

Дмитрий КУВАЛДИН

Компания «РОССИЙСКАЯ ОЦЕНКА», вышедшая в начале прошлого года на международный рынок благодаря вхождению в сеть Grant Thornton International, без сомнения, является одним из «китов» российского оценочного сообщества. В беседе с заместителем главного редактора «ЭС» Ольгой Бардовой вице-президент компании, доктор экономических наук, профессор Дмитрий Андреевич Кувалдин не только осуществляет подведение итогов прошедшего года, но и подвергает классификации различные виды одного из основополагающих понятий бизнеса — СТРАТЕГИИ.

Стратегия будущих преимуществ

Дмитрий Андреевич, что представляет собой стратегия такой уважаемой компании, как «РОССИЙСКАЯ ОЦЕНКА»?

Для долговременного успеха в конкурентной среде необходимо иметь две стратегии. Одна — стратегия текущих улучшений, и все занимающиеся бизнесом осознанно или неосознанно занимаются ею, т.е. хотят иметь более высокие доходы, больше новых клиентов и т.п. Эта стратегия обеспечивает экстенсивный рост. Другая стратегия — это стратегия будущих преимуществ. Наличие такой осознанной стратегии обеспечивает возможность интенсивного роста. Не буду касаться всех аспектов нашей стратегии будущих преимуществ, так как это преимущества конкурентные. Замечу лишь, что сви-

детельством наличия этого вида стратегии в нашей компании явилось, например, полученное в свое время разрешение Правительственной комиссии на использование в наименовании слова «РОССИЙСКАЯ». А ярким проявлением последних лет — выход на международный рынок оценки благодаря вхождению в международную сеть Grant Thornton International.

Одним из важнейших элементов стратегии будущих преимуществ является разработка и внедрение новых продуктов. Приведу три примера таких наших продуктов, находящихся в настоящее время на разных стадиях разработки и внедрения, но на таких стадиях, что догнать кому-либо нас вряд ли удастся. Причем заранее хочу

подчеркнуть, что на пути внедрения таких продуктов быстрых успехов не бывает.

Начну с оценки для целей проведения IPO, которая, по моему глубокому убеждению, для предприятий с заметной долей государственного капитала должна быть обязательной по закону. К сожалению, это не так, надеюсь — пока. Тем не менее мы исподволь занимались этой проблематикой, проводили семинары, разрабатывали и предлагали варианты методик для различных типов предприятий. И эта деятельность оказалась не напрасной. Мы выиграли первый же проведенный в России тендер на проведение оценки акций для IPO, причем не каких-нибудь, а акций Внешторгбанка. Замечу,

что это второй после Сбербанка банк в России, и он обладает весьма заметной спецификой: имеет множество «дочек» и «внучек», как кредитных учреждений, так и нефинансовых компаний, в частности, десятки за рубежом. Но мы готовились... Думаю, что к моменту выхода в свет этого номера Вашего журнала уже состоится размещение акций Внешторгбанка по цене, которая будет не ниже определенной «РОССИЙСКОЙ ОЦЕНКОЙ» стоимости. Это и является основной целью нашей оценки: государство не должно проиграть от занижения цены размещения.

Ваш первый продукт — оценка для IPO. А какой второй?

Второй наш продукт — оценка природных ресурсов. Чем бы Вы ни управляли — ларьком, магазином, заводом, отраслью, областью или государством — основным критерием эффективности управления экономикой является динамика рыночной стоимости управляемого актива. Самое дорогое, что есть у России — это природные ресурсы. Но из-за того, что в государстве отсутствует система стоимостной оценки природных ресурсов, неизвестно, сколько они стоят и рационально ли используются. Особенность оценки природных ресурсов состоит в том, что считать необходимо на многие десятилетия вперед. И в этом, возможно, причина того, что ни исполнительная, ни законодательная власти страны пока не особенно интересуются такой оценкой.

Мы разработали методику оценки природных ресурсов в постпрогнозные периоды с использованием созданной нами математической модели, которую мы назвали «Интегральной формулой дисконтирования». Отмечу, что, насколько мне известно, высшую математику в оценке пока применяем только мы, ведь наша компания создана в основном выпускниками физического факультета МГУ. Кстати, попробую

провести одну аналогию: здания физического и химического факультетов МГУ стоят друг напротив друга, а в мое время на физфаке учились в основном мальчики, на химфаке — девочки. Как-то раз мы вывесили на своем здании лозунг: *Любите физиков — источник знаний*. Так вот, может быть, перед Белым домом пора повесить лозунг: *Любите оценщиков — источник эффективности*? Ведь оценка является основой для принятия эффективных управленческих решений. Оценка же природных ресурсов позволит государству полностью извлекать природную ренту, что равнозначно существенному увеличению доходов бюджета. Так что, надеюсь, государство в обозримом будущем все-таки понадобятся наши услуги в этом направлении.

Вы патентуете свои методики?

Максимум, что мы можем сделать для защиты своего приоритета — это публикации в международных изданиях, что мы и осуществляем.

А каков третий перспективный продукт компании «РОССИЙСКАЯ ОЦЕНКА»?

Это оценка человеческого капитала. Вся совокупность не-

ваются человеческим капиталом. Есть работник, есть нематериальный актив при нем — его квалификация, образование, здоровье, деловая репутация, навыки, мотивация, способность обучаться и т.д. Я имею в виду не только знания, но и умения. Если человек знает и умеет — это одно, а если он знает и не умеет — это совершенно другое, совсем другой человеческий капитал.

Любой нематериальный актив можно оценить и ввести в эффективный хозяйственный оборот. Что касается первых двух групп нематериальных активов, то методики их оценки известны, хотя, к сожалению, пока в России не очень востребованы. Оценка же человеческого капитала до сих пор не проводилась — пока ни государством, ни частным сектором не осознана ее необходимость.

Но очень сложно оценить умение каждого конкретного работника.

Я не говорю, что это просто. Более того, не говорю, что кто-то умеет это делать, но мы сейчас разрабатываем соответствующую методику с привлечением независимых экспертов и заинтересованных организаций.

Одним из важнейших элементов стратегии будущих преимуществ является разработка и внедрение новых продуктов.

материальных активов условно может быть разбита на три группы. К первой относятся нематериальные активы, неотделимые от предприятия, например деловая репутация компании, прогрессивный менеджмент, достижения в области рекламы. Вторая группа — это отделимые от предприятия активы: торговые марки, фирменные знаки, патенты, авторские права. И, наконец, третья группа — это нематериальные активы, неотделимые от работника, именно они и назы-

Т.е. она еще в процессе разработки?

Она уже на выходе.

Но ведь такая методика, наверное, уже существует за рубежом?

Насколько я знаю, человеческий капитал пока что оценивается только как одна из составляющих гудвилла, без специального выделения. Между тем человеческий капитал представляет собой наиболее ценный ресурс, гораздо более важный, чем производ-

ственные фонды. И именно человеческий капитал, а не заводы, оборудование и запасы является красугольным камнем конкурентоспособности. Недооценка человеческого капитала и его составляющих в России является, в частности, одной из причин низкого уровня заработной платы.

Как Вы думаете, кто будет заказчиком такой оценки?

Прежде всего предприятия, но заинтересованы в такой оценке будут и государство, и сами носители человеческого капитала. Нематериальные активы развитых западных предприятий состав-

ляют от 40 до 70% собственного капитала. У российских же предприятий этот процент ниже на порядок. Но что такое стоимость активов предприятия? Это индикатор, в соответствии с которым предприятие может получить дополнительный оборотный капитал. В нематериальные активы человеческий капитал входит в опосредованном виде. Как я уже сказал, пока он прямо не оценивается. Мы первыми придумали, как это можно сделать. Таким образом, оценка человеческого капитала позволит предприятиям увеличить капитализацию за счет нематериальных активов и даст реальные основания на по-

вышение зарплаты носителям человеческого капитала, а государство получит стимулирующее экономическое увеличение платежеспособного спроса.

Но если взять нематериальные активы, то, на мой взгляд, предприятию выгоднее вкладывать в раскрутку бренда, чем в человеческий фактор.

Одно другому не противоречит. Оценка человеческого капитала влечет за собой, с одной стороны, увеличение капитала и стоимости предприятий, а с другой — повышение уровня заработной платы. А чем больше зарплата, тем больше спрос. С ростом спроса растет предложение. Таким образом, оценка человеческого капитала принесет выгоду и работодателю, и работнику. Недаром нашими методическими разработками уже заинтересовались за рубежом. Надеюсь, в течение ближайшего года-двух мы сможем начать процесс их внедрения. Одним из шагов на этом пути явилось подписание с ЗАО «Руфаудит», одной из ведущих российских аудиторских компаний, соглашения «О разработке и презентации программы создания новых инструментов повышения капитализации российских компаний».

В чем, по-Вашему, заключается смысл бизнеса?

Соль бизнеса нашей компании — в его качестве. В 2000 г. была утверждена миссия компании «РОССИЙСКАЯ ОЦЕНКА»: «Стать эталонным оценочным услугом». Разумеется, это асимптота, но уверен — мы на правильном пути.

Как Вы оцениваете изменения, внесенные в Закон об оценочной деятельности?

Пользуясь терминологией этого интервью, загадаю загадку: внедрение частной практики в оценочную деятельность будет для российской экономики проявлением какой стратегии — «текущих улучшений» или «будущих преимуществ»? ■

Недооценка человеческого капитала и его составляющих в России является, в частности, одной из причин низкого уровня заработной платы.

