

ФАКТОРЫ УПРУГОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ ШОКОВ В РОССИИ (ПО ДАННЫМ ЛОНГИТЮДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

А. И. ЕГОРОВА

Институт Фонд «Общественное мнение», Россия^а

А. Ю. ЧЕПУРЕНКО

*Факультет социальных наук, Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», Россия^б*



В исследовании проанализировано влияние ряда факторов разного характера на финансово-экономическую «упругость» (resilience) бизнеса российских малых предпринимателей в период внешних шоков (пандемия COVID-19, ситуация вокруг Украины). Эмпирической базой исследования являются данные пяти волн лонгитюда малого бизнеса Института Фонда «Общественное мнение» (количество респондентов — 750 человек), реализуемого в 2021–2022 г. Для анализа панельных данных выбран метод мультиномиальной логистической регрессии с фиксированными эффектами (FE-model). В статье содержится ряд выводов, в соответствии с которыми возраст бизнеса не является значимым фактором, объясняющим степень упругости реакции бизнеса на внешние шоки; чем масштабнее рынок, тем выше вероятность того, что бизнес окажется либо устойчиво развивающимся даже в период шоков, либо проявит упругую реакцию на неблагоприятные внешние воздействия; добровольная мотивация чаще способствует упругости, чем вынужденная, и, как правило, присуща тем предпринимателям, бизнес которых оказался невосприимчив к внешним шокам; применение инновационных решений не всегда приводит к повышению упругости бизнеса в период возникновения внешних шоков — во всяком случае, на материалах панели респондентов проекта это не просматривается. Настоящая статья — это первая попытка дифференцировать не-

Настоящая статья подготовлена в ходе реализации проекта «Стратегии адаптации российских малых предпринимателей к шокowym изменениям в экономике и обществе». Исследование реализовано при поддержке факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

Адреса организаций: ^а Институт Фонд «Общественное мнение», Рочдельская ул., 15, стр. 43, Москва, 123033, Россия; ^б Факультет социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Мясницкая, ул. 20, Москва, 101000, Россия.

© А. И. Егорова, А. Ю. Чепуренко, 2023
<https://doi.org/10.21638/spbu18.2022.202>

сколько факторов, которые, по-видимому, могут повлиять на устойчивость малых и средних предприятий к внешним шокам в динамике, на данных лонгитюда, а не одномерного исследования. Обнаружилось, что ни возраст бизнеса, ни использование инновационных решений не оказывают на него долговременного влияния. Кроме того, доля упругих предприятий, возглавляемых предпринимателями, движимыми возможностью увеличить свой доход, аналогична их доле среди вынужденных предпринимателей, в то время как среди предпринимателей, стремящихся к улучшениям (improvement driven entrepreneurs), она намного выше. Наконец, вывод о том, что объем рынка положительно связан с упругостью в условиях шоков, подтверждает важность изучения влияния объема деятельности бизнеса на его стабильные показатели. Ограничения связаны со сравнительно коротким сроком наблюдения за хозяйственным поведением респондентов (июль 2021 г. — июль 2022 г.).

Ключевые слова: малое предпринимательство, факторы упругости, пандемия COVID-19, Россия, лонгитюдное исследование, количественный анализ.

JEL: M21, C83, O44.

ВВЕДЕНИЕ

Пандемия COVID-19, начавшаяся в 2020 г., вызвала серьезный экономический шок во всем мире [Al-Hyari, 2020]. Соответственно под угрозой оказались малые и средние предприятия как в зарубежных странах [Fairlie, 2020; Meahjohn, Persad, 2020; Ratten, 2020; Robinson, Kengatharan, 2020; Belitski et al., 2021], так и в России [Земцов, Царева, 2020; Чепуренко и др., 2021]. В отличие от классических экономических кризисов, пандемия признана экзогенным шоком [Amankwah-Amoah, Khan, Wood, 2021], иными словами, — внешним явлением, потому что предприниматели, исходя из накопленного опыта, не могли ни предсказать ее наступление, ни прибегнуть к апробированным способам реагирования [Giones et al., 2020; Brown, Rocha, 2020; Bressan et al., 2021].

Спустя один-полтора года после начала пандемии бизнес уже извлек уроки из событий 2020 г., а потому можно вести речь о моделях поведения фирм в посткризисный период [Ответ российского бизнеса..., 2021]. Поэтому сейчас уже представляется возможным изучать не только ее негативные последствия, но и решения, которые предпринимают владельцы бизнеса по активной адаптации [Чепуренко, 2021].

На фоне еще не до конца пережитого воздействия пандемии COVID-19 в начале 2022 г. в России возникает чрезвычайная ситуация иного характера в связи со специальной военной операцией (СВО) в Украине и событиями вокруг нее. Предприниматели снова оказываются в условиях высокой волатильности рынков и растущей неопределенности. Хотя в целом эти две череды событий отличаются друг от друга как по степени серьезности, так и по характеру формирования шоков (экзогенные или эндогенные) [Bhamra, Dani, Burnard, 2011], внезапность и внеэкономический характер нового потрясения сближают его по характеру воздействия на малый бизнес с турбуленциями периода пандемии.

Упругость малых предприятий в условиях внешних шоков, с которыми они ранее не встречались, практически не исследована в отечественной литературе. Целью настоящей работы является анализ некоторых факторов, влияющих на упругость реакции российских малых предприятий на внешние шоки, какими стали пандемия коронавируса и СВО, а также последовавшая санкционная реакция Запада.

Статья имеет следующую структуру. В первом разделе рассмотрены теоретиче-

ские подходы, позволяющие сформулировать понятие упругости и гипотезы в отношении влияющих на нее факторов. Во втором — описана база данных и методология исследования. Третий раздел посвящен анализу данных и проверке основных гипотез. В заключении сформулированы выводы, показана их теоретическая значимость, высказаны некоторые практические рекомендации и указаны ограничения исследования, а также возможные направления его продолжения и углубления.

УПРУГОСТЬ И ЕЕ ФАКТОРЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятие «упругость» появилось в научной литературе в начале 1970-х гг. [Holling, 1973] и рассматривается как способность экосистемы отвечать на внезапные изменения среды и быстро возвращаться в исходное состояние. В настоящее время концепция упругости стала многоаспектной и мультидисциплинарной [Kantur, Say, 2015; Barasa et al., 2017], но в первую очередь — инструментом стратегического менеджмента, в особенности в исследованиях малого и среднего предпринимательства [Saad et al., 2021].

В литературе сложилось несколько подходов к соотношению близких, но не тождественных понятий «устойчивость» и «упругость»: (1) упругость — элемент устойчивости; (2) устойчивость выступает компонентом упругости фирмы; (3) упругость и устойчивость рассматриваются как разные явления (см., напр.: [Marchese et al., 2018]).

В работах, написанных в период до коронавирусной пандемии и в ее начале, упругость чаще всего представлялась как способность к адаптации бизнеса к изменениям, новым условиям риска, а также выдерживанию систематических сбоев [Bhamra, Dani, Burnard, 2011; Hosseini, Barker, Ramirez-Marquez, 2016; Gregurec,

Tomčić Furjan, Tomčić-Pupek, 2021]. Выражаясь более конкретно, упругость означает способность организации «выдерживать нагрузку», т.е. продолжать существование и «улучшать функционирование, несмотря на наличие неблагоприятных факторов» [Hosseini, Barker, Ramirez-Marquez, 2016, p.48]. При такой трактовке упругости понятно, что она: во-первых, является одним из условий устойчивости, но не тождественна ей; во-вторых, операционализируема, т.е. позволяет отследить, какие факторы влияют на данную способность выдерживать сбои.

Настоящая статья основывается на понимании того, что устойчивость малого бизнеса предполагает в качестве одной из предпосылок способность быстро реагировать на те неожиданные изменения, с которыми в последнее время сталкивалось российское малое предпринимательство, начиная с внезапных ковидных ограничений разного рода в 2020 гг. и заканчивая обвалом цепей поставок, разрывом финансовых потоков, уходом с рынка ряда важных заказчиков после февраля 2022 г. Эта способность бизнеса держать внезапный удар и называется нами упругостью реакции бизнеса на внешние шоки (далее — упругостью бизнеса, или упругостью) — в отличие от устойчивости, которая трактуется как интегральная характеристика бизнеса цикла той или иной компании на протяжении сравнительно длительного периода времени.

Представляется, что термин «упругость» в русском языке имеет некоторую этимологическую коннотацию, в отличие от вводимого некоторыми авторами новообразования «резильентность», используемого в исследовании региональных экономических экосистем (см., напр.: [Акбердина, 2021; Смородинская, Катукон, 2021]), содержание которого при этом либо не определяется, либо становится синонимом уже давно и прочно вошедшего в обиход науки понятия «устойчивость». Но зачем использовать два обозначения для одного понятия? Кроме того, в настоящей статье изучаются

факторы индивидуальной упругости бизнесов, а не макропроцессы.

Некоторые ограничения применимости указанного понятия связаны с тем, что наличие или отсутствие упругости можно отследить только по окончании шока, потребовавшего быстрой реакции, когда выясняется способность фирмы возобновлять нормальную деятельность после кризиса [Gereffi, Pananond, Pedersen, 2022] или даже процветать после него [Belitski et al., 2021]. В данной статье, однако, авторы исходят из того, что при большой длительности экзогенного шока, как это было, например, с пандемией коронавируса, уже по завершении первой, самой острой, ее фазы, происходит некий естественный отбор, позволяющий выделить особенности тех бизнесов, которые **были** достаточно упругими, чтобы быть способными пережить ее.

Кроме того, упругость может пониматься и как способность/готовность владельца/владельцев фирмы к гибкости в условиях внезапных шоков, и как упругость реакции всего бизнеса в стране или регионе [Castro, Zermeco, 2020]. В представленной статье рассмотрение упругости ограничивается уровнем отдельных бизнес-единиц и трактуется как готовность бизнеса к «отскоку», т. е. к выходу на траекторию устойчивого развития после временного спада и вопреки неблагоприятным внешним обстоятельствам.

Некоторые факторы упругости предприятий уже описаны в литературе, исследующей малое предпринимательство в период пандемии COVID-19 (см., напр.: [Kuckertz, Braendle, 2022; Sharma et al., 2022]). При этом степень упругости малых и средних предприятий (МСП) будет зависеть от их возможностей и наличия ресурсов [Bhamra, Dani, Burnard, 2011]. В качестве таких возможностей и ресурсов указываются особенности (вид деятельности, размер, возраст) предприятия ([Belitski et al., 2021; Gregures, Tomičić Furjan, Tomičić-Pupek, 2021] и др.), личные качества предпринимателя [Bhamra, Dani,

Burnard, 2011], а также поведенческие практики — реагирующие (реактивные) и адаптивные (проактивные) [Wegron, Ringel, 2020].

Для начала целесообразно рассмотреть характеристики самих бизнесов. Во-первых, упругость может зависеть от той стадии жизненного цикла [Adizes, 1990], на которой находится бизнес — ранняя или стадия уже устоявшегося бизнеса, — ведь они располагают различным набором и объемом ресурсов, имеют в неодинаковой степени сформированные рынки и клиентскую базу и т. д. Так, у владельцев раннего бизнеса в целом финансовые условия, размеры капитала и положение на рынке слабее, они обладают меньшим объемом ресурсов [Guleeva, 2010]. Далее используется методология «Глобального мониторинга предпринимательства» (GEM), согласно которой все бизнесы разделяются на ранние (существующие менее 3,5 лет), и устоявшиеся (старше 3,5 лет).

Во-вторых, в исследованиях дискутируется важность пространственного аспекта при анализе развития малого предпринимательства (см., напр.: [Glaeser, Kerr, 2009; Trettin, Welter, 2011]). С учетом того обстоятельства, что более широкие рынки, на которых оперирует малый бизнес, позволяют ему быть более упругим в периоды потрясений [Gunasekaran, Rai, Griffin, 2011; Lin et al., 2021], можно предположить, что если предприниматель ведет свой бизнес в нескольких регионах, то он имеет возможность микшировать риски резкого снижения спроса или сокращения покупательной способности, а также использовать эффект масштаба.

В-третьих, в малом предпринимательстве всегда важна личность владельца, руководителя бизнеса, особенности которой сильно влияют на стратегию и хозяйственные результаты бизнеса. Прежде всего это касается мотивации к предпринимательской деятельности. В международном проекте GEM (см., напр.: [Hessels, Gelderen, Thurik, 2008]) мотивация предпринимательской деятельности подразделяется на

два типа: добровольную (включающую в себя два подтипа — стремление изменить мир к лучшему либо стремление обеспечить себе более высокий уровень дохода, чем при работе по найму) и вынужденную (необходимость обеспечить источник дохода в условиях отсутствия альтернативных источников дохода). Согласно данным GEM, различие мотивов предпринимателей влияет не только на готовность предлагать новые продукты, внедрять инновации, но и на живучесть фирм [Belda, Cabrer-Borrós, 2018]. В дальнейшем будет показано, как разделение предпринимателей на добровольных и вынужденных отражается на упругости предприятия.

Наконец, важно проанализировать поведенческие практики, которые, как отмечалось, разделяются на реагирующие и адаптивные. В то время как реагирующие практики внедряются непосредственно в момент шокового сбоя, адаптивные практики укореняются в системе и продолжают существовать после него. Одной из таких поведенческих практик выступает трансформация бизнес-модели предприятия, индикаторами которой может быть появление новых услуг, видов деятельности, средств и каналов потребления, вариантов сотрудничества в сообществах [Gregurec, Tomićić Furjan, Tomićić-Puprek, 2021] или иных инновационных решений [Chaarani et al., 2021]. Если предприятие эффективно меняет свою деятельность под возникающие новые условия, то оно является упругим. Подобные трансформации появляются сначала как реагирующие в ответ на шок, но если они укореняются с течением времени, то становятся адаптивными [Werron, Ringel, 2020].

Распространенными практиками в условиях пандемии стали использование новых технологий или расширение продуктовой линейки. В зарубежной литературе показано, что для некоторых малых предприятий, активно использующих новые технологии логистики и взаимодействия с клиентами, а также производящих товары и услуги, особенно востребованные в ус-

ловиях внезапных изменений на рынках, пандемия COVID-19 стала окном возможностей (см., напр.: [Davidsson et al., 2020; Ratten, 2020]). Так, было обнаружено, что использование цифровых технологий в период пандемии помогло снизить экономические затраты на поиск, хранение, вычисление и передачу данных [Belitski et al., 2022], а соответственно, выправиться после временного сокращения объемов деятельности или хозяйственной выручки.

Разумеется, приведенный список возможных факторов не является исчерпывающим. Например, в качестве факторов упругости выделяют также предыдущий опыт преодоления кризисов предпринимателя, использование социального капитала, неформальные практики поддержки [Castro, Zermeco, 2020], наличие развитой корпоративной культуры [Богомолова и др., 2021] и многое другое. Однако они не могут быть проверены на доступных нам данных и выходят за рамки представленного исследования.

Таким образом, в настоящей работе, исходя из концептуальной схемы (рис. 1), на эмпирических данных будет выяснено, как влияют на бизнесы в период внешних шоков характеристики самого бизнеса, индивидуальные характеристики предпринимателя, поведенческие практики предпринимателей, что приводит к выделению среди них групп бизнесов с упругой или неупругой реакцией на такие экстерналии, и насколько эти группы оказываются устойчивыми.

Соответственно, на основе анализа имеющейся литературы были сформулирован ряд гипотез для их дальнейшей проверки на материалах количественного исследования (лонгитюда).

Так как малые предприниматели могут располагать большим или меньшим набором ресурсов для противостояния внешним шокам в зависимости от стадии жизненного цикла бизнеса [Adizes, 1990; Guleeva, 2010], выдвинута гипотеза *H1*, что у владельцев раннего бизнеса в целом финансовые условия, размеры капитала и положение

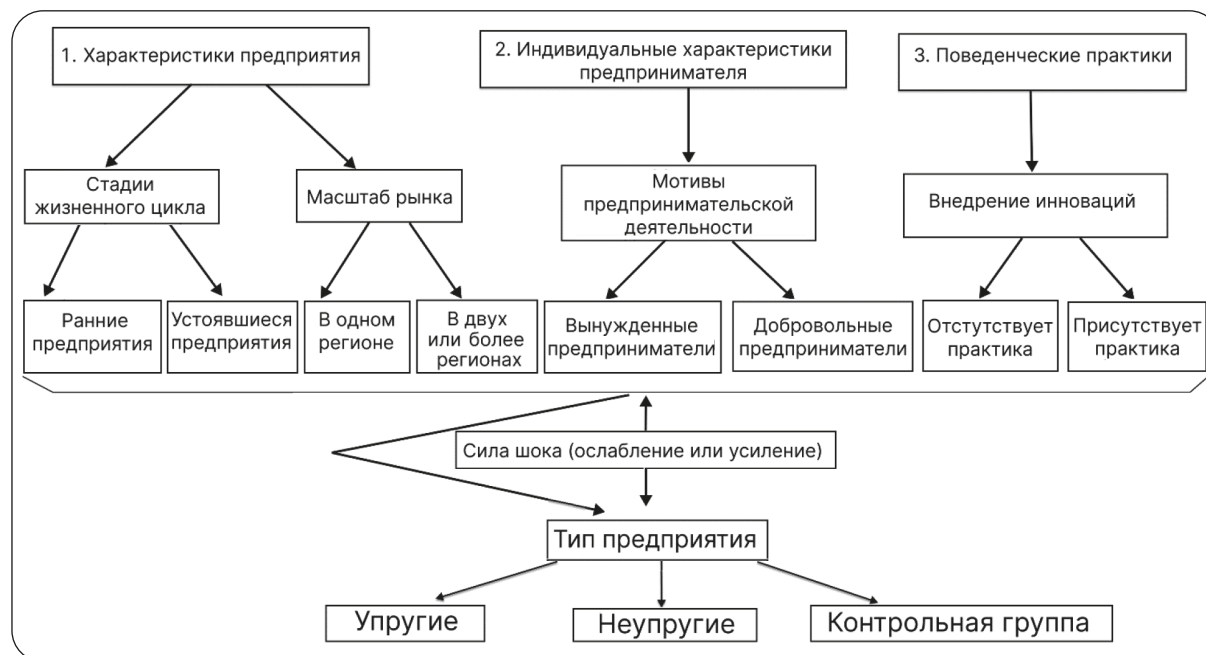


Рис. 1. Концептуальная схема исследования

на рынке слабее, а потому их бизнесы могут быть в целом менее упругими, чем у владельцев устоявшегося бизнеса.

Поскольку масштаб рынка имеет значение [Gunasekaran, Rai, Griffin, 2011; Lin et al., 2021], то сформулирована гипотеза *H2*, что бизнесы, которые ведутся в нескольких регионах, окажутся более упругими к воздействию пандемии, чем те бизнесы, масштаб которых не выходит за пределы одного региона.

Исходя из двух типов мотивации предпринимателей, которые выделяются в литературе, проверяется гипотеза *H3*, что бизнесы вынужденных предпринимателей, скорее всего, должны быть более упругими, поскольку они принуждены приспосабливаться к любым условиям, чтобы продолжить свою деятельность, в силу отсутствия возможностей для альтернативной экономической активности. Напротив, добровольные предприниматели чаще могут быть склонны к закрытию бизнеса в случае, если его финансово-экономические результаты не соответствуют ни финансовым, ни творческим

ожиданиям, так как обладают альтернативными возможностями (открытие другого бизнеса, высокооплачиваемая работа по найму, рента).

Поскольку в ряде упоминавшихся выше зарубежных исследований выяснено, что готовность владельцев бизнеса к технологическим и организационным инновациям положительно связана с упругостью предприятия в условиях внешнего шока, в настоящей статье выдвинута гипотеза *H4*: чем более инновационным было поведение владельцев малого бизнеса в предшествующем квартале, тем более упругими окажутся их МП.

БАЗА ДАННЫХ И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования выступают малые предприниматели России, к которым относятся представители ИП, юридические лица, а также предприниматели микро и малого бизнеса. Фактически в данной

работе объект определяется согласно феноменологическому подходу, т. е. по самозачислению. Малые предприниматели — это те, кто сам себя относит к числу владельцев малого предприятия и активно включен в предпринимательскую деятельность.

Как отмечалось, под упругостью понимается способность бизнеса выдерживать сбои, внешние шоки [Bhamra, Dani, Burnard, 2011; Hosseini, Barker, Ramirez-Marquez, 2016; Gregurec, Tomičić Furjan, Tomičić-Pupek, 2021]. В данной статье упругость будет оцениваться, исходя из готовности предпринимателя продолжать или развивать бизнес в неизменных или растущих объемах, даже несмотря на текущее снижение объективных финансово-экономических показателей (доход, спрос) и при субъективной оценке текущих изменений институциональной среды (условия для ведения бизнеса) как неблагоприятных.

База данных

Анализ проводится на основе данных пяти волн исследования «Лонгитюд малого бизнеса», инициированного в 2021 г. Институтом Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) совместно с Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). Особенностью лонгитюдного исследования является то, что его выборка от волны к волне состоит из одних и тех же респондентов, благодаря чему можно изучать изменение оценок, намерений, действий и т. д. Соответственно, все выделенные выше факторы упругости рассматриваются сквозь призму самооценки респондентов, или субъективного восприятия влияния на их бизнес внешнего шока, наличных ресурсов, принятых действий.

Более или менее объективной является оценка финансово-экономических результатов бизнеса в соответствующем квартале, а остальные факторы упругости бизнеса сильно зависят от самооценки положения дел со стороны владельца(ев) бизнеса. Значимости учета субъективных факторов вос-

приятия при анализе упругости компаний посвящена статья [Sheperd, Williams, 2022].

Таким образом, целесообразно исходить из того, что реальное поведение предпринимателя, его реакция на внешние шоки складываются именно на основе перцепции, которая, конечно, может отклоняться от объективных показателей работы его бизнеса. Инструментом для организации исследований в рамках проекта является панель малого бизнеса (ПМБ) [Социология пандемии..., 2021; Чепуренко и др., 2021]. В ПМБ рекрутируются малые предприниматели из всероссийских репрезентативных опросов ФОМа, в основе которых лежат методы случайного отбора респондентов.

Участниками ПМБ являются ИП, предприниматели микро- и малого бизнеса из разных регионов, согласно критериям «Росстата», действующие во всех федеральных округах и представляющие все основные сферы деятельности по ОКВЭД.

Сбор данных первой волны исследования осуществлялся в июле–августе 2021 г., второй — в октябре–ноябре 2021 г., третьей — в январе–феврале 2022 г., четвертой — в апреле–мае 2022 г., пятой волны — в июле–августе 2022 г. при помощи телефонных интервью САТИ (Computer-assisted Telephone Interviewing — САТИ), а также методом онлайн-опроса САВИ (Computer Assisted method of Web Interview — САВИ).

Методология исследования и операционализация понятия «упругость»

Для решения поставленных задач и проверки гипотез исследования был выбран количественный анализ данных, поскольку именно он позволяет учесть динамику в условиях внешних ограничений (пандемия COVID-19, СВО), на фоне которых реализуется лонгитюд.

В международной литературе при исследовании факторов, определяющих успешную деятельность предпринимателя, для анализа чаще всего используют пробит- или логит-регрессии из-за наличия

бинарной зависимой переменной — «успех предпринимателя» или «неуспех предпринимателя» [Fried, Tauer, 2015]. Однако для анализа панельных данных в соответствии с задачами исследования была выбрана мультиномиальная логистическая регрессия с фиксированными эффектами (FEModel) на пространственные единицы (модель 1), которая будет применена для раскрытия взаимосвязи между номинальной зависимой переменной (упругость) и объясняющими переменными (характеристики бизнеса — его возраст, количество регионов, в которых он действует, переменные личного характера — мотивы ведения бизнеса, а также параметры поведенческих практик предпринимателя — инновационность бизнеса).

В качестве пространственных единиц были выбраны типы населенных пунктов, в которых располагаются бизнесы (столицы — крупные города — средние города — малые города и села). Отметим, что при рассмотрении фиксированного эффекта **остановились** на поселенческом, а не на региональном аспекте, поскольку в литературе показано, что «общность социально-экономической среды в однотипных поселениях формирует однородные предпринимательские группы» [Guleeva, 2010, p. 211], в то время как в масштабе регионов или тем более федеральных округов малый бизнес очень сильно различается, а потому для получения представительной картины в разрезе региона нужна гораздо более значительная по объему выборка.

Включение в модель фиксированных эффектов объясняется тем, что при оценке влияния переменной, изменяющейся во времени (использование инноваций, мотивации предпринимателя), она фиксирует все ненаблюдаемые факторы, постоянные во времени [Vaisey, Miles, 2017]. Такая модель позволяет фиксировать неизменяющиеся во времени факторы — природные ресурсы, экономико-географическое положение (близость к рынкам), инновационный потенциал, инфраструктура, культурные и иные особенности локации бизнеса.

Кроме того, представлена модель с фиксированными эффектами на временные периоды (модель 2), которая дает возможность сравнить упругость малых предприятий в разные периоды шока. Наконец, с помощью этих моделей можно учитывать неоднородность данных, что защищает от смещений и неверной оценки статистической значимости.

В качестве контрольной выбрана переменная «индивидуальная сила шока». Необходимо отметить, что два изначально похожих предприятия могли по-разному оценить ущерб от внешних шоков и проявить неодинаковую степень упругости. В анкете есть вопрос, связанный с влиянием пандемии COVID-19 на бизнес, а также санкций и ответных действий властей, которые можно использовать как скрытую переменную для оценки различий в индивидуальном восприятии последствий кризиса.

Исходя из теории запланированного поведения, можно предположить, что наличие упругости реакции бизнеса на внезапные шоки подразумевает, что предприниматель: (а) знает о некоторых негативных изменениях текущих результатов хозяйственной деятельности своего бизнеса; (б) реалистично оценивает внешние условия для продолжения бизнеса; (в) исходя из понимания результатов и возможностей своего бизнеса и оценки условий хозяйствования, выстраивает бизнес-стратегию, направленную на преодоление временных спадов, сбоев в функционировании бизнеса.

Соответственно, для операционализации ключевого концепта данной статьи — упругости реакции бизнеса на внешние шоки — были выполнены дополнительные преобразования переменных, отражающих текущие финансово-хозяйственные результаты, спрос и оценку общих условий хозяйствования. Прежде всего для каждого предпринимателя было вычислено количество баллов, исходя из разных возможных сочетаний таких показателей, как оценка респондентами изменения в прошлом квартале дохода от бизнеса, спроса и условий

Таблица 1

**Изменения дохода от бизнеса, спроса на продукцию и условий для ведения бизнеса
в прошлом квартале: оценка респондентов**

Оценка респондента, балл	Доход от бизнеса	Спрос на продукцию	Условия для ведения бизнеса
2	Был выше, чем в предыдущем	Вырос	Улучшились
1	Был таким же, как в предыдущем	Не изменился	Не изменились
0	Был ниже, чем в предыдущем	Снизился	Ухудшились

для ведения бизнеса (табл. 1). Предполагается, что чем больше баллов присваивается предпринимателю, тем лучшими были финансово-экономические показатели его бизнеса и тем более позитивно он оценивает условия для ведения бизнеса, и наоборот.

Исходя из набранных баллов, респонденты были сгруппированы в три группы: «0–1», «2–3» и «4–6».

Затем в рамках данных групп были выделены, исходя из характера реагирования респондентов на внешние шоки, упругие, неупругие бизнесы и контрольная группа (табл. 2). Упругими, очевидно, являются бизнесы, которые имеют средние или низкие показатели самооценки финансово-экономических итогов бизнеса в предыдущем квартале, и/или владельцы которых негативно оценивают условия для ведения бизнеса, но при этом их стратегия направлена на то, чтобы преодолеть возникшие неблагоприятные обстоятельства и результаты, т. е. на сохранение или развитие бизнеса. Неупругие бизнесы также демонстрируют стабильные или ухудшившиеся показатели финансово-экономической деятельности, и их владельцы негативно оценивают условия ведения бизнеса, но их стратегия — простое выживание. Кроме того, появляется третья — контрольная — категория предпринимателей, бизнесы которых нельзя отнести ни к упругим, ни

к неупругим, поскольку они имеют улучшившиеся показатели финансово-экономической деятельности в прошлом квартале, оценивают положительно условия для ведения бизнеса, т. е. вообще не испытывают шоков и, соответственно, не нуждаются в проявлении упругости.

Необходимо отметить, что от 9 до 18 респондентов (т. е. от 1,3 до 2,6 % от выборки) в разные волны исследования должны были попасть в некую гибридную группу, у представителей которой доход и спрос в предыдущем квартале улучшились, но восприятие условий хозяйствования ухудшилось. Однако, поскольку обычно малые предприниматели оценивают общеэкономическую обстановку, исходя из результатов собственного бизнеса, которые в целом были успешными, т. е. от них не требовалась демонстрация упругого поведения. Поэтому они зачислены в третью, контрольную, группу (табл. 2).

Переменная «упругость» далее была проверена на корректность и надежность с помощью таблиц сопряженности и критерия χ^2 Пирсона. Затем были построены кластеризованные столбчатые диаграммы, чтобы выяснить, значимы ли отличия между бизнесами, находящимися на разных стадиях жизненного цикла, у владельцев которых различаются мотивации, а также есть ли разница в зависимости от применения или неприменения инновационных решений.

Таблица 2

Разделение бизнесов на упругие, неупругие и контрольную группу

Изменение экономического состояния бизнеса	Сумма баллов	Бизнес-стратегия предпринимателя	Группа бизнесов	Комментарий
Прорывающие (высокие показатели)	4–6	Развитие	Контрольная	Имеют высокие показатели и развивают бизнес, нет шоковых обстоятельств
	4–6	Сохранение	Контрольная	Имеют высокие показатели и сохраняют бизнес, нет шоковых обстоятельств
	4–6	Выживание	Контрольная	Нет ни сохранения/развития бизнеса, ни шоковых обстоятельств
Стабильные (средние показатели)	2–3	Развитие	Упругие	Имеют средние показатели или демонстрируют рост даже в условиях негативной оценки бизнес-климата, при этом стремятся развивать бизнес
	2–3	Сохранение	Упругие	Имеют неблагоприятные или средние показатели, стремятся сохранить бизнес
	2–3	Выживание	Неупругие	Имеют средние или не очень благоприятные обстоятельства и стремятся только к выживанию
Увядающие (низкие показатели)	0–1	Развитие	Упругие	Имеют низкие показатели или негативно оценивают бизнес-климат, но стремятся развиваться
	0–1	Сохранение	Упругие	Имеют низкие показатели или негативно оценивают бизнес-климат, но стремятся сохранить бизнес
	0–1	Выживание	Неупругие	Имеют низкие показатели или негативно оценивают бизнес-климат, но стремятся к простому выживанию

Данный метод позволяет установить, могут ли выделенные факторы надежно использоваться для построения моделей проверки сформулированных гипотез.

АНАЛИЗ ДАННЫХ И ПРОВЕРКА ОСНОВНЫХ ГИПОТЕЗ

Проверка значимости различий между группами бизнесов была проведена при помощи таблиц сопряженности.

Значимость характера ожидания предпринимателей в отношении итогов следующего квартала

В группе как упругих, так и неупругих бизнесов большинство предпринимателей вступали в новый квартал с беспокойством и тревогой. При этом, однако, оптимистов оказалось несколько больше в группе упругих бизнесов. В контрольной же группе предприниматели в основном вступали в следующий квартал с уверенностью и оптимизмом. Это подтверждает, что группы упругих и неупругих бизнесов находятся в неблагоприятных обстоятельствах по сравнению с контрольной группой (рис. 2).

Причем данные отличия оказались значимыми, согласно примененному критерию χ^2 Пирсона (табл. 3).

Значимость влияния внешних шоков

В группах как упругих, так и неупругих бизнесов большинство предпринимателей отметило, что оба шока повлияли на результаты их деятельности. В контрольной группе, напротив, чуть больше тех, на ком ни пандемия COVID-19, ни [] не отразились (рис. 3). Данные отличия оказались значимыми, согласно примененному критерию χ^2 Пирсона (табл. 4).

Значимость различий между ожиданиями результатов бизнеса в следующем квартале у разных категорий предпринимателей

Косвенно ожидания могут указывать на то, насколько успешной считает предприниматель свою бизнес-стратегию. Если предприниматель полагает, что квартал будет лучше, то, по-видимому, он надеется на положительную отдачу от своих решений. Оказалось, что среди владельцев упругих бизнесов на протяжении всех волн

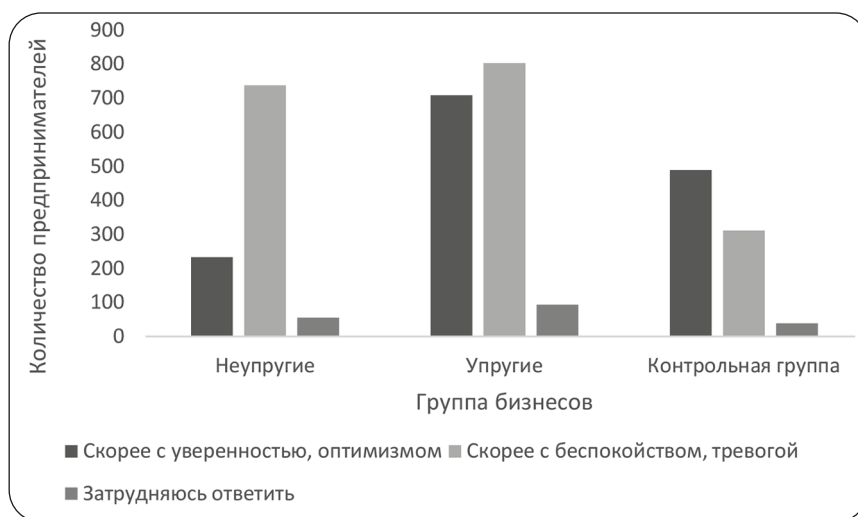


Рис. 2. Диаграмма настроений предпринимателей в начале следующего квартала: группы бизнесов

Таблица 3

Критерий χ^2 Пирсона для определения настроений предпринимателей в начале следующего квартала

Критерий	Значен критерия	Число степеней свободы	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
χ^2 Пирсона	260,573*	4	0,000

Примечания: * — для числа ячеек 0 (0,0%) ожидаемая частота меньше 5; минимальная ожидаемая частота — 45,21.

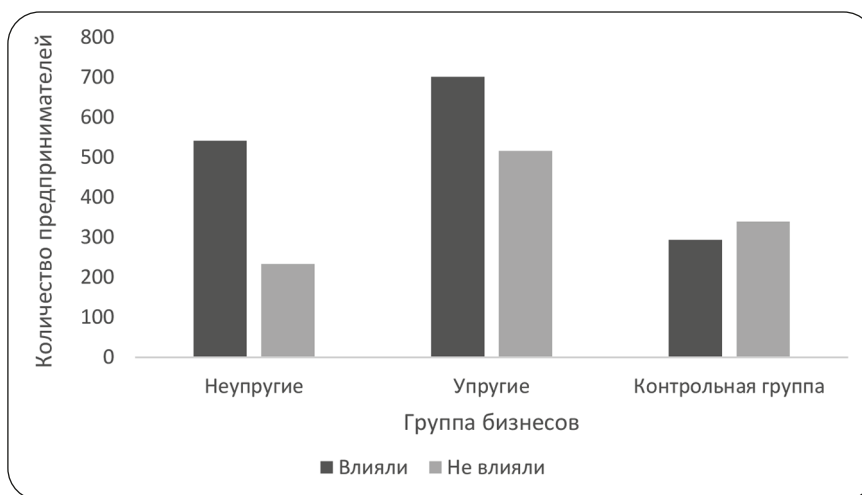


Рис. 3. Диаграмма влияния шоков на бизнес: группы бизнесов

Таблица 4

Критерий χ^2 Пирсона для определения влияния шоков на бизнес

Критерий	Значение критерия	Число степеней свободы	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
χ^2 Пирсона	79,721*	2	0,000

Примечания: * — для числа ячеек 0 (0.0%) ожидаемая частота меньше 5; минимальная ожидаемая частота — 262,46.

лонгитюда большинство отмечали, что текущий квартал для их бизнеса будет примерно таким же, как предыдущий. Чуть меньше респондентов сообщали о том, что результативность по итогам квартала будет выше. Меньше всего среди них оказалось тех, кто считал, что итоги следующего квартала окажутся хуже. С этой точки зрения распределение в группе упругих биз-

несов оказалось ближе к распределению в контрольной группе. В группе же неупругих бизнесов преобладали ожидания (с примерно одинаковой частотой) ухудшения или стабильности положения дел (рис. 4).

Иными словами, респонденты, демонстрирующие отсутствие упругости, гораздо чаще оказывались пессимистами, нежели показывающие упругую реакцию на шоки

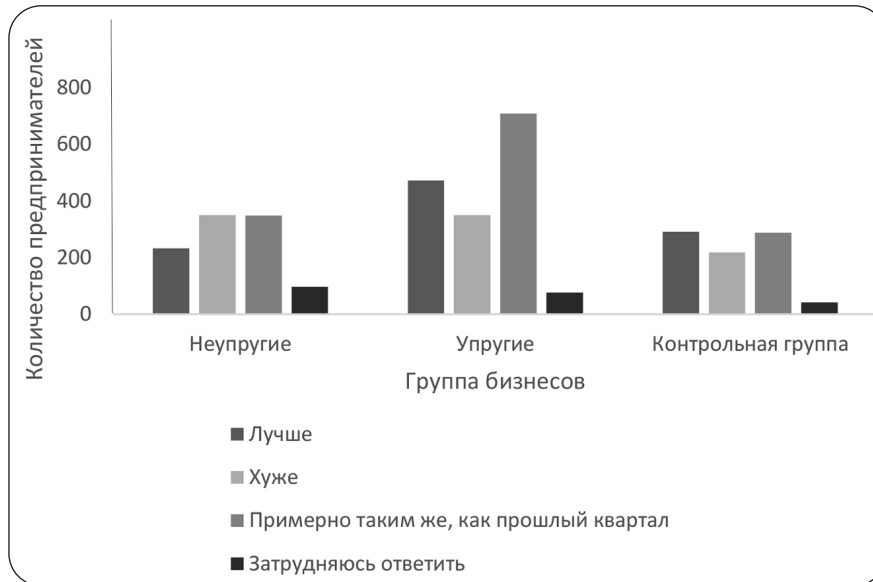


Рис. 4. Диаграмма бизнес-ожиданий предпринимателей: группы бизнесов

Таблица 5

Критерий χ^2 Пирсона для бизнес-ожиданий предпринимателей

Критерий	Значение критерия	Числ степеней свободы	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
χ^2 Пирсона	107,155*	6	0,000

Примечания: * — для числа ячеек 0 (0,0 %) ожидаемая частота меньше 5; минимальная ожидаемая частота — 51,98.

и контрольная группа. Указанные отличия оказались значимыми согласно примененному критерию χ^2 Пирсона (табл. 5).

Таким образом, несмотря на то, что группы упругих и неупругих бизнесов испытали влияние обоих шоков, они значимо различаются по характеру ожидаемых результатов своей деятельности в следующем квартале. Причем с этой точки зрения бизнесы с упругой реакцией на шоки оказались ближе к контрольной группе, которую шоки вовсе не затронули. В дальнейшем анализе контрольная группа будет относиться к базовой, а остальные две группы будут интерпретироваться в терминах отклонений от нее.

Влияние принадлежности к возрастной когорте на упругость бизнеса

Различий между ранними предпринимателями и владельцами устоявшегося бизнеса по уровню представленности в них упругих, неупругих и контрольной группы не выявлено (рис. 5). Оценка, согласно критерию χ^2 Пирсона, оказалась незначимой (табл. 6).

Значимость размеров рынка

Несмотря на то что во всех трех группах бизнесов большинство предприятий ведут свою деятельность только в одном регионе,

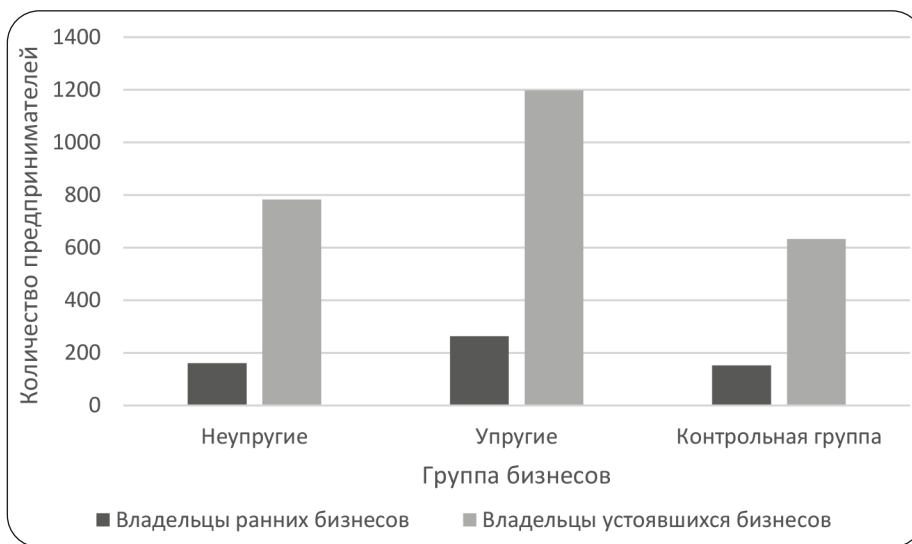


Рис. 5. Диаграмма возрастных когорт бизнеса: группы бизнесов

Таблица 6

Критерий χ^2 Пирсона для возрастных когорт бизнеса

Критерий	критерия	Число степеней свободы	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
χ^2 Пирсона	1,549*	2	0,461

Примечания: * — для числа ячеек 0 (0,0%) ожидаемая частота меньше 5; минимальная ожидаемая частота —141,74.

в контрольной группе доля тех, кто работает в двух или более регионах, заметно выше. Отметим, что в контрольной группе доля ведущих свою деятельность более, чем в одном регионе, превышает долю работающих только на одном локальном рынке примерно в 2 раза, среди упругих — в 2,5, а среди неупругих — в 3,5 раза (рис. 6). Данные отличия оказались значимыми согласно примененному критерию χ^2 Пирсона (табл. 7).

Значимость мотивации предпринимателей

В каждой группе бизнесов большинство респондентов, как оказалось, занимаются предпринимательством вынужденно, однако если в группе неупругих бизнесов они

абсолютно доминируют, то среди упругих и контрольной группы доля добровольных предпринимателей (как движимые идеей самореализации, так и стремящиеся к высокому доходу) в совокупности сопоставима или даже чуть превышает долю вынужденных предпринимателей (рис. 7). Данные отличия оказались значимыми согласно примененному критерию χ^2 Пирсона (табл. 8).

Значимость применения бизнесом инноваций

Как показано на рис. 8, во всех трех группах бизнесов большинство предпринимателей в своей деятельности используют одну-две новые технологии. Отличие между категориями состоит в том, что в контроль-

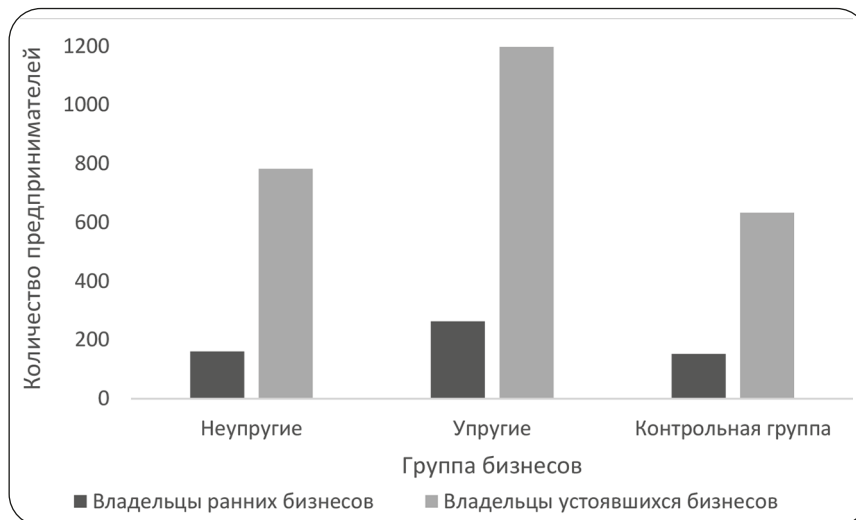


Рис. 6. Диаграмма масштаба рынка: группы бизнесов

Таблица 7

Критерий χ^2 Пирсона для масштаба рынка

Критерий	Значение критерия	Число степеней свободы	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
χ^2 Пирсона	24,449*	2	0,000

Примечания: * — для числа ячеек 0 (0,0 %) ожидаемая частота меньше 5; минимальная ожидаемая частота — 225,12.

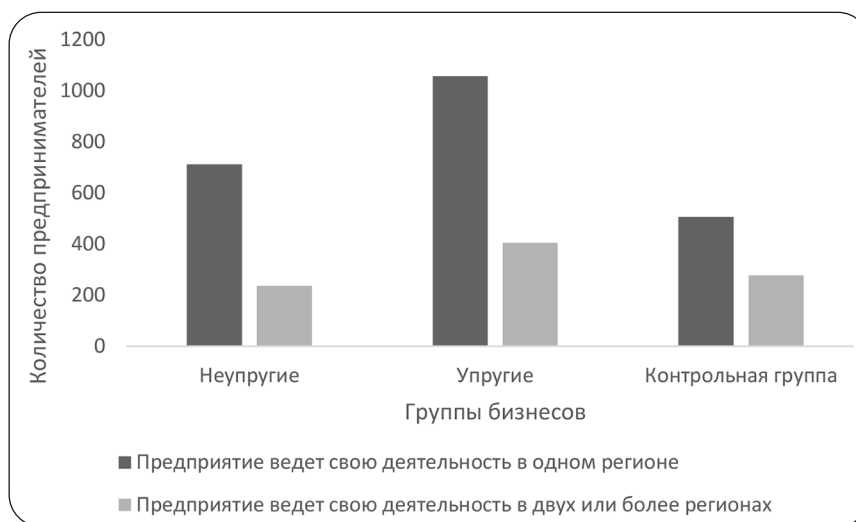


Рис. 7. Диаграмма мотивации предпринимателей: группы бизнесов

Таблица 8

Критерий χ^2 Пирсона для мотивации

Критерий	Значение критерия	Число степеней свободы	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
χ^2 Пирсона	102,153*	4	0,000

Примечания: * — для числа ячеек 0 (0,0 %) ожидаемая частота меньше 5; минимальная ожидаемая частота — 153,05.

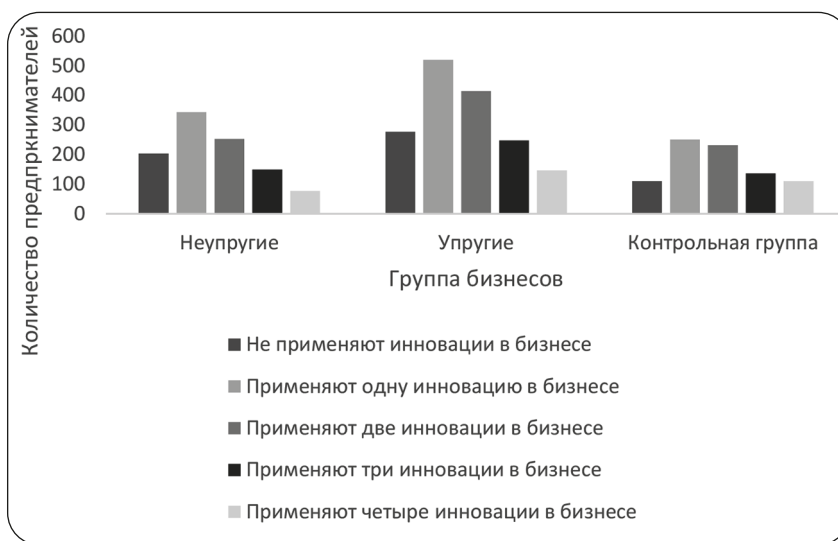


Рис. 8. Диаграмма инновационности: группы бизнесов

ной группе примерно поровну распределась доля предпринимателей, применивших четыре вида инноваций и не использующих их в целом, в то время как в группах упругих и неупругих доля принявших четыре инновационных решения примерно в два раза ниже, чем доля тех, кто этого не сделал. Согласно примененному критерию χ^2 Пирсона, данные отличия оказались значимыми (табл. 9).

Проверка гипотез исследования

На рис. 9 представлена динамика переменной «упругость» за пять волн исследования. Распределение данного индекса по пяти волнам лонгитюда практически не отличается, т.е. в структуре выборки лон-

гитюда доли упругих, неупругих и контрольной группы бизнесов колеблются очень незначительно.

Если сравнивать первую и третью (период пандемии COVID-19) с четвертой–пятой волнами исследования (начало и развитие СВО), между которыми прошло полгода, то в четвертой немного выросла доля упругих предпринимателей, которая в пятой — опять несколько сократилась. Однако наблюдаемые колебания незначительны. Соответственно, можно сделать вывод о том, что в условиях привыкания к пандемии COVID-19 доля упруго реагирующих на внешние шоки бизнесов как минимум не сократилась. Это интересное наблюдение, которое противоречит присутствующему в предпринимательском сообществе убеж-

Таблица 9

Критерий χ^2 Пирсона для инновационности бизнеса

Критерий	Значение критерия	Число степеней свободы	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
χ^2 Пирсона	32,751*	8	0,000

Примечание: * для числа ячеек 0 (0,0%) ожидаемая частота меньше 5; минимальная ожидаемая частота — 46,96.

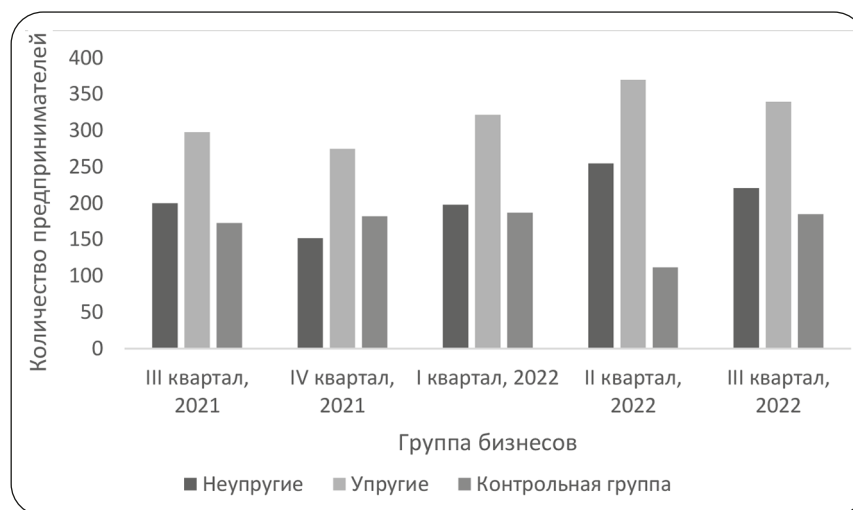


Рис. 9. Динамика групп бизнеса по волнам исследования

дению, что пандемия привела к прогрессирующему ухудшению состояния сектора малого бизнеса. Возможно, здесь сказывается то обстоятельство, что не отличающиеся упругостью бизнесы больше подвержены выбытию (уже упоминалось о сравнительно высоком выбытии респондентов из панели от волны к волне), что и приводит к тому, что среди остающихся в бизнесе доля упругих бизнесов сравнительно высока.

Вместе с тем в четвертой и пятой волнах произошел скачкообразный рост доли неупругих бизнесов, тогда как контрольная группа резко просела в четвертой и практически выправилась — в пятой. Таким образом, новый шок резко усугубил ситуацию в малом бизнесе. Но уже через несколько месяцев часть из них сумела со-

владать с ними, о чем свидетельствуют практически полное восстановление доли контрольной группы в выборке и выход доли упругих бизнесов почти на уровень начала 2022 г.

Для оценки того, как изменяется упругость предприятия в зависимости от мотивации предпринимателя, инновационности бизнеса, количества регионов, в которых осуществляется деятельность, и принадлежности бизнеса к соответствующей возрастной когорте, были построены модели с фиксированными эффектами.

Согласно полученным значениям, наблюдаются отрицательные значимые коэффициенты у предикторов «мотивация», «количество регионов, в которых предприниматель ведет бизнес», а также положительные значимые коэффициенты у пере-

Таблица 10

Модель с фиксированными эффектами типов населенного пункта и временных периодов, шансы и значимость

Категориальные независимые переменные в моделях	Модель 1 ¹ Фиксированные эффекты на пространственные единицы		Модель 2 ¹ Фиксированные эффекты на временные периоды	
	Неупругие ²	Упругие ²	Неупругие ³	Упругие ³
Константа	102,2352***	102,1301***	119,9034***	104,6191***
Мотив «ради самореализации»	-48,579941***	-6,709249	-48,094485***	-5,757904
Мотив «чтобы получать высокий доход»	-59,027176***	9,491362	-58,38462***	13,15835
Применение одной технологии	-49,55532***	-36,80511***	-49,53753***	-38,31066**
Применение двух технологий	14,81568	19,73368	16,70922	20,76498
Применение трех технологий	-9,721713	4,973631	-9,946096	3,110355
Применение четырех технологий	-18,23638	-10,42724	-17,4704	-10,1705
Локализация в двух или более регионах	-41,13590***	-28,43486***	-39,74184***	-28,65818**
Владельцы устоявшихся бизнесов	41,51792**	21,82923	39,88955*	22,06090
Отсутствие влияния шоков	-65,04357***	-37,096274***	-62,14908***	-33,98964***
Factor ⁴ (крупные города)	4,103925	32,075341	—	—
Factor (средние города)	-12,961893	1,745684	—	—
Factor (малые города и села)	-2,716531	6,372187	—	—
Factor (4-й квартал, 2021)	—	—	-30,31113*	-10,41837
Factor (1-й квартал, 2022)	—	—	-10,017731	8,361716
Factor (2-й квартал, 2022)	—	—	60,73596***	65,31195***

Примечания: ¹ референтная категория — контрольная группа; ² референтная категория — столицы; ³ референтная категория — третий квартал 2021 г.; ⁴ Factor — переменные, отражающие фиксированные эффекты; * $p < 0,0$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$; прочерки означают, что в модели 1 фиксируются пространственные единицы, а временные не учитываются, а в модели 2, наоборот, фиксируются временные периоды.

менных «инновационность бизнеса» (когда используется один вид инноваций) и «возраст бизнеса». Остальные коэффициенты оказались незначимыми. Контрольные переменные учтены в модели. Для интерпретации представленных результатов они были преобразованы в шансы. С этой целью экспонента введена в степень коэффициента (табл. 10).

Данные табл. 10 показывают следующее. Во-первых, владельцы устоявшегося бизнеса чаще, чем ранние предприниматели, оказываются среди неупругих, и несколько реже — в контрольной группе. В любом случае, ~~бизнесы владельцев устоявшегося бизнеса~~ — вовсе не демонстрируют более высокой упругости, чем бизнесы ранних предпринимателей. Это означает, по-видимому,

что возраст бизнеса не является значимым фактором, которым можно объяснить степень упругости реакции бизнеса на внешние шоки. Таким образом, гипотеза *H1* данными исследования не подтверждается.

Далее, обнаружено, что малые бизнесы, которые действуют более чем в одном регионе, чаще оказываются в составе контрольной группы (т.е. их бизнес развивается вопреки внешним ограничениям, и они не нуждаются в демонстрации упругости), реже демонстрируют упругую реакцию, но еще реже — в 1,5 раза — неупругую. Так, шансы бизнесов, локализованных более чем в одном регионе, оказаться среди упругих уменьшаются на 28% и заметно снижаются среди неупругих — на 41% по сравнению с контрольной группой. Таким образом, чем масштабнее рынок, тем выше вероятность того, что бизнес окажется либо устойчиво развивающимся даже в период шоков, либо проявит упругую реакцию на неблагоприятные внешние воздействия. Гипотеза *H2* подтверждается.

Шансы бизнеса быть неупругим по сравнению с контрольной группой уменьшаются среди добровольных предпринимателей на 48%, если они занимаются предпринимательской деятельностью ради самореализации, и на 59% — ради получения более высокого дохода, по сравнению с вынужденными предпринимателями. Вероятно, добровольная мотивация чаще способствует упругости, чем вынужденная, и чаще присуща тем предпринимателям, бизнес которых оказался невосприимчив к внешним шокам. Таким образом, гипотеза *H3* на имеющихся данных не подтверждается.

Наблюдаются отрицательные шансы у переменной «инновационность». У бизнесов, владельцы которых используют хотя бы одно инновационное решение из числа возможных (онлайн-продажи, интернет-решения для продвижения товаров и услуг, средства организации удаленной работы (онлайн-сервисы, платформы, облачные хранилища), а также электронный документооборот), шансы быть упругими умень-

шаются на 36%, а шансы оказаться в группе неупругих — на 49%, по сравнению с контрольной группой.

Таким образом, бизнесы, использующие инновационные решения, несколько чаще оказываются в контрольной группе, но они вообще невосприимчивы к экзогенным шокам. Пожалуй, самым неожиданным результатом является то обстоятельство, что по наличию/отсутствию инновационных решений все три группы почти не отличаются, т.е. использование инновационных технологий на данных исследования не работает как значимый фактор, объясняющий различия между упругими и неупругими реакциями малых бизнесов на внешние шоки. Вместе с тем применяющие инновационные технологии бизнесы в 1,4 раза реже оказываются среди неупругих, чем среди упругих.

Значит, гипотеза *H4* в основном не подтверждается, т.е. применение инновационных решений не приводит к повышению упругости бизнеса в период возникновения внешних шоков. Возможно, это связано с высокой долей вынужденных предпринимателей в составе выборки лонгитюда, для которых в целом не свойственны ни ориентация на инновационное развитие, ни, как показано ранее, стремление к упругой реакции на внешние шоки. Кроме того, реализация эффекта от инновационных решений может потребовать более продолжительного времени, чем доступный период наблюдения.

В 2022 г. стали заметны различные шансы оказаться в группе упругих и неупругих бизнесов в периоды привыкания к пандемии COVID-19 и СВО. Так, в качестве референтной группы была взята первая волна исследования, которая проводилась в третьем квартале 2021 г., т.е. во время привыкания бизнеса к условиям действий при пандемии коронавируса. Наблюдаются значимые отличия данного периода от четвертой волны исследования (второй квартал 2022 г.), на который пришлось начало СВО. Выявлено, что в период начала СВО (внезапный шок), по сравнению с уже ставшей

привычным явлением пандемией COVID-19 (бизнес успел адаптироваться к шоку), шансы оказаться среди упругих, а не в контрольной группе, повышаются на 65 %, а среди неупругих бизнесов — на 60 %.

Следовательно, в условиях нового внешнего шока усилилось расслоение малых предпринимателей с точки зрения реализуемых ими стратегий реагирования на новые вызовы — стало больше как упругих, так и неупругих бизнесов, которые не могут справиться с новыми вызовами, за счет сокращения контрольной группы. Однако к пятой волне лонгитюда, как показано выше, этот эффект был в значительной мере преодолен.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье на данных лонгитюдного исследования рассмотрены некоторые факторы упругости малых предприятий в России в условиях внешних шоков. Такое исследование является уникальным как в российской, так и в зарубежной литературе и вносит вклад в изучение адаптационных стратегий так называемого повседневного предпринимательства в условиях экзогенных шоков, которое только начинается [Smith et al., 2022].

В ходе исследования выяснилось, что, во-первых, на протяжении года реализации лонгитюда не произошло драматических изменений в структуре выборки с точки зрения доли упругих бизнесов. Их доля в течение трех волн лонгитюдного исследования оставалась стабильной, выросла в четвертую волну (начало СВО) за счет резкого сжатия доли контрольной группы, но структура распределения по трем группам практически восстановилась в пятую волну исследования.

Поскольку опрашивались одни и те же респонденты, то это означает, что часть из тех, кто ранее демонстрировал упругую реакцию на новый шок, сумели выйти на траекторию устойчивого развития и перешли в контрольную группу. Очевидно, часть

неупругих также смогли найти решения по адаптации и в итоге отреагировали на новые вызовы упруго. Это свидетельствует о том, что даже в неблагоприятных внешних условиях малое предпринимательство как некая экосистема способно регенерировать, восстанавливать свою живучесть. С учетом того, что меры государственной поддержки в период СВО были весьма точечными и однозначно не могли привести к такому эффекту за несколько месяцев, следует признать, что малое предпринимательство способно выживать и быть гибким, т. е. обладает свойствами регенерации, а потому самой удачной формой поддержки малого бизнеса в условиях внешних шоков является, скорее всего, неизменность правил и общее сокращение регулирующего воздействия — экосистема малого бизнеса в таких условиях сможет самостоятельно справиться с шоками.

Далее, было обнаружено, что мотивация, с которой предприниматели ведут бизнес, играет важную роль. Оказалось, что бизнесы вынужденных предпринимателей, которым, казалось бы, отступать некуда, на деле менее упруги, чем бизнесы предпринимателей добровольных, в особенности — движимых стремлением к улучшениям. Следовательно, в условиях внешних шоков именно данный тип малых предпринимателей оказывается наиболее востребованным, и это наблюдение соответствует некоторым имеющимся результатам (см., напр.: [Caballero-Morales, 2021; Clauss et al., 2021]). Но из литературы также известно, что именно предприниматели, движимые стремлением к улучшениям, предъявляют запрос скорее на прозрачность и неизменение деловой среды, чем на многочисленные точечные меры поддержки [Audretsch, 2004; Stam, 2008]. Между тем, вся политика в отношении малого предпринимательства в России традиционно строится, исходя из предположения о результативности точечных воздействий на сектор МСП. Кроме того, это побуждает несколько иначе взглянуть на проводимую российским государством в последние годы

политику приоритетной поддержки именно этих категорий путем введения налоговых режимов, поощряющих самозанятость и создание мелких ИП).

Примечательно, что масштаб рынка, который в том числе выражается в его присутствии в ряде регионов или только в одном из них, весьма значим: бизнесы, которые ведутся в нескольких регионах, оказываются более упругими к внешним шокам за счет разнообразия местных рынков и доступности более широкого набора ресурсов. Этот результат подтверждает значимость изучения эффектов размера и структуры локации бизнеса (см., напр.: [Korsgaard et al., 2020]) и совершенно очевидно ставит вопрос о возможностях и инструментах содействия развитию такого малого бизнеса, который выходит за рамки узколокальных ограничений, т.е. о необходимости синергетического подхода, сочетающего инструменты политики в области малого предпринимательства, промышленной и региональной структурной политики [Земцов и др., 2020].

Не удалось обнаружить значимых различий в упругости между бизнесом ранних предпринимателей и владельцев устоявшегося бизнеса. В условиях сильных внешних шоков, по-видимому, ошибочно делать ставку как исключительно на старт-апы и поддержку нарождающегося предпринимательства, так и только на уже устоявшиеся бизнесы. Напротив, хорошие результаты может дать экосистемный подход, способствующий формированию и развитию локальных предпринимательских сетей и сообществ, в которых между малыми предпринимателями, принадлежащими к разным возрастным когортам, складываются устойчивые горизонтальные связи (см., напр.: [Acs et al., 2017; Stam, Van de Ven, 2021]), а также высокие прозрачность и предсказуемость политики, позволяющие снизить уровень неопределенности для бизнесов любой возрастной категории.

Настоящее исследование имеет ряд ограничений. Во-первых, данные начали со-

бирать только в третьем квартале 2021 г., спустя полтора года после начала пандемии COVID-19, когда в значительной мере адаптация малых предпринимателей к пандемическому шоку уже произошла (как, очевидно, и выбытие наименее упругих к внешним шокам бизнесов).

Во-вторых, характер данных не позволяет проводить анализ в разрезе регионов и видов деятельности. Между тем, с учетом этих факторов возможен большой разброс результатов анализа. В дальнейших исследованиях их также необходимо включать в модель с фиксированными эффектами.

В-третьих, исследование охватило достаточно короткий период, в течение которого были доступны наблюдения, составляющий около одного года, что может влиять на полученные результаты. Например, отдача от внедрения инновационных решений может иметь большой лаг, а оценка бизнес-среды субъектами малого предпринимательства, обладающими меньшими информационными ресурсами, чем крупный бизнес, может быть смещенной, и т.д.

В-четвертых, из-за ограниченности данных в анализ не могли быть включены все факторы упругости, описанные в литературе, например, качество предпринимательской экосистемы, в которую встроены бизнесы респондентов.

Важно отметить, что для целостности представления об упругости малого бизнеса невозможно проследить эволюцию отрасли, «ограничиваясь только анализом историй успеха, оставляя за бортом опыт неудачных предпринимательских начинаний» [Радаев, 2005, с.103]. По этой причине целесообразно рассмотреть также динамику хозяйственного поведения тех предпринимателей, которые — в частности, в силу неупругости — вышли из бизнеса. При наличии большего объема данных возможно построение модели, описывающей последствия выбытия из бизнеса в условиях внешних шоков.

ЛИТЕРАТУРА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

- Акбердина В. В. 2021. Резильентность экономики: факторы устойчивости к шокам. В сб.: *Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VII Международной научно-практической конференции*, 1: 8–15. Екатеринбург, 19–20 апреля 2021 г. Екатеринбург: Изд-во Урал. университета.
- Богомолова Е. В., Кот Ю. А., Никифорова Е. А., Петренко Е. С. 2021. Антикризисные трансформации корпоративной культуры российских компаний во время пандемии COVID-19. *Социологический журнал* 27 (4): 53–71.
- Земцов С. П., Царева Ю. В. 2020. Тенденции развития сектора малых и средних предприятий в условиях пандемии и кризиса. *Экономическое развитие России* 27 (5): 71–82.
- Земцов С. П., Чепуренко А. Ю., Баринава В. А., Красносельских А. Н. 2020. Новая предпринимательская политика для России после кризиса 2020 года. *Вопросы экономики* (10): 44–67.
- Мудрецова Е. 2021. Чем живет малый бизнес. *СМБиз.ФОМ* [Электронный ресурс]. <https://smbiz.fom.ru/post/chem-zhivet-malyj-biznes> (дата обращения: 22.07.2022).
- Социология пандемии. Проект корона-ФОМ. 2021.* Под ред. Ослона А. А. М.: Институт Фонда Общественное Мнение (ИнФОМ).
- Ответ российского бизнеса на пандемию COVID-19.* 2021. Науч. ред.: Т. Г. Долгопятава, Н. В. Акиндинова, Ю. В. Симачев, А. А. Яковлев. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ.
- Радаев В. В. 2005. Популяционная экология организаций: как возникает разнообразие организационных форм. *Российский журнал менеджмента* 3 (2): 99–108.
- Смородинская Н. В., Катуков Д. Д. 2021. Резильентность экономических систем в эпоху глобализации и внезапных шоков. *Вестник Института экономики Российской академии наук* [Электронный ресурс]. <https://cyberleninka.ru/article/n/reziliientnost-ekonomicheskikh-sistem-v-epohu-globalizatsii-i-vnezapnyh-shokov> (дата обращения: 16.09.2022).
- Чепуренко А. 2021. Кризис как вызов и ресурс для предпринимательства: уроки пандемии. *Форсайт* 15 (4) 5–7.
- Чепуренко А. Ю., Галицкий Е. Б., Духон А. Б., Ослон А. А. 2021. Государственная политика в отношении малого предпринимательства в период пандемии в оценках бенефициаров. *Вопросы государственного и муниципального управления* 4: 66–89.

REFERENCES IN LATIN ALPHABET

- Acs Z. J., Stam E., Audretsch D. B., O'Connor A. 2017. The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics* 49 (1): 1–10.
- Adizes I. 1990. *Corporate Lifecycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do About It*. Prentice Hall.
- Amankwah-Amoah J., Khan Z., Wood G. 2021. COVID-19 and business failures: The paradoxes of experience, scale, and scope for theory and practice. *European Management Journal* 39 (2): 179–184.
- Al-Hyari K. 2020. Initial empirical evidence on how Jordanian manufacturing SMEs cope with the COVID-19 pandemic. *Academy of Strategic Management Journal* 19: 1–12.
- Audretsch D. B. 2004. Sustaining innovation and growth: Public policy support for entrepreneurship. *Industry and Innovation* 11 (3): 167–191.
- Barasa E., Mbau R., Gilson L. 2018. What is resilience and how can it be nurtured? A systematic review of empirical literature on organizational resilience. *International Journal of Health Policy and Management* 7 (6): 491.

- Belda P.R., Cabrer-Borrós B. 2018. Necessity and opportunity entrepreneurs: Survival factors. *International Entrepreneurship and Management Journal* 14: 249–264.
- Belitski M., Guenther C., Kritikos A.S., Thurik R. 2021. Economic effects of the COVID-19 pandemic on entrepreneurship and small businesses. *Small Business Economics* 58 (2): 1–17.
- Bhamra R., Dani S., Burnard K. 2011. Resilience: The concept, a literature review and future directions. *International Journal of Production Research* 49 (18): 5375–5393.
- Bressan A., Duarte Alonso A., Kok S.K. 2021. Confronting the unprecedented: Micro and small businesses in the age of COVID-19. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 27 (3): 799–820.
- Brown R., Rocha A. 2020. Entrepreneurial uncertainty during the COVID-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance. *Journal of Business Venturing Insights* 14: e00174. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00174>
- Caballero-Morales S.-O. 2021. Innovation as recovery strategy for SMEs in emerging economies during the COVID-19 Pandemic. *Research in International Business and Finance* 57: 101396. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101396>
- Castro M.P., Zermeco M.G.G. 2020. Being an entrepreneur post-COVID-19—resilience in times of crisis: A systematic literature review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 13 (4): 721–746.
- Chaarani H., Vrontis D., Nemar S., Abiad Z. 2021. The impact of strategic competitive innovation on the financial performance of SMEs during COVID-19 pandemic period. *Competitiveness Review* 32 (3): 282–301.
- Clauss T., Breier M., Kraus S., Durst S., Mah-to R.V. 2021. Temporary business model innovation — SMEs' innovation response to the COVID-19 crisis. *R and D Management* 52 (2): 294–312.
- Davidsson P., Recker J., von Briel F. 2020. External enablement of new venture creation: A framework. *Academy of Management Perspectives* 34 (3): 311–332.
- Fairlie R. 2020. The impact of COVID-19 on small business owners: Evidence from the first three months after widespread social distancing restrictions. *Journal of Economics & Management Strategy* 29 (4): 727–740.
- Fried H., Tauer L. 2015. An Entrepreneur Performance Index. *Journal of Productivity Analysis* 44 (1): 69–77. <http://dx.doi.org/10.1007/s11123-015-0436-0>
- Gereffi G., Pananond P., Pedersen T. 2022. Resilience Decoded: The role of firms, global value chains, and the state in COVID-19 medical supplies. *California Management Review*, 00081256211069420.
- Giones F., Brem A., Pollack J.M., Michaelis T.L., Klyver K., Brinckmann J. 2020. Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights* 14: e00186.
- Glaeser E.L., Kerr W.R. 2009. Local industrial conditions and entrepreneurship: how much of the spatial distribution can we explain? *Journal of Economics & Management Strategy* 18 (3): 623–663.
- Gregurec I., Tomičić Furjan M., Tomičić-Pupek K. 2021. The impact of COVID-19 on sustainable business models in SMEs. *Sustainability* 13 (3): 1098.
- Guleeva Y. 2010. Russian SMEs in different types of settlement: What is the influence of global crisis? In: *Proceedings of the Challenges for Analysis of the Economy, the Businesses, and Social Progress: International Scientific Conference Szeged*, 209–224.
- Gunasekaran A., Rai B.K., Griffin M. 2011. Resilience and competitiveness of small and medium size enterprises: An empirical research. *International Journal of Production Research* 49 (18): 5489–5509.
- Hessels J., van Gelderen M., Thurik R. 2008. Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics* 31 (3) 323–339.
- Holling C.S. 1973. Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecological Systems* 4: 1–23.
- Hosseini S., Barker K., Ramirez-Marquez J.E. 2016. A review of definitions and measures

- of system resilience. *Reliability Engineering & System Safety* 145: 47–61.
- Kantur D., Say A.I. 2015. Measuring organizational resilience: A scale development. *Journal of Business, Economics and Finance* 4: 456–472.
- Korsgaard S., Hunt R., Townsend D.M., Ingstrup M.B. 2020. COVID-19 and the importance of space in entrepreneurship research and policy. *International Small Business Journal* 38: 697–710.
- Kuckertz A., Bründle L. 2022. Creative reconstruction: a structured literature review of the early empirical research on the COVID-19 crisis and entrepreneurship. *Management Review Quarterly* 72: 281–230.
- Lin Y., Fan D., Shi X., Fu M. 2021. The effects of supply chain diversification during the COVID-19 crisis: Evidence from Chinese manufacturers. *Transportation Research. Part E: Logistics and Transportation Review* 155: 102493.
- Marchese D., Reynolds E., Bates M.E., Morgan H., Spierre Clark S., Linkov I. 2018. Resilience and sustainability: Similarities and differences in environmental management applications. *Science of The Total Environment* 613–614: 1275–1283.
- Meahjohn I., Persad P. 2020. The impact of COVID-19 on entrepreneurship globally. *Journal of Economics and Business* 3 (3): 1165–1173.
- Ratten V. 2020. Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 32 (5): 503–516.
- Robinson J., Kengatharan, N. 2020. Exploring the effect of COVID-19 on small and medium enterprises: Early evidence from Sri Lanka. *Journal of Applied Economics & Business Research* 10 (2): 115–124.
- Saad M.H., Hagelaar G., van der Velde G., Omta S.W.F. 2021. Conceptualization of SMEs' business resilience: A systematic literature review. *Cogent Business & Management* 8 (1): 1938347.
- Sharma G.D., Kraus S., Liguori E., Bamel U.K., Chopra R. 2022. Entrepreneurial challenges of COVID-19: Re-thinking entrepreneurship after the crisis. *Journal of Small Business Management*. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2089676>
- Sheperd D.A., Williams T. 2022. Different response paths to organizational resilience. *Small Business Economics* (in press).
- Smith J.B., Smith C.G., Kietzmann J., Lord Ferguson S.T. 2022. Understanding micro-level resilience enactment of everyday entrepreneurs under threat. *Journal of Small Business Management*, 1–44. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.2017443>.
- Stam E. 2008. Entrepreneurship and innovation policy, Jena Economic Research Papers, no. 2008, 006, Friedrich Schiller University Jena and Max Planck Institute of Economics, Jena.
- Stam E., Van de Ven A. 2021. Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics* 56 (2): 809–832.
- Trettin L., Welter, F. (2011). Challenges for spatially oriented entrepreneurship research. *Entrepreneurship & Regional Development* 23 (7–8): 575–602.
- Vaisey S., Miles A. 2017. What you can — and can't — do with three-wave panel data. *Sociological Methods & Research* 46 (1): 44–67.
- Werron T., Ringel L. 2020. Pandemic practices, part one. how to turn “Living Through the COVID-19 Pandemic” into a heuristic tool for sociological theorizing. *Sociologica* 14 (2): 55–72.

TRANSLATION OF REFERENCES IN RUSSIAN INTO ENGLISH

Akberdina V.V. 2021. Economic resilience: Factors of resistance to shocks. In the collection: *Strategies for the development of social*

communities, institutions and territories: materials of the VII International Scientific and Practical Conference, 1: 8–15.

- Yekaterinburg, April 19–20, 2021. Yekaterinburg: Ural University Publishing House. (In Russian)
- Bogomolova E. V., Kot Yu. A., Nikiforova E. A., Petrenko E. S. anti-crisis transformation of corporate culture in Russian companies during the COVID-19 pandemic. *Sotsiologicheskii Zhurnal* 27 (4): 53–71. (In Russian)
- Zemtsov S. P., Tsareva Yu. V. 2020. Development trends of small and medium-sized enterprises amid pandemic-induced crisis. *Ekonomicheskoe Razvitie Rossii* 27 (5): 71–82. (In Russian)
- Zemtsov S. P., Chepurenko A. Yu., Barinova V. A., Krasnoselskih A. N. 2020. New entrepreneurship policy in Russia after the 2020 crisis. *Voprosy Ekonomiki* (10): 44–67. (In Russian)
- Mudretsova E. 2021. How small business lives. *SMBiz.FOM* [Electronic resource]. <https://smbiz.fom.ru/post/chem-zhivet-malyj-biznes> (accessed: 22.07.2022). (In Russian)
- The Sociology of the Pandemic. The Corona-FOM Project.* 2021. Oslon A. A. (ed.). Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation (Inform). (In Russian)
- The response of Russian business to the COVID-19. 2021 pandemic.* T. G. Dolgopyatova, N. V. Akindinova, Yu. V. Simachev, A. A. Yakovlev (eds). Moscow: HSE Publishing House. (In Russian)
- Radaev V. V. 2005. Population ecology of organizations: How the diversity of organizational forms evolves. *Russian Management Journal* 3 (2): 99–108. (In Russian)
- Smorodinskaya N. V., Katukov D. D. 2021. Resilience of economic systems in the age of globalization and sudden shocks. *Vestnik Instituta Ekonomiki Rossiiskoi Akademii Nauk* [Electronic resource]. <https://cyberleninka.ru/article/n/reziliientnost-ekonomicheskikh-sistem-v-epohu-globalizatsii-i-vnezapnyh-shokov> (accessed: 16.09.2022). (In Russian)
- Chepurenko A. Yu. 2021. Crisis as a challenge and enabler for entrepreneurship: Lessons from the pandemic. *Foresight and STI Governance* 15 (4) 5–7. (In Russian)
- Chepurenko A. Yu., Galitsky E. B., Dukhon A. B., Oslon A. A. 2021. State policy towards small businesses during the pandemic in the estimates of beneficiaries. *Voprosy Gosudarstvennogo i Munitsipalnogo Upravleniya* 4: 66–89. (In Russian)

*Статья поступила в редакцию
22 июля 2022 г.
Принята к публикации
16 ноября 2022 г.*

Factors of the response resilience of small businesses in Russia to external shocks: analysis of longitudinal study data

A. I. Egorova

Institute Foundation “Public Opinion”, Russia

A. Yu. Chepurenko

Faculty of Social Sciences, HSE University, Russia

This article analyzes the impact of a number of factors of a different nature on the financial and economic “resilience” of the business of Russian small entrepreneurs during the period of external shocks (Pandemic, situation across Ukraine). The empirical base of the papers consist of the data of five waves of small business longitudinal study (initial number — 750 people), implemented

in 2021–2022 by the Foundation “Public Opinion”. To analyze the panel data, multinomial logistical regression with fixed effects was chosen (FE-model). The article shows that: the age of the business is not a significant factor that can explain the resilience of the business reaction to external shocks; the larger the market, the higher the likelihood that the business will either be sustainably developing even during shocks, or will perform resiliently under external shocks; opportunity driven motivation is more likely to promote resilience than necessity driven motivation, and is more often typical for entrepreneurs whose businesses are even growing under external shocks; the use of innovations does not lead to business resilience under external shocks — at least on the materials of the available panel of respondents. The paper’s contribution to the existing literature consists of following. First, it is the first attempt to differentiate several factors which presumably might affect SMEs resilient reaction on external shocks taking the dynamics of their behavior, but not basing on the data of a one-time study. It came out that neither the age of business, nor the use of innovative solutions have any prolonged impact on it. Moreover, the share of resilient businesses led by entrepreneurs driven by the opportunity to increase their income is similar to those necessity driven entrepreneurs, while IDO entrepreneurs it is much higher. The finding that the volume of the market is positively connected with the resilience during shocks confirms the importance of studying the effects of the volume of businesses’ operations on its stable performance. The limitation of the study is as a relatively short period of observation (July 2021 — July 2022).

Keywords: small entrepreneurship, resilience factors, pandemic, Russia, longitudinal survey, quantitative analysis.

Для цитирования: Егорова А.И., Чепуренко А.Ю. 2022. Факторы упругости малого предпринимательства в условиях внешних шоков в России (по данным лонгитюдного исследования). *Российский журнал менеджмента* 20 (2): 172–197. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2022.202>

For citation: Egorova A.I., Chepurenko A.Yu. 2022. Factors of the resilience of small businesses under external shocks in Russia (based on the longitudinal study data). *Russian Management Journal* 20 (2): 172–197. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2022.202> (In Russian)

Initial Submission: July 22, 2022

Final Version Accepted: November 16, 2022