

БОРЛАКОВА ЛЕЙЛА АБРЕКЗАУРОВНА

**Влияние ИРО на конкурентоспособность  
российских компаний**

Специальность 08.00.01 – Экономическая теория:

(1. Общая экономическая теория. 1.1. Политическая экономия: инновационные факторы социально - экономической трансформации. 1.2. Микроэкономическая теория: Теория фирмы, Теория конкуренции и антимонопольного регулирования.)

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени кандидата  
экономических наук

Москва – 2013

*Работа выполнена на кафедре политической экономии экономического факультета  
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего  
профессионального образования «Московский государственный университет имени М.В.  
Ломоносова»*

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор кафедры политической экономии экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова Хубиев К.А.

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор кафедры "Макроэкономика и макроэкономическое регулирование" Финансового университета при правительстве РФ Пивоварова Марина Александровна.  
кандидат экономических наук, доцент кафедры "Экономическая теория и менеджмент" Московского государственного университета путей сообщения (МГУПС (МИИТ)), Российской открытой академии транспорта Охотников Илья Викторович.

Ведущая организация: МАТИ -  
Российский государственный  
университет им. К.Э.Циолковского

Защита состоится «24» декабря 2013 г. в 12 час. 00 мин. на заседании Диссертационного совета Д.501.001.23 в Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова по адресу: 119991, г. Москва, ГСП-1, Ленинские горы, МГУ им. М.В. Ломоносова, 3-й учебный корпус, д. 1, стр. 46, здание экономического факультета, экономический факультет МГУ, ауд. 539

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Фундаментальной библиотеки Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, РФ, г. Москва, ГСП-1, Ломоносовский проспект, д. 27.

Автореферат размещен в сети Интернет на официальных сайтах ВАК Министерства образования и науки РФ <http://vak.ed.gov.ru/> и экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова <http://econ.msu.ru/>.

Автореферат разослан «22» ноября 2013 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета  
Д.501.001.23

кандидат экономических наук, доцент



Рой Л.В.

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**1. Актуальность темы исследования** определяется недостаточной изученностью проблемы конкурентоспособности российских компаний в связи с вхождением России в ВТО. В современных условиях глобализации мировой экономики стратегически важным показателем национальной экономики является уровень конкурентоспособности компаний. Однако в развитии отечественной экономики проявляется ряд негативных тенденций, включая снижение уровня конкурентоспособности выпускаемых товаров и предоставляемых услуг. В связи с этим на российском рынке наблюдаются значительное проникновение и конкурентное давление международных корпораций, и дальнейшее снижение доли российских компаний.

Вхождение России в глобальный рынок предусматривает соответствие российской экономики требованиям конкуренции международного рынка, либерализации таможенной политики, что отражается на конкурентном прессинге импорта. Теоретическую актуальность исследования заявленной темы усиливает то, что понятия "конкуренция" и "конкурентоспособность", несмотря на их широкое распространение, имеют разное содержательное толкование. Чтобы твердо опереться на базовые понятия «конкуренция», «конкурентоспособность», «факторы конкурентоспособности» им необходимо уделить специальное внимание, поскольку в литературе эти важные понятия не получили конвенциональной определенности.

Выход российских компаний на IPO (Initial public offering)<sup>1</sup> с теоретических позиций практически не исследован. В специальной литературе преобладают материалы, посвященные технологиям и процедуре выхода на IPO, а также функционированию фондового рынка. Между тем, первичное публичное размещение акций на международных

---

<sup>1</sup> Впредь мы будем пользоваться аббревиатурой IPO для обозначения данного термина.

фондовых рынках достигается при определенном уровне конкурентоспособности. С другой стороны, сам этот выход становится фактором дальнейшего развития компании. Для российской экономики IPO – это резерв национального развития конкурентоспособности, который используется недостаточно. Этим обстоятельством обуславливается практическая актуальность темы.

Конкурентоспособности российских компаний посвящено достаточно обширная литература. Ее значительная часть интерпретирует зарубежные источники. Кроме того, в условиях дальнейшей интеграции России в мировую экономику происходит изменение протекающих процессов, что требует новых исследований. Отмеченные обстоятельства обуславливают актуальность приращения научных знаний в исследуемой области, что и определило выбор темы диссертационной работы, ее цель и прикладные задачи.

**Степень разработанности проблемы.** Изучение научных источников, посвященных исследуемой проблеме, показало, что наиболее глубоко исследованы общие вопросы конкуренции в условиях уже сложившихся рынков. Практически не исследован специально вопрос о том, как выход на IPO влияет на комплексную конкурентоспособность компаний. Практически не изучен вопрос о том, что выход на IPO является не исходным пунктом, а результатом прохождения компании через определенные этапы своего развития.

Проблемы конкуренции первоначально были отражены в общих управленческих и экономических концепциях. Российские особенности конкуренции рассматриваются в работах российских ученых В.С.Автономова, Е.А.Горбашко, В.П.Горшенина, М.В.Дмитриевой, И.И.Дюкова, А.И.Капелюшниковой, В.В.Радаева, Н.В.Соловьева, В.С.Тикина, Н.В.Хмельковой.

Вопросы изучения факторов, влияющих на конкурентоспособность были исследованы в работах зарубежных исследователей: Г.С.Беккер,

М.Блауг, М.Вебер, М.Джэнс, Э.Жамс, Т.Конно, Э.Кемпбелл, К.Ланч, Дж.Ст.Милль, М.Портер, К.Саммерс, П.Самуэльсон, А.Смит, Ф.А.Хайек, Й.А.Шумпетер, Й.Фишер, С.Хант, Дж.Хайн, Т.Шульц, М.Эрлих, Л.Эрхард.

Вопросы выхода российских компаний на IPO рассматриваются в работах С.В.Гвардина, А.Ю.Веретенникова, Р.Геддеса, В.Г.Балашова и т.д.<sup>2</sup>

Однако в этих исследованиях, во-первых, не учитывалась специфика условий, в которых действуют российские компании, и, во-вторых, не уделялось достаточного внимания роли человеческого фактора в формировании конкурентоспособности. Практически не изучено влияние IPO на конкурентоспособность российских компаний.

**Объектом диссертационного исследования** является конкурентоспособность российских компаний.

**Предметом диссертационного исследования** является влияние IPO на конкурентоспособность российских компаний.

**Область исследования.** Работа выполнена по специальности 08.00.01 – Экономическая теория: политическая экономия (инновационные факторы, социально - экономические трансформации; микроэкономическая теория (теория фирмы, теория конкуренции и антимонопольного регулирования).

**Цель исследования** состоит в том, чтобы раскрыть содержание и особенности IPO как фактора конкурентоспособности и определить общую логику развития компаний. Достижение указанной цели потребовало решить следующие **задачи**:

- уточнить экономическое содержание понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» с учетом инновационного развития компаний;
- раскрыть этапы развития конкуренции от простых форм до сложных;
- обосновать роль человеческого потенциала в развитии компании;

---

<sup>2</sup> Работы упомянутых авторов отображены в библиографии.

раскрыть логику развития российских компаний и определить его основные этапы;

- провести анализ, классификацию и систематизировать факторы, определяющие конкурентоспособность российской компании;
- на основе анализа понятия «человеческий капитал» содержательно обосновать понятие «человеческий потенциал»;
- проверить гипотезу о влиянии IPO на уровень конкурентоспособности российских компаний и установить его роль как фактора повышения конкурентоспособности; обосновать выводы об этапах развития компаний на материалах выхода на IPO российских компаний «Северсталь» и «Русал».

**Методы исследования,** использованные при решении поставленных задач базируется на системном подходе. В качестве инструментов исследования использовались общенаучные методы: абстрактно-логический (постановка цели и задач исследования, обоснование рабочей гипотезы), сравнительный анализ, синтез, статистический (использование статистических данных), метод верификации (использование практических материалов).

**Информационную базу исследования** составили публикации в открытой печати, материалы научных конференций и семинаров, официальные данные государственной и ведомственной статистики, информационные, обзорные, справочные, аналитические и нормативные материалы Министерства экономического развития РФ, биржевая информация, ресурсы Интернет. Опорной базой практической части стали первичные материалы выхода на IPO компаний «РУСАЛ» и «СЕВЕРСТАЛЬ».

### **Научная новизна**

**1.** На основе анализа специальной литературы выработано обобщенное понятие конкуренции как совокупности средств и способов достижения предпринимательских целей с уточнением цели, средств и

способов. Проведен анализ уровней конкуренции от простых форм соперничества и состязания до конкурентных войн с разрушительными результатами. Обосновано, что позитивный (созидательный) тип конкуренции осуществляется инновационным достижением предпринимательских целей.

2. Обосновано разграничение технологического и экономического развития компании. Последнее достигается за счет креативного фактора, т.е. инновационного слоя менеджмента. Выявлена и прослежена логика экономического развития российских компаний и определены его основные этапы: акционирование, кредитная история, публичное заимствование, IPO.

3. Систематизированы факторы конкуренции и конкурентоспособности с выделением особой роли креативного фактора достижения предпринимательских целей на всех этапах развития компании. На основе разграничения технологического и экономического развития компании, доказано, что ключевым фактором экономического развития является ее человеческий потенциал в лице инновационно мыслящей и практически действующей части персонала.

4. Обоснована необходимость использования понятия «человеческий потенциал» для более полной характеристики креативного фактора конкурентоспособности. От распространенного в литературе понятия «человеческий капитал» его отличают:

- коллективный характер личного креативного фактора конкурентоспособности;
- дополнительный доход от инновационной деятельности креативного фактора имеет не только индивидуальный, но и коллективный характер;
- результат инновационной деятельности креативного фактора имеет положительные внешние эффекты.

5. С использованием первичных материалов выхода российских компаний «Северсталь» и «Русал» на IPO обоснована общая стратегия

развития крупных компаний и ее основных этапов. Высказаны рекомендации по формированию человеческого потенциала компаний для успешной реализации задач стратегического развития, включая выход на IPO. Раскрыта роль инновационного менеджмента как важнейшего фактора конкурентоспособности в работе крупных российских компаний.

**Практическая ценность исследования** определяется использованием IPO российскими компаниями для повышения уровня их конкурентоспособности. Разработанный новый подход к факторам, влияющим на конкурентоспособность российских компаний, отражающий специфику российского бизнеса, позволяет выдвинуть конкретные предложения по повышению уровня их конкурентоспособности. В частности этот подход позволил выдвинуть предложения по организации и развитию корпоративных университетов в российских компаниях, выходящих на IPO, чтобы реализовать концепцию приоритета человеческого потенциала компании в создании конкурентного преимущества.

Диссертантом обосновано мнение, что отсутствие ожидаемого «взрывного» роста IPO для российских компаний не осуществилось по причине кризиса как на самом фондовом рынке, где происходит размещение IPO, так и в секторах экономики, где функционирует претенденты. Произошло «депонированное» кризисом развитие рынка IPO. Диссертантом обоснован прогноз о новой волне IPO российских компаний после прохождения рецессионной фазы экономического цикла и предложено российским компаниям строить свою стратегию развития исходя из обоснованной закономерности развития ее основных этапов.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в том, что выводы и рекомендации, сформулированные диссертантом, обеспечивают приращение научных знаний в области базовых понятий «конкуренция», «конкурентоспособность», «человеческий капитал»,



«человеческий потенциал»; стратегии развития крупных компаний. Материалы диссертационного исследования могут применяться в учебно-методической работе по курсам: « Микроэкономика», «Теория отраслевых рынков», «Теория экономической трансформации».

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Наиболее значимые положения и результаты диссертационного исследования, полученные аспирантом, докладывались и обсуждались на ежегодной научной конференции в рамках «Ломоносовских чтений» в 2012 и 2013 годах, Фестивале науки 2012 г. Основные практические рекомендации, полученные в ходе выполнения диссертации, были использованы при разработке рекомендаций для компаний, планирующих выход на IPO.

**Структура диссертации** обусловлена логикой исследования, целями и задачами, поставленными в исследовании. Диссертация состоит из введения, 3 глав с выводами, заключения, и практических рекомендаций. Она изложена на 178 страницах машинописного текста, включает 4 рисунка, 5 таблиц, 7 приложений и содержит список литературы из 141 наименований, среди которых 97 отечественных, 20 иностранных авторов и 24 интернет источника.

**Публикации** Основные результаты диссертационной работы нашли отражение в 4 научных публикациях общим объемом 1,4 п.л., в том числе - 2 статьи в научных изданиях, рекомендованных ВАК.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** обоснована актуальность темы, определена степень ее разработанности, сформулированы цель, задачи, объект и предмет исследования, его научная новизна, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе **«Теоретические основы конкурентоспособности»** отражены теоретические положения проблемы конкурентоспособности, с позиции системного подхода рассмотрены сущность и содержание понятия конкурентоспособности, влияние IPO на обеспечение конкурентоспособности российских компаний.

Во второй главе **«Человеческий потенциал и его влияние на конкурентоспособность компании»** критически проанализировано понятие «человеческий капитал» и определена ограниченность его содержания индивидуальным исследованием. Обоснована необходимость использования понятия «человеческий потенциал» для раскрытия роли креативного фактора в развитии конкурентоспособности.

В третьей главе **«Опыт развития российских компаний, выходящих на IPO: на примере ОАО «Русал» и «Северсталь»** на примере опыта развития двух российских компаний прошедших через IPO установлена логика развития компаний выходящих на IPO. Установлены основные этапы (акционирование, кредитная история, займы) ведущие к IPO, которое является вершиной общественного признания и выступает важным фактором конкурентоспособности российских компаний.

## **ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ**

**Выработано обобщающее понятие конкуренции как совокупности средств и способов достижения предпринимательских целей. Проведен комплексный анализ способов конкуренции от простых форм соперничества и состязания до конкурентных войн с разрушительными последствиями. Доказывается, что созидательная конкуренция осуществляется инновационным достижением предпринимательских целей.**

При наличии значительного количества публикаций по проблематике конкуренции и конкурентоспособности, практически отсутствуют работы, теоретически связывающие ИРО с функционированием рынка. Различия в трактовках понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» столь существенны, что требовался специальный анализ содержания этих понятий для выработки рабочей версии этих базовых понятий для исследования влияния ИРО на конкурентоспособность российских компаний.

Часто конкуренция смешивается с ее функциями: координацией, регулированием, установлением пропорций, обеспечением общественного благосостояния и др. Чтобы твердо опереться на базовые понятия «конкуренция», «конкурентоспособность», «факторы конкурентоспособности» необходимо уделить специальное внимание системе базовых понятий, поскольку в литературе эти важные понятия не получили конвенциональной определенности. На основе анализа литературы обосновано, что для достижения конечной цели - исследования влияния ИРО на конкурентоспособность российских компаний наиболее адекватным определением конкуренции является следующее: *конкуренция - это совокупность средств и способов достижения предпринимательских целей.*

Такое определение конкуренции позволяет раскрыть содержание и особенности IPO как фактора конкурентоспособности. Главное в предложенном определении состоит в том, что оно выдвигает на первый план цели, ради которых возникает конкурентная деятельность. Именно предпринимательские цели мобилизуют энергию состязательности, борьбы, инноваторства и т.д. В совокупность средств и способов конкурентной деятельности может быть включено все, что в эту деятельность входит. Заметим, что предпринимательские цели не сводятся к прибыли, хотя она и главная. В качестве таковых может быть доля рынка, стратегия доминирования в долгосрочном периоде и т.д.

Следует добавить, что предпринимательские цели могут быть конечными (прибыль, рентабельность, окупаемость) и промежуточными (издержки, качество).

К средствам относятся факторы конкурентоспособности. В работе проведена их классификация. Из совокупности факторов выделяется личный фактор (в отличие от вещественного, включающего технологии). Инновационно проявляющий себя личный фактор (как индивидуальный, так и коллективный) определяется как креативный фактор. Для экономического развития фирмы (в отличие от технологического) он имеет решающее значение.

К способам конкуренции относится характер взаимодействия конкурирующих компаний с определенными для них последствиями. В работе прослежены способы конкуренции от простых форм в виде соперничества, состязания до конкурентных войн вплоть до уничтожения конкурентов и расчищения рынка. Конкурентные войны могут осуществляться негативными и даже криминальными способами (промышленный шпионаж, рейдерский захват, подкуп государственных органов контроля, диверсии и т.д.). Позитивная (созидательная) конкуренция имеет своим результатом развитие экономики: снижение издержек, качественная дифференциация продукции, улучшение

условий труда и др. Сделан вывод о том, что основой позитивной конкуренции являются инновации, в связи с чем особое значение приобретает креативный фактор.

Наряду с понятием «конкуренция» в литературе широко используется понятие «конкурентоспособность». Чтобы понятия использовались в соответствии с их содержанием, надо их разграничивать. Позиция диссертанта в дефиниции конкуренции и конкурентоспособности состоит в том, что конкурентоспособность - это потенциальная возможность осуществления конкурентной деятельности, а конкуренция - это практическая реализация потенциала конкурентоспособности. Последняя имеет уровневую характеристику (высокая, низкая), основанную на конкурентных преимуществах и обеспечиваемую факторами конкурентоспособности.

Проведено разграничение технологического и экономического развития компании.

**Выявлена и обоснована логика развития российских компаний и определены ее основные этапы: акционирование в порядке приватизации, кредитная история, публичное заимствование, IPO. Обосновано, что IPO является высшей ступенью экономического развития компании и ее конкурентоспособности. Доказано, что ключевым фактором экономического развития компании является ее человеческий потенциал.**

**Основные этапы развития компании:**

- акционирование (для крупных российских компаний акционирование проходило в порядке приватизации);
- кредитная история - По мере того как инвесторы видят, что заемщик выполняет свои обязательства своевременно и в полном объеме, повышается их степень доверия к компании, готовность кредитовать ее, в том числе путем покупки ее долговых обязательств. Раскрытие информации о рисках предприятия в этом случае более

полное. Постепенно складывается лучшая узнаваемость компании и, соответственно, расширение доступа к заемному капиталу. Кредит следует (после акционирования) рассматривать как начальную ступень для фирмы на пути к высшему этапу своего экономического развития – IPO. Анализ истории выхода на IPO двух российских компаний («Северсталь» и «РУСАЛ») позволил установить прямую связь между кредитом и конкурентоспособностью компании.

В 2008 году «Северсталь» одна из немногих компаний смогла получить синдицированный кредит, появившийся на рынке через две недели после того, как мировую финансовую систему потрясло банкротство Lehman Brothers. Мандатное соглашение по кредиту было подписано до усугубления кризиса, который повлиял на размер кредита и был сокращен до \$1,2 млрд с \$1,5 млрд. Кредит все же был получен в сложных условиях кризиса. Букраннерами по кредиту выступали Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Barclays Capital, BNP Paribas, Deutsche Bank, Citigroup, Commerzbank, Royal Bank of Scotland и Societe Generale. Ниже в таблице 1 представлены рейтинги «Северстали», которые свидетельствуют о том, что IPO позволяет российским компаниям выйти на достаточно высокий мировой уровень конкурентоспособности.

**Таблица 1. Кредитные рейтинги «Северстали»<sup>3</sup>**

	Standard & Poor's	Moody's	Fitch Ratings
ОАО Северсталь			
Кредитный рейтинг (долгосрочный в иностранной валюте)	BB+ / Стабильный	Ba1 / Стабильный	BB / Стабильный
Дата рейтинга*	21 июня 2012	07 июня 2012	06 августа 2012
Severstal Columbus LLC			

<sup>3</sup> [www.severstal.com/rus/ir/bonds/credit\\_ratings/](http://www.severstal.com/rus/ir/bonds/credit_ratings/)

Кредитный рейтинг (долгосрочный в локальной валюте)	В / Стабильный	В3 / Стабильный	-
Дата рейтинга*	13 июня 2012	3 февраль 2010	-

Таким образом: анализ успешно развивающейся компании свидетельствует о том, что она проходит этапы в своем развитии, и как правило в определенной последовательности: акционирование, кредитная история, публичные займы, IPO.

Пройдя такие этапы в своем развитии, любое предприятие усиливает свои конкурентные позиции. Здесь сразу следует заметить, что уже эти указанные этапы развития компании на пути к IPO требуют определенных этапов развития самого личного фактора компании, креативного потенциала ее менеджмента, которым обеспечивается экономическое развитие фирмы.

Переход к публичным займам имеет определенные преимущества и приближает к IPO:

-относительно невысокая стоимость и большие сроки заимствований - Отсутствие банковской маржи делает долговое финансирование более дешевым в сравнении с кредитованием. При этом сроки заимствований устанавливаются Эмитентом, а не диктуются банком-кредитором. Кроме того, ставки заимствования снижаются по мере формирования кредитной истории заемщика;

-отсутствие необходимости обеспечения - отсутствие необходимости закладывать имущество и основные средства позволяют компании использовать их в наращивании собственного капитала и в общем расширении бизнеса;

-отсутствие возможности частичной потери самостоятельности - При получении банковского кредита обычно оговаривается перевод основных финансовых потоков в банк-кредитор. Просрочка выплаты

процентов может привести к потере финансовой самостоятельности компании. Осуществление долгового финансирования исключает возможность зависимости от инвесторов (векселедержателей) до даты погашения ценных бумаг. В случае просрочки погашения обязательств инвесторы получают права на требование к имуществу компании в установленном законодательством порядке;

-возможность управления собственным долгом - Возможность досрочного погашения кредита банку может не быть предусмотрена кредитным договором. В то же время особенности долгового финансирования допускают проведение мероприятий по досрочному сокращению долга, за счет скупки ценных бумаг на вторичном рынке;

-улучшение кредитного качества и инвестиционной привлекательности компании - Выход на рынки капитала требуют от компании максимальной «прозрачности». Открытость компании – хороший аргумент в пользу устойчивости ее финансового состояния, что положительно влияет на деловой имидж;

- создание стартовой площадки для выхода на рынок акционерного капитала (IPO) - Получение биржевой истории и биржевой репутации позволяют компании получить опыт и имидж добросовестного заемщика, что является необходимым условием для привлечения средств в уставной капитал на открытом рынке (IPO);

-формирование инвестиционного бренда - Выход компании на публичные рынки не может не повысить общую узнаваемость бренда компании среди широкого круга инвесторов;

- укрепление деловой репутации менеджмента компании - Сам факт обращения к рынку публичного долга в качестве источника инвестиционных средств говорит о высоких стандартах корпоративного управления, служит показателем того, что менеджмент компании видит возможности для эффективного финансирования развития бизнеса и увеличения его стоимости.



**Систематизированы факторы конкуренции и конкурентоспособности с выделением особой роли креативного фактора на всех этапах экономического развития компании, включая выход на IPO.**

Средства конкурентной деятельности диссертант определяет как его факторы. Конкурентоспособность базируется на конкурентных факторах. В укрупненной классификации их можно представить в следующем составе. Ресурсный фактор: количество (необходимое) и качество ресурсов: финансовых, трудовых, капитальных. Технологический фактор: состояние и уровень используемых технологий. Креативный (инновационный) фактор: уровень квалификации работников и состояние научно-исследовательских и опытно- конструкторских разработок, интеллектуальный потенциал, включающий изобретательскую деятельность, наличие патентов и т.д. Организационный фактор: уровень развития фирмы и степень распространения общественной репутации (бренд).

Можно и дальше углублять дифференциацию факторов конкурентной борьбы . Но выделенные факторы являются важнейшими. Разные факторы на разных стадиях производства и реализации продукции действуют с разной степенью интенсивности. Факторы, задействованные на технологических, продуктовых и сырьевых инновациях наиболее интенсивно действуют на «входе», т е при внедрении в процесс производства. Далее инновации дают эффект распространения с уменьшающимися затратами.

Наиболее часто приводимая во многих источниках, как зарубежных, так и отечественных, классификация предлагает делить факторы на внешние и внутренние. Несмотря на различия классификаций, предлагаемых разными исследователями, можно выделить общие для всех классификаций положения - есть факторы, которые задаются самим субъектом и могут быть изменены, и факторы, которые устанавливаются

извне и не могут быть изменены предприятием. Тот факт, что предприятие не может изменить внешние ограничения, не означает, что их нельзя использовать для повышения собственной конкурентоспособности. Внешние условия лишь формируют среду обитания, а как жить в этой среде каждое предприятие определяет для себя самостоятельно. Отдельное предприятие имеет возможность лучше других приспособиться к окружающим условиям. Однако при равных внешних условиях с большей эффективностью сработает то предприятие, которое обладает более развитым внутренним потенциалом.

Каждую классификацию можно свести к данному принципу деления на экзогенные и эндогенные факторы, или другими словами, внешние и внутренние. Таким образом, в конечном итоге, конкурентоспособность предприятия формируется и определяется наличием и качеством внутренних факторов, при условии, что внешние факторы для всех являются одинаковыми.

**На основе критического изучения теории человеческого капитала установлены ее ограничения, связанные с тем, что в исходном пункте и конечном результате этой теории находится индивид.**

**Приведена аргументация в пользу категории «человеческий потенциал» для раскрытия роли креативного фактора в развитии конкурентоспособности с преодолением индивидуальных ограничений.**

В работе исследована система факторов влияющих на конкурентоспособность российских компаний, дана их классификация и в качестве ведущего выделен фактор человеческого потенциала. Он является ключевым при анализе восхождения компании к вершинам конкурентоспособности. Для его анализа необходимо обратиться к

теории человеческого капитала и установить различие между человеческим капиталом и человеческим потенциалом.

Классики теории человеческого капитала, во главе с Беккером, замыкали человеческий капитал на индивиде. Диссертант предлагает расширить такой подход, обосновывая это тем, что только инновационная деятельность коллектива, а не отдельных индивидов, может поднять компанию на более высокий уровень.

Любая деятельность человека инициируется потребностями, которые, в свою очередь, являются внутренними побудителями активности, силой, направляющей индивида на ее удовлетворение. Однако наиболее полное удовлетворение потребностей невозможно без наличия у человека способностей, которые определяют его потенциальные возможности.

Способности рассматриваются диссертантом как определенные средства успешного достижения цели своей деятельности. Потребности и способности – это взаимозависимые качества человека, необходимые ему для осуществления деятельности и достижения результата. Каждый индивид обладает определенным набором способностей к определенному виду труда и, соответственно, для эффективной работы. Руководству компании желательно объединить работников в коллектив, в котором каждый будет выполнять свои функции. Но цели предпринимательской деятельности компании достигаются скоординированной деятельностью многих индивидов. А этапы развития компании осуществляются скоординированной деятельностью креативных индивидов, работающих инновационно. Поэтому мы предлагаем ввести понятие «коллективного человеческого потенциала», подчеркнув тем самым, что компания наиболее эффективно развивается при согласованной коллективной деятельности всех своих работников, и в особенности инноваторов.

В работе приводится обоснование категории «человеческий потенциал» применительно к фактору развития компании. Данное понятие расширяет границы индивидуалистической трактовки категории «человеческий капитал» и отражает следующие особенности:

- 1) коллективный характер личного креативного фактора конкурентоспособности компании;
- 2) доход от инновационной деятельности креативного фактора имеет не только индивидуальный, но и корпоративный характер;
- 3) результат инновационной деятельности креативного фактора имеет положительные внешние эффекты.

Теория человеческого капитала получила довольно широкое распространение. Но абсолютизация ею индивидуального уровня не соответствует реалиям индустриального общества и целям развития компании.

Любая компания развивается не сама по себе, а благодаря коллективной инновационной работе топ-менеджмента. При этом развитие компании опирается не только на отдельных инноваторов, но и на их коллективную деятельность. Эта коллективная деятельность является целенаправленной, согласованной, творческой, инновационной.

Становление постиндустриального общества обуславливается экспансией творческой деятельности, что в свою очередь определяется качествами работника. Именно его человеческий потенциал, его способности к осуществлению творческой деятельности и потребности такую деятельность осуществлять становятся главным условием роста инновационного производства.

Можно выделить два вида труда: репродуктивный и продуктивный. В процессе репродуктивной деятельности происходит воспроизводство известного продукта известными средствами и способами, а при продуктивной напротив связан с поиском новых благ, новых средств и способов создания этих самых благ. Высшей формой продуктивного

труда является творчество, заключающееся в генерации новых идей, образов и их воплощения в новом продукте. Именно творческая составляющая определяет уровень развития труда, его переход от рутинного труда к развивающей деятельности. Поэтому наш анализ человеческого потенциала проводится с позиции нарастания в нем доли творчества. Нас интересует больше продуктивный труд нежели репродуктивный, потому как основной составляющей такого труда и является творческая деятельность, которая способствует развитию фирмы и способствует ее выходу на международные уровни.

Таким образом, можно заключить, что в любой компании существует разделение работников на тех, кто вовлечен в репродуктивный труд, и тех, кто вовлечен в продуктивный труд. Последние выступают новаторами, занимаются реализацией своего творческого потенциала, внося особый вклад в развитие предприятия и укрепляя его позиции на конкурентном рынке.

При этом не принижается и не ставится под сомнение значение репродуктивного труда, без которого невозможен экономический процесс, в том числе и продуктивный. Более того, сами инновации на последующих производственных циклах становятся репродуктивными. В данном случае мы выделяем продуктивный (инновационный) труд с тем, чтобы показать источник развития компании. Источником экономического развития компании является инновационная деятельность управленцев.

Коллективному характеру инновационной деятельности персонала компании, по нашему мнению, наиболее адекватно соответствует понятие «человеческий потенциал». Он находится в основе развития компании и ее выхода на IPO, являясь ключевым фактором конкурентоспособности.

**С использованием материалов выхода на IPO российских компаний «Северсталь» и «Русал» обоснована общая стратегия**

**развития крупных компаний и ее основных этапов. Высказаны рекомендации по формированию человеческого потенциала для успешной реализации задач стратегического развития компании, включая выход на IPO.**

Как высшая стадия развития публичной компании IPO вбирает в себя и отражает все предыдущие этапы и одновременно являются их результатом. На этапе IPO концентрированно выражаются все этапы экономического развития компании. Например, IPO – это публичная история компании на высоком уровне. К нему подводят предыдущие этапы: открытые акционерные общества, кредиты и публичные займы. Кроме того, IPO – это результат развития креативного менеджмента с его человеческим потенциалом. Поэтому в IPO логически концентрируются все предыдущие исследования.

IPO является существенным фактором развития конкурентоспособности, высшим этапом развития компании, вершиной ее общественного признания. Оно достигается благодаря инновационной деятельности креативного персонала компании.

Проведенный анализ ведущих российских компаний («РУСАЛ» и «СЕВЕРСТАЛЬ») позволил установить связь между кредитной историей компании и другими этапами развития компании (публичный займ) и как итог, выходу на IPO. Установлено, что любая компания усиливает свои конкурентные позиции, пройдя такие этапы в своем развитии.

При наличии длинной и чистой кредитной истории, компания имеет возможность получать кредиты в больших размерах, так как информация по кредитной истории становится доступной для банковского сообщества. Возможности компании по привлечению и заимствованию внешних средств расширяются, укрепляя ее конкурентные позиции на рынке.

В качестве следующей ступени можно выделить публичный займ в виде облигаций. Облигации, по сути, схожи с кредитом, однако в

контексте нашего исследования различия между ними принципиальны. Выпуск публичных долговых инструментов компании является наиболее эффективным способом финансирования развития компании. Выход на публичный рынок позволяет привлечь средства для реализации инвестиционных программ и рефинансирования текущей задолженности, поможет оптимизировать структуру финансового долга компании, повысит ее инвестиционную привлекательность и будет способствовать росту стоимости бизнеса.

Необходимо отдельно выделить роль фондовой биржи. Компания в этом случае взаимодействует не с банком, достаточно закрытым учреждением, как при кредите, а с биржей, деятельность которой носит широко публичный характер, хотя банки в этом тоже участвуют. Биржа использует свои информационно-технические каналы для доведения информации до инвесторов, включая интернет-сайты, информационные агентства, электронные или иные способы оповещения. Помимо этого, биржа может участвовать в подготовке информационно-рекламные буклетов, проводить презентации и т.д.

Она участвует на всех этапах эмиссии, размещения и оборота облигаций. Финансисты и консультанты банка участвуют в подготовке к эмиссии. Они помогают определить механизм размещения с учетом ценообразования, купонных выплат и т.д. Все это повышает престиж компании, а следовательно, и ее инвестиционную привлекательность. Таким образом, можно заключить, что наряду с предоставлением технологий и консалтингом, биржа выполняет маркетинговую функцию, что продвигает степень публичности компании на принципиально новый уровень, а это усиливает ее авторитет и укрепляет конкурентные позиции, информационное пространство вокруг фирмы расширяется, партнерство развивается, репутационный статус фирмы растет. Привлекательность выпуска корпоративных облигаций заключается в том, что в отличие от эмиссии акций займы путем выпуска облигаций

обладают неоспоримыми преимуществами. Например, корпоративные облигации позволяют, не изменяя и не перераспределяя собственность, обеспечивать предприятиям доступ к рынку капитала. Более того, из-за того что российские компании до сих пор низко оценены фондовым рынком, эмитентам в таком случае невыгодно эмитировать дополнительные акции, размещая их на свободном рынке по низкой цене и тем самым размывая доли уже существующих акционеров.

Стоимость размещения облигационных займов зависит от двух составляющих: кредитной истории эмитента (развитости фондового рынка ценных бумаг) и его кредитоспособности (устойчивости финансового положения). Снижение стоимости заимствований есть результат развития вторичного рынка облигаций и повышения доверия инвесторов к эмитенту. С этой точки зрения чрезвычайно важна выработка стратегии развития рынка корпоративных облигаций эмитента, направленная на создание положительной «кредитной истории». Корпоративные облигации как финансовый инструмент обладают очевидными преимуществами по сравнению с кредитом и векселями.

По разным причинам развитие компаний имеет разноскоростной характер. На состояние компаний в определенном периоде времени видят ее возраст. В этой связи, большое значение имеет передача опыта экономического развития от лидирующих компаний к догоняющим. Каналом передачи опыта развития может выступить креативный потенциал компаний в лице инновационного менеджмента. Целенаправленный процесс обучения опыту экономического развития компаний послужит фактором роста конкурентоспособности национальной экономики без высоких затрат. В этой связи, диссертант предлагает, использовать в качестве важного средства повышения конкурентоспособности корпоративные университеты. Этот инструмент не требует больших затрат, но не содержит большой



потенциал эффективности. Крупнейшим в мире корпоративным учебным центром является IBM Global Learning. В нем работают более 3400 преподавателей, которые преподают в 55 странах мира 10000 специализированных курсов. Под их руководством прошли переподготовку 126000 сотрудников компании IBM

В России «РУСАЛ» стал первой производственной компанией, начавшей внедрение модульного обучения, основанного на компетенциях. Учебный процесс ориентирован на достижение задач модуля, выраженных в форме результирующих компетенции. При этом реализован индивидуальный подход к обучению в соответствии со способностями каждого обучающегося. В случае необходимости возможно оперативное обновление обучающих программ.

В этом отношении российские компании вполне конкурентоспособны на мировом рынке. Например, «РУСАЛ» стал единственной в Гвинее компанией, проводящей обучение за рубежом. С 2006 года компания направляет молодых гвинейцев на обучение в российские вузы. После окончания обучения участники проекта будут трудоустроены на предприятия Компании в Гвинее, где они должны будут отработать не менее пяти лет. Бюджет программы обучения гвинейских студентов составляет 700 тыс. долл.

Получило развитие и дистанционное обучение. В этом случае на сервере внутренней компьютерной сети предприятия размещают программную оболочку (learning managing system). В нее загружают учебные курсы, доступ к которым открыт с любого рабочего места. В «РУСАЛ» создана электронная корпоративная система дистанционного обучения, доступная через Интернет всем сотрудникам компании. В системе содержится 175 мультимедийных курсов, которые не ограничиваются производственной тематикой, но включают курсы по менеджменту, логистике, иностранным языкам, планированию времени, проведению презентации, управлению стрессом, делопроизводству и др.

Помимо этого, РУСАЛ основал тренинг центр, в составе которых проекты «безопасная шахта», «безопасное поведение», «построение эффективной коммуникации», «стандарт менеджера РУСАЛа» и т.д.

Приоритетное значение работе по повышению уровню квалификации и креативности персонала придается и в компании «Северсталь». Негосударственное образовательное учреждение корпоративный университет «Северсталь» образовано в августе 2001 года. В основе его деятельности лежит концепция эффективного управления знаниями, которые в современных бизнес-условиях являются важнейшим производительным ресурсом и потенциальным средством достижения конкурентных преимуществ. Корпоративный университет служит интеграционным звеном между предприятиями «Северстали», способствует формированию единой культуры ведения бизнеса.

Опыт корпоративных университетов следует использовать не только для обучения персонала самой компании, а для передачи знаний об опыте развития успешных компаний, дольше других продвинувшихся по ступеням экономического развития; креативному персоналу других компаний.

Пример двух рассмотренных российских компаний свидетельствует о том, что IPO является этапом (высшим) в непрерывном процессе стратегического развития компании, проходящей ряд предварительных этапов. IPO сам выступает фактором конкурентоспособности, обеспечивая дополнительные инвестиции и повышая свою инвестиционную привлекательность; повышая международную репутацию фирмы, позволяющую расширить партнерскую и клиентскую базу. Все это способствует более эффективному достижению предпринимательских целей, решения социальных задач, выполнению обязательств перед государственными органами.

Наш итоговый вывод не означает, что IPO является целью для

развития крупных российских предприятий, но это не означает, что любая попытка может быть успешной. В работе подробно говорится о сложности достижения этой высокой цели и необходимости прохождения ряда этапов. Преждевременная попытка без постоянного опыта экономического развития компании и ее менеджмента может обернуться неудачей. Но даже фирмы, «созревшие» для выхода на IPO должны ориентироваться на циклическое развитие экономики. Неудачами оборачиваются попытки выхода на IPO в фазе рецессии и депрессии. Благоприятными являются повышательные фазы цикла. Есть ограничения для выхода на IPO малым и средним предприятиям.

Во-первых: существуют формальные ограничения;

Во-вторых: велики издержки.

**По теме диссертации опубликованы следующие работы:**

*- в научных изданиях, рекомендованных ВАК:*

1. Развитие креативных факторов конкурентоспособности.//  
Российское предпринимательство.- 2012.-№15(213).- с.32-38

2. Комплексный подход к содержанию конкуренции и конкурентоспособности.//Креативная экономика.-2012.-№7(67).-с.31-38

*- в других научных изданиях:*

1. The Role of Employees' Creativity for the Competitiveness of the Company./ Russian Economy in the Context of Globalization. Edited by` : Dr. Prof. Kaisun Khubiev. Compiled by:Paul Swift.ICET, Bozeman, MT,USA. 2013.-p. 83

2. Инновационное развитие экономики экономики России: региональное разнообразие: Шестая международная научная конференция; Москва, МГУ имени М.В.Ломоносова, экономический факультет; 17-19 апреля 2013 г.: Сборник статей. том 2/ Под ред. А.А.Аузана, В.П.Колесова, Л.А.Тугова.- М.:ТЕИС,2013.- 824 с.