



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

Пессимизм и оптимизм — две стороны медали, инь и янь человеческого восприятия, два противоположных отношения к ходу событий. Вечный спор, что лучше, а что хуже, не прекращается ни на минуту. Мы то неистово верим в будущее, то погружаемся в упаднические настроения (см. стр.38). И так на каждом шагу. Интересно, что крайности оптимизма и пессимизма пытались преодолеть представители так называемого мелиоризма — воззрения, признающего зло неизбежным, но считающего, что мир можно улучшить человеческими усилиями. Сторонники мелиоризма уверены, что сделать это можно лишь путем индивидуального совершенствования. Признаться, многие из нас сегодня находятся на позициях мелиоризма, сами того не сознавая. Ну, например, как топ-менеджер одной авторитетной украинской компании. Не так давно получаю пресс-релиз: так, мол, и так, наш уважаемый “топ” оставил компанию — решил посвятить свою жизнь социально важным проектам. Вот, думаю, как бывает — устал человек, ушел в самом расцвете сил. Но не тут-то было! “Топ”, как оказалось, решил податься в президенты. Как человек деловой, без лишней суеты и помпы, он одним из первых получил свидетельство кандидата. Денег у него на подобные “социальные” проекты, конечно, хватает. Но на что он рассчитывает — ума не приложу. Видимо, таким образом решил совершенствоваться...

**Оксана Полищук,**  
редактор отдела,  
opolischuk@business.ua

ТЕНДЕНЦИИ

# Квочка зрения

Весенний пессимизм оценок экономической ситуации украинскими руководителями сменился осенним оптимизмом. Хотя цыплят, как водится, считать рановато

**В** сентябре-октябре 2009 г. компания Roland Berger Strategy Consultants (г.Мюнхен; управленческий консалтинг) провела исследование влияния кризиса на предприятия в Центральной и Восточной Европе. В опросе приняли участие более 300 менеджеров из Австрии, Хорватии, Польши, России, Чехии, Венгрии и Украины, которые рассказали о последствиях экономической рецессии для их компаний и поделились своими ожиданиями относительно дальнейшего развития ситуации. Напомним: в марте этого года проводилось аналогичное исследование (см. **БИЗНЕС** №15 от 13.04.09 г., стр.40), показавшее, что наибольшие пессимисты среди топ-менеджеров — россияне и украинцы. Однако последние данные свидетельствуют о том, что ряды пессимистов значительно поредели. Так, общее количество руководителей-пессимистов в мире сократилось с 63% в марте до 36% в сентябре-октябре. **Сергей Грачев**, генеральный директор ООО “Ин-Тайм” (г.Запорожье; грузовые перевозки; с 2002 г.), объясняет такие результаты реальным улучшением состояния некоторых рынков. “Весной 2009 г. все ожидали еще большего падения. Отсюда и пессимистические настроения. Сегодня есть надежда на сохранение роста, если не будет каких-то глобальных потрясений”, — говорит он.

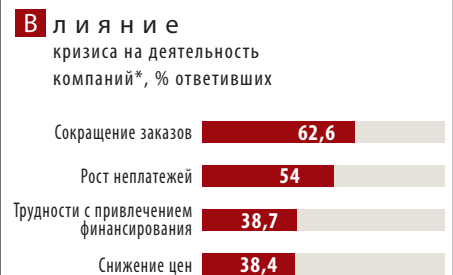
**Дмитрий Сироткин**, партнер ИКФ “АЛЪТ” (г.Москва; стратегический и управленческий консалтинг; с 1992 г.; 10 чел.), считает, что оптимизм топ-менеджеров объясняется тем, что их компании освоились в условиях кризиса и почувствовали себя увереннее, а также тем, что ожидаемых многими в начале 2009 г. катастрофических изменений в экономике так и не произошло. “К тому же улучшилась конъюнктура для компаний, работающих в сырьевых отраслях, что вызывает оптимизм не только у сырьевиков”, — полагает он. Тем не менее особых поводов для всеобщей радости пока нет. Доктор **Уве Кум**, автор исследования и управляющий партнер Roland Berger Strategy Consultants в СНГ, отметил, что большинство опрошенных менеджеров до сих пор занимают выжидательную

позицию. Неконтролируемое падение закончилось, но признаков быстрого восстановления пока не наблюдается.

Топ-менеджеры Центральной и Восточной Европы вынуждены решать те же проблемы, с которыми они сталкивались в марте (см. “Влияние кризиса”). А вот для украинских и российских управленцев актуальным становится риск банкротства предприятий. “Для наших западных коллег кризис — это сокращение оборота на 10%. У нас же речь идет о 50%, а то и 80%. У них пессимизм вызывает недополученная прибыль, а у нас многие компании стоят на грани выживания”, — объясняет г-н Грачев.

Дмитрий Сироткин с сожалением констатирует, что большинство российских компаний реализуют стратегию “выживания”, надеясь “пересидеть” кризис, и боятся совершать активные действия. “Осуществление масштабных стратегических действий — это роскошь по нынешним меркам. Для этого требуется наличие развитого рынка капитала и достаточное количество желающих продать часть или весь свой бизнес по адекватной цене. Ни первое, ни второе условие в странах СНГ пока не выполнено”, — резюмирует **Андрей Фоменко**, директор по исследованиям и анализу финансово-промышленной группы ДСН (г.Киев; с 2007 г.). Он не исключает, что нестабильность экономических систем сохранится, посему возможны неожиданные и неприятные сюрпризы.

Елена Курячая



\* Респонденты имели возможность дать несколько вариантов ответов.

По данным Roland Berger Strategy Consultants.