Быстрорастущие компании: перспективы развития и влияние общественного сектора

ЯКИМОВА Елена Александровна
Ассистент кафедры теории и практики менеджмента Высшей школы экономики и менеджмента

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина
620002, РФ, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19
Тел.: (343) 375-94-02
E-mail: ea.yakimova@yandex.ru

ГРЕВЦЕВ Виктор Викторович
Аналитик бизнеса массового рынка

ОАО «Мегафон» (Уральский филиал)
620078, РФ, г. Екатеринбург, ул. Малышева, 122
Тел.: (922) 132-30-59
E-mail: victor.grevtsev@mail.ru

Ключевые слова

КОМПАНИЯ-«ГАЗЕЛЬ»
ОТРАСЛЕВАЯ КОГОРТА
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ
ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ
ВРЕМЕННЫЕ ГРУППЫ

Аннотация

Авторами рассматривается уникальная группа компаний, открывающая две обширные перспективы: значительное увеличение рабочих мест и экспоненциальный рост объема валовой продукции, – так называемые компании-«газели», отличающиеся высокими и стабильными темпами роста. В ходе исследования анализируется концентрация компаний-«газелей» в зависимости от принадлежности к отраслевым когортам. Выводится процентное распределение компаний-«газелей» относительно срока жизни, выявляется эконометрическая зависимость числа компаний-«газелей» от уровня ВВП, CPI, безработицы, формы собственности в рассматриваемых компаниях, а также от года трансформации компании в «газель».

JEL classification

D92

Открытие феномена быстрорастущих компаний, впоследствии получивших название «газели», состоялось еще в 70-х годах XX века: американский экономист Дэвид Берч (David L. Birch), изучая процессы перемещения компаний между штатами [1], выяснил, что решающий вклад в создание новых рабочих мест вносит лишь 3% малых «быстрых» фирм[1]. В 2006 г. группа европейских экспертов при реализации проекта «Инновационная панель газелей» по большей части подтвердила выводы предыдущих исследований. Таким образом, можно говорить о формировании в современной экономике определенного класса компаний, не только имеющих потенциал для интенсивного развития, но и существенно влияющих в первую очередь на региональный рынок [3]. Компаниям подобного рода присущи несколько отличительных черт. Деятельность компаний-«газелей» направлена на стремительный рост оборота, а не капитализации. Следовательно, основным результатом их деятельности является увеличение именно валового дохода (а не рыночной стоимости компании). Согласно методологии, предлагаемой аналитическим центром делового журнала «Эксперт» [2], годовая выручка компании, претендующей на получение статуса «газели», должна составлять не менее 10 млн дол. в год, а темпы ее роста – 30% и более в течение минимум четырех лет подряд. Нужно отметить, что около сотни подобных компаний не отклонились от тенденции роста даже в кризис 2008–2009 гг.[2] [7].

Детальное изучение компаний-«газелей» как нового и бурно развивающегося сегмента российской экономики позволяет значительно увеличить мощность экономической активности страны, а также с определенной вероятностью может стать переломным моментом в области переосмысления процесса производства товаров и развития регионов в частности. Более того, подобные исследования позволяют спрогнозировать периоды перегрева производственного сектора и разработать комплекс мер по их предупреждению, профилактике и ликвидации [4].

Для формирования рекомендаций органам власти по взаимодействию с данным слоем бизнес-среды, отличающимся характерными особенностями, авторами было проведено исследование, цель которого – количественный анализ динамического состояния численности компаний-«газелей», а также выявление определенных факторов, влияющих на изменение численности таких фирм, при помощи математических методов. Например, к таким факторам можно отнести «год рождения» компании и длительность жизни с учетом появления в определенной отрасли. По мнению авторов, «год рождения» компании-«газели» может коррелировать с макроэкономическими показателями страны, ухудшение которых приводит к сокращению общей численности таких компаний, а также к уменьшению числа «газелей»-долгожителей [6]. Принадлежность к какой-либо отрасли отражает особенности регулирования деятельности компаний со стороны органов власти.

ЭМПИРИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ

В целях проведения количественного анализа бизнес-слоя «газелей» авторами была собрана соответствующая база данных, состоящая из экономических и финансовых показателей по российским компаниям, темпы роста которых превышали 20% в течение четырех лет подряд. В ее основу легла информация, размещенная в рамках «Системы профессионального анализа рынков и компаний» (СПАРК).

Период наблюдения включает десять лет – с 1999 по 2008 г. Однако данные за 1999 г. использовались исключительно для расчета величины темпа прироста показателя «Валовая выручка компаний (за минусом акцизов, НДС и т.д.)»

[1] Согласно законодательству США к «быстрым» причисляются организации, характеризующиеся темпами роста более 20% на протяжении 4 лет.

[2] По данным аналитического центра делового журнала «Эксперт».

UPRAVLENETS № 5/45/ 2013

Fast-Growing Companies: the Prospects and the Impact of Public Sector

Yelena A. YAKIMOVA
Jr. Lecturer of Theory and Practice of Management Dept.

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin
620002, RF, Yekaterinburg, ul. Mira, 19
Phone: (343) 375-94-02
E-mail: ea.yakimova@yandex.ru

Viktor V. GREVTSEV
Business analyst of mass market

OAO Megafon (Ural Branch)
620078, RF, Yekaterinburg, ul. Malysheva, 122
Phone: (922) 132-30-59
E-mail: victor.grevtsev@mail.ru

Key words

FAST-GROWING COMPANIES (GAZELLES)
SECTOR COHORT
ENTREPRENEURIAL ACTIVITY
SUCCESSION
TIME GROUPS

Summary

The authors consider a unique group of companies (fast-growing «gazelle»-firms) that open two broad perspectives: a significant increase in jobs and exponential growth of the gross production volume. The study analyses the concentration of «gazelle»-companies depending on belonging to the industry cohorts; examines percentage distribution of «gazelles» in terms of life cycle; detects econometric dependence between the number of «gazelles» and GDP level, CPI, unemployment, forms of ownership in these companies and the year when the firm turned into a «gazelle».

JEL classification

D92

– ключевого индикатора мониторинга компаний-«газелей». Территориальные рамки формирования генеральной совокупности включают все регионы России, за исключением Москвы и Московской области (как явный выброс, завышающий средние показатели), а также кавказских республик и некоторых восточносибирских регионов, данные по которым в большинстве случаев отсутствуют.

Помимо перечня компаний с их координацией относительно отраслей и регионов деятельности, а также форм собственности (согласно ОКФС), ядро генеральной совокупности составила статистика валовой выручки фирм. Для идентификации «газелей» отбирались только такие компании, для которых был характерен стабильный положительный четырехлетний тренд прироста валовой выручки не менее чем на 20%. В общем и целом, большинство[1] российских компаний с относительной вероятностью преодолевают эту планку, показывая темп прироста, превышающий порог в 30% [10]. Однако авторами был выбран именно этот индикатор, поскольку он представляет собой не только основополагающий принцип научного подхода, признанного на мировом уровне, но и один из законодательно закрепленных аспектов функционирования экономической системы мирового масштаба (США). В связи с тем что развитие отечественной научной мысли и российской экономики происходит в сторону мировых стандартов по пути глобализации и интеграции, показатель 20% прироста валовой выручки будет объективным с точки зрения сопоставимости исследовательских методов в рамках мировых стандартов.

По причине значительного масштаба генеральной совокупности в ходе работы в массиве данных появлялись «белые пятна», когда данные о величине валовой выручки для какой-либо компании в тот или иной период просто отсутствовали. Логично предположить, что для мониторинга «газелей» требуются непрерывные данные – компании хоть с одним «белым пятном» отфильтровываются. Это, в свою очередь, снижает репрезентативность генеральной совокупности. Поэтому в целях повышения качества данных белые пятна исключались при помощи информации, размещенной в рамках «Системы комплексного раскрытия информации» (СКРИН).

По факту формирования генеральной совокупности была произведена кластерная выборка. Так, на первом этапе проведения кластерной выборки было выделено шесть кластеров, именуемых авторами «отраслевыми когортами», которые представляют собой укрупненную группу, включающую относительно однородные отрасли хозяйствования. Первая – «Натуральное хозяйство» (разделы A и B[2]); вторая – «Промышленность» (разделы C, D, и E); третья – «Строительство» (раздел F); четвертая – «Оптовая и розничная торговля» (раздел G); пятая – «Транспорт и связь» (раздел I); шестая – «Услуги социального, образовательного и иного характера» (раздел H, а также разделы J–Q). Разумеется, отраслевые когорты являются сильно укрупненными группами, не позволяющими выполнить более детальный анализ. Однако для достижения поставленных авторами целей представляют более чем репрезентативные объединения.

На втором этапе кластерной выборки случайным образом из генеральной совокупности было выбрано 54 152 компании, входящие в одну из отраслевых когорт. Для того чтобы совершить выборку без ущерба для репрезентативности, удельный вес компаний, выбранных из отраслевых когорт генеральной совокупности, составил следующие величины (табл. 1). Представленная в табл. 1 процентная структура позволяет сохранить уровень репрезентативности, поскольку, по данным Росстата, общая численность компаний, осуществляющих свою деятельность на территории Российской Федерации, находится именно в таких пропорциях[3]. Другими словами, исполь-

[1] Относительно общего числа «газелей».

[2] Здесь и далее имеются в виду разделы Общероссийского классификатора видов экономической деятельности.

[3] В среднем за период с 1999 по 2008 г.

Источники

1. Берч Д. Процесс создания рабочих мест. 1979.
2. Гурова Т., Рубан О., Юданов А., Виньков А. Создатели будущего – газели с мозгом обезьяны // Эксперт. 2011. № 10 (744). URL: http://gazeli.expert.ru/expert-articles/.
3. Ермак С. Созидательные разрушители // Эксперт Урал. 2012. №25 (516).
4. Лосев М., Фомичева М. Лидеры отстающих // Деловой журнал «РБК». 2012. № 09.
5. Лосев М., Фомичева М., Шипилова Е., Рябова Е. На горбу государства // Деловой журнал «РБК». 2011. № 09.
6. Перечнева И. Возможности для нестандартных // Эксперт Урал. 2009. №12(369).
7. Перечнева И. «Газель», несущая золотые яйца // Эксперт Урал. 2009. №12 (369).
8. Статистические сборники Росстата «Россия в цифрах». 1999–2008: стат. сб. / Росстат. URL: www.gks.ru/wps.
9. Ступин И. Окупаемость за год // Expert Online. 2009.
10. Юданов А. Вторая половинка модернизации // Эксперт. 2011. №20. URL: www.yudanov.ru/.

Таблица 1 – Структура кластерной выборки, используемой в процессе количественного анализа

Отраслевые когорты	Удельный вес (от числа компаний по когортам генеральной совокупности), %
Натуральное хозяйство	6,31
Промышленность	10,20
Строительство	9,24
Оптовая и розничная торговля	40,00
Транспорт и связь	4,06
Услуги социального, образовательного и иного характера	30,19
Итого	100,00

Источник: составлено авторами при использовании информации из статистических сборников Росстата «Россия в цифрах» за 1999–2008 гг. соответственно [8].

зованная в ходе работы кластерная выборка сохраняет пропорции реального сектора отечественной экономики.

Таким образом, из генеральной совокупности было удалено около 25% компаний: в оптовой и розничной торговле – около 15% компаний, в сфере услуг социального, образовательного и иного характера – 12%; в отношении остальных когорт удаление компаний не происходило, так как их количество полностью соответствовало заданным в табл. 1 пропорциям.

Параллельно с отраслевыми когортами были выделены шесть временных групп: первая включала в себя динамику прироста валовой выручки за 2000–2003 гг.; вторая – 2001–2004 гг.; третья – 2002–2005 гг.; четвертая – 2003–2006 гг.; пятая – 2004–2007 гг.; шестая – 2005–2008 гг. Таким образом, в рамках каждой временной группы можно провести количественный анализ состояния бизнес-слоя «газелей». Кроме того, подобное цепное деление периода на группы позволяет оценить процент преемственности «газелей». Под преемственностью понимается ситуация, когда в состав «газелей» текущей временной группы, т.е. группы, рассматриваемой в конкретный момент проведения количественного анализа, входит определенное число из хронологически предшествующих временных групп.

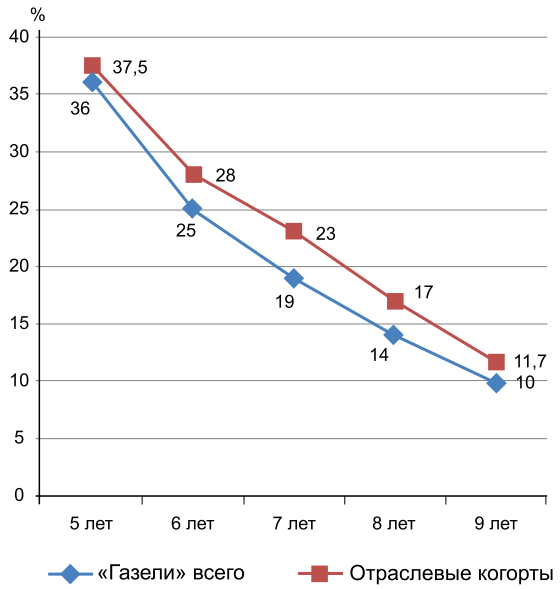
Используемая в ходе работы база данных имеет ряд недостатков. Во-первых, отсутствует возможность мониторинга фирм, классифицируемых как «индивидуальный предприниматель» – в рамках «Системы профессионального анализа рынков и компаний» (СПАРК) можно найти информацию лишь по таким организационным формам компаний, как ООО, ОАО и ЗАО. Уровень репрезентативности сохраняется, поскольку удельный вес валовой выручки таких компаний относительно невелик. Во-вторых, «годом рождения» быстрорастущей компании считается один из периодов с 2000 по 2005 г. Однако существует определенная вероятность, что «газель» родилась в 1990-е годы. Вновь говорить о сохранении уровня репрезентативности данных можно, лишь ссылаясь на кризисные последствия дефолта 1998 г. В-третьих, в процессе формирования генеральной совокупности не удалось исключить все «белые пятна», поэтому относительно велика вероятность выброса потенциальной «газели». В-четвертых, заключительный временной период генеральной совокупности – 2008 г., что не позволяет оценить кризисное и посткризисное[1] состояния бизнес-слоя «газелей» [5].

КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ

Обобщим первичные результаты, главным образом касающиеся численности компаний-«газелей» и длительности их присутствия на рынке в таком качестве. В первую очередь отметим, что суммарное количество «газелей» в выборке составило 10 251, что соответствует 18,93% общего количества компаний в выборке. По мнению авторов, такой показатель является довольно высоким, однако может объясняться особенностями российского рынка в целом – развивающиеся рынки растут быстрее в сравнении с развитыми вследствие наличия незанятых ниш. Поэтому компании легко находят рынки сбыта и сегменты с относительно малой конкуренцией, что позволяет активно наращивать объемы производства и стабильно удерживать высокий темп роста в длительном периоде.

Исходя из полученных данных, следует отметить, что общее количество

[1] Имеется в виду кризис, пик которого пришелся на конец 2008 – середину 2009 г.



Источник: составлено авторами при использовании данных «Системы профессионального анализа рынков и компаний» (СПАРК).

Тренд распределения компаний-«газелей» относительно срока жизни в целом и по отраслевым когортам

компаний-«газелей» ежегодно сокращается в среднем на 5,4%, однако в 2003 г. наблюдался небольшой прирост на 4,3%, что объясняется улучшением общего экономического климата в стране вследствие увеличения цен на энергоресурсы. В свою очередь, сокращение прежде всего связано с медленным, однако неуклонным процессом насыщения основных рынков сбыта продукции, что влечет за собой рост требований и дифференциацию потребностей покупателей. Тем не менее существуют компании, способные не просто наращивать объемы производства высокими темпами, но и сохранять темпы несколько лет подряд; такой период мы назовем сроком жизни «газели». Ввиду с ограничений, связанных с особенностями выборки, мы можем говорить о максимальном сроке жизни компании в статусе «газели», составляющем 9 лет. Однако некоторые компании-«газели» живут не более четырех лет, достаточного срока, чтобы получить данный статус. По статистике в среднем порядка 36% «газелей» существуют 5 лет, 25% – 6 лет, 19% – 7 лет, 14% – 8 лет, и только 10% из числа компаний-«газелей» сохраняют темпы роста на протяжении 9 лет[1] (см. рисунок).

Стоит отметить, что в разных отраслевых когортах количество компаний «газелей» существенно различается, впрочем, как и удельный вес преемственных компаний, однако существуют и схожие тенденции. Например, отраслевые когорты «Услуги социального, образовательного и иного характера», «Промышленность», а также «Оптовая и розничная торговля» имеют ряд схожих параметров и тенденций:

1) удельный вес компаний, принадлежащих к названным когортам, в общей массе «газелей» высок и составляет 34, 21 и 36% соответственно, таким образом, суммарный удельный вес по трем когортам составляет 91%;

2) указанные отраслевые когорты являются лидерами по присутствию в них в абсолютном выражении «газелей»-долгожителей, т.е. сохраняющих данный статус на протяжении 9 лет, – 98, 63 и 154 компании соответственно.

Остальные три отраслевые когорты – «Строительство», «Натуральное хозяйство», «Транспорт и связь» – объединяют обратные тенденции:

1) низкий удельный вес компаний из перечисленных когорт – 2,4; 2 и 5% соответственно, суммарный удельный вес составляет менее 10%;

2) указанные отраслевые когорты являются аутсайдерами по присутствию в них в абсолютном выражении «газелей»-долгожителей – 7, 0 и 17 компаний соответственно.

Также были выявлены совпадающие тренды по распределению компаний-«газелей» относительно срока жизни. В отраслевых когортах «Промышленность», «Строительство», «Транспорт и связь» данный тренд близок к значениям по суммарной выборке «газелей» и имеет следующее распределение: 37,5% «газелей» существуют 5 лет, 28% – 6 лет, 23% – 7 лет, 17% – 8 лет, и только 11,7% – 9 лет (см. рисунок).

[1] Удельный вес преемственности «газелей» рассчитан относительно общего числа такого рода компаний во временных группах 1–6.

References

1. Birch D. The job generation process. 1979.
2. Gurova T., Ruban O., Yudanov A., Vin'kov A. The creators of the future – gazelles with the brain of monkeys. [Sozdateli budushchego – gazeli s mozgom obez'yany]. *Ekspert – The Expert*, 2011, no. 10(744). Available at: URL: http://gazeli.expert.ru/expert-articles/.
3. Ermak S. Creative destroyers. [Sozidatel'nye razrushiteli]. *Ekspert Ural – The Expert Ural*, 2012, no. 25(516).
4. Losev M., Fomicheva M. Leaders of the lagging. [Lidery otstayushchikh]. *Delovoy zhurnal «RBK» – Business Journal RBK*, 2012, no. 9.
5. Losev M., Fomicheva M., Shipilova E., Ryabova E. On the hump of the state. [Na gorbu gosudarstva]. *Delovoy zhurnal «RBK» – Business Journal RBK*, 2011, no. 9.
6. Perechneva I. Opportunities for the nonstandard. [Vozmozhnosti dlya nestandartnykh]. *Ekspert Ural – The Expert Ural*, 2009, no. 12(369).
7. Perechneva I. «Gazelle» laying the golden eggs. [«Gazel'», nesushchaya zolotye yaytsa]. *Ekspert Ural – The Expert Ural*, 2009, no. 12(369).
8. Statistical collections of Rosstat «Russia in figures». 1999–2008. Available at: www.gks.ru/wps.
9. Stupin I. Payback for the year. [*Okupaemost' za god*]. Expert Online, 2009.
10. Yudanov A. The second half of modernization. [Vtoraya polovinka modernizatsii]. *Ekspert – The Expert*, 2011, no. 20. Available at: URL: www.yudanov.ru/.

Таблица 2 – Результаты эмпирического анализа данных

Название коэффициента	Обозначение коэффициента	Значение коэффициента
const	α	2,98
ВВП	β_1	0,12
CPI	β_2	0,09
Уровень безработицы	β_3	–0,1
Форма собственности «газели» (компании с национальным капиталом, с частичным участием иностранного капитала и полностью иностранные компании соответственно)	β_4	0,05
	β_5	Исключена во избежание dummy trap
	β_6	0,08
Год рождения компании (2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 г. соответственно)	β_7	1,57
	β_8	–2,7
	β_9	Исключена во избежание dummy trap
	β_{10}	–1,6
	β_{11}	–0,12
	β_{12}	1,3
Коэффициент детерминации	R_2	0,69

Источник: составлено авторами.

В остальных когортах преемственность «газелей» мала: 5 лет живут не более 14% компаний, а 9 лет – не более 3%.

По мнению авторов, этот факт может служить показателем создания в отраслях таких условий, которые способствуют появлению новых быстрорастущих компаний, а не закреплению существующих, что является основополагающим моментом конкурентной среды.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ

Прежде всего, стоит отметить, что ранее в рамках российских исследований производился исключительно качественный и количественный анализ данных, направленный на выявление тенденций в области развития рынка в целом и компаний в частности. Авторами не было найдено материалов относительно эмпирически (а именно – эконометрически) подтвержденных моделей, содержащих четкий перечень факторов, способствующих появлению компаний-«газелей» на рынке.

Таким образом, на данном этапе исследования авторы использовали эконометрический инструментарий в целях определения факторов, оказывающих наиболее существенное влияние на появление и развитие «газелей».

В качестве ключевой гипотезы исследования взято предположение, что на рождение «газелей» на рынке оказывают влияние определенные факторы, точнее их совокупность.

Согласно основным положениям теории фирмы, на появление компаний на рынке в целом оказывают влияние как макро- (валовой внутренний продукт, индекс промышленного производства, индекс потребительских цен и т.д.), так и микрофакторы (инвестиционная привлекательность, участие иностранного капитала и т.д.).

В качестве объясняемой переменной (*y*) авторами была принята численность быстрорастущих компаний согласно их численности относительно отраслевых когорт и временных групп.

Из списка, включающего более десяти показателей, претендующих на роль объясняющих переменных, были отобраны лишь наиболее подходящие. Непосредственно список данных факторов был составлен авторами исследования на основании положений теории организации. Критерием отбора стала система условий: 1) наибольшее значение коэффициента корреляции между объясняемой переменной и потенциальным регрессором; 2) наименьшее значение коэффициента корреляции одного регрессора с другими. По результатам проверки данным условиям соответствовали следующие пять показателей: валовой внутренний продукт (млрд р.), индекс потребительских цен (%), уровень безработицы (тыс. чел.), год рождения «газели», форма собственности. В показателе «форма собственности» учитывалось участие иностранного капитала. Информация «Системы профессионального анализа рынков и компаний» (СПАРК) позволяет сделать агрегацию компаний по следующим группам: без участия иностранного капитала, с частичными иностранными инвестициями, полностью иностранная компания. Соответственно, год рождения «газели» и форма собственности представляют собой dummy-переменные.

Предполагается, что совокупность указанных показателей оказывает существенное влияние на рождение «газелей» более чем в 60% случаев. Кроме того, авторы исследования считают, что рост значений валового внутреннего продукта и индекса потребительских цен способствуют увеличению числа быстрорастущих компаний, а рост уровня безработицы, наоборот, приводит к его снижению. Если рассматривать формы собственности «газелей» (участие иностранного капитала), можно сформулировать следующую гипотезу: фирмы, располагающие иностранным капиталом, растут быстрее как в количественном, так и в качественном отношении, поскольку иностранные инвесторы (в связи с более высокими налоговыми ставками, законодательными ограничениями и прочими подобными аспектами) сильнее мотивированы в более качественном управлении деятельностью компании. Год рождения компаний, как и уровень безработицы в стране, отрицательно сказывается на количестве быстрорастущих компаний – это обусловлено влиянием приближающегося кризиса 2008–2009 гг. Соответственно, рост и развитие компаний постепенно замедлялись.

На основании данных статистических сборников Росстата «Россия в цифрах» была сформирована база для эконометрического анализа в формате «cross-section». Спецификация модели – полулогарифмическая (логарифмируются все переменные за исключением индекса потребительских цен), что позволяет привести числовые значения к одному порядку знаков[1]. Соответственно, для выполнения эконометрического анализа было достаточно функционала программного пакета EViews 5.0.

Осуществив импорт данных в рабочее поле программы и выполнив необходимые проверки и корректировки на гетероскедастичность, мультиколлинеарность и автокорреляцию, мы рас-

[1] В ходе эконометрического анализа были рассмотрены также логарифмическая и линейная модели, однако они обладают меньшим коэффициентов детерминации относительно полулогарифмической.

считали коэффициенты регрессоров и выполнили проверку двух стандартных гипотез: значимости каждого коэффициента в отдельности и значимости модели в целом (табл. 2).

Результат тестирования состоятельности гипотезы о значимости регрессии в целом является положительным, при этом значение коэффициента детерминации составляет 0,69. Скорее всего, значение R_2 можно улучшить, если добавить в модель региональные показатели, такие как валовой региональный продукт, отраслевые особенности региональных экономик и т.д.

Результаты тестирования гипотез о значимости каждого коэффициента в отдельности указали на то, что коэффициент β_4 не значим (β_4 – это dummy-переменная, указывающая на то, что капитал компании-«газели» полностью исключает иностранные составляющие).

Значения остальных коэффициентов можно интерпретировать следующим образом:

1) увеличение ВВП на 1% приведет к росту количества «газелей» на 0,12%;

2) увеличение CPI на 1% приведет к росту количества «газелей» на 0,09%;

3) увеличение численности безработных на 1% приведет к снижению количества газелей на 0,1%;

4) в случае, когда компания является иностранной (ее капитал на 100% иностранный), количество «газелей» увеличивается на 0,08%;

5) для «газелей», родившихся в 2000 г., их общая численность возрастает на 1,57%;

6) для «газелей», родившихся в 2001, 2003, 2004 и 2005 гг., их общая численность сокращается на 2,7; 1,6; 0,12 и 1,3% соответственно.

Как уже было сказано выше, модель можно улучшить, например, при помощи расширения региональными показателями. На данном этапе эконометрический анализ можно считать завершенным.

ВЫВОДЫ

В результате эмпирического анализа данных подтвердилась ключевая гипотеза: указанный набор факторов (выбранных в качестве объясняющих переменных) имеет существенное значение в 69% случаев. Также подтвердилось направление влияния: ВВП, CPI и форма собственности «газелей» – положительное; уровень безработицы и год рождения – отрицательное.

Если рассматривать данный набор показателей в виде отдельно взятых индикаторов количественного и качественного роста и развития «газелей», то нужно отметить, что проверка гипотез на значимость каждого коэффициента в отдельности оправдалась – исключение составил коэффициент β_4 – dummy-переменная, указывающая на полностью отечественное происхождение капитала «газели».

Обобщая результаты исследования, можно заключить, что «газели» способны не только завоевывать новые рынки за счет создания и реализации собственных бизнес-идей, но и расти даже на существующих рынках в условиях жесткой конкуренции, придавая «старым» продуктам новые потребительские свойства и сохраняя свое значение для развития экономики. В качестве причин появления подобных компаний нужно указать предпринимательскую активность и высокий интеллектуальный уровень части населения.

Феномен существования «газелей» в России заключается в том, что они появляются повсеместно, в любой нише рынка, в то время как на Западе – только в отраслях, поддерживаемых государством.

Особо необходимо отметить, что быстрорастущие компании имеют возможность стать создателями спроса на инновации в экономике страны [9]. ■