

БЫСТРОРАСТУЩИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ В РОССИИ И МИРЕ



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ДОКЛАД



Подготовлено при поддержке
Министерства экономического развития РФ

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| Зарубежные исследования феномена «быстрорастущих компаний» | 2 |
| Зарубежные исследования феномена «скрытых чемпионов» | 3 |
| Российские исследования быстрорастущих компаний | 4 |
| Опыт зарубежных программ господдержки быстрорастущих компаний | 5 |
| Примеры зарубежных программ господдержки быстрорастущих компаний | 6 |
| Европа | 6 |
| Азия | 9 |
| Северная Америка | 11 |
| Российские инициативы по поддержке быстрорастущих компаний | 12 |
| Рейтинг «ТехУспех» | 12 |
| Проект «Национальные чемпионы» | 13 |
| Проект Московской биржи «Отбор инновационных компаний для выхода на Рынок инноваций и инвестиций» | 14 |
| Выводы | 17 |
| Приложения | 18 |

ЗАРУБЕЖНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА «БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ»

Вопрос о значении быстрорастущих компаний для развития национальных экономик попал в фокус интереса зарубежных исследователей не так давно. Важнейшую роль в этом сыграла опубликованная в 1981 г. статья американского экономиста Дэвида Бёрча (Birch, D. (1981)) «Кто создает рабочие места?» («Who Creates Jobs?»). В этой статье Бёрч выделил особую категорию быстро развивающихся фирм, назвав их «газелями». По мнению Бёрча, именно эти компании являются главными генераторами экономической активности, обеспечивающими в развитых странах больше половины регулярно создаваемых новых рабочих мест. В своих более поздних работах Бёрч и его коллеги эмпирически проверили эту гипотезу для экономики США и пришли к выводу, что примерно 2/3 всех новых рабочих мест в исследованный период времени было в ней создано МСП, и, особенно, молодыми инновационно-ориентированными компаниями (Birch, D. and Medoff, J. (1994)).

Эти оценки Бёрча в дальнейшем были подтверждены и для некоторых других промышленно-развитых стран Запада. В частности, схожие результаты были получены в результате компаративного анализа порядка двух десятков различных публикаций по данной теме, осуществленного шведскими экономистами М. Хенриксоном и Д. Йоханссоном (Henrikson, M. & Johansson, D. (2010)), а также группой немецких исследователей под руководством К. Даутценберга (Dautzenberg, K. et al. (2012)).

Позднее термин «газели», предложенный Бёрчем, был переведен в категорию вспомогательных, тогда как в официальных документах, в частности, в докладах и отчетах Организации по экономическому сотрудничеству и развитию (ОЭСР) стала использоваться конструкция «быстро растущие фирмы (компании, предприятия)», т.е. high growth firms (HGFs), companies, enterprises и т.п. Эксперты ОЭСР попытались дать универсальное определение быстрорастущих фирм. Так, в версии 2007 года ими были предложены следующие критерии: «HGFs — все предприятия со средним пересчитанным на годовой основе темпом прироста более чем в 20% ежегодно в течение трехлетнего периода. В качестве показателя прироста может использоваться либо число работников (сотрудников), либо выручка компаний» (OECD (2007)).

На протяжении долгого времени (фактически, в двадцать лет после публикации в 1981 г. пионерской работы Дэвида Бёрча) HGFs, рассматривались, прежде всего

как малые инновационно-ориентированные компании. В дальнейшем различные авторы углубили понимание феномена быстрорастущих компаний. Интересны выводы, представленные в масштабном исследовании британских специалистов под руководством М. Эньядайк-Дейнса (Anyadike-Danes, M. et al. (2009)). В проанализированной ими выборке большинство компаний принадлежали к нижнему сегменту МСП (т.е. насчитывали 50 и менее сотрудников, причем примерно в половине из них численность персонала составляла от 10 до 19 человек) — таких было около 80% компаний. Однако с точки зрения относительного вклада различных типов HGFs в процесс генерации новых рабочих мест, общая картина существенно отличалась от рисовавшейся ранее. Оказалось, что верхний сегмент, т.е. достаточно крупные компании с числом сотрудников от 250 человек и более на начальный год анализа, был ответственен за создание почти половины (46%) всех новых рабочих мест в исследованный период (между 2005 и 2008 гг.). При этом доля этой верхней группы в общем числе британских быстрорастущих компаний составляла лишь около 5%. Еще одним важным итогом их анализа стал вывод о том, что 70% этих британских HGFs — компании, возраст которых составлял пять и более лет.

Практически аналогичные результаты по среднему возрасту HGFs были получены и в исследовании американских компаний, проведенных Аксом, Парсонсом и Трейси (Acs, Z. et al. (2008)). Акс и его коллеги установили, что те же 70% от общего числа HGFs США составили фирмы с возрастом от пяти лет и больше. И, что еще показательнее, наиболее динамичные американские компании из этой выборки, т.е. те из них, общий прирост выручки которых за три года составил от 100% и выше, оказались намного более старыми, чем общая масса, — их средний возраст составил 25 лет.

В свою очередь, Мейсон и Браун (Brown, R. and Mason, C. (2012)) отмечают, что полученные в течение последнего десятилетия исследователями данные о среднем возрастном составе быстрорастущих компаний заставляют признать, как минимум, спорным традиционное фокусирование большинства разработчиков различных госпрограмм стимулирования малого и среднего бизнеса на активной поддержке предприятий на самых ранних стадиях их развития. Они предлагают сдвинуть

фокус госпрограмм стимулирования МСП со стартапов на более зрелые компании.

Несколько позже те же авторы сочли необходимым уточнить понимание феномена HGFs, поскольку, по их мнению, «универсальный подход к HGFs, демонстрируемый многими разработчиками государственных программ и стратегий их поддержки, т.е. одинаковое к ним отношение, независимо от их физического местоположения, очевидно снижает общую эффективность подобной политики». Для этого они развенчали «семь наиболее распространенных мифов» (vital myths) о HGFs, которые, по их мнению, получили особенное распространение в среде политиков, ответственных за разработку государственных экономических стратегий

развития. Приведем здесь перечень этих мифов, не углубляясь в детали аргументации по их разоблачению:

1. HGFs молодые и маленькие компании.
2. HGFs представлены только в сфере хайтека.
3. HGFs порождены достижениями науки, и большинство из них являются университетскими спин-оффами.
4. HGFs в основном финансируются венчурным капиталом.
5. HGFs демонстрируют долгий стабильный рост.
6. HGFs являются следствием органического роста, а не результатом M&A сделок.
7. HGFs географически равномерно распределены по регионам.

ЗАРУБЕЖНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА «СКРЫТЫХ ЧЕМПИОНОВ»

Независимо от исследователей феномена HGFs (широко представленных в среде англо-саксонской среде), немецкий экономист Герман (Херманн) Симон, на базе изучения практик бизнеса в германоязычных странах, в конце прошлого века разработал оригинальную концепцию т.н. «скрытых чемпионов» (в английской версии — hidden champions, в исходной немецкой — heimliche/unbekannte Gewinner, см. Simon, H., 1996; Simon, H., 2007 и Simon, H., 2012). Выявленные Сином «скрытые чемпионы» (или т.н. mittelstand, «средний класс») формируют 25% от общего объема экспортной выручки Германии. Это мощная прослойка по большей части региональных семейных предприятий Германии и ряда соседних немецкоязычных стран Европы, с долгой и успешной историей ведения бизнеса, получающих основную часть доходов от экспортных продаж. В дальнейшем подобные компании были найдены им и его коллегами и во многих других странах мира.

Изначально (в своей первой версии данной концепции 1996 г.) Симон предложил относить к «скрытым чемпионам» инновационно- и экспортно-ориентированные малые и средние компании, обладающие тремя ключевыми характеристиками:

- 1) они должны занимать первое или второе место на мировом рынке (по процентной доле в общем объеме продаж) в определенной узкоспециализированной продуктовой нише;

- 2) среднегодовой объем их выручки не должен превышать 1 млрд. долл. США;
- 3) они не должны быть «на слуху» у рядовых обывателей (этим критерием «непубличности», собственно, и объясняется этимология самого термина).

Этот новый подход можно рассматривать в качестве альтернативной модели анализа быстрорастущих компаний. Согласно одной из возможных трактовок, «скрытые чемпионы» являются чем-то вроде особой разновидности HGFs, — относительно более «устойчивыми» (sustainable) растущими компаниями. Так, по оценкам самого автора, (Simon, H., (2012)), для этих компаний, как правило, характерен устойчивый органический рост, который в среднем составляет около 9% ежегодно (по объемам выручки).

Согласно последней базе данных, которую на протяжении более чем 20 лет ведет сам автор и его помощники, в различных странах мира насчитывается около 2800 «скрытых чемпионов» (в первоначальном списке 1996 г. их было чуть более 1300), из чего, например, можно сразу же сделать очевидный вывод о том, что СЧ — это куда более редкий феномен современной экономики, чем те же компании-газели.

Интересно отметить, что по наблюдениям Г. Симона для «скрытых чемпионов» «самофинансирование является самым важным источником финансирования

и останется таковым в будущем» (Simon, H., 2015). Эти компании «проявляют сдержанность, когда дело доходит до выхода на биржу» — т.к. многих из них пугают условия публичности и нацеленность многих инвестиционных фондов на краткосрочную прибыль. Тем не менее, Симон отмечает, что «за последнее десятилетие число «скрытых чемпионов», выходящих на биржу сильно выросло: с 2,4% до 9,8%».

Работы Г. Симона также вызвали к жизни серию исследований его последователей. Среди них можно отметить доклад Ю. Мефферта и Х. Кляйна (Meffert, J., Klein, H., (2007)) и статью Р. Грюнвальда (Gruenwald R. (2014)).

Последний автор отмечает, что период жизни HGFs от 5 до 25 лет (с момента создания) является ключевым для определения дальнейшей стратегической траектории их развития. На этой стадии жизненного цикла компаний определяется, обладают ли они достаточным потенциалом для того, чтобы стать в дальнейшем подлинными «скрытыми чемпионами». Именно в этот период государство должно особенно активно помогать таким компаниям в их развитии, предоставляя им различную финансовую поддержку (в виде субсидий, грантов, льготных займов и т.п.), а также оказывая им персонализированное информационно-консультативное содействие.

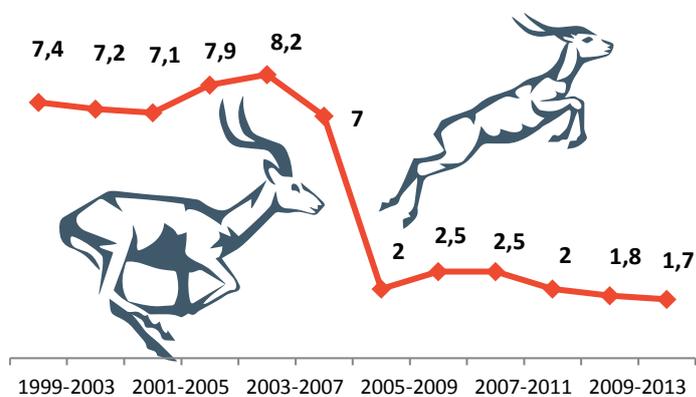
РОССИЙСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ

Исследования феномена быстрорастущих компаний идут и в современной России. Как отмечается в статье А. Юданова (Юданов, А.Ю (2010)), самые ранние попытки их анализа были предприняты в 2003 г. в Финансовой академии при Правительстве РФ (Москва) в форме case studies наиболее успешных фирм ряда отраслей (Юданов, А.Ю. 2007а, 2007в). Чуть позже исследованиями успешных компаний среднего бизнеса стала заниматься группа аналитиков, работающих в журнале «Эксперт» (Виньков, А.А. и др. (2008)). В 2010–2012 гг. А. Юдановым и его коллегами были изучены официальные базы данных за 1999–2010 г.г. обо всех российских предприятиях с выручкой свыше 300 млн. рублей. За основу был принят «алгоритм Бёрча», согласно которому к «газелям» причислялись компании, показывающие рост выручки на 20% и выше в каждом году на протяжении не менее 5 лет подряд (Юданов, А.Ю (2010)). Согласно итоговым оценкам, в «докризисный период» (1999–2007 гг.) общая доля «газелей» в России составляла порядка 12–13% числа перманентных фирм, т.е. в несколько раз превышала соответствующие средние показатели в странах Запада (3–5%).

В более поздних публикациях было показано, что кризис 2008 г. существенно «скорректировал» численность российских «газелей»: в среднем она упала в 4–5 раз и процесс ее восстановления идет достаточно медленно (см. рис. 11.1), преимущественно за счет «подрастающих» малых фирм (Юданов, А.Ю. (2012), Полуниин, Ю.А., Юданов, А.Ю. (2016)). В то же время, эта

тенденция вполне укладывается в общую мировую картину, которая характеризуется заметным торможением процесса восстановления численности зарубежных газелей в первые годы после кризиса.

Рис. 1. Доля «газелей» среди российских фирм с выручкой свыше 300 млн. руб. (в %)



Источник: Полуниин, Ю.А., Юданов, А.Ю. (2016)

Другой российский исследователь С. Земцов в докладе на Апрельской конференции 2017 г. в ВШЭ утверждал, что результаты обработки показателей 38 тысячи российских компаний за 2008–2013 гг. показывают, что HGFs оказали существенное влияние на показатели всей выборки. По его данным «в 2013 году газели, занимая долю, равную 15% выручки от выборки, являлись источником более 30% всего положительного прироста выручки» (Земцов С. П., Маскаев А. Ф. (2017)).

ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ ПРОГРАММ ГОСПОДДЕРЖКИ БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ

Многочисленные исследования на тему HGFs и «скрытых чемпионов» во многом стали катализатором интереса к этому слою бизнеса со стороны различных государственных организаций по всему миру. В результате за последнее 10-летие в самых разных странах были развернуты программы по целевому отбору и поддержке собственных «чемпионов».

Как отмечается в докладе экспертов ОЭСР, посвященном сравнительному анализу государственных программ поддержки HGFs, в целом можно говорить о постепенной переориентации национальных экономических стратегий как на более активную и целенаправленную генерацию подобных компаний-«будущих лидеров», так и на создание для уже проявивших себя HGFs комплексных программ и схем, способствующих их дальнейшему развитию. Причем, если еще в относительно недавнем прошлом основной акцент на данном направлении делался, как правило, на первой из этих стратегических составляющих, т.е. на «инкубационной стадии», то в последнее время наблюдается общий тренд в сторону усиления инструментов целевой поддержки перспективных национальных компаний.

Соответственно, в настоящее время при разработке и дальнейшей практической имплементации различных государственных программ поддержки HGFs в качестве наиболее многообещающих кандидатов («будущих чемпионов») рассматриваются прежде всего фирмы, уже обладающие успешным опытом предшествующей работы на целевых рынках и демонстрирующие в течение последних нескольких лет устойчивую позитивную динамику своего развития. Впрочем, в подавляющем большинстве подобных программ изначально формально постулируется принцип равных возможностей для компаний-претендентов и, как правило, при начальной селекции отсутствуют четко артикулируемые отраслевые/технологические предпочтения.

Примеры и характеристики некоторых программ поддержки HGFs, реализуемых разных странах как Европы, так и Азии, приводятся в Приложении 1.

Ведущие британские исследователи феномена HGFs Росс Браун и Сьюзан Моусон (Brown, R. and Mawson, S. (2015) отмечают, что в ряде промышленно развитых государств Западной Европы (например, в Великобритании и Дании) программы «бизнес-акселерации» (business

accelerator programmes) быстрорастущих компаний напрямую курируются либо ключевыми правительственными министерствами и ведомствами, либо различными государственными/региональными агентствами по экономическому развитию (еще более жесткий централизованный контроль со стороны государства осуществляется в странах Восточной и Юго-Восточной Азии, таких как Южная Корея, Малайзия и Тайвань). Вместе с тем, активное использование в ходе практической реализации этих госпрограмм «сторонних» посреднических организаций также является достаточно типичной характеристикой для многих подобных западноевропейских инициатив. Так, например, в Германии и Бельгии (Фландрии) предпочтение было отдано использованию различных схем частно-государственных партнерств, а в соседних Нидерландах — делегированию «операционной составляющей» специально созданному частному бизнес-консорциуму.

Очень широкое распространение получила также практика привлечения внешних фирм на стадии непосредственной реализации этих программ (прежде всего — в сфере консультационно-сервисного сопровождения компаний).

Другим стандартным элементом программ господдержки HGFs является осуществление предварительной бизнес-диагностики компаний-кандидатов (выявление сильных и слабых сторон их бизнес-деятельности, а также, в ряде случаев, общая оценка их текущей корпоративной стратегии).

В то же время, конкретные методы и инструменты господдержки, предлагаемые участвующим в таких программах HGFs, заметно отличаются друг от друга. Некоторые программы (особенно — в странах Западной Европы), прежде всего, фокусируются на оказании информационно-консультационных услуг (причем, зачастую такие услуги носят платный характер для компаний). В то же время большинство азиатских программ предусматривают предоставление широкого комплекса «связанных инструментов», включающих в себя различные формы и виды финансовой и R&D поддержки, оказание активного содействия компаниям в расширении их бизнеса (с сильным акцентом на рост экспортных продаж), налаживание тесного взаимодействия топ-менеджмента подопечных компаний с представителями госструктур и институтов развития, организацию специ-

ализированных обучающих подпрограмм, семинаров и курсов в сфере менеджмента, HR, маркетинга и т.п.

В целом ряде национальных программ более позднего периода времени заметно активнее стали использоваться разнообразные схемы индивидуализированной/адресной поддержки компаний-участниц. Так, все большей популярностью стало пользоваться предоставление каждой из фирм кураторами этих программ персональных менеджеров, обеспечивающих более эффективную коммуникацию между этими фирмами и различными сервисами поддержки (а также, зачастую, и осуществляющих «мягкий контроль» над подопечными компаниями, что, впрочем, более типично для азиатских программ), а также привлечение к работе с HGFs (как правило, на добровольной/ безвозмездной основе) индивидуальных бизнес-менторов, в роли которых, прежде всего, выступают успешно зарекомендовавшие себя в бизнесе частные предприниматели.

Тем не менее, несмотря на высокое разнообразие реализуемых в разных странах программ господдержки HGFs, можно сформулировать их общие характерные черты:

- **Селективность:** индивидуальный отбор компаний, ограниченное число участников;
- В программу отбираются **компании в целом**, а не их отдельные проекты; при отборе оцениваются, прежде всего, уже достигнутые результаты и конкурентные позиции, а не планы, намерения и обещания;
- Устанавливаются **конкретные измеримые цели** по росту величины годовой выручки или по величине экспорта компании за время ее участия в программе;
- Компаниям оказывается помощь в выработке **стратегии лидерства** с ориентацией на превращение из локального, нишевого игрока в национального или глобального «чемпиона»;
- **Консьерж-менеджмент:** персональные кураторы от оператора программы, сопровождающие компанию при обращениях за господдержкой, инвестициями, выходе на экспорт;
- Акцент на **«soft» поддержке:** консалтинговая и маркетинговая поддержка, образовательные программы, менторство от успешных предпринимателей, сетевые коммуникации между компаниями.

ПРИМЕРЫ ЗАРУБЕЖНЫХ ПРОГРАММ ГОСПОДДЕРЖКИ БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ



ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Высокую активность по господдержке компаний-«газелей» демонстрирует Великобритания. В самый разгар мирового финансового кризиса 2008 г. по заказу Национального фонда поддержки науки, технологии и искусств (NESTA) было проведено крупномасштабное исследование британских быстрорастущих ком-

паний, которое позднее получило официальное название «Ключевые 6 процентов» («The Vital 6 Per Cent»). По итогам анализа британские исследователи пришли к выводу, что очень небольшая доля национальных компаний (те самые HGFs), которые составляют всего около 6% от общей их численности в стране, ответственна за создание более чем 50% всех новых рабочих мест в период с 2005 по 2008 гг. (NESTA (2009)). Результаты этого исследования оказали очень сильное воздействие на местных политиков и, фактически, инициировали начало реализации правительством Дэвида Кэмерона целого комплекса новых государственных программ и проектов, в конечном счете прежде всего нацеленных на более активную поддержку развития британских HGFs.

В 2012 правительство объявило о запуске программы Growth Accelerator (Акселератор Роста), амбициозного проекта, специально предназначенного для оказания поддержки действующим и будущим HGFs. Эта

программа, для финансирования которой было выделено £200 млн. Министерством бизнеса, инноваций и профессиональных знаний (Department of Business, Innovation & Skills (BIS), разработана для стимулирования развития более чем 20 тысяч предприятий «с высоким потенциалом роста». Ее основная целевая группа — малые и средние предприятия менее чем с 250 сотрудниками, демонстрирующие стремление быстро расти.

В 2013 г. британское правительство также запустило специальную целевую программу FutureFifty «(Будущие 50)», которая ставит своей главной задачей активное продвижение 50 наиболее быстро растущих компаний страны. Показательно, что данная долгосрочная программа ориентирована на использование схем т.н. консъерж-менеджмента, т.е. комплексного сервисного сопровождения опекаемых компаний, в т.ч. обеспечения их прямого контакта и взаимодействия с ключевыми правительственными учреждениями и ведомствами, опекающими МСП. Для отбора компаний в программу FutureFifty была привлечена независимая панель экспертов, и участвующие в ней в настоящее время фирмы затем получили прямую поддержку со стороны различных успешных предпринимателей-менторов и профессиональных консультантов (одной из ее важных задач также является стимулирование быстрого расширения их бизнеса при помощи вывода этих компаний на фондовый рынок).

Кроме того, в 2011 г. британским правительством был создан специальный Business Growth Fund (BGF), — программа с общим бюджетом в £2.5 миллиарда, которая нацелена на стимулирование прямых инвестиций банков и других финансовых организаций страны в быстрорастущие национальные компании.

ШОТЛАНДИЯ

Также заслуживает особого внимания долгосрочная программа 'Companies of Scale' (CofS) напрямую курируемая Scottish Enterprise, главным инновационным и инвестиционным государственным агентством Шотландии. Пилотная стадия CofS была запущена еще в 2005 г. Эта программа, в 2013 г. официально отнесенная ОЭСР к числу «образцовых» ('good practice program', OECD (2013)), непосредственно нацелена на организацию тесного взаимодействия региональных властей с небольшим числом потенциальных HGFs, которые демонстрируют серьезные амбиции для того, чтобы вырасти в компании с годовым объемом продаж в £100 млн. и выше.

Наконец, одной из последних по времени крупномасштабных инициатив британского правительства в данной сфере стал официальный запуск в феврале 2015 г. премьер-министром Кэмероном очередной программы стимулирования роста HGFs, — Help to Grow initiative (Инициатива «Помощь росту»). Данная инициатива, прежде всего, призвана помочь быстрорастущим британским компаниям в получении прямой финансовой поддержки, — в виде коммерческих кредитов, которые будут ежегодно предоставляться на конкурсной основе 500 отобранным компаниям-участникам программы новым госбанком, British Business Bank (в первом пилотном году его бюджет на эти цели составил £100 млн.), а также по схемам частно-государственного софинансирования.

Согласно официальным заявлениям тогдашнего премьер-министра Великобритании, «при помощи этой и других уже действующих в том же направлении программ поддержки мы хотим создать в нашей стране новую мощную прослойку экспорториентированных инновационных компаний среднего размера по аналогии с немецким Mittelstand» (иными словами, Кэмерон прямо призвал соотечественников брать пример с немецких компаний — «скрытых чемпионов» Германа Симона). (Burn-Callander R. (2015))

ИРЛАНДИЯ

В Ирландии было запущено сразу три госпрограммы, — Scaling Programme (с 2006 г.), Leadership4Growth Programme (с 2008 г.) и Accelerated Growth Programme (с 2011 г.), которые, в большей или меньшей степени, предусматривали «мягкое» стимулирование дальнейшего развития быстрорастущих компаний различных секторов экономики (скажем, участниками Scaling Programme могли стать местные компании с годовым объемом продаж от 5 млн. евро и выше и со средними темпами прироста выручки от 20%, а в качестве «целевого ориентира» (benchmark) устанавливались, в зависимости от текущих финансовых показателей компании, планки в 20, 30 и 100 млн. евро, Kolar, J. (2014)).

ДАНИЯ

В Дании, начиная с 2008 г., достаточно успешно реализуется программа Accelebase (в форме государственно-частного партнерства, которое также подпитывается из бюджета Евросоюза). К середине 2015 года, при поддержке Accelebase была оказана поддержка более чем 250 HGIЕs Дании на общую сумму в 240 млн. евро, причем приоритетной задачей данной программы офи-

циально заявлено обеспечение ускоренного роста национальных инновационных компаний на мировом рынке.

ФИНЛЯДИЯ

В Финляндии стоит упомянуть специальную программу The Growth Firm Service, запущенную еще в 2003 г., которая ставила своей задачей проактивное выявление фирм с высоким потенциалом роста, с последующим перенаправлением этих компаний в специализированные подразделения различных государственных учреждений, оказывающих содействие развитию МСП и инновационной деятельности в стране (далее работа с этими компаниями осуществлялась в режиме «консьерж-менеджмента», Autio, E. et al. (2007)).

БЕЛЬГИЯ

В Бельгии господдержка национальных компаний-«газелей» осуществляется на уровне регионального правительства Фландрии. В рамках программы Gazelle Jump (Gzellensprong), стартовавшей в 2011 г., оказывается помощь более чем ста быстрорастущим МСП из разных секторов (характерно, что возраст 62% компаний-участниц превышает 10 лет, но, в то же время, почти половина из них работает в сфере услуг). В целом она непосредственно ориентирована на поддержку местных (фламандских) компаний-«газелей» (как уже продемонстрировавших быстрый рост ранее, так и лишь только «обладающих потенциалом/амбициями для роста»), причем жестких количественных критериев отбора изначально в ней обозначено не было.

ГОЛЛАНДИЯ

В Голландии программа Growth Accelerator (Groeiversneller) непосредственно курируется Министерством экономики (Ministry of Economic Affairs) Нидерландов, и была официально запущена в 2009 г. Эта долгосрочная программа ориентирована на поддержку местных компаний с годовым оборотом в диапазоне от 2 до 5 млн. евро (в настоящее время формальная верхняя планка поднята до 10 млн. евро). Ее заявленный целевой ориентир — вывод этих компаний на уровень продаж 20 млн. евро и выше по истечении пяти лет действия ее первой фазы.

Непосредственным оператором программы является консорциум частных/негосударственных организаций, — High Growth Stars Consortium, который был выбран государством по итогам специального тендера в 2008 г. Изначально в него вошли пять участ-

ников: PricewaterhouseCoopers (PwC, основная сфера ответственности — «финансы и организация»), De Baak Management Centre («обучение персонала»), AKD (юридическая составляющая), Philips Innovation Services (инновационный менеджмент и др.) и Port4Growth (специализированная бизнес-платформа, ориентированная на поддержку перспективных голландских компаний).

Специальный отборочный комитет осуществляет предварительный анализ компаний-кандидатов на участие в программе. В первом трехлетнем цикле программе (с 2009 г.) изъявило желание участвовать 130 местных компаний (основная их масса — технологические, причем примерно четверть отобранных участников составили ИКТ-компании).

Основная формальная идея, заявленная идеологами программы: «для быстрорастущих компаний лучшими консультантами/советниками являются их коллеги-предприниматели, уже продемонстрировавшие на практике эффективность своего бизнеса, т.е. сами ставшие быстрорастущими компаниями». Другой важнейшей ее составляющей является многоуровневая консультационная поддержка и специальные обучающие модули, предоставляемые различными специалистами из компаний-участников консорциума High Growth Stars и прочих внешних экспертов.

ПОЛЬША

В Польше на протяжении полутора лет — с июня 2014 по декабрь 2015 г. — по заказу министерства экономического развития Польши специалистами Всемирного Банка (World Bank, ВБ) осуществлялся пилотный проект по «проактивному» выявлению в четырех ключевых регионах (воеводствах) страны инновационно-активных компаний, обладающих значительным потенциалом роста (эти компании были также официально названы авторами проекта «чемпионами») и созданию для этих перспективных компаний новых эффективных механизмов государственной поддержки. В полную базу данных первоначально вошло чуть более 500 национальных компаний (в подавляющем большинстве — МСП). Со всеми ними были проведены углубленные face-to-face интервью.

В результате проведенного анализа компаний-кандидатов исследователями было выявлено, что порядка 40% исходной выборки составляют т.н. фирмы-чемпионы. Так организаторы проекта называли фирмы, уже демонстрирующие высокую экономическую эффективность (выше среднего уровня по сравнению с основными национальными и региональными ры-

ночными конкурентами), обладающие собственными инновационными наработками и рассматривающие инновации в качестве одного из главных источников роста своей конкурентоспособности.

На следующем этапе реализации данного проекта во всех четырех пилотных регионах были созданы «умные лаборатории» (Smart Labs, всего — 20), внутри которых на протяжении полугода проводились регулярные фокус-группы с участием компаний-«чемпионов». В результате польскими госорганами были разработаны «инновационные карты» по десяти изначально отобранным кластерам «умной специализации», которые были использованы для определения дальнейших ключевых приоритетов бюджетного финансирования инновационных проектов.

Одним из направлений развития проекта стала новая платформа для активизации дальнейшего взаимодействия и обмена опытом между компаниями-участниками, — «клуб чемпионов» («Champions Club»). Клуб — это неформальная рабочая площадка, объединяющая топ-менеджеров, одним из составных элементов которой являлись стратегические тренинг-сессии. В качестве «менторов» при этом, как правило, приглашались успешные предприниматели из других польских компаний, не участвовавших в самом проекте.



ЮЖНАЯ КОРЕЯ

Наибольшую активность по поддержке быстрорастущих компаний развивает Южная Корея. По состоянию на начало 2014 г. в стране параллельным ходом осуществлялось целых семь таких программ и проектов, формально объединяемых под общим названием «Global SMEs» («глобальные МСП»). Все эти программы были нацелены на искусственное выращивание «глобальных скрытых чемпионов» из наиболее перспективных корейских компаний, по большей части,

среднего технологического звена. Все они были очень похожи, и сильно перекрывались друг с другом как с точки зрения формально заявленных целей и задач, так и по целевой/адресной направленности. Эту проблему «массового дублирования», была осознана правительством страны и в 2015 г. было произведено официальное объединение в одну генеральную программу двух «больших групп проектов», курируемых, соответственно, министерством торговли, промышленности и энергетики Кореи (MOTIE) и Администрацией малого и среднего бизнеса (SMBA, т.е. первых шести из приведенного выше списка). Этот единый проект двух госведомств получил промежуточное название World Class 300 & Global Businesses Nurturing Project.

В настоящее время наиболее активно развивающейся долгосрочной программой следует признать World Class 300. Его конечной целью является создание в стране мощного слоя из 300 компаний мирового уровня. Всем участникам данного проекта обещана активная и разнообразная поддержка со стороны государства в течение очень длительного срока (официально говорится о десятилетнем периоде, который отсчитывается для каждой из компаний индивидуально, начиная с момента официального подтверждения их попадания в элитный список). Общий «пакет индивидуализированных услуг» для отобранных компаний по программе World Class 300 в настоящее время включает в себя 27 различных инструментов и механизмов («мер»). Средний годовой оборот уже отобранных в программу компаний составляет около 160 млн. долл., а средний объем экспорта — порядка 98 млн. долл. Средняя доля экспортной составляющей в общем объеме их выручки составила 58,4%. Кроме того, очень высокой является и средняя доля затрат этих компаний на R&D по отношению к общему объему продаж — 7%.

Вторая программа Next Global Champ («Будущий глобальный чемпион») имеет более ярко выраженную экспортную ориентацию. Главная цель проекта — вывод подопечных компаний на уровень годовых экспортных продаж не менее 100 млн. долл., а также их превращение в «специализированные глобальные компании-лидеры на мировом рынке» в своих отраслевых нишах. За первые три года действия этой программы в общей сложности было отобрано 92 компании: в 2013 г. — 43, в 2014 г. — 22, в 2015 г. — 27. Их средние данные по годовой выручке и экспорту в целом несколько скромнее, чем у компаний-участниц главного проекта World Class 300: соответственно, на конец 2014 г. они составляли 116,8 млн. долл. и 44,7 млн. долл.

Отдельного упоминания также заслуживает долгосрочная программа Korean Hidden Champion Initiative, анонсированная государственным банком Korea Eximbank (Экспортно-импортным банком) еще в октябре 2009 г. В данной программе речь идет уже о поддержке достаточно крупных экспортоориентированных компаний, составляющих верхний сегмент «среднего бизнеса». Программа Korean Hidden Champions ориентирована на «глобально конкурентоспособные компании верхнего слоя среднего бизнеса, ежегодно экспортирующие продукцию на сумму свыше 300 млн. долл. и входящие в первую пятерку мировых производителей в своем рыночном сегменте». В дополнение к финансовой поддержке, компании программы Hidden Champions получают широкий комплекс нефинансовых услуг (в общей сложности — около 1300 различных видов и форм), оказывающихся по четырем основным направлениям: финансовые рекомендации и стратегический консалтинг, помощь в наборе и обучении персонала, поддержка во вхождении на новые зарубежные рынки и последующем расширении экспортных продаж, и общие консультации в сфере анализа целевых рынков сбыта.

МАЛАЙЗИЯ

Масштабная программа господдержки быстрорастущих компаний среднего размера, начиная с 2014 г., была запущена в Малайзии. Официальное ее название — Mid-Tier Companies Development Programme (MTCDP), т.е. буквально «Программа развития компаний среднего уровня». Генеральный куратор этой программы — министерство внешней торговли и промышленности Малайзии (Ministry of International Trade and Industry), а непосредственный оператор и контролер — госкорпорация Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE). Генеральная задача программы — создание в стране к началу следующего десятилетия «480 быстрорастущих национальных компаний, 60 «региональных чемпионов», 21000 новых рабочих мест с высоким уровнем зарплаты, а также прирост экспорта в общей сложности на 15 млрд. ринггитов (т.е. примерно на 3,5–4 млрд. долл.)».

Общая схема этой малазийской программы в целом имеет заметное сходство с корейским подходом, т.е. также предусмотрен ежегодный отбор перспективных национальных компаний, уже имеющих четко выраженную экспортную ориентацию. В самом общем виде, MTCDP ориентирована

а) на промышленные компании с годовым объемом продаж в диапазоне 12,5–125 млн. долл.;

б) на сервисные компании с годовыми продажами 5–125 млн. долл.

Ежегодно планируется осуществлять отбор порядка 50 новых компаний. В текущих планах предусмотрено проведение восьми циклов отбора компаний, которые должны осуществляться ежегодно вплоть до 2021 г.

Компании-кандидаты на включение в данную программу должны продемонстрировать позитивную динамику своих финансово-экономических показателей в течение, как минимум, трех из последних пяти лет, а также показать среднегодовые темпы роста (CAGR) не менее 5% в течение последних пяти лет работы. Подающие заявки компании должны работать в «ключевых отраслях национальной экономики» или в высокоприоритетных секторах, должны осуществлять продажи своей продукции на экспорт и не должны быть дочерними подразделениями крупных компаний. В качестве же основного качественного критерия допуска к участию в программе обозначено «наличие инновационного потенциала и стремление активно расширять свой бизнес».

Отобранным компаниям предусматривается 9-месячная программа ускоренной поддержки. В рамках этой программы предоставляется достаточно стандартный перечень различных общих и индивидуализированных бизнес-инструментов и схем поддержки: консультации экспертов и предоставление индивидуальных советников (в т.ч. иностранных специалистов), стимулирование создания специальных бизнес-сетей (налаживание контактов с потенциальными бизнес-партнерами, заказчиками и поставщиками и т.п.), поддержка в выходе на внешние рынки со стороны госкорпорации MATRADE, помощь в получении/доступе к новым технологиям и содействие в установлении контактов с потенциальными поставщиками этих технологий и, наконец, предоставление доступа к различным источникам финансирования как со стороны местных финансовых институтов, так и зарубежных.

ТАЙВАНЬ

В значительно меньших масштабах, но по достаточно схожей траектории движется в последние несколько лет и политическое руководство Тайваня. По сути, тайваньские власти делают особый акцент на необходимости ускоренной имплементации в новую промышленную политику все тех же ключевых элементов, — государственных программ и схем искусственного выращивания динамичных экспортно-ориентированных компаний-«скрытых чемпионов»,

которые должны стать, по их замыслам, главным локомотивом национальной экономики в XXI веке. Так, в 2012 г. под прямым патронажем министерства экономики Тайваня (МОЕА) была запущена первая трехлетняя стадия практической реализации новой госпрограммы, получившей в англо-немецком гибридном написании название Mittelstand Award (в 2015 г. срок действия этой программы был официально продлен до 2023 г.).

КАЗАХСТАН

В начале 2015 г. в Казахстане был дан старт реализации новой государственной программы поддержки национальных HGFs, которая получила название «Лидеры конкурентоспособности — Национальные чемпионы». Программа была разработана в рамках реализации инициативы Президента Нурсултана Назарбаева и стала 62-м шагом «Плана нации» по вхождению Казахстана в тридцатку развитых государств мира.

Основным оператором этой программы выступает национальный управляющий холдинг «Байтерек». Программа осуществляется по стандартной трехступенчатой схеме: отбор компаний, их первичная бизнес-диагностика, и дальнейшая целевая поддержка на базе анализа их проблемных зон и ключевых потребностей, выявленных на этапе диагностики. Как следует из официального описания, представленного на интернет-сайте компании-оператора проекта, «для участников Программы будет доступна финансовая поддержка, предполагающая использование инструментов АО «НУХ «Байтерек», в частности проектное финансирование (посредством кредитования через АО «БРК» и другие дочерние отделения холдинга «Байтерек»), межбанковское кредитование (посредством кредитования через банки второго уровня), финансирование лизинговых сделок, субсидирование процентных ставок, гарантирование кредитов, экспортное страхование, гранты на инновации». Кроме того, отобранные компании смогут получить консалтинговое сопровождение от независимого консультанта, привлекаемого для оказания консультационной поддержки участникам программы

На предварительной стадии приема заявок от компаний для участия в первом этапе программы были обозначены следующие первичные критерии отбора:

1. было решено ограничиться лишь тремя отраслями: рассматривались компании, работающие в пищевой промышленности, машиностроении и в секторе производства строительных материалов;

2. годовой объем продаж компаний должен был находиться в диапазоне от 2 до 30 млрд. тенге (т.е. в пересчете — 10–150 млн. долл.);
3. предпочтение отдавалось компаниям, демонстрирующим положительную динамику роста на уровне 10% в течение последних 3–4 лет.

По результатам проведенного конкурсного отбора из 300 поданных заявок были первоначально одобрены 32, но затем их общее число сократилось до 28.

СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА



КАНАДА

Весьма своеобразной оказалась траектория развития программы поддержки HGFs в Канаде, а точнее в ее провинции Квебек. Первая информация о новой программе поддержки HGFs Квебека появилась в январе 2014 г.: правительство Полин Маруа (лидера Квебекской партии, Le Parti québécois (PQ)) объявило о том, что планирует отобрать 300 местных компаний-газелей, которые обладают реальным потенциалом стать лидерами на мировой арене. Первый этап отбора должен был быть завершен уже к середине апреля 2014 г., а всего в течение первого года предполагалось отобрать 100 газелей, которые должны были получить статус полноправных участников программы, а также определить еще 200 компаний-кандидатов на возможное последующее включение в нее.

Было заявлено о том, что отобранные в проект компании получают в дальнейшем от государства персонализированную поддержку (буквально VIP-услуги), прежде всего, — в сфере управления, в частности, к каждой из них планировалось прикрепить отдельного представителя госструктур (от министерства финансов и/или министерства экономики Квебека), осуществляющего регулярное взаимодействие с топ-менеджментом, а также индивидуального бизнес-ментора. К проекту

планировалось активно подключить различные региональные подразделения Инвестиционного Фонда Квебека (Investissement Québec), которые должны были предложить отобранным компаниям различные схемы госфинансирования и оказывать им содействие в дальнейшем продвижении их продуктов на внешние рынки. Двумя другими госструктурами, которые также рассчитывали непосредственно задействовать в проекте, назывались Export Québec и специализированная сеть центров развития предпринимательства (CLD).

Однако все эти амбициозные планы в заявленные сроки реализованы не были по причине того, что в апреле 2014 г. в Квебеке прошли очередные региональные выборы и Квебекская партия их проиграла, — к власти пришли либералы (Parti libéral du Québec/Quebec Liberal Party (PLQ/QLP)). Новое правительство Филиппа Куйара (Philippe Couillard) первоначально планировало полностью свернуть «программу 300 газелей», анонсированную ранее Партией Квебека. Но уже к середине 2014 г. премьер-министр Куйар под давлением местного бизнес-сообщества, возлагавшего большие надежды на новую программу и открыто высказывавшего недовольство из-за нежелания либералов ее запускать, был вынужден изменить эти планы. После проведенной «переоценки и анализа», правительство Куйара в феврале 2015 г. представило свою альтернативную версию этой госпрограммы: было принято официальное решение о ее скором запуске, но уже под новым названием — PerforME.

На начало осени 2016 г. участниками PerforME являлись в общей сложности 93 местные компании. Согласно официальным оценкам квебекских госчиновников, суммарные инвестиции в эти новые проекты

составят более 330 млн. долларов (с учетом собственных средств компаний и привлеченных кредитов) и будут способствовать созданию порядка двух тысяч новых рабочих мест в регионе.

Вторая, параллельная программа поддержки быстрорастущих технологических компаний Квебека, Adrenalys, была инициирована как частная инициатива после объявления правительством Куйара о сворачивании программы «300 газелей». Обозначена общая сумма в 150 млн. долл. Выделяемая для поддержки отобранных компаний, из которых 100 млн. приходится на долю Banque Nationale du Canada (шестого по величине коммерческого банка Канады со штаб-квартирой в Монреале), а оставшиеся 50 млн. должен предоставить «Фонд солидарности трудящихся Квебека» (Fonds de solidarité FTQ). Помимо двух этих финансово-инвестиционных организаций, в состав участников консорциума Adrenalys также входят 4 крупных консалтинговых компаний, которые и стали инициаторами проекта.

Изначально кураторами программы было заявлено, что в нее будут отобраны 25 компаний, чуть позднее упоминалась цифра 30. Все отобранные компании предполагается поддерживать в течение двух лет (с возможностью дальнейшей пролонгации). Организаторами этой программы особенно акцентировалось внимание на том, что, помимо собственно финансовой поддержки от двух основных инвестиционных институтов, всем отобранным компаниям будет также оказана масштабная экспертная поддержка в режиме «pro bono», т.е. предоставлен пакет бесплатных консультационных услуг. Объявлено, что общая сумма этих pro bono-услуг составит порядка 3,5 млн. долл.

РОССИЙСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ ПО ПОДДЕРЖКЕ БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ

До последнего времени системной работы по поддержке государством средних HGFs в России не велось. Из предпринятых в этом направлении попыток можно отметить такие проекты, как рейтинг «ТехУспех» и проект «Национальные чемпионы».

РЕЙТИНГ «ТЕХУСПЕХ»



Национальный рейтинг высокотехнологичных быстроразвивающихся компаний «ТехУспех» был впервые организован Российской венчурной компанией в партнерстве с Ассоциацией инновационных регионов России (АИРР) в 2012 году при поддержке Роснано и Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. В 2013 году к формированию рейтинга в качестве Партнера проекта присоединилась компания PwC. В 2014 году еще одним Партнером рейтинга стал МСП Банк. В 2015 в число партнеров вошел Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики.

За шесть лет своего существования рейтинг зарекомендовал себя как эффективный инструмент поиска, мониторинга и продвижения перспективных быстрорастущих средних технологических компаний, которые обладают высоким потенциалом лидерства как на российском, так и на глобальном рынке. Потенциальные лидеры должны в перспективе сыграть ключевую роль в развитии и модернизации российских технологических отраслей.

Текущая методология проведения рейтинга разработана PwC в 2013 году и затем ежегодно модифицировалась. При разработке методологии использован опыт PwC в проведении подобных исследований, а также анализ авторитетных международных исследований и рейтингов инновационных компаний. В 2016 году «ТехУспех» был выбран базой для приоритетного проекта Минэкономразвития «Нацчемпионы».

Сейчас критерии отбора компаний в рейтинг выглядят так:

1. Средний бизнес — величина выручки: от 100 млн. до 30 млрд. руб.

2. Быстроразвивающийся бизнес — среднегодовой темп роста выручки: не менее 15–20% за последние пять лет.
3. Технологический бизнес — за последние три года доля затрат на НИОКР — не менее 5%, на технологические инновации — не менее 10%, доля новой или существенно улучшенной продукции — не менее 20–30% от общей выручки.

В настоящее время в базе «ТехУспеха» — 270 компаний.

ПРОЕКТ «НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЧЕМПИОНЫ»



7 июля 2016 г. с приказом министра экономического развития в России стартовал приоритетный проект Минэкономразвития по «поддержке частных высокотехнологических компаний-лидеров» (сокращенное название «Национальные чемпионы»). Базой для него выбран рейтинг «ТехУспех», составляемый на протяжении последних четырех лет. К концу 2016 г. было отобрано 30 компаний из рейтинга для проекта министерства. До конца 2017 г. отобрано еще 32 компании.

По своим ключевым параметрам (средним ежегодным темпам прироста выручки, диапазону среднегодовых объемов продаж, доле средних затрат на НИОКР и др.) компании, входящие в этот рейтинг, в целом соответствуют типичным критериям, используемым для выявления быстрорастущих инновационных фирм в зарубежных исследованиях и программах.

Итогом реализации проекта должно стать достижение следующих целевых показателей к концу 2020 года:

- рост в четыре раза объема высокотехнологичного экспорта не менее 15 компаний-участников проекта;
- выход не менее 2 компаний проекта на объемы продаж не менее 1 млрд. долларов в год;

- выход не менее 10 компаний проекта на объемы продаж не менее 500 млн. долларов в год.

Проект предусматривает индивидуальное сопровождение развития компаний-участников, включая:

- информационную поддержку по актуальным конкурсам на получение мер государственной поддержки;
- привлечение к анализу проектов нормативных правовых актов, затрагивающих деятельность компаний;
- организацию совместных очных сессий с компаниями с государственным участием, реализующим программы инновационного развития, по вопросам сотрудничества со средним высокотехнологическим бизнесом;
- организацию обучающих семинаров и совещаний с иными федеральными органами исполнительной власти и институтами развития по вопросам участия в программах государственной поддержки;
- привлечение к проводимым при участии Минэкономразвития России мероприятиям по развитию международного сотрудничества, а также зарубежным бизнес-миссиям;
- бесплатную методологическую и экспертно-консультационную поддержку при разработке или актуализации долгосрочных стратегических дорожных карт развития компании;
- содействие в устранении или снижении имеющихся административных барьеров;
- содействие в реализации проектов и бизнес-инициатив компаний с привлечением органов власти и институтов развития, а также торговых представительств Российской Федерации за рубежом при реализации внешнеэкономических проектов;
- привлечение к реализации государственных программ и инициатив;
- популяризация компаний в рамках ведущих инновационных и технологических форумов и иных мероприятий.

Несмотря на позитивные, в целом, отзывы компаний, участвующих в реализации проекта, для его дальнейшего развития представляется необходимым решить следующие перспективные задачи:

1. разворачивание программы поддержки HGFs **на правительственном уровне**, обеспечение межведомственной коммуникации и признания

статуса компаний, отобранных в проект, в работе соответствующих ведомств и институтов развития;

2. формирование **специальных инструментов**, ориентированных на HGFs, в работе институтов развития. Например, специальные субсидии на развитие деятельности компаний без привязки к реализации конкретных проектов или другим условиям;
3. выделение целевого финансирования на организацию **soft поддержки** компаний: консалтинг, продвижение, переподготовка кадров, нетворкинг.

ПРОЕКТ МОСКОВСКОЙ БИРЖИ «ОТБОР ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ ДЛЯ ВЫХОДА НА РЫНОК ИННОВАЦИЙ И ИНВЕСТИЦИЙ»



МОСКОВСКАЯ БИРЖА

Проект осуществляется ПАО «Московская Биржа» совместно с Минэкономразвития России, Российским фондом прямых инвестиций, Внешэкономбанком, ООО «ВЭБ-Инновации и рядом инвестиционных компаний.

Целью Проекта является отбор компаний — потенциальных эмитентов акций и облигаций Сектора РИИ Московской Биржи, разработка и реализация мер поддержки компаний, планирующих выход на публичный рынок.

Среди мер такой поддержки:

1. Консультативная поддержка в части подготовки к эмиссии ценных бумаг, включая:

- помощь в подборе консультантов и инвестиционных банков;
- участие в обучающих мероприятиях Московской Биржи для менеджмента компаний;
- содействие в формировании и реализации корпоративной стратегии быстрого роста, расширении географии рынков сбыта и увеличения масштабов компании;

2. проведение целевых мероприятий для аналитиков и инвесторов:

- в рамках роад-шоу под эгидой Московской Биржи, а также мероприятий для международных инвесторов с привлечением, при необходимости, торговых представительств России за рубежом;
- освещение деятельности участников проекта

в аналитических отчетах для инвесторов, проводимых по заказу Московской Биржи международными вендорами;

3. Иная поддержка от партнёров проекта:

- льготные тарифы рейтинговых агентств;
- возможности использования акций, эмитированных компаниями, участвующих в проекте, в качестве залогового обеспечения для займов Фонда развития промышленности;
- доступ к Pre-IPO финансированию со стороны фондов, нацеленных на инвестиции в компании, готовящиеся к выходу в Сектор РИИ (совместно с институтами развития);
- доступ к пулу «якорных» инвесторов, осуществляющих инвестиции в компании Сектора РИИ.

4. Информационная поддержка:

- содействие представлению участников проекта на площадках ведущих инвестиционных форумов, включая Петербургский международный экономический форум, Красноярский экономический форум, Международный инвестиционный форум в г. Сочи, Форум Московской Биржи, Московский международный форум «Открытые инновации» и др;
- содействие освещению деятельности участников проекта в отечественных и зарубежных СМИ, поддержка организации Investor Relations.

5. Консьерж-сервис во взаимодействии с органами государственной власти и институтами развития:

- информационно-консультационная поддержка по мерам государственной поддержки, организационное содействие в их получении;
- содействие в организации взаимодействия с компаниями с государственным участием, организациями бюджетного сектора;
- поддержка экспортной деятельности, в т.ч. при содействии торговых представительств Российской Федерации за рубежом, деятельности двусторонних межправкомиссий и деловых советов

Отбор компаний шел по следующим направлениям:

- Участники приоритетного проекта Минэкономразвития России «Поддержка частных высокотехнологичных компаний — лидеров» (Национальные чемпионы) и рейтинга «ТехУспех» по итогам отбора 2016 и 2017 годов.

- Компании ИТ-сектора, представленные в рейтингах CNews и Рейтинг российских IT-компаний, составленный РБК+.
- Иные потенциальные кандидаты для участия в конкурсе.

Для участия в проекте компании должны удовлетворять следующим критериям:

1. Выручка по основной деятельности компании по итогам 2017 г. составляет не менее 2 млрд. рублей для компаний, соответствующих критериям, установленным в п. 4.1., и не менее 6 млрд. рублей для иных компаний.
2. Критерии, отражающие инновационный (высокотехнологичный) характер деятельности компании:
 - 2.1. Для компаний ИТ-сектора, представленных в рейтингах CNews и Рейтинге российских IT-компаний, составленный РБК+, — соответствие перечисленным критериям:
 - объем софтверно-сервисного бизнеса компании составляет не менее 6 млрд. рублей;
 - доля дистрибуции и поставок в структуре деятельности компании составляет не более 40% выручки.
 - 2.2. Для компаний-участников проекта «Национальные чемпионы» и рейтинга «ТехУспех», а также иных потенциальных кандидатов для участия в конкурсе, — соответствие хотя бы одному из нижеперечисленных критериев:
 - осуществление производства продукции, оказание услуг, производство и (или) применение технологии, входящей в перечень приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации либо в перечень критических технологий Российской Федерации, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 7 июля 2011 г. № 899 «Об утверждении приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и перечня критических технологий Российской Федерации»;
 - осуществление инвестиций в инновационные и высокотехнологичные компании и проекты наноиндустрии;
 - эмитент (эмитент представляемых ценных бумаг) получил финансирование со стороны одной из следующих специализированных организаций/участвует в проектах: АО «РОСНАНО»,

АО «РВК» (фондов, сформированных АО «РВК»), Фонда «ВЭБ-Инновации», Фонда «Сколково», Фонда развития промышленности);

- эмитент (эмитент представляемых ценных бумаг) осуществляет хозяйственную деятельность с применением инновационных технологий.

3. Допущенные к отбору компании дополнительно ранжируются по следующим критериям:

- объем выручки за последний год;
- соответствие отдельным требованиям, указанным в п. 2.2.;
- доля экспорта в выручке;
- доля средних за последние три года затрат на НИОКР в выручке;
- прогнозные темпы роста выручки, в том числе экспорта, на ближайшие 5 лет;
- наличие стратегических планов развития;
- критерии готовности к IPO, включая информационную открытость, уровень корпоративного управления и др;
- критерии, установленные в пунктах 1. и 2.

Отбор компаний для участия в проекте проводился в 2 этапа:

1 этап: январь – февраль 2018 г. Совместная рассылка НИУ ВШЭ и заказчиком программы приглашений компаниям — потенциальным участникам проекта и размещения объявления на сайте в сети Интернет.

2 этап: февраль – март 2018 г. Прием заявок от компаний — потенциальных участников проекта.

Информация, представленная в анкетах, была систематизирована в формате сводных таблиц. Также по каждой компании были подготовлены краткие информационные справки как основа для дальнейшего обсуждения на экспертном совете Проекта.

По итогам отбора в обзор включены 10 компаний с наибольшим раскрытием информации

ВЫВОДЫ

В мире растет число программ поддержки быстрорастущих инновационных компаний среднего размера. Они довольно разнообразны и отражают специфику национальных, или даже региональных экономик и отражают черты свойственных им управленческих структур. Тем не менее, можно сформулировать их общие характерные черты:

- **Селективность:** индивидуальный отбор компаний, ограниченное число участников;
- В программу отбираются **компании в целом**, а не их отдельные проекты; при отборе оцениваются, прежде всего, уже достигнутые результаты и конкурентные позиции, а не планы, намерения и обещания;
- Устанавливаются **конкретные измеримые цели** по росту величины годовой выручки или по величине экспорта компании за время ее участия в программе;
- Компаниям оказывается помощь в выработке **стратегии лидерства** с ориентацией на превращение из локального, нишевого игрока в национального или глобального «чемпиона»;
- **Консьерж-менеджмент:** персональные кураторы от оператора программы, сопровождающие компанию при обращениях за господдержкой, инвестициями, выходе на экспорт;
- Акцент на **«soft» поддержке:** консалтинговая и маркетинговая поддержка, образовательные программы, менторство от успешных предпринимателей, сетевые коммуникации между компаниями.

Судя по заявленным целевым ориентирам различных программ в течение ближайших нескольких лет при их помощи должно появиться заметное количество динамичных инновационных и экспортноориентированных фирм, стремящихся или уже достигших лидерства

в своих нишах на глобальных рынках. Важно, что пусть и с некоторым запозданием, подобная программа была запущена и в России — приоритетный проект Минэкономразвития «Национальные чемпионы».

Несмотря на позитивные, в целом, отзывы компаний, участвующих в реализации проекта, для его дальнейшего развития представляется необходимым решить следующие перспективные задачи (Симачев, Ю.В. (2018)):

- разворачивание программы поддержки HGFs **на правительственном уровне**, обеспечение межведомственной коммуникации и признания статуса компаний, отобранных в проект, в работе соответствующих ведомств и институтов развития;
- формирование **специальных инструментов**, ориентированных на HGFs, в работе институтов развития. Например, специальные субсидии на развитие деятельности компаний без привязки к реализации конкретных проектов или другим условиям;
- выделение целевого финансирования на организацию **soft поддержки** компаний: консалтинг, продвижение, переподготовка кадров, нетворкинг.

Еще двумя важными направлениями развития проекта поддержки технологических БРК в России могут стать:

- А.** Вовлечение в проект регионов, создание слоя «кандидатов» в национальные чемпионы на региональном уровне и запуск программ их поддержки со стороны местных властей
- Б.** Стимулирование выхода наиболее крупных и перспективных HGFs на фондовый рынок с помощью усиления пред-IPO трека Московской биржи и партнеров и усиления экспертной и консалтинговой поддержки решивших участвовать в этом треке компаний.



Компания
**АО «ЭР-ТЕЛЕКОМ
ХОЛДИНГ»**

| | |
|--------------------|--|
| Год основания | 2001 |
| Регион | Пермь |
| Сфера деятельности | Предоставление телекоммуникационных услуг (широкополосный доступ в интернет, платное телевидение, фиксированная телефония) для физических и юридических лиц. |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|
| 20 054 | 22 169 | 28 208 | 33 700 |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 19% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | 19% |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | 0% |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | 0,5% |

О компании:

АО «ЭР-Телеком Холдинг» — национальный оператор информационно-коммуникационных услуг в России, созданный в 2001 году. Холдинг владеет брендами Дом.ru, Дом.ru Interzet, Дом.ru Бизнес, WestCall и Энфорта.

Компания предоставляет услуги Quadro Play: широкополосный доступ в интернет (ШПД), цифровое и аналоговое ТВ, а также телефонную и мобильную связь. Для корпоративных клиентов доступны также такие сервисы, как облачная АТС, организация Wi-Fi Hot Spot, аренда каналов связи и облачное видеонаблюдение. Компания развивает направление Интернета вещей, как одно из ключевых направлений стратегии роста.

ЭР-Телеком работает в 566 населённых пунктах России на базе собственных телекоммуникационных сетей, построенных с нуля и по единым стандартам по технологии «оптика до дома» и радиодоступа. По количеству обслуживаемых клиентов занимает 2-е место среди крупнейших интернет-провайдеров России и 2-е место — среди операторов кабельного ТВ.

Лауреат многих национальных премий, включая «Премия Рунета» (2014 г.), премию «Большая цифра» (2016 г.). По данным рейтинга РБК «Крупнейшие компании России» (2015 г.) компания показала самый высокий темп роста прибыли среди российских операторов связи.

softline® Акционерное общество
«СОФТЛАЙН ТРЕЙД»
 входит в группу компаний **Softline**

| | |
|--------------------|------------|
| Год основания | 1993 год |
| Регион | Москва |
| Сфера деятельности | ИТ-сервисы |

Выручка за предыдущий отчетный год: 58 000 (млн. руб.)

| Показатели динамики развития | Значение |
|---|----------|
| Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 30% |

О компании:

ГО компании: АО «СофтЛайн Трейд» создано в 1993 в России. С момента основания юридическое лицо входит в международную группу компаний Softline. В 2002 году АО «СофтЛайн Трейд» стал одной из первых компаний в России, включенных Microsoft в число партнеров (Licensing Solution Provider), и с тех пор подтверждает этот статус ежегодно в течение 15 лет, благодаря соответствию высоким требованиям производителя к уровню профессионализма и компетенций сотрудников, возможностям по предоставлению уникальных сервисов и технической поддержки заказчиков. В 2010 году в структуре АО «СофтЛайн Трейд» сформировано управление сервисов, которое объединило разрозненные направления по технической поддержке, консалтингу, ИБ, виртуализации, САПР и др. Новая структура сервисного бизнеса показывает свою эффективность, и услуги становятся важнейшей точкой роста компании. Также значительный рост показывают направления облачных решений, аппаратного обеспечения и информационной безопасности.

К 2014 году портфель решений АО «СофтЛайн Трейд» пополнился услугами, связанными с созданием публичных, частных и гибридных облаков на базе дата-центров в семи регионах, а также платформ ведущих вендоров. Выполняются крупные сервисные проекты в Газпроме, Транснефти, Русагро, десятках других корпоративных заказчиков из различных секторов экономики.

Softline помогает осуществить цифровую трансформацию бизнеса своим клиентам по всему миру и является для них доверенным партнёром и надёжным поставщиком передовых информационных технологий и средств кибербезопасности.

Softline ведет бизнес в Восточной Европе и Центральной Азии, Латинской Америке и в Юго-Восточной Азии — всего в более чем 50-ти странах. Партнерские отношения в рамках альянсов с глобальными ИТ-поставщиками позволяют Softline использовать лучшие практики и наращивать опыт для реализации комплексных проектов на пяти континентах. В 2017 финансовом году выручка группы компаний Softline составила \$1,19 млрд.



СКБ Контур

Компания

ЗАО «ПФ «СКБ КОНТУР»

| | |
|--------------------|---------------------------|
| Год основания | 1998 |
| Регион | Свердловская область |
| Сфера деятельности | Информационные технологии |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|-------|--------|
| 5 500 | 6 970 | 8 611 | 10 935 |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 26% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | н.д. |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | 0% |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | н.д. |

О компании:

СКБ Контур разрабатывает программы для руководителей и бухгалтеров, которые помогают бизнесу упростить взаимодействие с государством и контрагентами, сделать прозрачными внутренние процессы и отказаться от лишней бумаги. Еще СКБ Контур оказывает услуги крупнейшего в России коммерческого удостоверяющего центра. Общее количество сертификатов электронной подписи, выданных УЦ СКБ Контур, превышает 4млн. Продуктовая линейка компании включает программы электронного документооборота и электронной отчетности, онлайн-сервисы для предпринимателей и бухгалтеров, а также сервисы для обеспечения информационной безопасности.



Компания **ГК «АПЛАНА»** ВХОДИТ В ХОЛДИНГ **АйТи**

| | |
|--------------------|---|
| Год основания | холдинг АйТи – с 1990 года, Аплана как группа сформирована в 2013 г. |
| Регион | Москва |
| Сфера деятельности | Информационные технологии |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|-------|-------|
| 2 962 | 3 348 | 4 475 | 5 203 |

Выручка компании от экспорта за последние 3 года, (млн. руб.)

| 2015 | 2016 | 2017 |
|------|------|------|
| 180 | 189 | 220 |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 21% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | 16% |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | 4% |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | 49% |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | 11% |

О компании:

Группа компаний Аплана (входит в холдинг АйТи) — лидер отечественного рынка ИТ-решений для цифровой трансформации бизнеса крупных корпоративных заказчиков за счет эффективной организации и комплексной автоматизации бизнес-процессов, создания систем управления информацией и знаниями, а также внедрения современных технологий совместной работы и взаимодействия с потребителями. ГК Аплана объединяет бизнес-экспертизу в области цифрового бизнеса, имеет продукты для управления бизнес-процессами и электронными документами, а также сервисы для разработки, тестирования и интеграции цифровых решений.

В состав группы входят компании:

- Аплана Консалтинг. Консалтингово-внедренческая компания, предоставляющая услуги в области разработки стратегии и ИТ-стратегии организации, управления бизнес-процессами (BPM), постановки процессного управления (<http://bpm.blogic20.ru/>)

- Преферентум (www.preferentum.ru) Спин-офф, созданный в 2015 г., специализирующийся в аналитике неструктурированных данных и создании интеллектуальных поисковых решений
- Аплана софтвер (www.aplana.ru) — лидер российского рынка в сфере контроля и обеспечения качества ПО, ИТ-консалтинга, сопровождения и развития корпоративного ПО на всех этапах жизненного цикла.
- Аплана Центр разработки (www.aplanadc.ru) — комплексные решения по заказной разработке, построению и модернизации корпоративных информационных систем.
- Аплана Международные проекты (www.aplana.com) — центр предоставления услуг в области заказной разработки и тестирования ПО для зарубежных заказчиков группы
- Академия АйТи (academy.it.ru) — услуги по разработке программ и курсов профессиональной переподготовки, а также обучение в области ИТ и менеджмента
- Логика бизнеса (esm.blogic20.ru) — разработка и внедрение ESM-решений собственной разработки.



Компания
АО «Т-ПЛАТФОРМЫ»

| | |
|--------------------|---|
| Год основания | 2002 |
| Регион | Москва |
| Сфера деятельности | Производство электронных вычислительных машин и прочего оборудования для обработки информации; производство электромонтажных работ; разработка программного обеспечения и консультирование в этой области; прочая деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий; научные и исследования и разработки в области естественных и технических наук. |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|------|-------|
| 1 524 | 3 047 | 977 | 3 000 |

Выручка компании от экспорта за последние 3 года, (млн. руб.)

| 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|------|------|
| 1 170 | н.д. | н.д. |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 25% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | н.д. |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | н.д. |

О компании:

Компания разрабатывает оригинальное суперкомпьютерное оборудование, являющееся основой наиболее мощных вычислительных комплексов в России и экспортирующееся в Европу, США и ЮВА. В 2015 г. компания построила один из наиболее мощных суперкомпьютеров Европы в немецком научно-исследовательском центре Юлих, занявший 50-е место в рейтинге самых мощных компьютеров мира. Все схемотехнические и механические решения в составе вычислительного оборудования «Т-Платформы» являются отечественными разработками. Добившись международного лидерства на рынке суперкомпьютеров, Группа «Т-Платформы» предприняла разработку отечественной электронно-компонентной базы и, начиная с 2015 г., выводит на рынок широкий спектр вычислительных устройств на базе собственных микропроцессоров семейства «Байкал».



Компания
АО «МОНОКРИСТАЛЛ»

| | |
|--------------------|---------------------|
| Год основания | 2008 |
| Регион | Ставропольский край |
| Сфера деятельности | Материалы и химия |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|-------|-------|
| 4 121 | 5 371 | 5 190 | 3 178 |

Выручка компании от экспорта за последние 3 года, (млн. руб.)

| 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|------|
| 5 258 | 5 012 | н.д. |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | -8% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | 97% |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | н.д. |

О компании:

АО «Монокристалл» — дочернее предприятие промышленного холдинга АО «Концерн Энергомера», расположенного в г. Ставрополе. Монокристалл — экспортно-ориентированная производственная компания, работающая на высокотехнологичных рынках светоизлучающих диодов и солнечной энергетики. Монокристалл — крупнейший в мире производитель сапфира для светодиодов (занимает 47% мирового рынка). Помимо сапфира, в продуктовый портфель компании входят алюминиевые пасты для производства солнечных элементов. У компании имеется 3 завода, 5 торговых представительств (Европа, США, Южная Корея, Тайвань, Китай), корпоративный институт электронных материалов.



Компания
ГК «ДАНАФЛЕКС»

| | |
|--------------------|---|
| Год основания | 2001 |
| Регион | Республика Татарстан |
| Сфера деятельности | Производство плёнок и гибких упаковочных материалов с печатью |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|-------|--------|
| 5 504 | 7 856 | 9 971 | 10 976 |

Выручка компании от экспорта за последние 3 года, (млн. руб.)

| 2015 | 2016 | 2017 |
|------|------|------|
| 235 | 246 | 249 |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 26% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | 30% |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | 2% |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | 75% |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | 0,3% |

О компании:

Основным направлением деятельности компании является производство гибких упаковочных материалов. Продукция компании: широкий спектр пленочных материалов для различных отраслей (масложировая, кондитерская, бакалейная, снеговая, кисломолочная, отрасль замороженных продуктов, мороженого т.д.). Уникальный парк оборудования компании оснащен самыми высокотехнологичными и современными установками ведущих мировых производителей и не имеет аналогов в России. Компания работает над созданием экологичной упаковки, включая биоразлагаемую упаковку.



Компания **ООО ГК ВИК**

| | |
|--------------------|------------------------------|
| Год основания | 1990 |
| Регион | Московская обл., п. Красково |
| Сфера деятельности | Ветеринарная фармацевтика |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|-------|--------|
| 5 120 | 7 405 | 8 334 | 10 050 |

Выручка компании от экспорта за последние 3 года, (млн. руб.)

| 2015 | 2016 | 2017 |
|------|------|------|
| 198 | 266 | 287 |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 25% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | 15% |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | 3% |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | 16% |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | 2% |

О компании:

Компания является лидером российского рынка фармацевтики и крупнейшим российским производителем ветеринарных препаратов. В структуру компании входят 3 научно-исследовательские лаборатории и 2 производственные комплекса в Белгороде и Витебске, выпускающих более 250 наименований ветеринарно-фармацевтических препаратов, витаминов, кормовых добавок, косметических средств по уходу за животными. 10 инновационных продуктов выпускаются по патентам. Производство сертифицировано по международным стандартам. Компания имеет собственную систему консалтингового сопровождения, включая обучение, консультации и индивидуальные условия поставки.



Компания
АО «ПКК МИЛАНДР»

| | |
|--------------------|---|
| Год основания | 1993 |
| Регион | Москва, Зеленоград |
| Сфера деятельности | Радиоэлектронная промышленность, разработка и производство интегральных микросхем, электронных модулей, приборов и систем |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-------|-------|-------|
| 1 464 | 1 724 | 1 503 | 2 586 |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 21% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | 31% |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | 0% |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | н/д |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | 12% |

О компании:

Компания-разработчик и производитель микроэлектронной элементной базы, ориентированной на использование в изделиях с повышенными требованиями к надёжности: микроконтроллеров, микропроцессоров, микросхем памяти, приемопередатчиков, преобразователей напряжения, радиочастотных схем, универсальных электронных модулей и приборов промышленного и коммерческого назначения. Первая российская компания, получившая лицензию на использование микропроцессорного ядра ARM в микроконтроллерах собственной разработки. Сегодня «Миландр» имеет более 700 предприятий-потребителей (как в регионах России, так и в странах СНГ). Ключевые заказчики: энергоснабжающие компании, жилищно-коммунальные комплексы, строительные компании. Разработано и доведено до серийного выпуска 323 типоминимала интегральных схем. Ежегодные объемы поставок микросхем составляют более 300 000 шт. в год.



Компания
ГК «ПАПИЛОН»

| | |
|--------------------|---------------------------|
| Год основания | 1992 |
| Регион | Челябинская область |
| Сфера деятельности | Информационные технологии |

Выручка за предыдущие 4 года, (млн. руб.):

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------|-------|------|-------|
| 530 | 1 040 | 775 | 1 190 |

Выручка компании от экспорта за последние 3 года, (млн. руб.)

| 2015 | 2016 | 2017 |
|------|------|------|
| 97 | 126 | н.д. |

| Показатели динамики развития | Значение |
|--|----------|
| 1. Среднегодовой темп роста выручки за последние 3 года (CAGR) | 31% |
| 2. Планы по ежегодному росту выручки на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 3. Доля экспорта в выручке за 2017 г. | 16% |
| 4. Планы по ежегодному росту экспорта на 5 лет (в % от 2017 г.) | н.д. |
| 5. Доля затрат на НИОКР от выручки в среднем за последние 3 года | н.д. |

О компании:

АО Папилон — одна из крупнейших российских IT-компаний экспортеров, разработчик биометрических систем для нужд правоохранительных органов. Компания входит в четверку крупнейших международных компаний обладающих технологиями развертывания дактилоскопических систем национального уровня. Дочерняя компания ООО «ТРИДИВИ» является резидентом и грантополучателем Сколково. Компания является для г. Миасс одним из ведущих региональных инвесторов в сфере девелопмента жилой, производственной и рекреационной инфраструктуры (реализованы проекты: Горнолыжный центр Райдер, собственный жилой район, Детский Технопарк).



Акционерное общество «АЙСИЭЛ-КПО ВС»

Год основания

Компания была основана в 1991 году на базе завода ЭВМ Казанским производственным объединением вычислительных систем (КПО ВС) и британской компанией International Computers Limited (ICL) как совместное предприятие

Регион

Казань

Сфера деятельности

Разработка программного обеспечения, производство компьютеров и периферийного оборудования, ИТ услуги и сервисы

Выручка за предыдущие 3 года, (млн. руб.):

| 2015 | 2016 | 2017 | 2017 |
|-------|-------|-------|-------|
| 5 642 | 6 246 | 7 918 | 3 900 |

О компании:

ICL — высокотехнологичная, динамично развивающаяся группа компаний, входящая в число крупнейших ИТ-компаний России, предоставляющая весь спектр ИТ-услуг. Компания была основана в 1991 году на базе завода ЭВМ Казанским производственным объединением вычислительных систем (КПО ВС) и британской компанией International Computers Limited (ICL) как совместное предприятие. В середине XX века казанский завод ЭВМ стоял у истоков новой отрасли отечественного электронного машиностроения — вычислительной техники, и по мере своего развития стал признанным лидером отрасли в СССР.

С 2002 по 2013 группа компаний ICL входила в группу компаний Fujitsu, а на данный момент компании являются партнерами.

Расширение горизонтов в отрасли ИТ, собственные лаборатории и инновационные разработки, фокус на передовых технологиях — вот что сегодня делает ICL одним из лидирующих предприятий в России. Стратегическое сотрудничество с крупнейшими глобальными ИТ-компаниями и владение передовыми технологиями позволяют заказчикам ICL получить доступ к новейшим разработкам и реализовывать конкурентные преимущества на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Виньков А. А., Гурова Т. И., Полунин Ю. А., Юданов А. Ю. (2008): Делать средний бизнес // Эксперт. № 10 (599). С. 36–49. [Vin'kov, A.A., Gurova, T.I., Polunin, Yu.A., Yudanov, A. Yu. (2008). To Make Medium Business. Expert. No. 10 (599), pp. 36–49. (In Russian).]

Земцов С. П., Маскаев А. Ф. (2017): Факторы роста быстрорастущих компаний в России: опыт многоуровневого моделирования // XVIII апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества, НИУ ВШЭ, Москва, Россия, 11–14 апреля 2017 [Zemtsov, S.P., Maskaev A. F. Factors of Growth of High-Growth Firms in Russia: Experience of Multilevel Modeling. XVIII April International Academic Conference on Economic and Social Development, HSE, Moscow, Russia, April 11–14, 2017 (In Russian)] (<https://conf.hse.ru/2017/program>)

Кирцнер И. (2001): Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. М.: Юнити-Дана. [Kirzner, I., Competiton and Entrepreneurship, 1973, The University of Chicago]

Медовников Д. С., Розмирович С. Д., Оганесян Т. К. (2016): От «ТехУспеха» к национальным чемпионам // РВК, 2016, С. 4 [Medovnikov D. S., Rozmirovich S. D., Oganesyanyan T. K. (2016). From TechUspekha to National Champions. RVC, 2016, p.4 (In Russian)] (<http://www.ratingtechup.ru/images/catalog2016.pdf>)

Медовников Д. С., Розмирович С. Д., Оганесян Т. К. (2016). Кандидаты в чемпионы: средние быстрорастущие компании и программы их поддержки // Вопросы экономики. № 9. С. 50–66. [Medovnikov, D., Rozmirovich, S., Oganesyanyan, T. (2016) Candidates for the championship: medium-sized high growth companies and state-run programs for their support». Voprosy Ekonomiki. No. 9, pp. 50–66. (In Russian).]

Полунин, Ю.А., Юданов, А.Ю. (2016): Российские быстрорастущие компании: сценарии кризиса и роста. // Экономический кризис и промышленная политика — альтернативные пути возвращения к росту в России / под ред. Р. Трауб-Мерца, Д. Ефименко. М.: Политическая энциклопедия. С. 82. [Polunin, Yu.A., Yudanov, A. Yu. (2016). Russia's High-Growth Companies: Crisis and Growth Patterns. // Economic Crisis and Industrial Policies — Policy Options for a Return to Growth in Russia / by Rudolf Traub-Merz (ed.).— Moscow: Politicheskaya ehnciklopediya, p. 82. (In Russian).]

Симачев Ю.В., Акиндинова Н.В., Яковлев А.А. и др. (2018): Структурная политика в России: новые условия и возможная повестка. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2018. [Simachev, Yu.V., Akindinova. N.V., Yakovlev A.A. et al. (2018) Structural policy in Russia: new conditions and possible agenda. Moscow: NRU HSE (In Russian).]

Юданов А. Ю. (2007а): Опыт конкуренции в России: Причины успехов и неудач. М.: КноРус. [Yudanov, A. Yu. (2007a). Experience of the competition in Russia: Causes of success and failures. Moscow: KnoRus. (In Russian).]

Юданов А. Ю. (2007б): «Быстрые» фирмы и эволюция российской экономики // Вопросы экономики. № 2. С. 85–100. [Yudanov, A. Yu. (2007b). «Rapid» firms and the evolution of Russian economy. Voprosy Ekonomiki. No. 2, pp. 85–100. (In Russian).]

Юданов А. Ю. (2010): Носители предпринимательства: фирмы-газели в России // Журнал Новой экономической ассоциации, № 5, С. 91–108. [Yudanov, A. Yu. (2010). Bearers of entrepreneurship: gazelle companies in Russia. Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii, No. 5, pp. 91–108. (In Russian).]

- Юданов А. Ю. (2012): Фирмы-газели: нестандартные подходы к организационным изменениям // Менеджмент и Бизнес-Администрирование, № 3, С. 152–168 [Yudanov, A. Yu. (2012). Firm-gazelle: non-standard approaches to organizational variations. «Management and Business Administration», No. 3, pp. 152–168. (In Russian).]
- Acs, Z., Parsons, W. and Tracy, S., (2008). «High-Impact Firms: Gazelles Revisited,» for U. S. Small Business Administration Office of Advocacy (June).
- Anyadike-Danes, M., Bonner, K., Hart, M. and Mason, C. (2009) Measuring Business Growth: High-growth firms and their contribution to employment in the UK, London: NESTA.
- Birch, D., (1981). 'Who Creates Jobs?', The Public Interest 65, 3–14
- Birch, D. and Medoff, J. (1994). «Gazelles», in Solmon, L. & Levenson, A. (Eds) Labour Markets, Employment Policy and Job Creation, Westview Press, Boulder, Co.
- Birch, D., Haggerty, A. and Parsons, W. (1995) «Who's Creating Jobs?» Cambridge, Mass.: Cognetics
- Brown, R. and Mason, C. (2012). Raising the Batting Average: Re-Orientating Regional Industrial Policy to Generate More High Growth Firms, Local Economy, 27 (1), pp. 33–49.
- Brown, R. and Mawson, S. (2015), Targeted Support for High Growth Firms: Theoretical Constraints, Unintended Consequences and Future Policy Challenges. Working Papers in Responsible Banking & Finance, University of St Andrews, UK, WP № 15–006, 3 rd Quarter 2015.
- Brown, R., Mawson, S. and Mason, C. (2017). Myth-busting and entrepreneurship policy: the case of high growth firms. Entrepreneurship & Regional Development, Volume 29, 2017 — Issue 5–6 (pp. 414–443).
- Dautzenberg, K. et al. (2012), Study on Fast Growing Young Companies (Gazelles) — Summary, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (<https://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Studien/studie-ueber-schnell-wachsende-jungunternehmen-gazellen-kurzfassung-en>)
- Gruenwald R. (2014). Shaping Policy Supporting High-Growth Entrepreneurship: Reflections on EU SME Policy. Horyzonty Polityki 2014, Vol. 5, No 10, pp. 105–126
- Henrekson, M. & Johansson, D. (2010) 'Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence', Small Business Economics, 35 (2), 227–244
- Meffert, J., Klein, H., (2007). DNS der Weltmarktführer. Erfolgsformeln aus dem Mittelstand. Redline, Heidelberg
- OECD (2007), OECD Framework for the Evaluation of SME and Entrepreneurship Policies and Programmes, OECD Publishing, Paris
- OECD (2013) An international benchmarking analysis of public programs for high-growth firms, OECD LEED program, Paris.
- Simon, H., 1996, Die heimlichen Gewinner (Hidden Champions): Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer, Campus Verlag, Frankfurt/New York.
- Simon, H., 2007, Hidden Champions des 21. Jahrhunderts, Campus Verlag, Frankfurt/New York.
- Simon, H., 2012, Hidden Champions: Aufbruch nach Globalia, Campus Verlag, Frankfurt/New York.

