

ДИКИЙ ИМИДЖ

ЦЕННОСТИ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ, ЛЕЖАЩИЕ В ОСНОВЕ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА, НЕ ПОЗВОЛЯЮТ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ РАЗВИВАТЬСЯ СТАБИЛЬНО И ВЕСТИ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ДОЛГОСРОЧНУЮ ПЕРСПЕКТИВУ. ГОСУДАРСТВУ НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬСЯ ЗА СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДСКАЗУЕМОГО И ЧЕСТНОГО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ. ИНАЧЕ СТРАНУ ЖДЕТ ВЫМЫВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО И ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА.

АНТОН КИРСАНОВ

Западные страны в широком смысле этого слова начали открывать Россию и ее рынок сбыта в 1990-е годы. Тогда же они столкнулись с молодым российским капитализмом с не очень цивилизованным лицом. «Постарайтесь им понравиться. Если вам это удастся, то они будут подговаривать вас „обмануть систему“. Они больше вашего не любят жесткие инструкции. В этом отношении они очень похожи на итальянцев», — это советы для западных бизнесменов британского социолога Ричарда Льюиса, опубликованные в 1996 году в книге «Деловые культуры».

С тех пор бизнес «повзрослел», обрел вес, стал более зрелым. Но доверия к нему со стороны большинства мировых компаний не прибавилось. На Западе российский капитализм по-прежнему принято считать диким, экспансивным, не слишком социально ответственным и ориентирующимся на очень высокую норму прибыли.

ДОМА ХОРОШО, А ЗА ГРАНИЦЕЙ ЛУЧШЕ

В целом это действительно так, соглашаются российские эксперты и предприниматели. «Особенности современного российского бизнес-менталитета — отношение к бизнесу не как к вечному, стабильному, передаваемому от отцов к детям и внукам повседневному труду, сложному, но интересному, а как к возможности „захватить“, быстро заработать прибыль, „наварить“, и спрятать это подальше — в том числе и от государства», — говорит независимый директор, член совета директоров холдинга «Российские мясопродукты» Ольга Севастьянова.

К аналогичному мнению пришли все опрошенные ВГ эксперты. Причины такого поведения предпринимателей участники рынка видят и в исторической подоплеке — в российском бизнесе нет традиций, как таковому рынку и понятию частной собственности в стране всего чуть более двадцати лет. До сих пор в городах соседствуют и компании, работающие по «волчьим законам» и «понятиям» 1990-х, и крупные корпорации, перешедшие на международные стандарты и технологии ведения бизнеса. Еще одна причина — в недостаточной распространенности бизнес-образования. И третья — в сложившейся законодательной и финансовой системе.

«Основная особенность российского менталитета в бизнесе — это отсутствие долгосрочного планирования. Происходит это из-за общего ощущения нестабильности бизнес-климата в России и из-за отсутствия возможности получить длинные деньги — инвестиции, кредиты», — говорит генеральный директор группы компаний «Корус Консалтинг» Александр Семенов. По его словам, инвестиционные ожидания потребителей услуг IT-консалтинга и системной интеграции ограничиваются все-



В РОССИЙСКОМ БИЗНЕСЕ НЕТ ТРАДИЦИЙ, КАК ТАКОВОМУ РЫНКУ И ПОНЯТИЮ ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СТРАНЕ ВСЕГО ЧУТЬ БОЛЕЕ ДВАДЦАТИ ЛЕТ

го двумя-тремя годами. «Никто не готов строить планы на более длительный период», — добавляет Александр Семенов.

Такая «особенность» приводит к самым плачевным результатам для экономики — долгосрочные проекты по обновлению и модернизации производственных фондов предприятий практически не проводятся. Самые крупные инвестпроекты последних лет в своем большинстве связаны с энергетикой — это строительство нефте- и газопроводов, комплексов по переработке нефти, а также электростанций. В пример можно взять строительство «Газпромом» газопровода Сахалин — Владивосток стоимостью \$15,6 млрд, или ЛАЭС-2 — проекта «Росатома» с объемом инвестиций в \$4,6 млрд. Ориентируясь на задачу во что бы то ни стало сохранить заработанное, предприниматели выводят капитал за границу. По статистике Центробанка, чистый отток капитала из РФ за прошлый год составил \$56,8 млрд, в 2011 году — \$80,5 млрд.

РУССКАЯ БИЗНЕС-РУЛЕТКА В ответ на недоверие и обвинение в «дикости» со стороны мировых компаний в России развилась идея того, что на Западе российские компании дискриминируют и препятствуют их выходу на международный рынок. В частности, об ущемлении в правах российского бизнеса не раз заявлял Владимир Путин. В 2009 году сорвалась одна из крупнейших сделок по покупке канадско-российским консорциумом Magna-Сбербанк контрольного пакета

Orel за €500 млн. Как поясняли тогда — по политическому решению.

Однако сделки срываются не только из-за механизмов ограничения внутренних рынков или политики, но и просто из-за недопонимания. Такой статистики, к сожалению, нет. «По своему опыту могу сказать, что значительное число международных сделок срывается из-за отсутствия взаимопонимания сторон, — говорит управляющий партнер iNTG Людмила Мургулец. — Я много работала с иностранными партнерами, американскими, немецкими, английскими. И ситуации непонимания возникали очень часто».

Виною тому — глубокие культурные различия России со своими соседями. В отличие от североамериканских стран российский бизнес строится на личных отношениях. Традиционное недоверие и осторожность, характерные для отечественных бизнесменов, можно преодолеть, только вызвав уважение и расположение другой стороны, говорят эксперты.

«Российские бизнесмены очень часто не следуют договоренностям, — говорит Людмила Мургулец. — Основная проблема таится в непрозрачной коммуникации. Россияне не всегда ставят в известность другую сторону об изменениях в проекте, поступлении новой информации, зачастую просто из боязни стать „плохими учениками“ и «получить двойку». В результате к российскому бизнесу возникает недоверие».

Для европейцев российский бизнес непредсказуем и необязателен. В России

крайне сложно получить какой-либо отчет или информацию к установленному дедлайну. Кроме того, в российских компаниях чаще распространены «авральные» методы работы. А их структура отличается от западных — зачастую полномочия по принятию решений всецело находятся в руках владельца бизнеса или генерального директора. В результате возникают парадоксальные ситуации, когда переговоры ведутся с одним человеком, а решение о сделке принимает совсем другой.

В том числе, российский бизнес аккумулирует в себе черты, характерные для азиатского региона. «Во многих компаниях не принято уходить домой раньше начальника, а объем выполняемых сотрудниками функций определяется не должностной инструкцией, а указаниями руководства и сложившейся практикой, — поясняет исполнительный директор СПИБА Карина Хабачева. — При этом сотрудник не может отказаться от задач, которые не входят в его обязанности, и может доделывать работу даже дома».

ВЗГЛЯД ИЗВНЕ

Согласно зарубежным исследованиям национальный характер россиян также не особенно располагает к ведению бизнеса. Одну из самых авторитетных этнометрических работ в начале 1980-х годов создал нидерландский социолог Герт Хофстеде. Он «оцифровал» культурные особенности около 40 стран. Для каждого государства исследователь выставил собственные баллы по пяти шкалам: это дистанция власти — подчинение или неприятие авторитетов и уважение к капиталу и силе, избегание неопределенности — способность жить и действовать в ситуации риска и неизвестности, индивидуализм и маскулинность культуры — жесткость распределения социальных ролей, а также культ успеха. Пятая шкала — долгосрочность ориентации, длительность горизонтов планирования.

Легко предсказать, что в странах — оплотах капитализма (Великобритании и США) уровень индивидуализма оказался зашкаливающим — 89 и 91 балл и сопряженным с ориентацией на успех — 66 и 62 балла. А кроме того, англосаксонской культуре оказалась свойственна сравнительно невысокая дистанция власти, склонность к работе в условиях неопределенности и не слишком далекий горизонт планирования. У Китая и Японии, что также неудивительно, ориентация на успех оказалась еще более сильной — 66 и 95 баллов, уровень индивидуализма — ниже — 20 и 46, а горизонты планирования — очень длительными (80 и 112 баллов).

Казалось бы, Россия, зажата между Европой и Азией, должна была продемонстрировать некий средний «евроазиатский» результат. → 46