

УДК 330.354

ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦИКЛА ЖИЗНИ ФИРМЫ

Баранова Елена Игоревна, старший консультант-аудитор отдела аудита международных компаний Управления аудита АО «ПрайсвогтерхаусКуперс Аудит», аспирант Департамента экономической теории, Финансовый университет, Москва, Россия
elena.baranova@ru.pwc.com

Статья посвящена рассмотрению теорий жизненных циклов организаций и эмпирической проверке их обоснованности применительно к российским быстрорастущим компаниям (БРК). *Предмет исследования:* жизненные циклы организации, эволюция быстрорастущих компаний. *Цель работы:* получить эмпирическую аппроксимацию теоретической кривой жизненного цикла фирмы, протестировать теории жизненных циклов на предмет определения их релевантности для описания роста российских быстрорастущих компаний.

Проведен анализ эволюции теорий жизненных циклов организации, проанализированы области применения, потенциальные преимущества и выявленные в последнее время слабости данной группы теорий роста фирмы. В частности, подчеркнута необходимость количественной интерпретации основных положений теории жизненного цикла фирмы. Для решения этой задачи рассчитана эмпирическая кривая жизненного цикла фирмы на примере российских быстрорастущих компаний. *Сделан вывод* об общей применимости наиболее распространенной версии теорий жизненного цикла фирмы (по И. Адизесу) к анализу роста российских быстрорастущих компаний и одновременно о значительной специфике роста быстрорастущих компаний в периоды до и после ускоренного роста.

Ключевые слова: быстрорастущие компании; компании-газели; жизненные циклы организации; стадии роста; эволюция быстрорастущих компаний.

Experience of Empirical Estimation of the Company Life Cycle

Baranova Elena I., Senior Consultant-Auditor of the International Audit Department of the Audit Office, PricewaterhouseCoopers Audit JSC, PhD student at the Economic Theory Department, Financial University, Moscow, Russia
elena.baranova@ru.pwc.com

The paper is concerned with the theories of life cycles of organizations and the empirical verification of their correctness with respect to Russian fast-growing companies (FGC). The subject of the study is the life cycles of an organization and the evolution of fast-growing companies. The purpose of the work was to obtain an empirical approximation of the theoretical curve of a company life cycle and test the life cycle theories to determine their relevance for describing the growth of Russian fast-growing companies.

The analysis of the evolution of the company life cycle theories was carried out. Subject to analysis were application, potential strengths and weaknesses of this group of company growth theories revealed lately. In particular, the need for a quantitative interpretation of the main provisions of the company life cycle theory is emphasized. To solve this problem, an empirical curve of the company life cycle was calculated using the example of Russian fast-growing companies. It is concluded that the most widespread version of the company life-cycle theories (according to I. Adizes) may be applied to the analysis of the growth of Russian fast-growing companies, however, fast-growing companies are quite specific in the periods before and after the accelerated growth.

Keywords: fast-growing companies; "gazelle" company; company life cycles; growth stages; evolution of fast-growing companies.

Необходимость теоретического осмысления механизмов экономического роста фирмы

Одними из основных целей государства являются стимулирование экономического роста, достижение целевых показателей увеличения ВВП, поддержка очагов развития и областей конкурентных преимуществ страны. Реализация этих целей невозможна без теоретического осмысления механизмов экономического роста, т.е. решения задачи, содержание которой по мере прогресса науки представляется все более многогранным и сложным. Доминирующая тенденция последних десятилетий в этом направлении состоит в акценте на исследование микроэкономических истоков макроэкономических процессов [см., например, 1].

Все большее значение придается, в частности, изучению закономерностей роста фирм, являющихся основными субъектами увеличения производства в любой рыночной экономике. Сколь благоприятными не были бы объективные предпосылки развития страны (наличие ресурсов, благоприятная мировая конъюнктура и т.д.), они так и останутся нереализованным потенциалом, если не материализуются в росте фирм.

К настоящему моменту сложилось несколько наиболее авторитетных теорий роста фирмы. Особое место среди них занимают концепции «цикла жизни компании» (или «стадий роста», как их также часто называют). Они связывают возможность роста фирмы с успешным решением внешних и внутренних проблем, возникающих на последовательно сменяющихся друг друга этапах ее развития. Фирма растет, если ей удастся преодолеть «кризисы роста», неизбежные в ходе ее «взросления» и увеличения размеров, а также избегать «ловушек роста», т.е. тупиков, вызванных ошибками в стратегии.

В силу прямой привязки к конкретным проблемам, встающим перед фирмами разного возраста и размера, концепции цикла жизни компании очень популярны у практиков — именно решение проблем, локализованных во времени и учитывающих состояние фирмы и ее рыночные позиции на этот момент, особенно ценно в реальной деловой жизни. Неслучайно, работы

лидеров этого направления (например, И. Адизеса) постоянно входят в рейтинги наиболее востребованных научных разработок.

Вместе с тем вплоть до настоящего времени концепции цикла жизни компании во многом остаются чисто теоретическими конструкциями. Так, в своем известном обзоре теорий роста фирм А. Коад констатирует, что «модели „стадий роста“ по большей части не уделяли внимания эмпирической стороне дела»¹ [1, с. 55]. Представляется, что такое положение во многом предопределяется искусственным распространением концепции цикла жизни на все фирмы, действующие в экономике². Между тем большинству фирм либо вообще не свойственны тенденции к росту (почти весь малый бизнес), либо они застывают в некоторых стационарных состояниях (многие средние и крупные фирмы). Эмпирически описать применительно к столь разнородному материалу некий единый цикл жизни представляется невозможным. Отсутствие же эмпирической проверки становится причиной ряда слабостей и неточностей концепции, неизбежных при умозрительном подходе.

Подход настоящей статьи к изучению цикла жизни компании отличается тем, что в качестве объекта рассматриваются лишь заведомо растущие и эволюционирующие компании — так называемые быстрорастущие компании (далее — БРК), иначе называемые фирмами-газелями. Однородность рассматриваемого материала позволяет с большей определенностью выделить и описать стадии развития БРК, в том числе сделать первые количественные оценки.

Теоретическое описание жизненного цикла фирмы

В 1960-е гг. в теории управления, а позднее и в экономической теории в целом возникла и приобрела популярность концепция жизненных циклов развития компании. Модели жизненного цикла компании позволяют проследить путь от зарождения бизнес-идеи, возникновения организации, ее дальнейшего

¹ Как исключение названа работа *Kazanjan and Drazin*, 1989, построенная на результатах опросов менеджеров.

² Обычно это делается имплицитно: автор той или иной концепции цикла жизни просто четко не определяет, к каким именно фирмам она относится.

развития вплоть до прекращения существования.

Концепция жизненного цикла основана на центральной идее, что в ходе своего развития организации проходят через ряд типичных стадий развития. Несмотря на то что история развития каждой организации уникальна, могут быть выделены периоды роста, характеристики которых схожи для большинства фирм. При этом переход между различными стадиями становится причиной существенного изменения данных характеристик, а значит, основополагающей перестройки деятельности компании.

Фирма растет, если ей удастся преодолеть «кризисы роста», неизбежные в ходе ее «взросления» и увеличения размеров, а также избегать «ловушек роста», т.е. тупиков, вызванных ошибками в стратегии.

На ранних стадиях формирования концепции жизненного цикла заметную роль сыграли исследования А. Чендлера (1962 г.). В книге «Стратегия и структура» [2] на основе изучения развития крупных корпораций А. Чендлер подчеркнул, что структура управления компанией усложняется по мере ее роста, проходя известные однотипные изменения (U-фирма сменяется M-фирмой). В 1965 г. Л. Гарднер предложил сыгравшую краеугольную роль в формировании теорий жизненного цикла фирмы аналогию развития человека и организации: «Как люди и растения, организации также имеют свой жизненный цикл» [3, с. 30].

Одной из первых попыток выделения конкретных стадий жизненного цикла стала работа Л. Грейнера «Проблемы лидерства на стадиях Эволюции и Революции», опубликованная в 1972 г. [4]. По мнению Л. Грейнера, компания последовательно проходит через пять стадий роста, каждая из которых со временем приводит к специфическим проблемам управления компанией («кризисам роста»). Данные кризисы порождают

революционные преобразования в компании, что способствует ее дальнейшему росту.

Последовательность этапов развития и соответствующих кризисов (рис. 1) представлена ниже:

- *рост через креативность.* Воплощая в жизнь бизнес-идею, предприниматель формирует коллектив единомышленников; общение между сотрудниками тесное, зачастую неформальное. По мере развития организации возникает необходимость в усилении управленческой функции в связи с необходимым расширением штата. В рамках стадии возникает *кризис лидерства*, а именно предприниматель часто не обладает достаточными навыками и, как следствие, утрачивает управление процессом;
- *рост через директивное руководство / направленный рост.* На данном этапе развития происходит построение организационной структуры профессионального менеджмента, формализованной системы управления. В качестве оборотной стороны наступает *кризис автономии*. Излишне жесткое и формализованное управление приводит к снижению гибкости, невозможности принятия решения на местах, компания не успевает адаптироваться к ожиданиям рынка;
- *рост через делегирование.* Чтобы преодолеть возникший кризис, меняется политика принятия решений, часть тактического управления передается низовым менеджерам. Последнее чревато *кризисом контроля*. В условиях делегирования полномочий работа отдельных подразделений компании начинает ориентироваться не на достижение общей цели компании, а на отстаивание интересов подразделения;
- *рост через координацию.* В ответ на «кризис контроля» в организации разрабатывается комплексная система планирования и распределения средств, повышается роль центрального офиса, что со временем приводит к *кризису запретов (волокуты)*, выражающемуся в общей бюрократизации и негибкости;

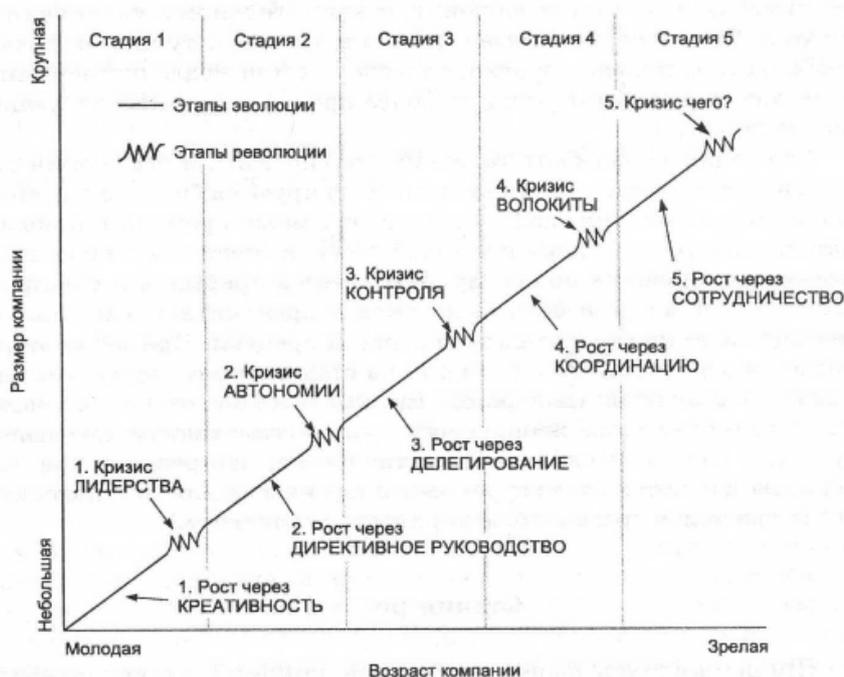


Рис. 1. Распределение стадий жизненного цикла компании согласно теории Грейнера

Источник: Greiner L. Evolution and Revolution as Organizations Grow // Harvard Business Review. 1972. Vol. 50. July-August. No. 4, pp. 37–46. Перевод: Грейнер Л. Эволюция и революция в процессе роста организаций // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия. 2002. Т. 8. С. 76–92.

- *рост через сотрудничество*. Преодолевая бюрократизацию системы управления, организация меняет систему принятия решений: на первый план выходят командная игра менеджеров, сокращение численности управленцев, ликвидация дублирующих функций.

В 1988 г. вышла в свет книга Адизеса «Жизненные циклы компании: Как развивается и умирает организация и что с этим делать». В 1999 г. она была переработана и опубликована под названием «Управление жизненными циклами компании». Эти книги, во многом повторившие логику Грейнера, изложили наиболее популярную³ вплоть до настоящего времени версию жизненного цикла организации.

³ Названная книга была выбрана в качестве одной из 10 лучших бизнес-книг по версии авторитетного *Library Journal*. Сам И. Адизис регулярно входит в рейтинг 30 ведущих мыслителей Америки, избран почетным доктором 20 университетов из 10 стран мира, включая Россию. Впрочем, чисто академическая литература рассматривает его скорее как популяризатора идей цикла жизни компании и практика, использующего их в качестве бизнес-консультанта.

Основными постулатами модели Адизеса являются следующие:

- эволюция развития организации аналогична развитию живого организма (это подобие и дало название ряду этапов). Аналогия с организмом, однако, не может быть полной, так как для организации возможны другие исходы, нежели физическая смерть, неизбежная для живого организма;
- для любой стадии развития характерны свои проблемы и кризисы развития. Данные кризисы делятся на «болезни роста» (внутренние прогнозируемые проблемы, которые компания может преодолеть самостоятельно, используя свои внутренние ресурсы) и «организационные патологии». Патологии тяжело прогнозируются, могут вырастать из болезней роста, если те не были вовремя излечены, такие проблемы организация решить без вмешательства внешних факторов уже не в состоянии, они могут привести к гибели компании.

При этом Адизес характеризует не только специфику управления компанией в соответствующий период (что было характерно для модели Грейнера), но и более широкие процессы, в том числе способы увеличения выручки и прибыли, денежных потоков, цели компании в конкретный период деятельности и т.д. Кроме того, модель Адизеса является завершенной, т.е. показывает весь цикл от зарождения до гибели компании, определяя при этом возможность иного, чем смерть, исхода, например выхода на новый цикл. В своей модели Адизес также допускает, что смерть организации возможна до достижения соответствующей стадии, вследствие развившейся организационной патологии (например, «ловушки основателя»).

При построении своей теории Адизес опирается на два важнейших, на его взгляд, фактора функционирования компании: гибкость и контролируемость. Смена стадий развития компании в первую очередь определяется именно изменением сравнительной значимости данных факторов по мере увеличения возраста фирмы, а именно, в процессе своего развития компания постепенно утрачивает гибкость, но становится более контролируемой.

Кратко напомним основные стадии жизненного цикла (рис. 2), которые, согласно теории Адизеса, проходит компания:

- *вынашивание бизнес-идеи (выхаживание)*. Данная стадия характеризуется формированием идеи бизнеса, основного продукта, потенциальных поставщиков и целевых клиентов. Основная опасность состоит в том, что данные идеи могут так и не быть реализованы, останутся в формате планов на бумаге;
- *младенчество*. На данной стадии основной задачей является формирование предпринимательского стиля управления, повышения оборотов, формирование базы клиентов и устойчивого денежного потока;
- *давай-давай*. В этот период компания переходит на стадию быстрого роста, в рамках которой высока значимость принятия решений предпринимателем. Фирма активно пользуется возможностями, которые предоставляет рынок, но обычно еще

не может сама формировать их. Именно в этот момент компанию подстерегает упомянутая ловушка основателя, что может привести к ранней гибели;

- *юность*. На данной стадии критически возрастает необходимость делегирования полномочий от предпринимателя к профессиональным управляющим, соответственно изменяются система руководства и организационная структура компании, появляются риски преждевременного старения;
- *расцвет*. В компании сформирована четкая организационная структура и система служебных обязанностей, работа ориентирована на качество и результат, достигается максимальное удовлетворение потребителей, разработана четкая система планирования, компания активно развивается, растут продажи и достигаются высокие доходы;
- *стабильность*. Стадия знаменует окончание роста, компания достигает оптимального размера, начинается процесс старения. Для стадии характерно снижение гибкости компании, она труднее адаптируется под нужды потребителей, меньше средств тратится на новые исследования, разработки, анализ рынка;
- *аристократизм*. Основные усилия направляются на развитие и укрепление системы контроля, развитие финансового департамента. Усиливается формализованность бизнес-процессов, часто принимается решение о скупке других компаний. Руководство стремится к сохранению нормы прибыли, в том числе путем повышения цен даже за счет снижения продаж;
- *ранняя бюрократизация*. Для компании характерен настрой не на решение возникших проблем, а на поиск виновных в их возникновении;
- *бюрократизация*. Компания становится закостеневшей, какие-либо изменения ввести крайне сложно;
- *смерть*. Наступает, когда потребитель уже не может найти в товарах или услугах компании что-то полезное.



Рис. 2. Распределение стадий жизненного цикла компании согласно теории Адизеса

Источник: Ивашковская И.В., Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации // Российский журнал менеджмента. 2004. № 4. С. 19–34.

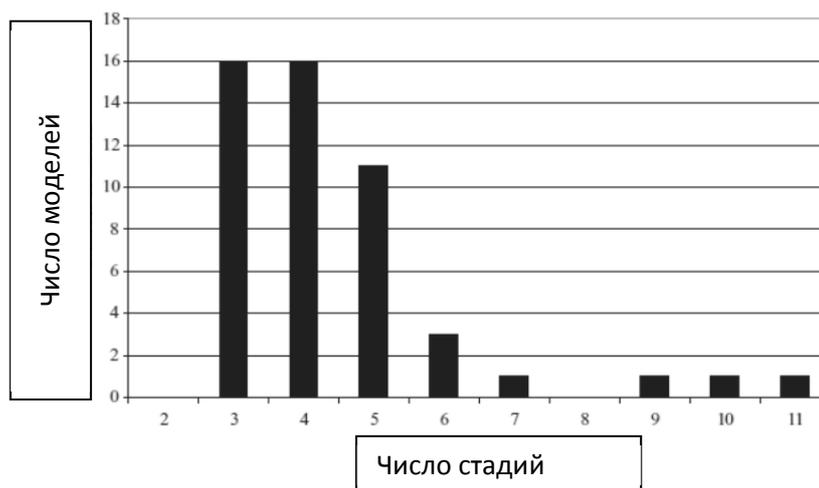


Рис. 3. Распределение количества стадий в различных теориях жизненного цикла компании 1962–2006 гг.

Источник: Levie, Jonathan; Lichtenstein, Benjamin B. A Terminal Assessment of Stages Theory: Introducing a Dynamic States Approach to Entrepreneurship. ET&P No. 1042–2587, Baylor University, 2012, 322.

Последовательность стадий жизненного цикла компаний и сопровождающие их риски и ловушки привязаны на рис. 2 к оси времени. Обратим внимание, что время задается на графике самым общим образом: выделяются отрезки роста и старения, но конкретное определение их длительности в годах отсутствует. Бросается в глаза и то, что Адизес не определяет в своей модели конкретный параметр роста (вертикальная ось не подписана), ссылаясь на то, что последний сильно зависит от отрасле-

вой принадлежности фирмы. Фактически это приводит к тому, что по вертикали условно изображается некое конкретно не раскрытое «общее состояние» либо «эффективность», либо «конкурентное преимущество», или даже просто размер фирмы. При отсутствии точного указания, какой именно параметр измеряется, из контекста может следовать то та, то иная трактовка.

Характеризуя дальнейшее развитие концепций жизненного цикла фирмы, подчеркнем,

что к настоящему времени они стали столь разнообразными, что более уместно говорить не о единой теории, а о семействе близких теорий. Согласно одному из наиболее полных и современных обзоров количество выделяемых стадий жизненных циклов может различаться от трех до одиннадцати (рис. 3).

Новейшие исследования направлены на сопоставление жизненных циклов организаций с таким показателем, как прибыльность [5]. Проведен и ряд эмпирических исследований компаний на разных стадиях цикла жизни, оценены изменения динамических возможностей фирмы при смене стадии цикла [6]. При этом основные современные теории, хотя и с оговорками, сохраняют взгляд на жизненный цикл компании как на аналог жизни биологического организма. Наиболее высокие темпы прироста показателей характерны для стадии юности и ранней зрелости. Другими словами, быстрый рост трактуется как атрибут молодости компании. Стабилизация показателей происходит на стадии зрелости, а снижение — на стадии старости.

Одновременно с возникновением новых теорий (а еще чаще новых разновидностей известных теорий) критике подвергается стадийный подход к развитию компании как таковой. Основными аргументами, к которым обращаются критики, являются следующие:

- отсутствие в теориях описания причин и механизма последовательной смены стадий;
- вопреки теории компании не проходят все стадии жизненного цикла (могут «проскочить» некоторые); велика вероятность гибели компании как в начале деятельности, так и на любой стадии жизненного цикла;
- длительность стадий жизненного цикла сильно различается (как в отношении разных стадий одной компании, так и в отношении одних стадий для разных компаний), что делает трудным прогнозирование.

Известные теоретики предпринимательства С. Паркер и Д. Сторей [7] подчеркивают особую значимость последнего недостатка с точки зрения управления компанией. Авторы отмечают, что в управлении компанией (особенно

при использовании внешнего консалтинга) важную роль играет перенос лучших практик. Отсутствие конкретных оценок длительности стадий затрудняет этот процесс.

Реагируя на критику, сторонники теории цикла жизни компании выдвигают модификации теории жизненного цикла. Так, Джонатан Леви и Вениамин Лихтенштейн [8] называют стадийный подход к жизненным циклам несостоятельным. Они предлагают выделять не стадии жизненного цикла, а так называемые динамические состояния. Переход между этими состояниями возможен как в сторону повышения, так и в сторону снижения активности компании. Такой подход нейтрализует критику в отношении:

- фиксированного числа стадий, движение между которыми предопределено;
- соблюдения линейности перехода между стадиями и объясняет направление смены состояния, отталкиваясь от качественных сдвигов и изменений в компании.

В целом теорию жизненного цикла фирмы в ее современном состоянии, вероятно, правильнее всего охарактеризовать как эвристически крайне привлекательную (потенциальная возможность выработки стратегии развития фирмы во времени), но эмпирически недостаточно обоснованную, а потому вызывающую острую полемику, гипотезу.

Методология эмпирического исследования

Несмотря на критику, стадийные теории цикла жизни фирмы, и в первую очередь теория Адизеса и родственные ей концепции, продолжают оставаться актуальными для современной науки. Очевидно, что за ними стоит огромный массив исключительно ценных наблюдений за компаниями разного возраста и размера.

Тем не менее описанные выше слабости рассматриваемых теорий также, по-видимому, не случайны. С известной долей огрубления основные претензии можно свести к размытости утверждений. Фирма может начать, а может и не начать проходить стадии цикла; число стадий и содержание каждой из них выделяются нечетко (в значительной степени опре-

деляются субъективными взглядами ученых); длительность стадий непредсказуема; четкая привязка стадий к конкретным финансово-экономическим показателям отсутствует и т.д.

Нам представляется, что размытость концепции обусловлена излишней универсальностью объекта анализа. Конкретнее, невозможно единообразно описать цикл жизни для фирм, которые растут, и для фирм, которые пребывают в стационарном состоянии не меняющихся размера выпуска, численности занятых, географического охвата обслуживаемой территории. Ведь, хотя Адизес не говорит об этом прямо, его концепция имплицитно связывает смену стадий не столько с течением времени, сколько с ростом размеров фирмы. Если, например, мелкая фирма функционирует десятилетиями, но при этом не растет, видимых причин ни для утраты гибкости, ни для повышения контролируемости не просматривается, сколько бы лет она не существовала.

В силу сказанного нам представляется, что эмпирическое изучение циклов жизни компаний целесообразно начинать с объектов, для которых рост является неотъемлемой характеристикой, а именно с быстрорастущих компаний (далее — БРК). Более того, можно предположить, что именно к БРК теории жизненного цикла фирмы приложимы *par excellence* (по преимуществу). Фирма, зачастую почти удваивающая свою выручку за год (а именно таковы средние для российских БРК показатели), обречена на смену стадий развития. Нельзя, например, за пять лет увеличить число занятых на фирме с 50 до 800 человек, радикально не перестроив при этом организационную структуру, систему управления, отношения с поставщиками и заказчиками, банками и пр.

Понятие БРК (или фирмы-газели) введено американским ученым Д. Берчем в 1980-х гг., предложившим называть быстрорастущие компании «газелями». По определению Д. Берча, «газель» — предприятие с начальным объемом продаж от 100 тыс. долл. США в год, характеризующееся не менее чем 20%-ным ростом годовых доходов. Две другие группы, по классификации Д. Берча, представляют собой не стремящиеся к активному росту мелкие фирмы — «мыши» и крупные стагнирующие

компании — «слоны». Согласно Д. Берчу 97% всех «газелей» входят в стадию интенсивного роста, имея штатную численность менее ста работников. Они начинают как «мыши», причем компания может стать «газелью» на любом этапе своего жизненного цикла. «Газелям» чрезвычайно трудно сколько-нибудь длительно поддерживать свой статус: половина из них ежегодно выбывает из «гонки» и пополняет ряды либо «мышей», либо «слонов».

С 2003 г. группа исследователей Финансового университета при Правительстве РФ в содружестве с медиахолдингом «Эксперт» занимается исследованием российских компаний-газелей [9]. В дальнейшем исследования стали проводиться также рядом других российских исследователей. В этих работах сделан подробный анализ быстрорастущих компаний России, выявлены их свойства, положение на рынке, детально описаны основные ограничения и стимулы роста таких компаний.

В настоящей работе использован так называемый жесткий критерий выделения БРК, а именно из общей совокупности российских фирм, имевших за период 2003–2013 гг. выручку, хотя бы единожды достигавшую 300 млн руб. (всего 38,9 тыс. фирм), были отобраны 7743 БРК. В категорию таковых попали фирмы, выручка которых росла не менее чем на 30% (данный уровень — вместо 20%, принятых в мире, был использован, чтобы компенсировать более высокий уровень инфляции в России) в течение каждого года не менее четырех лет подряд. Соответственно в нашем распоряжении оказались данные об одиннадцати поколениях компаний-газелей, демонстрировавших быстрый рост в 1999–2003-х гг., 2000–2004-х гг. и т.д. вплоть до поколения 2009–2013-х гг.⁴

Для каждой выявленной компании-газели была установлена ретроспектива ее выручки вплоть до 1999 г., т.е. мы фактически получили информацию о дальнейшей предистории роста. Кроме выручки, анализировались такие пока-

⁴ Данные о БРК, соответствовавших критерию быстрого роста более длительный период, скажем, не за 2003–2007-е гг., а за 2003–2011-е гг., учитывались не во всех, а только в первом поколении компаний-газелей, в котором они продемонстрировали быстрый рост. В нашем примере это поколение БРК 2003–2007-х гг.

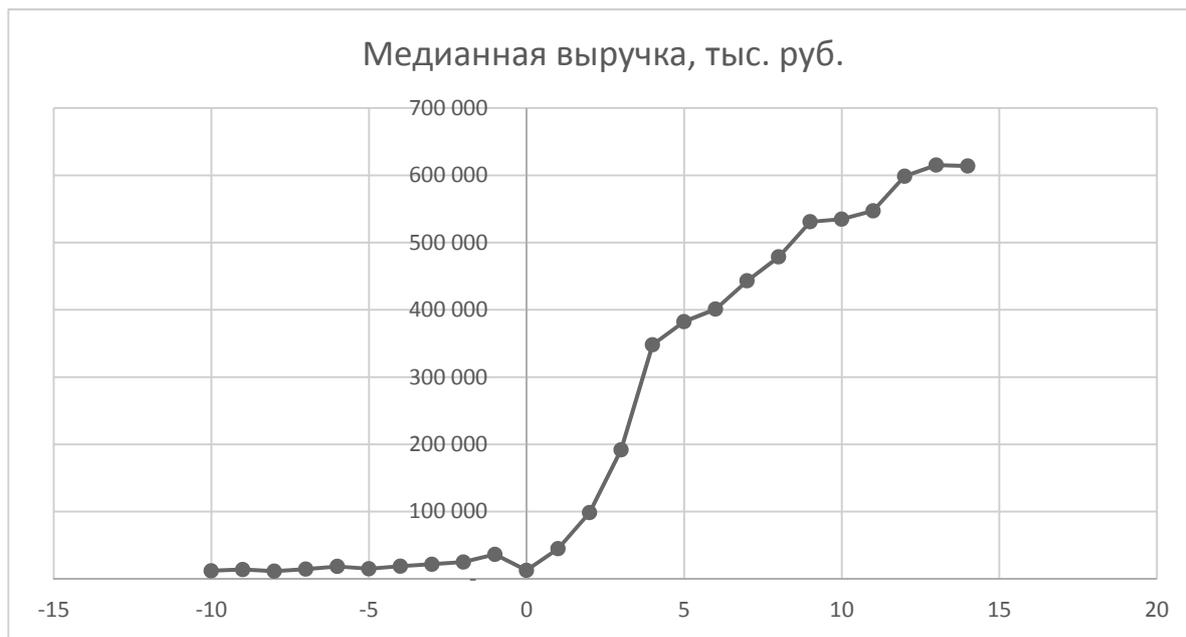


Рис. 4. Обобщенный цикл жизни российской БРК (показатель выручки*)

Примечание: *выручка 7743 российских БРК, имевших статус газели в разные годы периода 2003–2013 гг., была синхронизирована по стартовому году этапа быстрого роста (обозначен как год «0»). Тот же способ синхронизации использован в рис. 5–7. Медиана использована как более робастный показатель, чем среднее арифметическое.

Источник: расчеты автора по базе данных СПАРК.

затели, как темп роста выручки, прибыль до налогообложения, внеоборотные активы, капитал, прибыльность, фондоотдача, капиталоотдача.

Процедура выделения БРК (отбор только тех фирм, которые имели в определенный период ежегодный темп роста не ниже 30%) создает естественную «реперную точку» для отсчета цикла жизни компании. Как установлено многочисленными исследованиями газелей, именно этот период взрывного роста определяет судьбу БРК и место, которое она занимает на рынке в долговременной перспективе. Мы использовали это обстоятельство, чтобы синхронизировать развитие компаний-газелей, действовавших в разное время, и, таким образом, получить некую количественную оценку динамики финансово-экономических показателей БРК в ходе их жизненного цикла⁵.

За нулевой год принимался стартовый год периода укорененного роста. Иными словами, для БРК поколения 2003–2007-х гг. нулевым годом в нашем анализе являлся 2003 г., а для БРК

поколения 2009–2013-х гг. таковым считался 2009 г. Соответственно данные обо всех 7743 БРК, которые имелись в нашем распоряжении, были перераспределены в соответствии с этой «хронологией цикла жизни газели».

При таком подходе в развитии быстрорастущих компаний объективно существуют следующие три этапа (консолидированные стадии) цикла жизни фирмы:

- подготовительный этап, т.е. период деятельности компании до начала ускоренного роста, когда должны быть заложены предпосылки будущего ускорения;
- взрывной этап. Непосредственно стадия быстрого роста по условиям отбора фирм, длящаяся четыре года;
- последующий этап. На данной стадии происходит развитие компании после окончания ускоренного роста, по ней можно судить об устойчивости достижений фирмы.

Очевидно, что каждый из этапов включает несколько стадий, описанных теоретиками цикла жизни компании (от организации фирмы до стадии зрелости включительно). Стадии

⁵ Идея исследования цикла жизни компании на материале БРК и данный метод анализа предложены А.Ю. Юдановым.

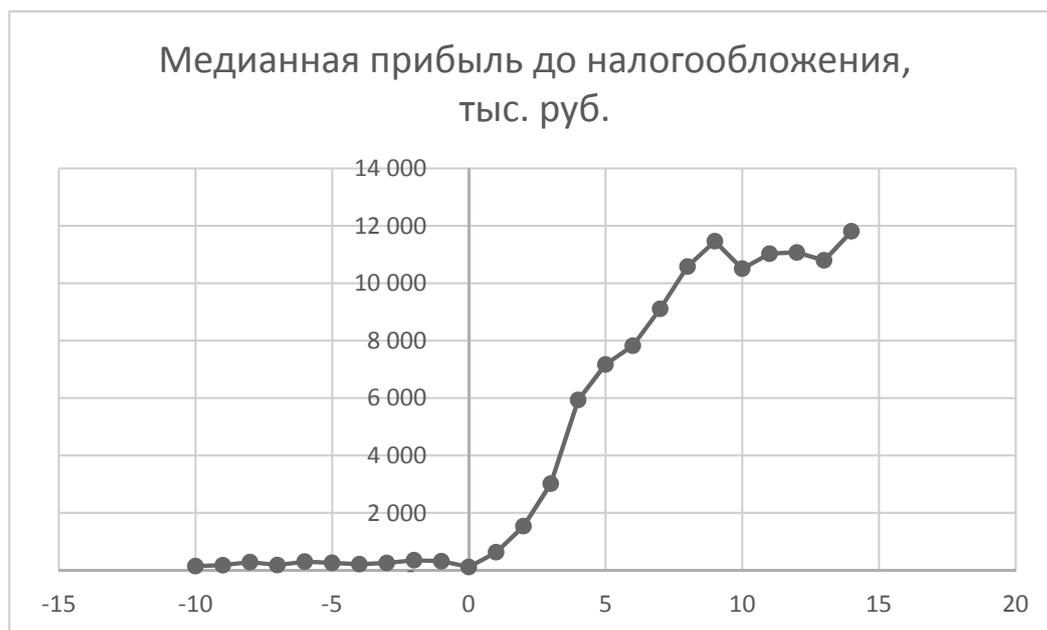


Рис. 5. Обобщенный цикл жизни российской БРК (показатель прибыли*)

Примечание: *прибыль до налогообложения 7743 российских БРК, имевших статус газели в разные годы периода 2003–2013-х гг.

Источник: расчеты автора по базе данных СПАРК.

упадка и смерти при такой методике сложно отследить эмпирически. Ликвидированная или обанкротившаяся фирма просто исчезает из баз данных, причем сам факт исчезновения не может быть истолкован как «свидетельство о смерти», так как может объясняться и другими причинами (вступлением в состав холдингов, реорганизацией и др.).

Цикл жизни БРК

Прежде всего результаты проведенного эмпирического исследования свидетельствуют о том, что выход на высокие темпы роста в типовом случае (медиана распределения) приходится на пятый год существования фирмы. При этом в год, следующий за основанием, начать ускоренный рост удалось почти 24% выбранных фирм. Около 40% изученных БРК переходят к ускоренному росту на третий — шестой год после основания компании. На седьмой — десятый год на траекторию быстрого роста выходят еще около 24% изученных БРК. Переход на стадию ускоренного роста в возрасте более десяти лет — явление более редкое, но не исключительное. Оно встречается при-

близительно в 11% случаев. Обобщая, можно сказать, что сразу стать БРК молодая фирма может лишь в порядке исключения.

Действительно, если обратиться к обобщенному циклу жизни фирм-газелей, как его показывает медиана выручки по изученной совокупности 7743 российских БРК (см. рис. 4), то отчетливо виден подготовительный этап к периоду быстрого роста (годы цикла, обозначенные отрицательными цифрами). В это время, судя по медианной выручке выборки, типичная фирма-газель — это очень маленькая фирма с годовым доходом в несколько десятков млн руб.

При этом первое время (годы с –10 по –5 цикла жизни) выручка практически и не растет. Характерно, что по остальным рассмотренным показателям (прибыли, внеоборотным активам, капиталу — рис. 5–7) ситуация абсолютно тождественна — хозяйственная активность находится на крайне низком уровне. До начала ускоренного роста типичная газель — это настоящий карлик. Скажем, медианная прибыль по выборке даже в лучшие из этих лет не превышает 300–350 тыс. руб. в год. Напрашивается интерпрета-

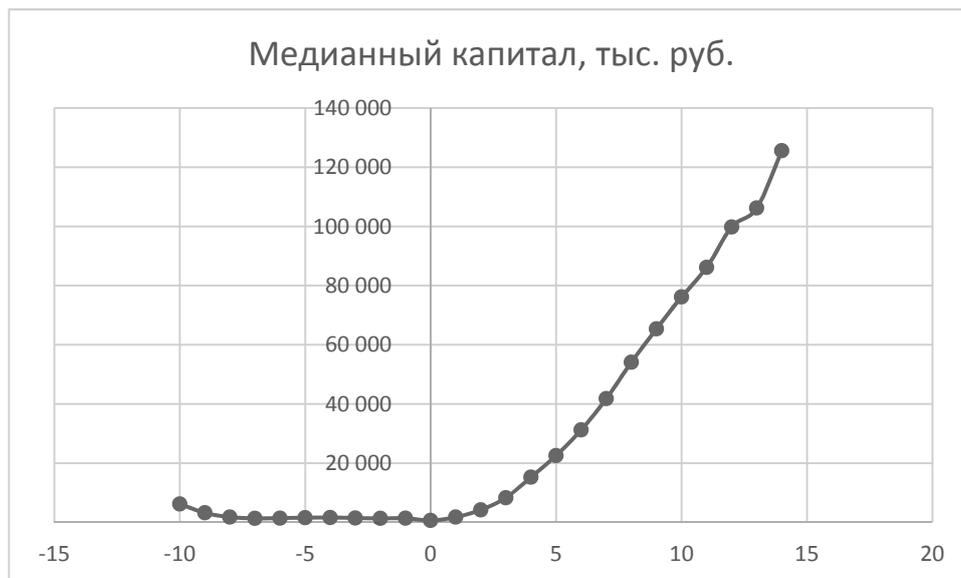


Рис. 6. Обобщенный цикл жизни российской БРК (показатель капитал*)

Примечание: *размеры капитала (раздел III Бухгалтерского Баланса компании) 7743 российских БРК, имевших статус газели в разные годы периода 2003–2013-х гг.]

Источник: расчеты автора по базе данных СПАРК.

ция этой стадии подготовительного этапа как «квазистационарного состояния» компании: еще не нащупав своих конкурентных преимуществ, будущая фирма-газель, как и большинство других малых фирм, не нацелена на рост.

Позже (годы с –5 по –1 цикла жизни) ситуация меняется: выручка, пусть и от очень низкой базы, тем не менее достаточно быстро увеличивается. Вероятно, в этом находит отражение тот факт, что переход к быстрому росту удастся только относительно успешным фирмам. Компании, балансирующие на грани выживания, вряд ли способны на рывок, связанный со значительными инновациями, неважно, будь то инновации технологического или нетехнологического свойства. С известной степенью условности эту стадию можно назвать «накоплением сил».

А дальше наступает момент, не описанный ни в одной из концепций цикла жизни компаний. При переходе от –1 к 0 году цикла медианная выручка резко падает — 36,3 до 12,6 млн руб., т.е. на 65,3%. Примечательно, что совершенно аналогично развиваются и остальные рассматриваемые показатели: прибыль падает на 63%, внеоборотные активы — на 44%, капитал — на 53%. Комплексный характер падения

всех финансово-экономических показателей однозначно указывает на слом старой бизнес-модели.

Далее наступает этап взрывного роста. К четвертому году цикла медианная выручка увеличивается на 2600% по сравнению с нулевым годом. Столь же взрывным образом растут и другие показатели. Быстрый рост компании, нашедшей перспективную нишу и сумевшей быстро стать в ней сильным игроком, не только не отвлекает средства от инвестиций и не заставляет отказаться от прибыли (как бывает при росте рыночной доли за счет демпинга), но позволяет нарастить эти показатели в десятки раз. При этом темпы роста в процентах всех показателей предсказуемо наиболее высоки в начале этапа взрывного роста, а абсолютные величины приращений в тыс. руб. — в его конце.

Наконец, наступает этап поствзрывного развития. Динамика роста медианной выручки отчетливо замедляется, причем со временем этот процесс проявляется все сильнее. В исследованной нами выборке БРК окончательное замедление происходит в районе девятого года цикла, что отличается от встречающихся в литературе более пессимистических оценок, относящих замедление уже к пятому году цикла

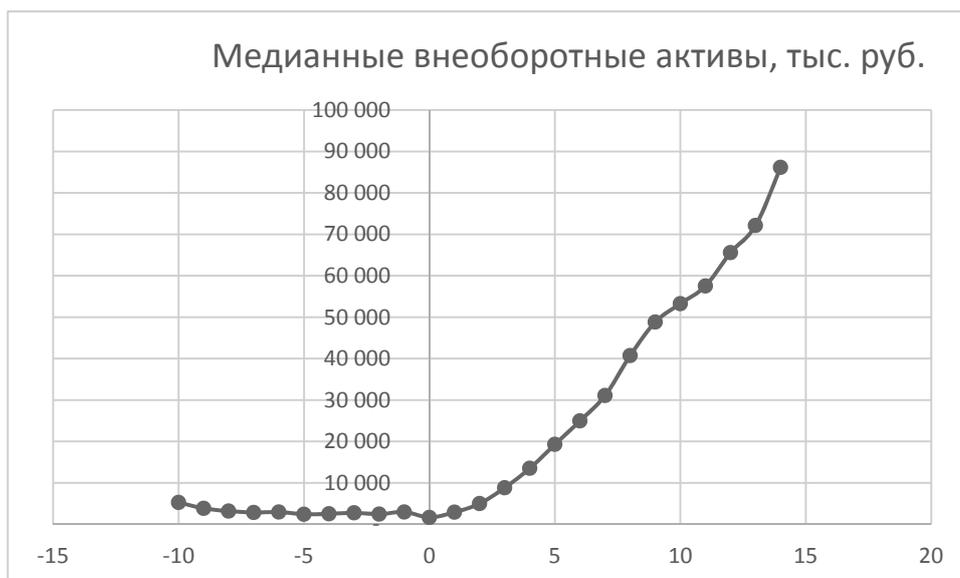


Рис. 7. Обобщенный цикл жизни российской БРК (показатель внеоборотные активы*)

Примечание: *внеоборотные активы 7743 российских БРК, имевших статус газели в разные годы периода 2003–2013-х гг.

Источник: расчеты автора по базе данных СПАРК.

[10]. Характерно, что вплоть до этого момента, несмотря на замедление роста выручки, прибыль достаточно активно увеличивалась, после него стагнировала.

Возможно, это свидетельствует о смене стадий внутри поствзрывного этапа. Сначала компания, утратив возможности дальнейшего сверхдинамичного завоевания рынка, наращивает рентабельность (между четвертым и девятым годом цикла выручка увеличилась на 52,5%, а прибыль существенно сильнее — на 93,3%). Нам кажется, что эту стадию можно назвать стадией «сбора урожая».

После девятого года цикла фирмы выборки полностью утрачивают право называться динамичными. За шесть лет с девятого по четырнадцатый год цикла их выручка увеличивается лишь на 15,6% — это рост менее 3% в год, явно более низкий, чем российская инфляция. Фирма достигает нового стационарного состояния.

Особо следует отметить, что стагнация фирмы не отражается на показателях, связанных с инвестиционной деятельностью (ВОА, капитал). Они продолжают активно расти и на поствзрывном этапе развития БРК. Интерпретация этого факта неоднозначна. С одной стороны, ситуацию можно трактовать в категориях роста

фондо- и капиталоемкости, и рассматривать как признак снижения эффективности бывшей фирмы-газели в результате ее бюрократизации и утери гибкости. Нам такое объяснение кажется, однако, не слишком вероятным. Медианный объем выручки БРК составлял около 600 млн руб. — это явно не тот уровень гигантизма, который превращает любую организацию в неразворотливого бюрократического монстра.

Не следует забывать о том, что строгие критерии отбора БРК объективно собирают в их лице элиту национального бизнеса. Поэтому нам представляется допустимым рассматривать сохранение значительных капиталовложений при замедлившемся росте как инвестиции в будущее. Сильная фирма, исчерпавшая возможности быстрого роста в одном направлении, ищет новые возможности в других сферах и подкрепляет этот поиск значительной инвестиционной активностью.

Выводы

По итогам проведенного эмпирического анализа жизненных циклов БРК нами были выявлены стадии их развития.

1. *Подготовительный этап.* На данном этапе своего развития будущая БРК представляет

собой небольшую компанию с оборотом около нескольких миллионов рублей в год, которая внешне не отличается от своих конкурентов аналогичного размера. В рамках данного этапа выделяются три стадии, на которых, видимо, и закладываются предпосылки будущего успеха:

- *«квазистационарная» стадия*, которая близка к стадии вынашивания бизнес-идеи в понимании Адизеса. В компании еще не выявлены целевая аудитория, конкурентное преимущество, потенциально свободная ниша рынка, которую можно занять. Предпринимательский талант на данной стадии формирует образ будущей компании. Явное отличие от теории состоит в том, что это весьма длительный процесс, длящийся годами;
- *стадия «накопления сил»*. Данный период может быть соотнесен с младенчеством и стадией «давай-давай» согласно Адизесу. На ней эмпирическим путем выявлено повышение темпов роста, увеличение прибыли, накопление средств (капитала) для будущего рывка;
- *стадия «слом старой бизнес-модели»*. В рамках эмпирического анализа обнаружено, что год, предшествующий ускоренному росту, характеризуется резким провалом всех основных показателей деятельности фирмы. Отдаленно этот впервые зафиксированный эмпирический факт соотносится скорее не с ловушками, описанными Адизесом, сколько с кризисами роста, представленными в модели Грейнера. В этот период происходит функциональная перестройка структуры и стратегии фирмы, компания избавляется от ненужного в дальнейшем «балласта». Следует подчеркнуть, что ни одна теория не предсказывала выявленного нами значительного абсолютного падения большинства экономических показателей фирмы.

2. *Взрывной этап*. Стадия ускоренного роста БРК проявляется в росте таких основных показателей, как выручка, прибыль, внеоборотные активы. Этот этап имеет многие черты стадий «давай-давай» и «юность». Компания активно занимает найденную нишу и формирует под

себя ожидания потребителей. Однако содержательно — это явно «второй старт». За фасадом текущего бизнеса скрывалось новое вынашивание бизнес-идеи, на сей раз экстраординарно плодотворной. И «взрыв» происходит тогда, когда она начинает успешно реализовываться.

3. *Поствзрывной этап*. Теоретически ожидалось, что данный период, должен включать стадии от расцвета и развития до смерти компании. В реальности относительно благоприятные стадии позднего развития жизненного цикла («расцвет», «стабильность», «аристократизм») действительно можно усмотреть в стадии, условно названной нами «Сбором урожая»:

- *стадия «сбор урожая»*, которая характеризуется замедлением роста продаж, при одновременном сохранении быстрого увеличения прибыли. Одновременно сохраняется и высокая инвестиционная активность. Фактически компания пожинает плоды своего предшествовавшего роста;
- *стадия «новая стационарность»*. С учетом оговорок, уже сделанных нами относительно трудности фиксации «смерти», тем не менее очень похоже, что на исследованной нами выборке продвижение к этому печальному концу не выявлено. Факты (в первую очередь сохранение высокой инвестиционной активности) скорее указывают, что прекращение роста (новая стационарность) на данной стадии может интерпретироваться как накопление сил, чаще всего ради долговременной стабилизации положения, но в том числе иногда и для возвращения на стадию ускоренного роста. По нашим данным 87 БРК (около 1,12%) — небольшая часть выборки, но все-таки не единичные фирмы — вернулись во взрывную стадию уже за рассматриваемый период. Этот факт опровергает предопределенность заката компании на поздних стадиях жизни фирмы, описанных Адизесом как следствие патологий.

Полученные результаты носят характер первого подхода к проблеме, которую мы видим в систематическом эмпирическом изучении жизненных циклов разных типов фирм. Именно

отход от попыток выработки универсалистского взгляда на жизненный цикл фирмы видится нам предпосылкой успехов в этой области исследований. Применительно к российским БРК, наша работа, охватившая почти 8 тыс. фирм может претендовать на достаточную обоснованность результатов. Однако даже применительно к фирмам-газелям полученные результаты, несомненно, нуждаются в перепроверке применительно к другим временным периодам и странам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Coad Alex. Firm Growth: A Survey. Papers on Economics and Evolution, No. 0703, Max Planck Institute of Economics, 2007, 73 p.
2. Chandler A. Strategy and Structure. Cambridge, MA: MIT Press, 1962.
3. Gardner J.W. (1965). How to prevent organizational dry Rot. Harper's Magazine, (October), 27–32.
4. Greiner L. Evolution and Revolution as Organizations Grow // Harvard Business Review. 1972. Vol. 50. July–August. No. 4. P. 37–46.
5. Warusawitharana Missaka, Profitability and the Lifecycle of Firms (February 1, 2016). Available at: <https://ssrn.com/abstract=1568965> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1568965>.
6. Rungi Mait. How lifecycle influences capabilities and their development: Empirical evidence from Estonia, a small European country. International Journal of Managing Projects in Business; Bingley8.1 (2015): 133–153.
7. Parker S. C., Storey D. J., Van Witteloostuijn A. What happens to gazelles? The importance of dynamic management strategy // Small Business Economics, 2010, Vol. 35, No. 2, pp. 203–226.
8. Levie Jonathan, Lichtenstein Benyamin B. A Terminal Assessment of Stages Theory: Introducing a Dynamic States Approach to Entrepreneurship. ET&P № 1042–2587, Baylor University, 2012, 323.
9. Юданов А. Ю. Носители предпринимательства: фирмы-газели в России // Журнал новой экономической ассоциации. 2010. № 5 (5). С. 91–108.
10. Полунин Ю. А., Юданов А. Ю. Российские быстрорастущие компании: испытание депрессией // Мир новой экономики. 2016. № 2. С. 102–112.

REFERENCES

1. Coad, Alex. Firm Growth: A Survey. Papers on Economics and Evolution, No. 0703, Max Planck Institute of Economics, 2007, 73 p.
2. Chandler A. Strategy and Structure. Cambridge, MA: MIT Press, 1962
3. Gardner J.W. (1965). How to prevent organizational dry Rot. Harper's Magazine, (October), 27–32.
4. Greiner L. Evolution and Revolution as Organizations Grow // Harvard Business Review. 1972. Vol. 50. July-August. No. 4, pp. 37–46.
5. Warusawitharana Missaka. Profitability and the Lifecycle of Firms (February 1, 2016). Available at: <https://ssrn.com/abstract=1568965> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1568965>.
6. Rungi Mait. How lifecycle influences capabilities and their development: Empirical evidence from Estonia, a small European country. International Journal of Managing Projects in Business; Bingley8.1 (2015): 133–153.
7. Parker S. C., Storey D. J., Van Witteloostuijn A. What happens to gazelles? The importance of dynamic management strategy. Small Business Economics. 2010. T. 35. № 2. С. 203–226.
8. Levie, Jonathan; Lichtenstein, Benyamin B. A Terminal Assessment of Stages Theory: Introducing a Dynamic States Approach to Entrepreneurship. ET&P № 1042–2587, Baylor University, 2012, 323.
9. Yudanov A. Entrepreneurship owners: "Gazzele" firms in Russia [Nositeli predprinimatel'stva: firmi-gazeli v Rossii]. *Journal novoy ekonomicheskoy assotsiatsii — New economic association journal*, 2010, No. 5 (5), pp. 91–108.
10. Polunin Yu.A., Yudanov A. Yu. Russia's high-growth companies: tested through depression [Rossiyskie bystrorastushchie kompanii: ispytanie depressiyey]. *Mir novoy ekonomiki — World new economy*, 2016, No. 2, pp. 102–112.