского крупного бизнеса именно таких описаний пока не хватает для

проведения осмысленных дальнейших исследований по канонам современной экономической науки.

Список литературы, представленный в конце книги, не претендует ни на полноту, ни на репрезентативность. В него включены публикации трех типов: работы авторов настоящей книги; работы, исследующие крупный российский бизнес с тех позиций или в тех аспектах, которые нами не затронуты; публикации, которые могут служить источниками достаточно подробной и точной информации об объекте исследования.

Особо следует указать на еще одну особенность книги, являющуюся явным нарушением научных ритуалов, — отсутствие конкретных ссылок на источники информации. Данных по крупному российскому бизнесу имеется довольно много, и их качество со временем растет. О любом существенном событии в СМИ, на сайтах компаний или в их информационных материалах для инвесторов, бирж и регулирующих органов обязательно появляется точная информация, но практически всегда появляется и другая — неточная или ошибочная. Поэтому ни один факт, как нам представляется, не может подтверждаться единичной ссылкой. О факте можно говорить тогда, когда существует некоторый массив сообщений (желательно в источниках разных типов) и этот массив подвергается экспертной оценке. И, судя по нашему опыту, даже в этом случае вероятность обнаружения существенных неточностей постфактум составляет 10–20%.

В нашей работе мы не использовали никакой инсайдерской или иной не подлежащей свободному распространению информации. Однако помимо публикаций (в различных формах) мы опирались и на устные источники, включая обсуждения в научном, экспертном и профессиональных сообществах.

3. В книге рассматриваются три основные формы крупного бизнеса — предприятия, компании и так называемые интегрированные бизнес-группы (ИБГ). Не вдаваясь в подробности, отметим, что предприятия и компании имеют, вообще говоря, объективные границы — экономические и юридические (которые, впрочем, могут не совпадать). Причем границы эти относительно устойчивы и о фактах их изменения — покупках, продажах, слияниях и поглощениях — в подавляющем большинстве случаев официально сообщается.

По-иному обстоит дело с интегрированными бизнес-группами — сложными многопрофильными структурами, объединенными исключительно наличием общих собственников и реализованных или ожидаемых ими синергических эффектов. Легко понять, что определение границ таких групп обычно является нетривиальной исследовательской задачей. Строгие доказательства чаще всего невозможны, их заменяет некоторая сумма правдоподобных суждений.

4. Мы ограничились исследованием только тех субъектов, которые работают главным образом в реальном секторе (финансовая составляющая при этом тоже может присутствовать, но играет подчиненную роль). Вне поля нашего зрения остались крупнейшие самостоятельные банки, банковские и страховые группы, инвестиционные и финансовые супермаркеты. Мы отнюдь не считаем, что финансовый сектор менее значим для отечественной экономики, а просто не беремся рассуждать о нем компетентно.

Мы также не рассматриваем такой активно формирующийся тип экономических агентов, как крупные портфельные инвесторы — будь то физические лица или специально созданные для этого организации, либо подразделения тех или иных финансовых структур, хотя прекрасно понимаем, насколько сложно отличить инвестора, портфель которого составляют крупные пакеты акций, от «настоящей» интегрированной бизнес-группы.

5. Книга состоит из примерно равных по объему основной части и приложений.

В основной части дано обобщенное описание главных этапов, факторов и механизмов формирования и развития российского крупного бизнеса за последние пятнадцать лет, а также представлены его главные субъекты. Повествование ведется в хронологическом порядке и естественным образом распадается на две части — 1993—1999 гг. и 2000 — первая половина 2008 г. Основное внимание уделяется экономическим аспектам, но затрагиваются и социально-политические, в том числе динамика отношений с государством.

Приложения посвящены главным образом фактографии. В Приложении 1 приводится краткое описание наиболее значимых и достойных внимания интегрированных бизнес-групп по состоянию на конец 2008 г.; в Приложении 2 представлены годовые обзоры основных тенденций и событий 2004—2007 гг.

1

глава



Российский
крупный бизнес
как экономический
феномен

1.1

Пояснение базовых понятий

К сожалению, мы не можем начать анализ со строгих определений. Такой способ работы, общепринятый в точных науках, в экономических исследованиях может быть реализован далеко не всегда. Он годится лишь в тех случаях, когда либо изучаемый объект достаточно прост, либо существует длительная традиция его исследования и формализации. Относительно российского крупного бизнеса, конечно же, невозможно сказать ни того, ни другого. Поэтому единственный способ раскрыть содержание используемых понятий и терминов – дать им достаточно подробные, но при этом не претендующие на высокую точность пояснения.

К *крупному бизнесу* мы будем относить экономических агентов (субъектов), которые в процессе текущего функционирования оказывают существенное влияние на национальную экономику в целом или, по крайней мере, на некоторые ее сектора.

Можно сформулировать и по-другому. В качестве содержательного критерия отнесения той или иной структуры к крупному бизнесу выбирается ее способность изменять экономические институты («правила игры») в сфере своей деятельности. Такая способность определяется прежде всего масштабами этой структуры, но иногда ключевую роль могут играть и другие факторы, например особенности ее технологической специализации или рыночного позиционирования.

Если воспользоваться математической терминологией, то субъект крупного бизнеса – это экономический агент, способный оказывать столь сильное влияние на окружающее пространство, что в результате меняется топология последнего (оно «искривляется», «рвется» и т.д.).

Так понимаемый термин «крупный бизнес» полностью соответствует широко используемому англоязычному термину «big business». В западной экономической теории и практике близкими к нему являются такие понятия, как «компания общенациональной значимости» или «транснациональная корпорация». В социальных науках и политологии часто в одном ряду с термином «big business» находятся также «big state» и «big trade unions».

Сразу подчеркнем различия между понятием «крупный бизнес» в смысле данного выше описания и такими категориями, как «крупное производство» и «крупное предприятие». «Крупное производство» – понятие, на наш взгляд, значительно более широкое, чем «крупный бизнес», поскольку в нем нет никакого указания на смысл деятельности соответствующих субъектов. Крупный бизнес – это не просто крупное производство, но производство самостоятельное и экономически организованное. То есть его субъект, во-первых, сам определяет смысл своего существования, а во-вторых – действует в соответствии с рыночными критериями рациональности.

Понятие «экономически организованное» является максимально широким. Оно не подразумевает ни какой-либо определенной формы собственности, ни какого-то конкретного показателя в качестве цели деятельности производителя. Предполагается лишь, что оценка деятельности дается некоторой совокупностью рынков и от этой оценки зависят возможности продолжения его функционирования, экспансии и развития. (Синонимом термина «экономически организованный» может, на наш взгляд, выступать термин «рыночно-ориентированный», однако он слишком популярен и потому не может использоваться строго.)

Что касается крупных предприятий, то это статистическая классификационная группа, широко используемая в разных странах¹, и уже только поэтому достаточно массовый, а не штучный объект. При любых критериях выделения в больших странах их тысячи или, по крайней мере, сотни, а субъектов крупного бизнеса – сотни или

¹ Иногда используются близкие классификационные группы – средние и крупные предприятия или крупные и крупнейшие.

даже десятки. Как правило, они контролируют не просто крупные, а крупнейшие предприятия. А если только крупные, то сразу много.

Конечно же, на Западе существует достаточно длительная традиция изучения крупного бизнеса. Однако, насколько нам известно, и там ни в экономической теории, ни в юридической практике не существует сколько-нибудь общепринятых его определений даже для отдельных стран и периодов. Причина в том, что развитие крупного бизнеса в Западной Европе и Северной Америке было естественным и медленным процессом. Поэтому в экономической теории (исключая марксистскую традицию в широком понимании) никогда не вставала задача анализа данного объекта в целом. То же самое касается и практики государственного регулирования экономики. Исследуются и регулируются, как правило, лишь те или иные отрасли или сектора, юридические формы, аспекты функционирования (например, взаимоотношения между собственниками и менеджментом, концентрация рыночной власти, социальная ответственность) или специальные разновидности (транснациональные корпорации, естественные монополии и т.д.)².

Можно выделить три формы существования крупного бизнеса в России, являвшиеся основными на протяжении всего постсоветского периода и остающиеся таковыми и в настоящее время: *интегрированная бизнес-группа, компания и независимое предприятие*.

Понятие *интегрированной бизнес-группы (ИБГ)* было введено Я. Паппэ и его коллегами в [1]. Так была названа совокупность экономических агентов (юридических лиц), действующих в разных отраслях или секторах, которая обладает следующими характеристиками:

1. Хотя бы часть элементов из этой совокупности представлена коммерческими организациями в смысле гражданского права, т.е. целью их деятельности официально является максимизация прибыли.

² В прямо противоположной ситуации находится малый бизнес. Он чаще всего является объектом специальных исследований и регулирования именно в целом как сектор экономики или экономический институт. Поэтому существует большое количество его определений, разработанных в разных странах и для разных периодов: и развернутых качественных, и жестких количественных.

2. Между элементами существуют регулярные взаимосвязи, более тесные, чем просто рыночные, т.е. данная совокупность в некоторых существенных экономических или управленческих аспектах постоянно или периодически выступает как единое целое. При этом жесткость взаимосвязей может быть совершенно различной — от наличия у всех предприятий одного и того же собственника и одновременного вхождения в единую технологическую цепочку до простой координации ценовой, маркетинговой или технической политики.

3. Существует некоторый центр принятия ключевых решений, обязательных для всех элементов. Его мы будем называть *центральным элементом ИБГ*. В этой роли может выступать либо наиболее крупный и важный ее член (деятельностный центр), либо специально созданная структура, концентрирующая управленческие функции, либо некоторая группа физических лиц, например основных собственников и/или высших менеджеров, имеющих возможность принимать решения, обязательные для всех членов ИБГ (причем эта группа должна в каждый момент иметь достаточно ясные, хотя, может быть, и неформализованные границы и достаточно медленно меняться с течением времени).

Иначе говоря, ИБГ — это совокупность предприятий из разных отраслей и секторов, которые в силу сложившихся между ними связей регулярно выступают в некоторых важных аспектах как единый экономический агент и в которой можно выделить некоторый центральный элемент. Связи могут быть мягкими или жесткими, формальными или неформальными, прозрачными или непрозрачными для внешнего наблюдателя. Важно лишь, чтобы они были достаточно устойчивыми и обязывающими. Кроме того, большая часть групп включает предприятия как из реального, так и из финансового сектора, а в рамках реального сектора — из технологически не связанных между собой отраслей.

Выделение ИБГ и установление их границ часто представляет собой нетривиальную исследовательскую задачу, при решении которой неизбежен определенный субъективизм. В наибольшей степени это касается тех из них, где центральным элементом выступает группа физических лиц. В этом случае для внешнего наблюдателя

невозможно представить строгое доказательство того, что она может и должна рассматриваться как единый актер в экономическом пространстве. И так же невозможно строгое опровержение. Ситуация может осложняться еще и тем, что сами указанные лица могут быть не заинтересованы демонстрировать свое единство (или, напротив, заинтересованы демонстрировать его там, где оно отсутствует).

Потребность во введении двух новых понятий связана со следующим обстоятельством. Вполне устоявшиеся и в учебниках по экономике и менеджменту, и в СМИ понятия «финансово-промышленная группа», «центральная компания», «материнская компания», «основное общество» и т.д. являются юридически занятыми, т.е. имеют точные определения, зафиксированные в тех или иных законодательных актах Российской Федерации.

Строгое определение термина «финансово-промышленная группа» было дано в Федеральном законе «О финансово-промышленных группах», принятом в 1995 г. Большинство групп, реально существующих в российской экономике, в том числе самые крупные, этому определению не удовлетворяли. Вследствие этого после 1995 г. в профессиональных обсуждениях и текстах всегда приходилось уточнять, о каких именно финансово-промышленных группах идет речь – формальных, зарегистрированных или, напротив, фактических.

Понятия «материнская компания» и «основное общество» относятся к проблематике холдингов, и их строгие определения имеются в корпоративном законодательстве.

Возникает также вопрос о соотношении понятия «интегрированная бизнес-группа» с такими традиционными для экономической науки понятиями, как «альянс» или «консорциум». На наш взгляд, различия здесь весьма существенны. Во-первых, альянс или консорциум предполагают с самого начала определенные, четкие границы взаимодействия вступивших в них субъектов. Например, альянс, как правило, касается какого-то определенного рынка или рынков; консорциумы создаются для реализации совместных проектов. Во-вторых, в альянс или консорциум стороны вступают добровольно и в подавляющем большинстве могут выйти из них в одностороннем

порядке без потери идентичности. То есть стороны взаимодействия первичны, а само взаимодействие вторично.

В ИБГ ситуация принципиально иная. По крайней мере значительная часть составляющих оказывается в них не по доброй воле и не может выйти в одностороннем порядке. Взаимодействие в рамках ИБГ не предполагает заранее известных границ – ни временных, ни содержательных. Во всех случаях ключевым фактором выступают решения центрального элемента. Используя аналогии из политической науки, можно сказать, что альянсы или консорциумы – это договорные конфедерации, тогда как ИБГ – конституционные федерации.

Российские ИБГ – явление отнюдь не уникальное. Подобные образования существуют в большинстве регионов мира и активно изучаются экономической наукой. В англоязычной литературе они обычно именуется просто *группами* и определяются чаще всего двумя разными способами. Первое определение практически совпадает с данным выше. Второе основано на самоопределении экономических агентов: группой называется такое объединение, в котором каждый участник знает о своей принадлежности (и связанных с ней обязанностях и возможностях) и то же самое знают его внешние контрагенты.

В крупных развивающихся странах – Турции, Индии, государствах Латинской Америки – группы являются значимой органичной частью национальных экономик. В современной Европе это феномен явно периферийный по сравнению с публичной корпорацией, однако и там можно указать успешные и длительно существующие группы, ассоциирующиеся с семьями, их создавшими (например, Валенберги в Швеции, Аньели в Италии, Арно во Франции). Даже в США были периоды, когда конгломератные структуры возникали в значительном количестве и достигали очень больших масштабов и сложности. Однако через достаточно короткое время большинство из них распадалось, а оставшиеся резко «сдувались»³.

³ Заметим, правда, что *General Electric*, являющаяся многие десятилетия одним из лидеров и символов экономики США, в последние годы во всех рейтингах описывает свою отраслевую принадлежность словосочетанием «промышленный конгломерат».

В России наиболее известны японские и южнокорейские группы – кэйрецу и чеболи соответственно, которые стабильно существуют в течение многих десятилетий и рассматриваются в этих странах как форма, имманентная их экономике и культуре. Именно им приписывают роль основных моторов успешного развития Японии и Юго-Восточной Азии во второй половине XX в. В то же время кризис, произошедший в этом регионе в конце 1990-х гг., привел к гибели одних ведущих ИБГ и резкому ослаблению других. В результате значительной частью наблюдателей, во-первых, именно азиатские ИБГ были назначены ответственными за сам кризис, а во-вторых, была поставлена под сомнение адекватность этой формы организации крупного бизнеса в целом в условиях постиндустриальной глобализирующейся экономики.

На наш взгляд, для отечественных ИБГ наиболее близкими аналогами являются южнокорейские чеболи. Но и здесь имеются два весьма существенных различия. Во-первых, принципиально иные отношения с властью. Корейские чеболи и изначально возникали, и развивались на базе договоренностей между их основателями и государством. Причем эти договоренности на протяжении нескольких десятилетий достаточно точно исполнялись обеими сторонами. В частности, именно рекомендациями государства в основном определялся набор отраслей, в которых работал тот или иной чеболь. В России же в 1990-е гг. крупный бизнес считал себя свободным от любых обязательств перед государством, даже тех, которые принимались им при приватизации государственных активов. Во-вторых, чеболь – «семейное» предприятие, им владеет большая традиционная семья. На этой основе его целостность и преемственность в управлении сохранялись на протяжении жизни нескольких поколений. В России большой традиционной семьи нет уже давно и бизнес строится, как правило, либо одним человеком, либо «группой товарищей».

Компанией мы будем называть совокупность предприятий реального или финансового сектора, сформированную либо вокруг некоторой технологической цепочки, либо продукта или группы продуктов (т.е. либо вертикально интегрированную, либо продуктно-специализированную) и при этом выступающую как единый эко-

номический агент во всех вопросах, кроме, может быть, оперативных. (Отсюда с очевидностью следует, что компания не может быть финансово-промышленной.) Компания, за редкими исключениями, объединяет несколько юридических лиц, причем сопоставимого масштаба и в принципе способных существовать в рыночной экономике самостоятельно.

Центральный элемент компании всегда юридическое лицо, в функции которого входит принятие всех стратегических и основных тактических решений. Самостоятельность предприятий в лучшем случае ограничивается их текущей деятельностью, т.е. компании отличаются высокой экономической и управленческой целостностью⁴.

Независимое предприятие — это неделимая технологическая и экономическая единица, т.е., во-первых, единая производственная система (производящая товары или услуги и относящаяся либо к реальному, либо к финансовому сектору), во-вторых, единый экономический агент (никакая его часть ни в каких отношениях в качестве самостоятельного экономического агента не выступает).

С гражданско-правовой точки зрения предприятие может выступать в форме либо одного, либо нескольких юридических лиц. На протяжении всего рассматриваемого периода и в настоящее время более распространенным является второй случай. В отдельные юридические лица могут выделяться, например, подразделения, занятые снабжением, сбытом, ремонтными, строительными работами и т.д. Могут также быть созданы искусственные юриди-

⁴ Термин «компания», по-видимому, не вполне удачен. Во-первых, это слово из обывденной деловой лексики и в этом качестве для разных отраслей народного хозяйства имеет разное значение. Если нефтяная или металлургическая компания — это чаще всего компании в указанном здесь смысле, то под инвестиционной или страховой компанией наиболее часто подразумевают то, что здесь названо независимым предприятием. Во-вторых, если убрать из характеристики ИБГ слова «действующих», как правило, в разных отраслях или секторах», то компании можно было бы считать их частным случаем и называть такие ИБГ специализированными, сфокусированными, имеющими выраженное технологическое ядро и т.п. Тем не менее, на наш взгляд, речь идет о двух качественно различных формах российского бизнеса. Поэтому мы считаем необходимым их жестко терминологически разделить.

ческие лица, играющие роль центров прибыли и выполняющие другие специальные функции. Но такое разделение, как правило, является номинальным и ситуативным. То есть возникает некоторая «юридическая маска» (термин В. Цапелика), за которой находится единый субъект.

1.2

Количественные критерии выделения субъектов крупного бизнеса

Установление таких критериев предполагает выбор, во-первых, критерияльных показателей, а во-вторых – их пороговых значений. Нам представляется, что на роль обобщающего количественного показателя могут претендовать лишь три: объем продаж, прибыль и капитализация. В современных российских условиях наиболее предпочтительным выступает объем продаж товаров и услуг (выручка, оборот).

Прибыль – показатель очень неустойчивый и манипулируемый со стороны исполнительного менеджмента. Можно возразить, что в настоящее время эти возможности резко ограничены в силу ужесточения государственного контроля, перехода на международные стандарты финансовой отчетности и выхода все большего числа субъектов крупного бизнеса на мировые финансовые рынки. Но даже если это и так, то использование прибыли в качестве основного критерияльного показателя сразу приведет к «разрыву преемственности» с 1990-ми и началом 2000-х гг. Тогда ситуация точно описывалась известными афоризмами «выручка – реальность, прибыль – искусство» и «если у вас есть прибыль, то у вас плохой бухгалтер».

Впрочем, проблема с адекватным представлением прибыли характерна не только для современной России, но и для любых стран и любых периодов. Напомним, например, о ситуации, возникшей в США после «дела *Enron*», когда немало компаний с мировыми именами начало существенно корректировать опубликованные данные за ряд прошлых лет.

С капитализацией прежде всего возникает та же проблема ответственности. Данный показатель имеет смысл только для открытых акционерных обществ, имеющих значительный free float. Это условие и в настоящее время выполняется далеко не для всех субъектов крупного российского бизнеса, а чем дальше в прошлое — тем меньше их было.

Теоретически наилучшей характеристикой масштабов деятельности фирмы является созданная новая стоимость (стандартная западная формулировка — value added — добавленная стоимость). Однако она не относится к числу публикуемых показателей и соответственно ее расчет требует погружения во внутрифирменную статистику.

Итак, в качестве критериального показателя мы выбираем годовой объем продаж. Выбор порогового значения ключевым образом зависит от рассматриваемого периода. Для 1990-х гг. естественными, на наш взгляд, были следующие пороги:

- 500 млн долл. — для независимых предприятий и компаний, работающих в нефтегазовом секторе, и для многопрофильных ИБГ, в состав которых входят такие компании;
- 100 млн долл. — для независимых предприятий и компаний других отраслей и ИБГ, не имеющих нефтегазовой составляющей.

В 2000-е гг. в связи с общеэкономическим ростом ситуация существенно изменилась, и для них можно предложить следующие пороги:

- 1 млрд долл. — для независимых предприятий и компаний, работающих в нефтегазовой промышленности, и для многопрофильных ИБГ, в состав которых входят такие компании;
- 500 млн долл. — для независимых предприятий и компаний других отраслей и ИБГ, не имеющих нефтегазовой составляющей.

Заметим, что объем выручки ведущих компаний и предприятий в большинстве отраслей и секторов к настоящему моменту уже превысил 1 млрд долл. Пороговое значение в 500 млн долл. сейчас приходится сохранять в основном из-за двух отраслей — машиностроения

(кроме автотракторного и транспортного) и пищевой промышленности. Но предприятия-лидеры здесь развиваются и консолидируются достаточно быстро, и вполне вероятно, что в ближайшее время можно будет перейти к единому «респектабельному» порогу в 1 млрд долл.

Кроме того, к субъектам крупного бизнеса следует относить и структуры, имеющие годовой объем продаж менее 500 млн долл., но входящие в число мировых лидеров на профильных рынках товаров или услуг⁵.

Замечание

На практике с выяснением даже такого простого показателя, как объем продаж, могут возникнуть (и действительно иногда возникают) значительные трудности. Дело в том, что регулярная официальная отчетность – статистическая, налоговая и пр. – за редкими исключениями собирается и представляется пользователям в разрезе юридических лиц. Между тем реальный экономический агент в современной России (и не только) – это очень часто совокупность из нескольких юридических лиц, связанных между собой технологически или функционально, а также общими контролирующими собственниками и ключевыми менеджерами. Причем эти юридические лица могут как иметь некоторые формальные связи между собой (например, в стандартных холдингах), так и не иметь их вовсе.

И для подобного экономического агента, имеющего сложную организационно-правовую структуру, даже решение такой абсолютно необходимой задачи, как исключение внутреннего оборота, для внешнего наблюдателя, пусть и владеющего всей стандартной информацией в разрезе юридических лиц, строго говоря, неосуществимо.

В результате приходится полагаться в основном на консолидированные данные, которые сообщаются самими бизнес-структурами либо публикуются аналитиками различного рода. При этом если

⁵ Хотя единственной широко известной российской структурой такого рода на сегодня является лишь компания «Волга-Днепр» (авиаперевозки сверхкрупных и сверхтяжелых грузов).

речь идет о публичных компаниях или о компаниях, активно взаимодействующих с мировыми финансовыми рынками, информация является однозначной и может считаться достаточно надежной, особенно если она содержится в аудированной отчетности по международным стандартам. С другими субъектами крупного бизнеса могут возникнуть проблемы.

Для примера сравним данные, представленные двумя ведущими деловыми журналами – *Forbes* и «Эксперт». *Forbes* ежегодно публикует так называемый рейтинг закрытой экономики – данные о 200 крупнейших компаниях, которые либо не котируются, либо имеют малый free float. Информация собирается сотрудниками журнала на базе всех доступных им источников. «Эксперт», в свою очередь, публикует список 400 крупнейших компаний России, как публичных, так и нет, сформированный на основе информации, представленной самими компаниями.

Последние из имеющихся у нас данных относятся к 2007 г. Прежде всего отметим, что если исходить из объемов выручки, представленных в списке *Forbes*, то все 200 его компаний должны были быть представлены в списке «Эксперта». Между тем в нем фигурирует лишь половина компаний (точнее, 99). По подавляющему большинству из них данные, приведенные в *Forbes* и «Эксперте», либо совпадают, либо различия находятся в рамках естественной погрешности. Но существует и ряд исключений. Так, у одиннадцати компаний различия составляют более 20%. Лидируют по этому показателю продуктовый ритейлер «Холидей» и один из лидеров медиабизнеса – холдинг «Проф-Медиа» (75 и 72% соответственно). Заметим, что по данным «Эксперта» обе компании, согласно нашим критериям, не являются субъектами крупного бизнеса, а по данным *Forbes* – являются таковыми.

В табл. 1.1 представлены компании, удовлетворяющие следующим условиям:

- а) объем продаж по обоим рэнкингам превышает 500 млн долл. (12,5 млрд руб.; средний курс доллара в 2007 г. принят равным 25 руб.);
- б) абсолютные различия превышают 100 млн долл. (2,5 млрд руб.);
- в) относительные различия превышают 10%.

1.2. Количественные критерии выделения субъектов крупного бизнеса

Таблица 1.1. Данные о выручке из различных источников

	Компания, отрасль	Объем реализации, млрд руб., по данным «Эксперт- 400»¹	Выручка, млрд руб., по данным <i>Forbes</i> 200	Отличие, %²
1	«Русэнергосбыт», электроэнергетика	40,8 (РСБУ)	25,9	57,3
2	«Интеко», строительство	18,1 (управленческая по МСФО)	26,9	48,5
3	Петербургская топливная компания, оптовая торговля	12,9 (управленческая по МСФО)	18,4	42,8
4	Группа компаний «Домо», розничная торговля	15,1 (РСБУ)	19,5	29,0
5	«Алпи», розничная торговля	13,6 (РСБУ)	16,8	23,9
6	Холдинговая компания «Электрозавод», машиностроение	17,7 (управленческая)	21,6	22,2
7	«Глобалстрой- Инжиниринг», строительство	54,2 (РСБУ)	65,6	21,0
8	<i>Avilon Group</i> («Нью-Йорк моторс Москва»), розничная торговля	18,2 (РСБУ)	21,5	18,2
9	Группа компаний «Дон-строй», строительство	38,4 (РСБУ)	33,3	15,2
10	«Роста», оптовая торговля	24,7 (РБСУ)	27,3	10,4
11	«СИА Интернешнл Лтд», оптовая торговля	63,3 (РБСУ)	69,8	10,3

¹ В скобках указан вид отчетности.

² Разность оценок, деленная на минимальную и умноженная на 100.

1.3

Крупный бизнес в экономическом развитии: каркас, донор, мотор?

Существуют разные точки зрения о месте крупного бизнеса в развитии отечественной экономики. Одна из них отводит ему роль основной движущей силы. В соответствии с ней не просто развитие, а экономический прорыв обеспечивается тесным взаимодействием и взаимопомощью крупных компаний и проводящего активную дирижистскую политику государства. Причем такие компании — «национальные чемпионы» (один или несколько) должны появиться или быть выстроены во всех значимых отраслях народного хозяйства. Это представление господствовало в СССР в первые годы перестройки и, похоже, снова приобрело популярность.

Диаметрально противоположная точка зрения имеет два основания: общедемократический пафос и однозначно отрицательную оценку трансформации отечественной экономики в 1990-е гг. Согласно ей российский крупный бизнес с его преимущественно сырьевой направленностью играет лишь роль трубы, по которой природная рента перекачивается из страны во внешний мир. А надежды на экономическое развитие и социальную модернизацию возлагаются в основном на малый бизнес, который опять-таки должен особо опекаться государством.

На наш взгляд, обе позиции далеки от реальности. Как показывает опыт всех успешных стран, крупный бизнес является каркасом национальной экономики, ее основным представителем в мировом хозяйстве, важнейшим партнером и оппонентом государства при выработке и осуществлении промышленной политики. Но основную часть занятости, доходов и налогов, а также инноваций приносит бизнес средний (естественно, по масштабам соответствующих стран)⁶. Классический же малый бизнес выполняет главным образом социальные функции, обеспечивая огромному количеству людей

⁶ Создавший удачную инновацию малый бизнес в условиях развитого рынка немедленно переходит в разряд как минимум среднего.

приемлемый уровень дохода и статус, а некоторой их части — еще и предпринимательский опыт плюс начальный капитал для карьерного роста.

Эта модель верна для России с двумя поправками. Первая связана с повышенной долей природной ренты в первичных доходах. В результате крупный бизнес, контролирующий подавляющую часть сырьевого сектора, является у нас основным налогоплательщиком, а также донором остальной экономики⁷. Вторая состоит в том, что отечественный крупный бизнес, вероятно, играет и будет играть большую, чем в других странах, роль в процессах внедрения, тиражирования и распространения инноваций. Однако поправки не отменяют основного содержания модели. А следовательно, и в России темпы и качество роста, инновационная активность и прочие слагаемые успеха в экономике в решающей степени зависят не от крупного, а от среднего бизнеса. Именно последний должен выступить главным мотором экономического развития страны.

При этом следует иметь в виду еще одно важнейшее обстоятельство. Отечественная экономика — и в настоящее время, и в обозримой перспективе — является не просто открытой (что общеизвестно), но и малой. Современные технологии и уровень разделения труда приводят к тому, что емкость нашего внутреннего рынка, как актуальная, так и потенциальная, для успешно развивающегося среднего бизнеса чаще всего будет недостаточна. Таким образом, возможность выполнения российским средним бизнесом функции мотора развития в свою очередь зависит от того, насколько он сможет интегрироваться в мировое хозяйство.

1.4

Классификация интегрированных бизнес-групп и компаний

Наиболее адекватной целям и задачам нашего исследования является классификация ИБГ по типу интегрирующих механизмов, или интегрирующих отношений. Ниже приводится наиболее простой ее

⁷ За счет регулируемых цен либо инвестирования прибыли в другие отрасли.

вариант. Более сложные варианты, а также классификации по другим признакам см. в [1].

По типу интегрирующих механизмов (интегрирующих отношений) ИБГ можно разделить на две большие группы:

- 1) имущественные ИБГ (ИБГ, основанные на имущественных отношениях);
- 2) управленческие ИБГ (ИБГ, основанные на управляющих механизмах).

В имущественных ИБГ центральный элемент всегда может сконцентрировать в своих руках объем прав собственности, достаточный для контроля над любым ее участником. И именно данная возможность определяет его роль как центра принятия управленческих решений. При этом не имеет значения ни как распределены права собственности изначально, ни каким образом они оформлены, ни то, каким конкретным способом эти права концентрируются у центрального элемента в каждый данный момент.

В управленческих ИБГ центральный элемент не может по своей воле сконцентрировать объем прав собственности, достаточный для контроля над любыми другими участниками. Каждый из них, как правило, имеет крупных и влиятельных собственников за пределами группы. Центральный элемент выполняет по отношению к другим участникам ИБГ некоторые управленческие функции (или, другими словами, оказывает некоторые управленческие услуги), объем и структура которых определяются системой договоров между ним и остальными участниками. Эти договоры могут быть явными или имплицитными и иметь разную временную протяженность, а также различную степень формализации и открытости для внешнего наблюдения. Принципиальным является лишь то, что они могут быть разорваны без согласия центрального элемента.

Состав управленческой ИБГ может быть очень подвижным, в особенности в том случае, если формирующие ее договоры не являются формализованными. В тот или иной период в нее включаются только те предприятия, банки и т.д., которые нуждаются в соответствующих услугах и готовы получать их на предлагаемых условиях.

Поэтому очень часто состав такой ИБГ в каждый данный момент точно известен лишь ее центральному элементу. И даже его оценки могут быть субъективны и неточны в случае, если имеется конфликт по поводу контроля над какими-либо предприятиями.

Часто центральный элемент управленческой ИБГ для закрепления своего контроля над остальными участниками приобретал доли в их капитале. Однако целью такого приобретения являлось, как правило, обеспечение возможности для мониторинга, а не получение контроля через собственность. Поэтому обычно приобретались не контрольные и даже не блокирующие доли. Опыт показывает, что система отношений в управленческих ИБГ безразлична к форме собственности и гражданско-правовому статусу входящих в нее элементов.

Для управленческих ИБГ обычным является возникновение конфликтов между центральным элементом группы и внешними собственниками входящих в нее предприятий. Это часто приводило к временному или окончательному выходу из ИБГ некоторых ее участников, но практически никогда к ее распаду. Известные нам случаи распада управленческих ИБГ происходили лишь в результате гибели, непреодолимых трудностей или ухода с рынка ее центрального элемента.

Вообще можно утверждать, что любая конкретная управленческая ИБГ – практически всегда временная нестабильная структура. И в будущем ее ожидает либо распад, либо трансформация в имущественную.

Среди имущественных ИБГ, в свою очередь, можно выделить следующие типы:

- 1а) «пирамидальные» структуры (классические холдинги);
- 1б) распределенные структуры (распределенные холдинги);
- 1в) системы взаимочастия.

Имущественные ИБГ в форме систем взаимочастия, т.е. такие, в которых основные участники группы владеют крупными пакетами прав собственности (формализованных в виде акций, паев и т.п.) друг друга, в настоящее время в России практически не встречаются.

В 1990-е гг. наиболее распространенными были «распределенные холдинги». Так естественно, на наш взгляд, назвать ИБГ, в которых контрольные пакеты прав собственности основных «производственных» структур (как реального, так и финансового сектора) сконцентрированы у нескольких юридических лиц, имеющих (возможно через цепочки фирм-посредников любой длины и сложности) единого конечного собственника или группу собственников — физических лиц. Доминирование распределенных холдингов как формы организации крупного бизнеса в 1990-е гг., с нашей точки зрения, объясняется тремя основными причинами: первые две являются юридическими, а третья — макроэкономической:

а) неурегулированность и незащищенность прав собственности и, в частности, возможность оспорить в судебном порядке итоги приватизации большого числа предприятий (законодательно установленный срок давности по приватизационным сделкам — десять лет);

б) невозможность предъявления легального (и тем более общественно одобряемого) источника денежных средств, на которые была куплена большая часть крупных пакетов акций российских предприятий;

в) запредельно высокий уровень налогов (в том смысле, что полная уплата всех налогов «в лоб» закрывала для большинства экономических агентов саму возможность хозяйственной деятельности).

Сочетание этих причин приводило к тому, что наиболее эффективная по внутренним критериям структура собственности (равно как и финансовых потоков) для большинства имущественных ИБГ должна была быть максимально легко меняющейся во времени, гибкой и непрозрачной для внешнего наблюдателя.

Однако в 2000-е гг. ситуация радикально изменилась в связи с выходом российских субъектов крупного бизнеса на мировые финансовые рынки в качестве заемщиков и, главное, — эмитентов акций. Для международных банков-кредиторов и особенно для покупателей облигаций критически важными являются формальная прозрачность заемщика и соответствие его внутренней структуры принятым в мире стандартам. Еще более жесткие требования предъявляют покупатели акций. В частности, для них не-

обходимо, чтобы юридическое лицо — эмитент было формальным собственником (прямым или опосредованным) активов, которые оно использует в своем бизнесе. Поэтому наиболее развитые компании были вынуждены выстраивать свою структуру в форме пирамидального холдинга, пусть максимально сложно и хитроумно устроенного.

Для ИБГ такого жесткого императива нет, но портфельным инвесторам совсем не безразлично, что представляет собой структура, являющаяся контролирующим акционером компаний, в которые они инвестируют. Поэтому ИБГ, чьи дочерние компании вышли на фондовый рынок, также должны раскрываться и становиться хотя бы пирамидоподобными. Кроме того, уже существуют примеры, хотя и немногочисленные, самостоятельного выхода ИБГ на финансовые и фондовые рынки.

Управленческие ИБГ наиболее естественно классифицировать по типам выполняемых центральным элементом функций или, другими словами, оказываемых услуг. Из них наиболее востребованными в 1990-е гг. были следующие:

2а) выполнение функций исполнительного органа управления (иначе говоря, предоставление полного комплекса управленческих услуг);

2б) предоставление комплекса финансово-инвестиционных услуг;

2в) управление снабжением и сбытом;

2г) лоббирование и обеспечение мер государственной поддержки.

Соответственно подавляющую часть российских управленческих ИБГ можно разделить на эти четыре класса. Группы типа 2а) чаще всего возникали на основе либо договора о передаче функций исполнительного органа одного юридического лица другому, либо судебного решения о введении внешнего управления. ИБГ типа 2б) обычно формировались ведущими банками, а 2в) — крупнейшими трейдерами. ИБГ типа 2г) практически всегда результат симбиоза коммерческих структур с политическими и лоббистскими группировками или с отдельными влиятельными лоббистами.

Уже в первой половине 2000-х гг. управленческие ИБГ в России фактически исчезли. Причина состоит в том, что сложилась достаточно развитая система финансовых и торговых посредников, предлагающих свои услуги на конкурентном рынке. Соответствующие услуги перестали быть дефицитными, и их предоставление не может быть основанием для претензий на управление. Что касается лоббизма и политического патронирования, то такие услуги хотя и сохранили высокую ценность и дефицитность, но оказывать их с начала 2000-х гг. могут только люди, занимающие высокие позиции в вертикали власти, а это совсем другое дело.

Для компаний важнейшими классификационными признаками являются производственно-технологическое позиционирование и тип центрального элемента.

По первому признаку компании делятся на два типа:

- 1) вертикально интегрированные, т.е. включающие предприятия, входящие в некоторую единую технологическую цепочку;
- 2) продуктно-специализированные, т.е. объединяющие предприятия, производящие один и тот же продукт или группу близких продуктов.

По второму признаку можно выделить три типа компаний:

- 1) центральный элемент – наиболее крупное производственное предприятие;
- 2) центральный элемент – трейдер;
- 3) центральный элемент – специально созданная управляющая структура, являющаяся отдельным юридическим лицом.

Нечасто, но встречается ситуация, когда группой предприятий одной и той же специализации либо входящих в единую технологическую цепочку непосредственно управляет банк, купивший контрольные пакеты их акций (для себя или своих владельцев). Этот не укладывающийся в описанные выше конструкции феномен – «компания без центрального элемента» – является переходной формой. Через некоторое время предприятия либо продаются, либо формируется компания первого или третьего типа.

1.5

Особенности источников информации и работы с ними

Базой большинства экономических исследований служит информация, полученная из внешних регулярных источников. Регулярность источника подразумевает неэксклюзивность его сообщений, определенный опыт и авторитет в профессиональном сообществе, принципиальную доступность для пользователей его методики получения и обработки первичных данных. Наиболее очевидными примерами регулярных источников являются органы государственной статистики, регулирующие государственные органы, собирающие и раскрывающие ту или иную информацию в соответствии с требованиями законодательства, а также длительно существующие авторитетные информационные агентства и исследовательские центры, специализирующиеся на проведении опросов, выборочных обследований и информационно-аналитической работе.

Очевидно, однако, что при исследовании институциональных и корпоративных аспектов российского крупного бизнеса регулярные источники не могут играть основную роль. Это связано со спецификой и отечественных регулярных источников информации, и объекта исследования.

Как отмечалось выше, для государственной статистики единицей наблюдения выступает предприятие, а не субъект бизнеса. Кроме того, она ориентирована на описание в основном производственных, финансовых и социально-трудовых аспектов деятельности предприятий. Значительно хуже учитываются и фиксируются такие стороны, как структура собственности, характер управления, стратегии адаптации и экспансии. Вообще российская статистика пока еще по большей части ориентирована на анализ экономики в разрезе отраслей, секторов, социально-доходных слоев и пр., но не реальных экономических агентов.

Что касается выборочных опросов и обследований, то их возможности в качестве регулярных источников информации ограни-

чиваются следующими очевидными свойствами российского крупного бизнеса:

- малочисленностью его субъектов;
- сложностью их устройства и несовпадением с устоявшимися объектами наблюдения;
- во многих случаях сильной заинтересованностью в том, чтобы не сообщать о себе правдивой информации.

Поэтому при любых исследованиях российского крупного бизнеса ключевую роль играют нерегулярные источники информации. К ним относятся прежде всего публикации СМИ (в первую очередь «качественных» ежедневных газет, деловых еженедельников и профессиональных журналов), собственные материалы ИБГ и компаний (пресс-релизы и т.д.), интервью их собственников и менеджеров.

Но ни одно из сообщений данных источников, взятое в отдельности, не может быть признано в должной мере достоверным. Например, в СМИ практически всегда можно найти публикацию с достаточно точным описанием любого значимого события из жизни крупного бизнеса, но точно так же можно найти другую – с фактическими ошибками или неверной интерпретацией, а также еще и третью, в которой речь идет о событии, которого не было. Стандартными для газет и деловых еженедельников являются следующие практики: о намерении говорится как о свершившемся факте или сообщается о некотором плане, но ни слова – о его срыве. Информацию СМИ можно считать заслуживающей доверия, только если она неоднократно повторена, причем лучше, если в СМИ разного типа, например в газете, а через некоторое время – в деловом еженедельнике или профессиональном журнале. Наиболее важные факты нуждаются в подтверждении как минимум из источников двух указанных выше типов. Собственные материалы ИБГ и компаний и интервью их лидеров также очень часто содержат сознательные умолчания, неоднозначные формулировки, а нередко и фактические искажения. Регулярным источником информации о крупном российском бизнесе в современных российских условиях можно считать, пожалуй, только публикуемую официальную отчетность компаний, заверенную не-

зависимыми авторитетными аудиторами. Впрочем, и в этом случае, как показало «дело *Enron*» в США, могут быть свои проблемы.

Считаем возможным сделать замечание общеметодологического характера. Нерегулярные источники информации превалируют в тех случаях, когда либо область знаний, либо объект исследования является молодым. С течением времени здесь, как правило, появляются и занимают все больше места свои регулярные источники. Базовым отличием регулярного источника от нерегулярного является то, что информация, в нем содержащаяся, априори считается достоверной. И именно она выступает исходной для любого анализа, что вовсе не означает, что такая информация всегда свободна от неточностей или даже принципиальных ошибок, и при обнаружении таковых она, конечно, корректируется. Это могут делать как сами регулярные источники, так и независимые исследователи. Коррективами, однако, все и ограничивается — никто не идет дальше и не собирает первичные данные заново, такое часто просто невозможно и практически всегда не оправдано с точки зрения затрат. Иными словами, регулярные источники являются естественными монополистами по сбору информации определенного рода.

Что касается нерегулярных источников, то ни один из них, взятый в отдельности, априори достоверным считаться не может. Чтобы получить информацию, которую можно с определенной уверенностью использовать в исследованиях, необходимо собрать некий репрезентативный массив сообщений и по нему получить экспертное заключение исследователя.

Сказанное в данном разделе, на наш взгляд, оправдывает то, что в тексте книги мы, как правило, не будем приводить ссылки на источники информации. Для каждой цифры или события сделать это невозможно, а выборочный подход, по нашему мнению, нецелесообразен и некорректен. Ссылки будут приведены только в тех редких случаях, где мы не готовы взять на себя экспертную ответственность за надежность данных.

Паппэ, Я. Ш. Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг. [Текст] / Я. Ш. Паппэ, Я. С. Галухина ; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. — 423, [1] с. — Лит.: с. 233–235. — Прил. 1: с. 237–286. — Прил. 2: с. 287–422. — Сведения об авт.: с. 423. — 1300 экз. — ISBN 978-5-7598-0623-3 (в пер.).

Книга посвящена формированию и развитию крупного российского бизнеса в 1993 г. — первой половине 2008 г. Анализируются институциональные и воспроизводственные факторы его становления и развития. Представлена краткая история наиболее значительных и известных субъектов бизнеса — интегрированных групп и компаний. Подробно описано формирование новой модели российского крупного бизнеса в 2000-е гг. под воздействием двух основных факторов — расширяющегося взаимодействия с мировыми финансовыми рынками и изменения экономической роли государства.

УДК 338.22(470+571)
ББК 65.012.1(2Рос)

Паппэ Яков Шаявич
Галухина Яна Сергеевна

Российский крупный бизнес: первые 15 лет Экономические хроники 1993–2008 гг.

Зав. редакцией *О.А. Шестопалова*
Редактор *А.В. Заиченко*
Художественный редактор *А.М. Павлов*
Компьютерная верстка и графика: *Ю.Н. Петрина*
Корректор *Ф.Н. Морозова*

Подписано в печать 01.12.2008. Формат 60×88¹/₁₆
Усл. печ. л. 25,71. Уч.-изд. л. 21,4. Тираж 1300 экз. Изд. № 983
ГУ ВШЭ, 125319, Москва, Кочновский проезд, д. 3
Тел./факс: (495) 772-95-71

ISBN 978-5-7598-0623-3



9 785759 806233