

Глава 30

БИЗНЕС-ГРУППЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

30.1. Инновационная конкуренция и бизнес-группы

Сегодня в экономиках многих стран ведущими действующими лицами являются *бизнес-группы*. Об их истинных масштабах и месте, которое они занимают в хозяйстве некоторых стран, можно судить по тому, что, например, в конце 1990-х гг. активы 20 ведущих бизнес-групп Индии составляли более двух третей частных индустриальных активов; в 1996 г. 100 групп Тайваня производили 45% ВВП; в Швеции в 1995 г. приблизительно 52% капитализации Стокгольмской фондовой биржи пришлось на компании двух крупнейших групп, в Мексике 10 ведущих групп частного сектора охватывали 127 из 500 самых больших компаний страны. Отдельно заметим, что в КНР, в экономике которой до 1980-х гг. бизнес-групп вообще не существовало, к середине 1990-х они уже стали доминировать.¹ Нельзя не обратить внимание и на то, что наличие или становление крупных бизнес-групп весьма характерно для явивших миру «экономическое чудо» во второй половине XX в. Германии, Японии, Южной Кореи и Китая.

Существование и распространение бизнес-групп свидетельствует о том, что реальное многообразие вариантов координации экономической деятельности уже вышло за пределы традиционного дихотомического противопоставления, заключающегося в том, что у этой координации могут быть лишь две основы: либо рыночная, либо административная.

В соответствии с неоклассической теорией, всю необходимую информацию для согласования действий отдельных фирм способны обеспечить цены. Однако на практике экономические контрагенты часто не довольствуются ценовой информацией. К этому их побуждает, в частности, инновационный характер современной конкуренции. Быстро развивающиеся технологии и усиливающаяся конкуренция на рынке ведут к тому, что многие компании выбирают поставщиков, ориентируясь не только на цены текущего предложения, но и на инновационный потенциал поставщика.² Это, в свою очередь,

¹ Характеристики бизнес-групп в отдельных странах см., в частности, Ghemawat, Pankaj, and Tarun Khanna. *The Nature of Diversified Business Groups: A Research Design and Two Case Studies* // *Journal of Industrial Economics*, 1998, Vol. 46 (I); Chung, Chi-nien. *Markets, Culture, and Institutions: The Emergence of Large Business Groups in Taiwan, 1950s-1970s.* // *Journal of Management Studies*, 2001, Vol. 38; Keister, Lisa. *Chinese Business Groups: The Structure and Impact of Interfirm Relations during Economic Development.* - Oxford: Oxford University Press, 2000; Collin, Sven-Olof. *Why Are These Islands of Conscious Power Found in the Ocean of Ownership Institutional and Governance Hypotheses Explaining the Existence of Business Groups in Sweden* // *Journal of Management Studies*, 1998, Vol. 35; Garrido, Celso. *National Private Groups in Mexico, 1987-1993.* CEPAL Review 1994, Vol. 53 (August).

² Каплан Роберт С, Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. — 2-е изд., испр. и доп. / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004, с. 67.

стимулирует инициативу субподрядных фирм в области рационализации и модернизации производства, в изучении перспективных запросов потребителей.

Большой вклад в ревизию взглядов на цены как ключевой фактор межфирменных отношений вместе с пересмотром традиционной концепции конкуренции, ориентированной на неизменность методов производства и организационных форм, внес Йозеф Шумпетер. Произведенная им ещё в 1942 г. констатация того, что «вопреки учебникам в капиталистической действительности преобладающее значение имеет другая конкуренция, основанная на открытии нового товара, новой технологии, нового источника сырья, нового типа организации»³, остается актуальной по отношению к распространенным и сегодня взглядам на ценовую конкуренцию. Таким образом, «ценовой параметр теряет свое доминирующее положение в экономической теории».⁴

Межфирменные отношения, отличающиеся и от иерархического, и от рыночного согласования экономических действий, называют *совещательно-кооперативной координацией*.⁵ Она может реализовываться в разных формах: от наличия общих директоров (перекрещивающиеся директораты) до создания исследовательских объединений. О выходящем за рамки рыночной координации многообразии форм такого сотрудничества, когда регулирование совместной деятельности не сводится к административным процедурам, можно говорить как о квазиинтеграции экономических субъектов.⁶

При этом принципиальные организационные решения уже не ограничиваются выбором «покупать или производить». Появляется возможность дополнительного выбора между «производить самостоятельно или в рамках бизнес-группы», «покупать на открытом рынке или у партнеров по группе». Более того, эти решения сопряжены еще и с выбором между доступными формами квазиинтеграции.

Пересмотр неоклассических представлений об экономике направлен на более реалистичное понимание того, как соотносятся в ней *соперничество* и *сотрудничество*. Бизнес-группы – одно из свидетельств их совместимости. Лишь часть фирм таких групп выводят готовые продукты на рынок; все остальные выполняют операции по заказу фирм, инициировавших данное производство. Межфирменное сотрудничество приводит к тому,

³ Шумпетер Й.А. Капитализм, Социализм и Демократия: Пер. с англ. / Предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1995, с. 128.

⁴ Там же, с. 128.

⁵ Бест М. Новая Конкуренция. Институты промышленного развития. – М.: ТЕИС, 2002, с. 26.

⁶ Термины «квазиинтеграция», «квазифирма» были использованы Иклесом применительно к отношениям между подрядчиками и субподрядчиками, основанным не на конкурентных принципах, но на долгосрочном взаимодействии, занимающем логически промежуточное положение между чистым рынком и формальной вертикальной интеграцией (Eccles, Robert. The Quasifirm in the Construction Industry // Journal of Economic Behavior and Organization, December 1981. Vol. 2. P. 335-357).

что в реальной экономической жизни конкуренция происходит уже не столько на уровне отдельных фирм, сколько на уровне разного рода альянсов, союзов и объединений. Другими словами, конкуренция часто имеет характер не межфирменного единоборства, а скорее соперничества команд, каждая из которых состоит из группы компаний. При этом соперничество между группами отнюдь не означает ослабления конкуренции; оно свидетельствует лишь о том, что ее природа изменилась, а вероятность того, что другие будут вынуждены избрать сходные стратегии, возросла.⁷

30.2. От атомизированного к социализированному пониманию корпоративной экономики

Ограниченность неоклассической экономической теории проявляется не только в том, что она рассматривает в качестве неизменных условия, в которых развивается конкуренция. Идеализируемый этой теорией рынок атомизированных анонимных субъектов игнорирует роль социальных отношений между представителями разных фирм в установлении порядка в хозяйственной жизни. Такие идеализированные рынки, на которых покупатели и продавцы ориентируются на цены и снабжены полной информацией, функционируют без какого бы то ни было длительного человеческого или социального контакта между участниками. В условиях совершенной конкуренции рыночным контрагентам нет необходимости вступать в повторяющиеся или длительные отношения, в результате которых они могли бы лучше узнавать друг друга, корректировать по взаимному согласию условия сделок.

Такой подход является ограниченным, поскольку участники реального рынка не действуют и не принимают решения вне социального контекста. Их целенаправленные действия встроены в конкретные системы социальных отношений.⁸ Вопреки попыткам объяснения тех или иных сторон экономических сделок исключительно рациональными расчетами индивидуальной выгоды, в конце концов выясняется, что поведение сторон настолько ограничено существующими социальными отношениями, что любая попытка представить его как совершенно независимое оборачивается ошибкой.

Такого рода встроенность в систему общественных отношений оказывается объектом экономического анализа, когда фирмы рассматриваются как социальные структуры с уникальными культурами. Однако бизнес-группа является еще более сложным социальным образованием, в котором культуры отдельных участников сочетаются с уникальной

⁷ Пауэлл У., Смит-Дор Л. Сети и хозяйственная жизнь // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 3. С. 61-105.

культурой внутригрупповых отношений. В данном случае коллективное благополучие зависит от индивидуальной ответственности каждого и его понимания необходимости действовать в общественных интересах вопреки сиюминутным частным. Эта зависимость проявляется на всех организационных уровнях (фирма-группа-экономика). Сама интеграция в бизнес-группу вызывается необходимостью установления правил, направляющих действия участников группы в том случае, когда рыночная координация не гарантирует совпадения частной и коллективной рациональности.

Эффективное функционирование рынка и бизнес-групп невозможно без высокого уровня взаимного доверия между контрагентами. Неоклассический экономический анализ игнорирует прошлые отношения индивидов (фирм) — участников сделки, однако рациональные индивиды поступают иначе. Для них важно знать, можно ли ожидать от конкретного индивида честности в ведении дела именно с ними. Такое ожидание в значительной степени основывается на том, был ли у участников сделки или их знакомых удовлетворительный прошлый опыт сделок с этим индивидом. Таким образом, репутация честной фирмы также является один из существенных деловых активов.⁹

30.3. Многообразие бизнес-групп и актуальные вопросы их изучения

Межфирменные интеграционные структуры принимают различные формы: они могут быть централизованы и, подобно бюрократической структуре, выстроены иерархическим образом, подчиняясь доминирующей организации, но могут быть и лишены такой организации, объединять участников на паритетной основе и исключительно на горизонтальных связях. Объединяющим это многообразие форм межфирменной интеграции выступает понятие «бизнес-группа».

В общем смысле под **бизнес-группой** (БГ) понимается *совокупность предприятий и организаций, координация действий которых не сводится как к административной координации, так и обычным контрактам на рынках товаров и заемного капитала, но происходит при сохранении статуса партнеров по группе как отдельных (юридически или хозяйственно обособленных) экономических субъектов.*

Специфика отношений в рамках бизнес-группы проявляется в совместном контроле части активов, в механизме адаптации, отличающемся и от ценового, и от иерархического механизмов, в компромиссном разделе ренты, порождаемой кооперацией между участниками соглашения.

⁸ Эта встроенность «embeddedness» раскрывается в работах лидера новой экономической социологии М. Грановеттера. См., например, Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3.

⁹ Williamson, Oliver. Markets and Hierarchies. - N.Y.: Free Press, 1975. С. 108.

Бизнес-группу с действующим на регулярной основе координационным центром можно назвать *централизованной*. Роль такого центра может выполнять один из участников группы, клуб президентов входящих в бизнес-группу компаний, общий собственник этих компаний и т. д.

Основными организационно-хозяйственными формами БГ в мировой практике являются: крупные фирмы с дивизиональной организационной структурой; холдинговые компании вместе с контролируемыми ими предприятиями; финансово-промышленные группы; сетевые индустриальные организации.

Существует более узкая трактовка понятия БГ. По определению Грановеттера, «бизнес-группой является совокупность юридически обособленных фирм, связанных между собой постоянными формальными и/или неофициальными способами».¹⁰ В соответствии с этим определением фирмы с дивизиональной организационной структурой остаются за рамками бизнес-групп. Когда подразделения такой фирмы действуют как стратегические бизнес-единицы, координация действий между ними не сводится ни к чисто административной, ни к чисто рыночной. На этом основании целесообразно включение подобных структур в разряд БГ.

Зауженная трактовка БГ требует постоянства связей между партнерами по группе. Однако постоянство связей не может носить бессрочный характер. Корректнее говорить об отношениях, поддерживаемых дольше, чем выполнение отдельного рыночного контракта, об относительно долгосрочных связях. Кроме того, приоритетное значение имеет не длительность, а характер взаимодействия фирм. Наличие постоянного поставщика не исключает того, что его отношения с потребителем регулируются только ценой поставок, т.е. имеет место лишь рыночная координация.

В рамки узкой трактовки бизнес-групп легко вписываются такие явления как японские «кейрецу». Вместе с тем, подобным объединениям хорошо подходит название «**финансово-промышленные группа**» (ФПГ). В качестве такой группы обычно выступает *совокупность кредитно-финансовых организаций (банки, лизинговые и страховые компании, пенсионные и инвестиционные фонды), производственных и сбытовых компаний, связанных между собой долговременными кооперационными, кредитными и акционерными отношениями.*

Официальные финансово-промышленные группы в Российской Федерации представляют собой БГ, удовлетворяющие требованиям Закона РФ «О финансово-промышленных группах» от 30 ноября 1995 г. №190-ФЗ, прошедшие официальную

¹⁰ Granovetter, M. Business Groups and Social Organization / N. Smelser and R. Swedberg (eds.). The Handbook of Economic Sociology, 2nd Edition. – Princeton: Princeton University Press, 2005, p. 429.

регистрацию и внесенные в соответствующий Государственный реестр. В своей второй статье Закон определяет финансово-промышленную группу как "совокупность юридических лиц, действующих как основное и дочерние общества либо полностью или частично объединивших свои материальные и нематериальные активы (система участия) на основе договора о создании финансово-промышленной группы в целях технологической или экономической интеграции для реализации инвестиционных и иных проектов и программ, направленных на повышение конкурентоспособности и расширение рынков сбыта товаров и услуг, повышение эффективности производства, создание новых рабочих мест".

Наряду с формальными отношениями и процедурами, большую роль в обеспечении успешного сотрудничества партнеров по группе играют неформальные личные связи, внутригрупповая этика и т.п. С экономической точки зрения, управляемость развития БГ поддерживается тем, что контрольный пакет акций участников группы либо распределен среди ее участников, либо принадлежит ведущей компании в БГ холдингового типа.

Как уже отмечалось, бизнес-группы являются организационной формой совместного использования некоторых активов, включая финансовые. В рамках холдинговых структур и ФПГ существенную роль в ограничении круга лиц, имеющих доступ к этим активам, играют непосредственные имущественные связи между участниками. В последние годы группирование предприятий все чаще происходит без опоры на такие связи. Имеется в виду квазинтеграция в форме так называемых *индустриальных сетей* или *сетевых индустриальных организаций* (СИО).

Сетевая индустриальная структура – это *совокупность предприятий, связанных длительными кооперационными и информационными связями*. Она образуется с ориентацией на конкретные цели и задачи и меняется при возникновении каждой новой проблемной ситуации.

Кооперация в сфере использования финансовых ресурсов отходит здесь на второй план. Ведущую роль играет взаимное предоставление доступа к уникальным информационным и технологическим ресурсам, которыми располагают партнеры. Выбор партнеров по информационному бартеру сам по себе ограничивает круг лиц, имеющих доступ к соответствующим активам.

Как и бизнес-группы в целом, СИО - нечто среднее (гибридное) между рыночной и иерархической координацией действий. К примеру, в форме СИО в японской экономике сегодня фигурируют разнообразные исследовательские объединения, каждое из которых включает в себя несколько конкурирующих компаний и правительственные агентства.

Довольно часто именно понятие «сетевая структура» трактуется как объединяющее разные формы квазиинтеграции.¹¹ Это отражается в следующей классификации сетей. Так, «внутренняя сеть» фактически соответствует внутрифирменной организации при выделении в ней относительно самостоятельных стратегических бизнес-единиц. К «стабильной сети» могут быть отнесены и бизнес-группы холдингового типа, и ФПГ. «Динамические сети» близки к собственно сетевым организациям, включая виртуальные («пустотелые») корпорации.

Особый случай СИО - стратегические альянсы и консорциумы, формируемые для совместного создания дефицитных активов. Присутствующие в таких структурах имущественные связи - это не отношения непосредственно между партнерами по альянсу, а косвенные связи в форме их долевого участия в новом активе. При формировании состава подобного альянса на первом месте часто стоит способность участника внести свою долю именно в виде уникальных технологических разработок, результатов НИОКР. Такое отличие от рыночных обменов, как осознанное ограничение круга взаимодействующих лиц проявляется особенно наглядно именно в сетевых структурах.

Характерной для российской экономики разновидностью СИО являются так называемые контрактные группы, в которых в качестве механизма интеграции служат давальческие поставки сырья и/или соглашения между предприятиями единой технологической цепочки о применении «денежных суррогатов», например, векселей.¹² Соглашения об использовании денежных суррогатов в расчетах можно рассматривать в качестве разновидности интеграции, поскольку они ограничивают хозяйственную самостоятельность предприятий.

Хотя бизнес-группы на практике демонстрируют весьма высокую продуктивность, многие стороны их деятельности остаются дискуссионными и продолжают исследоваться специалистами. К такого рода вопросам можно отнести следующие. Почему участники бизнес-групп не ограничивают свои экономические отношения обычными контрактами на покупку\поставку товаров и услуг? Что при этом удерживает их от слияния в единую фирму? В чем причина существенных различий между странами в степени распространенности в них отдельных форм БГ? Зависит ли характер интеграции в бизнес-группу от сферы ее деятельности? Почему одни отрасли демонстрируют комбинации форм БГ, а в других такого

¹¹ См. Snow C.C., Miles R.E., Coleman H.J., Jr. Managing 21st century network organizations // *Organizational Dynamics*, 1992, Vol. 20, №3; Каткало В.С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980-90-е годы // *Вестник Санкт-Петербургского Университета, Серия 5, Экономика*, 1999, Вып. 2. Широкую картину теоретических взглядов на межфирменные сети см. Третьяк О.А., Румянцев М.Н. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // *Российский журнал менеджмента*, 2003, Том 1, №2, с. 25-50.

разнообразия не наблюдается? Что стоит за набирающей силу тенденцией формирования фирмами децентрализованных производственных сетей? Означает ли эта тенденция окончание эпохи вертикальной интеграции или же это лишь переходный период в процессе хозяйственной эволюции? Почему сети сегодня кажутся более важными, чем раньше?

Поиск ответов на эти вопросы роднит исследования по проблемам БГ с работами по теории фирмы. Технологические условия производства, транзакционные издержки, агентские отношения, права собственности, рыночная стратегия - такого рода обстоятельства фигурируют в анализе группирований предприятий.

30.4. Факторы объединения фирм в бизнес-группы

Общим мотивом, побуждающим фирмы объединяться в бизнес-группы, является понимание ими зависимости собственных успехов от благополучия партнеров по группе. Путем создания БГ ее инициаторы стремятся расширить свои возможности, усилить имеющиеся и получить новые конкурентные преимущества. Квазиинтеграция устраняет стоящие перед фирмами и существующие как при рыночной, так и при административной координации препятствия к раскрытию их экономического потенциала. Можно выделить несколько групп факторов, подталкивающих фирмы к объединению в бизнес-группу и определяющих многообразие конкретных целей интеграции.

Информационная асимметрия, это характерная для рыночных механизмов. Асимметрия информации наблюдается в ситуации, когда одна сторона более информирована, чем другая, и знает о своем информационном преимуществе. При этом у первой возникает искушение воспользоваться своим преимуществом.

Распространенным следствием разной информированности экономических агентов является так называемый *неблагоприятный отбор* – искажение частной информации информированным игроком с целью заключения более выгодного для него контракта, что снижает эффективность функционирования рынка. Менее информированной стороне приходится расходовать средства на получение дополнительной информации, на разработку более сложных контрактов, на страхование сделок. Классический пример предконтрактной асимметрии информации – взаимоотношения недобросовестных продавцов и покупателей на рынке подержанных автомашин.

Асимметричность информации о продукте, которой располагают покупатель и продавец, дефицит информации у покупателя ведут к вытеснению с рынка более

¹² Авдашева С. Давальчество в российской промышленности: причины и результаты использования // Вопросы экономики, 2001, №6.

качественных товаров. Когда производитель выступает на рынке в качестве покупателя средств производства, это ведет к использованию им более простых ресурсов, сдерживает повышение его собственного технологического уровня. С ослаблением позиций фирм-покупателей менее надежным оказывается и положение фирм-поставщиков. Разобщенность фирм, действующих или способных действовать на рынках сложной продукции, может оставить эти рынки в неразвитом состоянии. Квазиинтеграция, включая участие в капитале экономических контрагентов, повышает доступность к их внутренней информации, снижая тем самым информационную асимметрию.

Ограниченность рынков инновационных ресурсов. Многие инновации оказываются на стыке компетенций разных фирм, их познаний, навыков и технологических возможностей. Совместное использование этих ресурсов, взаимный обмен компетенциями в рамках бизнес-группы способны породить новые идеи, сократить время выведения новых идей на рынок. Когда знание развивается с невиданной прежде скоростью, доступ к его источникам становится решающим условием успеха в инновационной конкуренции.

Фундаментальный фактор объединения фирм в бизнес-группы - это зависимость отдельных фирм от ресурсов, контролируемых другими фирмами. Как правило, эффект создания бизнес-группы тем больше, чем значительнее у каждого из участников сравнительные преимущества в своей сфере деятельности, в своей ключевой компетенции. При объединении таких участников возникает интеграционный эффект, создающий особые конкурентные преимущества для группы в целом. Поэтому многие фирмы предпочитают некоторые свои ресурсы и компетенции не продавать за деньги, но использовать их в качестве средства для выстраивания более тесных отношений с обладателями других дефицитных ресурсов на основе взаимного обмена.

Инновационные процессы особо чувствительны к фактическому отсутствию открытого рынка по части средств производства. Как правило, фирмы получают доступ к соответствующим внешним ресурсам (информации, технологиям, сырью, комплектующим и т.д.) лишь будучи включенными в квазиинтеграцию с фирмами, располагающими такими ресурсами или контролирующими их движение.

Стоило автомобильному концерну «БМВ» проиграть «Фольсвагену» в соперничестве за владение фирмой «Роллс-Ройс моторс», как концерн решил свернуть поставки комплектующих для «Роллс-Ройса». Новым владельцам понадобилось бы много времени и колоссальные инвестиции, чтобы обеспечить производство двигателями, сопоставимыми по качеству с продукцией «БМВ». В дальнейшем контроль над «Роллс-Ройсом» перешел к БМВ.

Открытого рынка нет по многим продуктам и технологиям. Такова ситуация с технологиями двойного назначения, включая ракетные, ядерные и т.д. Доступ к подобным ресурсам весьма ограничен. Более того, сложное техническое знание, как правило, имеет скрытый характер, и для того, чтобы перенять его в полной мере, покупки одной только технической документации, скажем, в рамках лицензионного соглашения недостаточно. Освоение и практическое применение этого знания обычно невозможно без участия продавца, обладающего тем, что принято называть «ноу-хау», – от английского «знаю как».

Как известно, исключительное право на изобретение закрепляется патентом. Достаточно обладания некоторыми ключевыми патентами, чтобы контролировать технологическое развитие целых отраслей. При таком контроле доступ к запатентованной технологии получают только те, у кого особые отношения с патентовладельцем. Подобное может быть и с уникальным сырьем. Контроль над добывающей его фирмой становится мощным фактором конкурентных преимуществ.

В таких условиях обычные экономические показатели (например, прибыль) уже не дают исчерпывающего представления о реальном потенциале развития компании. Качество отношений с другими фирмами становится не менее важной характеристикой, чем наличный производственный аппарат. Позиция фирмы в бизнес-группе рассматривается как ее своеобразный актив. Затраты на выстраивание сетевых отношений предстают одним из видов инвестиций. Их особенностью является обесценение при разрыве связей.

Когда в условиях НТП все участники бизнес-группы накапливают управленческий опыт, специфические технологические ресурсы и техническую компетентность, долговременная жизнеспособность каждой компании, входящей в БГ, оказывается весьма важной для эффективности группы в целом. Человеческий капитал и технологические знания, накопленные одними участниками бизнес-группы, не могут быть отброшены и восстановлены в короткое время другими ее участниками.

Как отмечает М. Аоки, если трудовые навыки и коллективные знания становятся организационно-специфическими и, таким образом, не продаваемыми на рынке, максимизация рыночной стоимости активов может войти в противоречие с внутренней и аллокативной эффективностью. Это происходит потому, что критерий максимизации стоимости предполагает, что все факторы производства, кроме постоянных активов, оцениваются рынком¹³.

¹³ Аоки М. Контроль за инсайдерским контролем: вопросы корпоративного управления в переходных экономиках / Аоки М., Ким Х.К. (ред.) Корпоративное управление в переходных экономиках: Инсайдерский контроль и роль банков. - СПб.: Лениздат, 1997, с. 58.

Можно заключить, что, чем значительнее роль специфических активов в развитии некоторой фирмы (отрасли), тем большими могут быть искажения при оценке ее долговременной эффективности по рыночной стоимости активов. Межфирменная интеграция предстает средством преодоления такого рода искажений.

Недостаточность рыночной координации действий при осуществлении сложных, комплексных инноваций. Комплексные инновации нуждаются в четкой координации действий многих фирм. При изъянах такой координации ограничиваются возможности быстрого обновления сложной продукции, затрудняется доведение конкретной инновации до состояния, пригодного к коммерческому использованию. Дефицит координации между дополняющими рынками – одна из слабостей рыночного механизма.¹⁴

Когда речь идет не об эпизодических нововведениях, а об инновационном режиме функционирования, большое значение приобретает наличие динамичной системы обучения и информационного обмена. Многие инновационные продукты и процессы – результаты длинных серий корректировок по результатам разных стадий инновационного процесса. Потребители оборудования регулярно высказывают пожелания, которые его производителей подталкивают к нововведениям. Квазиинтерация способствует тому, что такого рода сведения о реакции потребителей на новую продукцию, о конструкторских проблемах, о сложностях производственного процесса становятся достоянием всех участников бизнес-группы, вовлеченных в инновационный процесс. Через взаимодействие между ними обеспечивается согласованная реакция на новую информацию. Благодаря такой корректировке улучшается качество новых продуктов и технологий, снижается инновационный риск.

В инновационной (шумпетерианской) конкуренции часто выигрывает не тот, кто изобрел, а тот, кто может быстрее воплотить изобретение в продукцию, придать ей совершенную конструкцию, понять и учесть запросы потребителей. Чем тщательней дизайн нового продукта, тем труднее заимствовать его конкурентам. Чем короче жизненный цикл продукта, тем больший эффект дает сокращение его инновационной фазы. Стать первыми в определении новых рынков, в их сегментировании или в определении потребностей потребителей на рынках, которые до этого оставались стабильными, – это и есть шумпетерианская конкуренция. Успех в ней зависит от способностей не к максимальному снижению издержек, а к минимизации времени разработки продукта и времени, необходимого для замены старого продукта на новый. Допущение неоклассической теории о том, что фирма с наименьшими издержками производства будет доминировать на рынке,

¹⁴ Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора. - М.: Изд-во МГУ: ИНФРА-М, 1997, с. 82.

не принимает во внимание возрастающее значение скорости реакции производителя на сигналы рынка.

Наличие входных барьеров на рынок и возможность выставлять такие барьеры для конкурентов. В этих барьерах проявляется высокая наукоемкость, капиталоемкость производства, сильная зависимость его от масштабов производственной и торговой деятельности. При индивидуальных усилиях входные барьеры могут оказаться непреодолимыми. Слишком дробная структура рынка препятствует развитию НИОКР. Бизнес-группы способны обеспечить относительно массовый и устойчивый спрос на новую продукцию в критический период ее освоения, когда снижение издержек до приемлемого уровня зависит прежде всего от объемов производства и реализации этой продукции.

В конце 1960-х гг. около половины компьютеров, использовавшихся в ведущих японских бизнес-группах, поставлялись их производителями, участвовавшими в этих группах. В то время японские ЭВМ уступали по качеству импортным. Однако поддержка со стороны партнеров по группе способствовала совершенствованию японских компьютеров. Хотя сейчас вопрос о такой поддержке не поднимается, до сих пор большинство компьютеров, используемых компаниями группы Сумитомо, произведены на заводах Ниппон Электрик Компани (NEC) – холдинга, входящего в эту группу.

Очевидно, что определенную стимулирующую роль играют и финансовые соображения — коалиция одной фирмы с другой открывает перед обеими фирмами возможности выбора, которые в противном случае были бы им недоступны. Распределение рисков снижает издержки входа на рынок, позволяет концентрировать идеи, создавая весьма существенные стимулы в областях, где производство новых поколений продуктов обходится недешево, а жизненный цикл продукта короток. Оптимизация программы капитальных вложений бизнес-группы на основе консолидации её инвестиционных ресурсов – это один из главных источников положительного эффекта интеграции.

С другой стороны, сама квазиинтеграция предстает средством выставления барьеров при входе на рынок. Так, особые отношения внутри японских промышленных бизнес-групп, обуславливающие ориентацию их участников на внутригрупповые сделки, являются реальным и труднопреодолимым бестарифным барьером в торговле между США и Японией.

Риски, сопровождающие специализацию производства. Обратной стороной реализации эффекта масштаба производства является повышение уровня его специализации, использование специфических активов. Однако формирование таких активов, побуждение партнёров к углублению специализации производства сопряжено со значительным риском и для поставщика, и для потребителя. Может получиться так, что более мелкая и потому, на

первый взгляд, более уязвимая фирма вдруг окажется обладателем ключевого знания, от которого окажется в принципиальной зависимости более крупная фирма. С другой стороны, использующая специфические активы фирма-поставщик не застрахована от появления альтернативного поставщика или от замещающего ее продукцию ресурса. Как следствие, осторожность в формировании специфических активов, в принятии обязательств по поставкам продукции и покупкам ресурсов приводит к понижению экономической активности по сравнению с ситуацией, когда приспособление к риску носит консолидированный характер.

Появление и развитие специфических активов и у поставщика, и у потребителя может привести к двусторонней монополии. Одним из рекомендуемых приемов действий в такой ситуации является угроза совсем отказаться от сделки, если другая сторона не согласится на предложенные условия.¹⁵ Достичь рыночного соглашения в условиях, когда стороны выдвигают взаимные ультиматумы, далеко не просто. Как правило, выходом из такого положения является создание интегрированной структуры с участием поставщика и потребителя.

Интеграция снижает степень неопределенности сбыта промежуточной продукции, когда ее потребителями выступают партнеры по бизнес-группе. Возможность же опереться на поддержку внутригрупповых поставщиков повышает устойчивость и входящих в группу производителей конечной продукции. Фактически в рамках бизнес-группы происходит распределение рисков, сопряженных с выпуском как конечной, так и промежуточной продукции. Как следствие, для каждого из участников группы снижаются риски инвестиций в специфические активы, включая инвестиции в человеческий капитал – подготовку высококвалифицированных специалистов узкого профиля.

Другим направлением уменьшения рисков является объединение специализированных фирм в бизнес-группы конгломератного состава. Такая интеграция обеспечивает диверсификацию риска.

Возможность повышения эффективности распределения ресурсов за счет внутригруппового маневрирования ими. Наибольшие возможности для маневрирования ресурсами открываются в бизнес-группах, объединяющих компании не связанных между собой отраслей. Подобные группы существуют вопреки распространенному мнению о том, что конгломератная интеграция снижает стоимость бизнеса.¹⁶ Однако это мнение во многом основывается на наблюдениях за корпорациями США. Анализ конгломератной интеграции в

¹⁵ Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. - М.: ИНФРА-М, 1997, с. 518.

¹⁶ Rajan, R., H. Servaes, and L. Zingales. The Cost of Diversity: The Diversification Discount and Inefficient Investment // Journal of Finance, 2000, Vol. 55, pp. 35-80.

других районах мира показывает, что сопровождающее ее снижение стоимости бизнеса характерно для стран с высоким уровнем душевого дохода, с развитыми институтами и финансовыми рынками. В менее развитых странах стоимость бизнеса при такой интеграции не только не снижается, но иногда даже возрастает.¹⁷ Такой эффект может быть объяснен внутригрупповым маневрированием финансовыми ресурсами, поскольку внешнее финансирование затруднено из-за слабости рынков капитала и регулирующих их институтов, удорожающей внегрупповые кредиты асимметрией информации между кредиторами и заемщиками. Сравнительный анализ деятельности бизнес-групп в нескольких странах показывает, что выгоды от внутригруппового рынка капитала тем значительнее, чем острее в стране стоит проблема агентства (действий управляющих вопреки интересам инвесторов), чем менее развиты внешние финансовые рынки.¹⁸

Квазиинтеграция фактически раздвигает сферу интенсификации использования различных ресурсов за рамки отдельной фирмы. Это относится, в частности, к управленческим кадрам высокой квалификации. Дефицит таких специалистов испытала, например, послевоенная Япония, когда с ликвидацией прежних бизнес-групп, именованных «дзайбацу», от рычагов управления японским бизнесом были отстранены собственники и высшие менеджеры этих групп. Выйти из положения помогла реинтеграция в новые ФПГ, выдвинувшая новые управленческие таланты. Наблюдавшийся в нашей стране в начале 1990-х гг. дефицит специалистов, готовых работать в рыночных условиях, способствовал формированию в российской экономике таких бизнес-групп, участники которых на добровольной основе делегировали некоторые управленческие функции специально учреждаемым под эти функции компаниям.

Как внутригрупповое маневрирование ресурсами можно рассматривать и создание партнерами по бизнес-группе совместных учебных и исследовательских центров. Имеют место и прямые передачи оборудования, случаи совместного проектирования новой продукции, командирование банком ФПГ своих специалистов в испытывающую финансовые затруднения компанию.

Необходимость приспособления к слабости институтов, понижающих уровень транзакционных издержек. Эффективное функционирование рынков в условиях высокоразвитой экономики во многом обеспечивается организациями и институтами (судебная система, фондовый рынок, система страхования, саморегулируемые организации участников рынка и т.д.), способными поддерживать относительно низкий уровень

¹⁷ Fauver, L., J. Houston, and A. Naranjo. Cross-Country Evidence on the Value of Industrial and International Diversification // Journal of Corporate Finance, 2004, Vol. 10, pp. 729-752.

транзакционных издержек. Бизнес-группы в странах с развивающейся экономикой в определенной мере компенсируют слабость такого рода организаций и институтов. В период институционального становления высокий уровень транзакционных издержек во многом определяется низким уровнем доверия между экономическими контрагентами, частым нарушением ими договорных обязательств и прав собственности. В истории возникновения многопрофильных корпораций немалую роль сыграло то обстоятельство, что, как правило, бывает весьма накладно заключать договоры на поставку товаров и оказание услуг с людьми, которых не знаешь достаточно хорошо или которым не вполне доверяешь. В результате фирмы сочли целесообразным включать сторонних подрядчиков в свою структуру и держать их под собственным контролем.

Способствовать повышению этики деловых отношений, снижению транзакционных издержек призваны и рейтинговые агентства, и государственная правоохранительная система. Когда эта система не обеспечивает должной защиты договорных отношений и прав собственности, фирмам приходится уповать в основном либо на поглощение ненадежных поставщиков, либо на групповую защиту в рамках бизнес-групп, объединяющих участников с относительно высоким взаимодоверием.

Личные доверительные отношения руководителей компаний остаются основой совместных действий во многих современных ФПГ. В мире асимметричной информации и неполных контрактов доверие оказывается своего рода катализатором экономической активности. Оно, в частности, ведет к более широкому предоставлению торговых кредитов, что обеспечивает экономию оборотных средств. Когда новая фирма создается в рамках бизнес-группы с хорошей репутацией, на эту фирму в определенной мере переносится и репутация породившей ее группы.

Несовершенства рынка – основной мотив вовлечения государства в экономику. Принимая на себя часть нагрузки по преодолению этих несовершенств, бизнес-группы снижают соответствующую нагрузку на государство. Тем самым, использование внутригрупповых возможностей координации экономической деятельности ослабляет влияние недостатков, характерных для ее государственной координации.

Возможности усиления рыночных позиций за счет внутригрупповой координации действий на отдельном рынке. Объединение в бизнес-группу действующих на одном и том же рынке фирм способно превратить аутсайдеров рынка в его влиятельных участников. Усиление позиций на внутреннем и внешнем рынках – один из мотивов формирования бизнес-групп. Целью горизонтальной интеграции совсем не обязательно

¹⁸ Claessens, S., S. Djankov, J. Fan, and L. Lang. The Benefits and Costs of Group Affiliation: Evidence from East Asia, 2002 (<http://papers.ssrn.com>).

является монополизация рынка. Когда на рынке господствует несколько крупных компаний, то есть конкуренция на нем носит олигополистический характер, задачей объединения может быть пополнение рядов олигополистов.

Выгоды межфирменной интеграции во взаимоотношениях с властными структурами. Такая интеграция – одно из средств приспособления к налоговому законодательству. Заметим, что этот мотив играет заметную роль при формировании российских бизнес-групп, основанных на переработке давальческого сырья либо действующих как простые товарищества (по договору о совместной деятельности). Имеются свидетельства о маневрировании доходами в рамках БГ с целью снижения налоговой ответственности.¹⁹ Кроме того, высказываются небезосновательные гипотезы о заинтересованности правительства в формировании интегрированных корпоративных структур, поскольку таким образом можно укрупнить налогоплательщиков и упростить сбор налогов.²⁰

С объединением в бизнес-группу ее участники способны стать более надежным и привлекательным партнером не только для других фирм, но и для государства в его промышленной политике. Порой само государство инициирует формирование, усиление таких структур в расчете на их вклад в ускоренную модернизацию экономики. Это неудивительно с учетом инновационных достоинств бизнес-групп.

Ставка в промышленной политике на развитие национальных бизнес-групп может иметь свои исторические корни в виде стремления к сохранению экономического суверенитета после периода иностранного доминирования, как это было в Южной Корее. Сомнения в том, что рыночные силы достаточно быстро обеспечат повышение экономической и военной самостоятельности страны – фактор, побуждающий политическую элиту к идеологическому оправданию бизнес-групп, что наблюдалось и в Южной Корее, и в Израиле.²¹

Вместе с тем, созданию таких групп могут способствовать и неолиберальные пристрастия элиты. Движимая подобной идеологией распродажа государственных промышленных активов обернулась укреплением или созданием новых бизнес-групп в Мексике, Бразилии, Чили и Аргентине. В этот ряд хорошо вписывается и российская приватизация.

Косвенное влияние на межфирменную интеграцию способен оказывать характер политической системы, поскольку при централизованной политической структуре высшие

¹⁹ Gramlich, J., P. Limpaphayom, and G. Rhee. Taxes, Keiretsu Affiliation and Income Shifting // Journal of Accounting and Economics, 2004, Vol. 37, pp. 203-228.

²⁰ Khanna T., Yafeh Y. Business Groups in Emerging Markets: Paragons or Parasites? ECGI Working Paper Series in Finance, Working Paper N°92/2005.

руководители страны предпочитают иметь дело не с множеством, а только с несколькими ведущими бизнесменами. Как следствие, целесообразность создания бизнес-группы может определяться ее стремлением иметь прямой контакт с государственными лидерами.

Набравшие силу бизнес-группы проявляют склонность к оказанию собственного влияния на государственную политику. При соответствующей дозировке в этом есть рациональный смысл, поскольку речь идет о балансе интересов общества, государства и бизнеса. Однако при этом существует и опасность подмены общественных интересов узкогрупповыми. Успешное противодействие такой подмене достигается не путем отказа от согласования интересов всех сторон, а с помощью четкого определения их принципиальных устремлений. Баланс интересов государства и бизнеса переменчив, что может придавать их отношениям неровный характер. Имеются исторические примеры и того, как правительства помогали бизнес-группам, и того, как стремились ослабить их.²²

30.5. Формирование интегрированных структур при децентрализации управления бизнесом

Сближение прежде самостоятельных предприятий – лишь один из путей создания бизнес-групп. Другой путь – формирование интегрированных структур в результате реструктуризации бизнеса, децентрализации управления им.

Представленные выше обстоятельства, подталкивающих фирмы к объединению в бизнес-группу, можно рассматривать как факторы укрупнения бизнеса. Однако крупный бизнес испытывает трудности, связанные с обеспечением его управляемости. Эти трудности отчасти вызываются сопротивлением контролю управляющих со стороны собственников, снижением оперативности экономических решений. Решение такого рода проблем – одна из задач организации внутрифирменной экономики, различные возможные типы которой отличаются друг от друга степенью децентрализации управления бизнесом.

Эта децентрализация может доходить до организационно-правового обособления отдельных составляющих бизнеса, которое происходит, когда, например, некоторые внутренние подразделения фирмы становятся ее дочерними компаниями.

Образование холдинга на базе имущественного комплекса единой коммерческой организации путем ее реорганизации в форме выделения или учреждения дочерних хозяйственных обществ – распространенное явление в российской экономике. На частоте использования такого способа реструктуризации бизнеса сказывается ее специфика, обусловленная процессами приватизационных и постприватизационных

²¹ Maman, Daniel. The Emergence of Business Groups: Israel and South Korea Compared // *Organization Studies*, 2002, Vol. 23, p. 738.

²² См., в частности, Borensztein, E. and J. Lee. Financial Crisis and Credit Crunch in Korea: Evidence from Firm-level Data // *Journal of Monetary Economics*, 2002, Vol. 49, pp. 853-875.

преобразований. Поскольку обмен правами собственности на еще только формирующемся рынке сопряжен с высокими транзакционными издержками, желательно, чтобы реструктурирование предприятий предшествовало их приватизации. Российская программа приватизации исходила из прямо противоположной логики, предполагая сначала приватизировать, а уже потом осуществлять реструктурирование силами новых собственников. Поэтому типичное приватизированное предприятие не могло стать основой жизнеспособной компании без преобразования его организационной структуры. В большинстве случаев для снижения совокупных транзакционных издержек и повышения эффективности компаний было необходимо как выделение из компаний старых подразделений, так и включение в структуру компаний новых производств.²³ Необходимость реструктуризации промышленных активов – один из основных мотивов интеграционных процессов в российской экономике.²⁴

Целью создания холдинга на базе имущественного комплекса единой коммерческой организации является обособление отдельных видов деятельности для повышения их эффективности (увеличение возможности управленческого воздействия руководителей на возглавляемые ими направления бизнеса, создание условий для маневренности и оперативности в решении производственно-хозяйственных задач; повышение ответственности руководителей и коллективов за результаты собственного труда). С этими же целями создаются новые хозяйственные общества, не обремененные долгами организации в целом, непрофильные структурные подразделения выделяются в дочерние общества, в том числе для будущей продажи бизнеса. Ещё одной целью создания холдинга является индивидуализация налоговой и гражданско-правовой ответственности каждого вновь созданного юридического лица. Создание холдинга может помочь разрешению возможного конфликта интересов акционеров (участников) хозяйственного общества, имеющих конкурирующие по размеру и влиянию пакеты акций (доли участия в уставном капитале), когда каждая из конкурирующих групп в результате преобразований может стать владельцем контрольного пакета акций (долей участия) во вновь организованном обществе. Наконец, оно может удовлетворить потребность в привлечении дополнительных финансовых вложений от сторонних инвесторов для реализации нового инновационного проекта.²⁵

Для достижения указанных выше целей у хозяйственного общества есть два альтернативных варианта действий. Первый вариант - реорганизация общества в форме выделения отдельных структурных подразделений в самостоятельные хозяйственные

²³ Авдашева С.Б. Бизнес-группы в российской промышленности / Олейник А. (ред.). Институциональная экономика: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2005, с. 643.

²⁴ См. Долгопятова Т.Г. (ред.). Российская промышленность: институциональное развитие. – М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2002; Радыгин А. Собственность и интеграционные процессы в корпоративном секторе // Вопросы экономики, 2001, №5.

общества. Вновь созданным обществам в соответствии с разделительным балансом передается часть прав и обязанностей реорганизуемого общества, которое продолжает существовать. Выделение может сопровождаться: конвертированием акций реорганизуемого общества в акции создаваемого общества; распределением акций создаваемого общества среди акционеров реорганизуемого общества; приобретением акций создаваемого общества самим реорганизуемым обществом или комбинацией такого рода действий. Данный вариант позволяет гибко определять состав акционеров выделяемого общества и устанавливать различную степень организационной и имущественной зависимости реорганизованного и зависимого общества.

Второй вариант - учреждение новых дочерних хозяйственных обществ путем внесения в их уставной капитал части недвижимого и движимого имущества существующей коммерческой организации, которая в этом случае становится основным обществом. Этот вариант преобразований позволяет сохранить жесткий контроль организации-учредителя над учрежденной организацией. В результате данного варианта все гражданско-правовые и налоговые обязательства остаются у материнского общества.

30.6. Эффекты интеграции и жизнестойкость бизнес-групп

Некоторое представление о последствиях участия фирм в бизнес-группах дает таблица 30.1, характеризующая деятельность таких групп в ряде развитых и развивающихся стран.

Таблица 30.1

Группирующиеся фирмы в разных странах

	Учитываемый период	Число фирм	Число группирующихся фирм	Средний размер группирующейся фирмы к среднему размеру самостоятельной фирмы	Средняя отдача активов группирующихся фирм, %	Средняя отдача активов самостоятельных фирм, %	Среднее стандартное отклонение группирующихся фирм, %	Среднее стандартное отклонение самостоятельных фирм, %
Аргентина	90-97	25	11	5.5	3.9	7.8**	3.7	4.9**
Бразилия	90-97	108	51	2.5	3.3	1.8**	4.1	5.1
Чили	89-96	225	50	18.7	5.9	2.2*	4.4	4.1.
Индия	90-97	5446	1821	4.4	11.7	9.6*	4.6	4.4*
Индонезия	93-95	236	153	2.8	7.3	7.8	1.9	2.5*
Израиль	93-95	183	43	5.0	6.3	3.9*	2.1	2.6
Корея	91-95	427	218	3.9	4.8	5.1	1.9	2.6*
Мексика	88-97	55	19	2.3	8.2	6.1	3.1	2.6

²⁵ Шиткина И.С. Холдинги: правовое регулирование и корпоративное управление. – М.: Волтерс Клувер, 2006.

Филипины	92-97	148	37	3.4	7.3	4.0	2.5	2.9
Тайвань	90-97	178	79	2.0	5.1	6.2	1.7	2.3**
Тайланд	92-97	415	258	2.3	2.9	4.4*	4.3	4.9**
Турция	88-97	40	21	1.0	24.6	26.3	6.2	9.1
Предвоенная Япония	32-43	58	17	6.8	5.5	6.4	4.4	7.1
Послевоенная Япония	77-92	1002	94	8.5	3.4	3.6	2.2	2.3

* и ** обозначают отличие группирующихся от самостоятельных фирм, которое является значимым на 5 и 10- процентном уровнях, соответственно.

Источник: Yafeh Y., Khanna, T. Business Groups and Risk Sharing around the World Harvard Business School Competition & Strategy Working Paper Series, Working paper number: 01-041 (<http://papers.ssrn.com>).

В трех странах, Бразилии, Израиле и Филиппинах, бизнес-группы демонстрируют более высокую доходность и более низкий уровень риска экономической деятельности по сравнению с самостоятельными фирмами. В Чили, Индии и Мексике группирующиеся фирмы характеризуются и более высокой доходностью активов, и большей ее дисперсией. Еще в шести странах бизнес-группы не имеют преимуществ ни в доходности бизнеса, ни в его надежности.

Вместе с тем, группирующиеся фирмы значительно превосходят самостоятельные по своему размеру. Благодаря этому фирмы бизнес-группы способны действовать в отраслях, в которые более мелким самостоятельным фирмам трудно проникнуть из-за входного барьера, создаваемого эффектом масштаба производства. Положительное влияние межфирменной интеграции может проявляться не столько через повышение рентабельности активов, сколько через становление в экономике страны отраслей со значительными входными барьерами. Такое развитие продемонстрировали в послевоенные годы ФПГ Японии.

Когда межфирменная интеграция мотивируется стремлением либо внедриться в отрасли, недоступные фирмам, действующим поодиночке, либо ускорить продвижение в новые отрасли, можно говорить о стратегической ориентации бизнес-группы. Критерием успешности деятельности группы в таком случае является не производственная (аллокативная) эффективность, а достижение стратегического преимущества в целевых отраслях, обеспечивающего более высокую добавленную стоимость.

Различия в характеристиках бизнес-групп связаны с тем, что степень реального влияния отдельных интеграционных факторов варьируется по бизнес-группам и странам. Так, объединение фирм для компенсации неразвитости экономических институтов теряет свою актуальность по мере повышения их зрелости. Не удивительно, что попытки выделения некоторого одного фактора в качестве универсальной соединительной основы межфирменных альянсов не получают эмпирического подтверждения. Многообразие форм

бизнес-групп, своеобразие их свойств в разных странах свидетельствуют в пользу многокритериального подхода к оценке деятельности этих групп. Такой подход порой проявляется в виде расходящихся интерпретаций одних и тех же экономических фактов. Когда Японию считали "чудом", небольшое количество банкротств в этой стране рассматривалось как свидетельство эффективности японской финансовой системы, позволяющей избежать ненужных банкротств. Позже, те же самые статистические данные стали толковать как свидетельство неэффективности, указывая на неоправданность поддержки банками фактически несостоятельных предприятий.

Однозначные заключения, объявляющие бизнес-группы либо «локомотивами», либо «паразитами» экономического развития, не отвечают реальной сложной природе этих групп, осмысление которой необходимо для понимания и многих явлений экономической истории, и новейших социально-экономических тенденций.

Анализ бизнес-групп *под углом зрения максимизации прибыли* – чаще всего практикуемый подход к оценке результатов интеграции. Однако такой подход оставляет в стороне распределение ролей в рамках группы, при котором наряду с максимизирующими прибыль фирмами в ней могут состоять предприятия, призванные обеспечить группе сравнительные преимущества в перспективе, но убыточные в текущий период. Сопоставление группирующихся и самостоятельных фирм *по уровню рентабельности* напоминает сравнение душевого дохода многодетной семьи и работающего холостяка. Каково бы ни было соотношение их доходов, главное отличие этих ячеек общества в *перспективах и мотивациях*. Усложнение мотиваций наблюдается в бизнес-группах разного типа. В рамках пирамидальных групп (холдингового типа) основное общество, в отличие от портфельных инвесторов, способно ставить во главу угла не отдачу на вложенный капитал, а обеспечение управляемости развития своей группы. С этим связано и предпочтение ими заемного финансирования по сравнению с эмиссией акций.

Изучение роли бизнес-групп в компенсации слабостей рыночных институтов может привести к мысли о том, что с укреплением этих институтов группы предстают экономическим анахронизмом.²⁶ Согласиться с такой оценкой не позволяет наличие других интеграционных факторов, практика межфирменной интеграции в индустриально развитых странах. Свертывание государственного регулирования экономики не ведет к автоматической передаче соответствующих координационных функций рынку. Координирующая роль бизнес-групп, их посредническая нагрузка в такой ситуации заметно

²⁶ См., например, Chang, Sea-Jin. *The Rise and Fall of Chaebols: Financial Crisis and Transformation of Korean Business Groups*. - Cambridge: Cambridge University Press, 2003, p. 238.

возрастает.²⁷ Уже несколько десятилетий бизнес-группы бросают вызов предсказаниям об их исчезновении, стойко переносят изменчивость отношения к ним в экономической политике и финансовые кризисы.²⁸

Кроме экономических последствий межфирменную интеграцию могут сопровождать весьма значительные социальные эффекты. Бизнес-группы способны служить целям, связанным с обеспечением социального статуса, с ощущением социальной идентичности. Группы с более глубокими историческими корнями, питающими чувство групповой солидарности, например, «Тата» в Индии, «Самсунг» и «ЭлДжи» в Корее, «Мицубиси» и «Сумитомо» в Японии, демонстрируют особенно высокую устойчивость. Социальные обстоятельства – существенный фактор жизнеспособности интегрированных корпоративных структур, который не может игнорироваться при анализе перспектив развития как самих групп, так и экономики в целом.

Большой интерес для развивающейся рыночной экономики России представляет опыт нынешних реформ, происходящих в Китае. Фирмы Китая продемонстрировали способность к быстрому и устойчивому росту при слабости формальной финансовой системы, отсутствии четкой спецификации прав собственности. Заметное место в стратегии модернизации китайской экономики занимают бизнес-группы. В течение 1980-х гг. китайские предприятия были вовлечены в эксперимент с формированием таких групп. В ходе реформ центральные власти передали управление многими принадлежащими государству предприятиями от министерств к создаваемым бизнес-группам. Государство поощряло формирование этих групп, разрешая фирмам приобретать права собственности друг у друга и сокращая свои собственные функции до роли акционера с ограниченной ответственностью и властью. Курс экономической политики на создание бизнес-групп был определен Государственным Советом еще 1-го июля 1980 г. во «Временной инструкции по содействию экономическим альянсам». В 1987 г. Комитет по реформе экономической системы и Национальный комитет по экономическим альянсам совместно разработали концепцию государственного участия в учреждении и последующем управлении бизнес-группами.²⁹ После вступления Китая в ВТО промышленные группы сохраняют принципиальную роль в его стратегии "транснационального хозяйствования" в XXI веке. Реализация этой стратегии предусматривает несколько этапов. Первый - "выращивание групп предприятий", которые получают поддержку государства, права на зарубежные инвестиции и экспортное предпринимательство. Вторым этапом - развитие экспортноориентированных групп предприятий, использующих потенциал транснационального бизнеса и "постепенно теснящих" 500 сильнейших ТНК мира.

²⁷ Khanna, Tarun, and Krishna Palepu. Policy Shocks, Market Intermediaries, and Corporate Strategy: The Evolution of Business Groups in Chile and India // *Journal of Economics and Management Strategy*, 1999, Vol. 8(2), p. 274.

²⁸ Об опровергающем такие прогнозы развитии японских ФПГ см. Matsumoto Koji. Under Attack: the Japanese Corporate System. Report for International Symposium: Approaches to Varieties of Capitalism (12-13 March 1999). Мацумото К. Японская корпоративная система: прогнозы и реалии. - *Экономическая наука современной России*. - 2000. - №1.

²⁹ Keister, L. Engineering Growth: Business Group Structure and Firm Performance in China's Transition Economy // *American Journal of Sociology*, 1998, Vol. 104, pp. 404-440; Keister, L. Chinese Business Groups. - Oxford, Oxford University Press, 2004.

Третий этап - транснациональное предпринимательство экспортированных групп предприятий. На этом этапе они будут создавать в других странах свои дочерние предприятия и филиалы, тесно связанные с материнскими компаниями. На четвертом этапе международное разделение труда внутри групп предприятий должно достигнуть стадии зрелости, а деятельность ведущих компаний в НИОКР, производстве, сбыте, снабжении сырьем охватить "все наиболее выгодные районы мира". 2000-2010 гг. названы "ключевым периодом" для первых двух этапов стратегии. Реализация задач третьего и четвертого этапов начнется после 2010 гг.

Ключевые термины

Административная координация
 Бизнес-группа
 Бизнес-группа холдингового типа
 Инновационная (шумпетереанская) конкуренция
 Квазиинтеграция
 Рыночная координация
 Сетевая индустриальная организация
 Совещательно-кооперативная координация
 Социальная встроенность экономического поведения
 Финансово-промышленная группа

Вопросы к главе 30

1. Какова природа рыночной, административной и совещательно-кооперативной координаций?
2. Как можно проиллюстрировать встроенность экономических действий в социальный контекст?
3. Какова роль информационной асимметрии в формировании бизнес-групп?
4. Как инновационная конкуренция влияет на межфирменные отношения?
5. Почему бизнес-группы могут быть средством и создания, и преодоления барьеров, препятствующих выходу на рынок?
6. Что позволяет рассматривать бизнес-группу в качестве средства взаимострахования ее участников?
7. Каким образом внутригрупповое маневрирование ресурсами позволяет повысить эффективность их использования?
9. Почему объединение компаний в бизнес-группу помогает им приспособиться к слабости рыночных институтов?
10. В какой мере показатель прибыли позволяет оценить результаты деятельности бизнес-группы и почему?
11. Как можно объяснить то, что для стран, совершивших «экономическое чудо» (Германия, Япония, Южная Корея, Китай), характерно наличие или становление крупных бизнес-групп?

Литература к главе 30

1. Бест М. Новая Конкуренция. Институты промышленного развития. – М.: ТЕИС, 2002.
2. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3.
3. Менар К. Теория организаций: разнообразие соглашений в развитой рыночной экономике / Олейник А. (ред.). Институциональная экономика: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2005, с. 191-241.
4. Олейник А. Модель сетевого капитализма / Олейник А. (ред.). Институциональная экономика: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2005, с. 358-394.
5. Пауэлл У., Смит-Дор Л. Сети и хозяйственная жизнь // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 3. С. 61-105.
6. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая контрактация». – СПб.: Лениздат, 1996.
7. DeBresson C., Amesse F. Networks of Innovators: A Review and Introduction to the Issue // Research Policy. 1991. Vol. 20. P. 363-379.
8. Feenstra, R., D. Huang, and G. Hamilton. A Market-Power based Model of Business Groups // Journal of Economic Behavior and Organization, 2003, Vol. 51, pp. 459-485.
9. Freeman, Christopher. Networks of Innovators: A Synthesis of Research Issues // Research Policy, 1991, №20. P. 499–514.
10. Gerlach, M. Alliance Capitalism: The Social Organization of Japanese Business. – Berkeley: University of California Press, 1992.
11. Granovetter, M. Business Groups and Social Organization / N. Smelser and R. Swedberg (eds.). The Handbook of Economic Sociology, 2nd Edition. – Princeton: Princeton University Press, 2005.
12. Hakansson H. Technological Collaboration in Industrial Networks // European Management Journal. 1990. Vol. 8. P. 371—379.
13. Khanna, T. and J. Rivkin. Estimating the Performance Effects of Networks in Emerging Markets // Strategic Management Journal, 2001, Vol. 22, pp. 45-74.
14. Sabel C.F., Kern H., Herrigel G. Kooperative Produktion: Neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Endfertigern und Zulieferern in der Automobilindustrie und die Neuordnung der Firma / H.G. Mendius, U. Wendeling-Schroder (eds.). Zulieferer im Netz: Neustrukturierung der Logistik am Beispiel der Automobilzulieferung. - Cologne: Bund Verlag, 1991. P. 203-227.
15. Weinstein, D. and Y. Yafeh. Japan's Corporate Groups: Collusive or Competitive? An Empirical Investigation of Keiretsu Behavior // Journal of Industrial Economics, 1995, Vol. 43, pp. 359-376.
16. Yafeh, Y. Japan's Corporate Groups: Some International and Historical Perspectives // M. Blomström, J. Corbett, F. Hayashi and A. Kashyap (eds.) Structural Impediments to Growth in Japan. - Chicago: University of Chicago Press, 2003.