

Компоненты инновационного потенциала	Направления роста и развития в рамках экстенсивного подхода	Направления роста и развития в рамках интенсивного подхода
Ресурсы институциональной среды	Наращивание количества регулирующих (правил, норм), инновационную деятельность малых предприятий и индивидуальных предпринимателей	Оптимизация и качественное наполнение системы нормативного регулирования, устраняющего разночтения и противоречия
Финансовые ресурсы	Наращивание удельного веса финансовых расходов систем макро-, мезо- и микроуровня, направляемых на научные и опытно-конструкторские работы и изыскания Наращивание удельного веса расходов на все виды образования	Оптимизация качественно-количественных параметров использования финансовых потоков: повышение степени охвата населения профессиональным образованием; формирование сегмента образовательных услуг с высоким качеством; эффективность вложения инвестиций в образование
Информационные ресурсы	Рост количества единиц информации, связанной с инновационной деятельностью	Повышение качества информационного массива (объективность, полнота, точность, своевременность, релевантность и др.)

Автор полагает, что в современных условиях конкурентоспособность малого предпринимательства полностью обеспечивается экстенсивными факторами развития его инновационного потенциала. Постепенный переход от экстенсивных к интенсивным факторам развития инновационного потенциала, обеспечивающего повышение конкурентоспособности малого предпринимательства, региональной и национальной экономики – стратегический вектор развития малого предпринимательства на ближайшую перспективу.

Литература

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р.
2. Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства Российской Федерации».
3. Фигурнова Н.П. Экономический рост и его устойчивость // Ресурсы и потенциал экономического роста. – М., 2002.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М., 1982.

Rational approaches to the management of the innovative development of the small business

Abstract

Innovations are the Central core of innovation, or the business of the economy and they should be considered as a system process, including organizational-economic, institutional, social, environmental parameters, which imposes requirements of flexibility, mobility, and flexibility. Bringing the newly founded innovative enterprises with the support of Fund of assistance to development of small forms of the enterprises in the scientific sphere by 2020 up to 700 units is a task of high degree of complexity and the needs of the scientific-practical researches on a substantiation of approaches to management.

Key words: small business, innovative development, development management.

JEL codes: F 410, M 200.

Поповская Е.В.,
к.т.н., доцент
Национальный исследовательский университет –
Высшая школа экономики
Кафедра статистики
(г. Москва, Россия)

Рациональные особенности параллельного предпринимательства в России: методика и оценки

Аннотация

В последние два десятилетия в научной литературе опубликовано большое количество результатов исследований, направленных на развитие теории предпринимательства. Интерес к этой теме вызван тем, что традиционный подход и официальная статистическая информация, отражающая результаты экономической деятельности, недостаточны для изучения специфики предпринимательства, его влияния на экономический рост, мотивационных особенностей предпринимательских стратегий на разных стадиях жизни предприятий.

В статье приведены результаты межрегиональных сопоставлений уровня и социально-экономической структуры параллельного предпринимательства как типичной для переходной российской экономики стратегии развития бизнеса. Исключением статистических данных о параллельном предпринимательстве стали результаты выборочного обследования населения, проведенного в рамках проекта «Раннее предпринимательство в России: региональное измерение» в лабораториях исследований предпринимательства НИУ ВШЭ.

Ключевые слова: стратегия предпринимательства, параллельные предприниматели, региональные сопоставления, выборочное обследование населения.
JEL коды: L 26, С 42, R 12.

Теория предпринимательства – одно из сравнительно новых, быстро растущих направлений междисциплинарных исследований, раскрывающих причины, движущие силы, ограничения и стимулы для развития предпринимательства.

Интерес исследователей к теме предпринимательства вызван тем, что традиционный подход и официальная статистическая информация, отражающая результаты экономической деятельности, недостаточны для изучения специфики предпринимательства, его влияния на экономический рост, мотивационных особенностей предпринимательских стратегий. Для адекватной оценки состояния и развития предпринимательства необходима информация, позволяющая выявить неформальные, скрытые от официальной статистики процессы и явления.

Одним из источников информации о предпринимательстве является крупное международное исследование «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM), начатое в 1999 г. и объединяющее в настоящее время около 60 стран – участниц проекта. Информация, полученная в ходе выполнения проекта, позволяет оценить предпринимательскую активность (при этом оценивается предстартовая и стартовая предпринимательская активность, которая не поддается измерению при помощи стандартных методов статистики), проводить межстрановые сопоставления для выявления типологий и стратегий приобщения к предпринимательству [2, 9]. С 2006 г. в проекте принимает участие Россия, и в рамках этого проекта проведено шесть опросов взрослого населения, по данным которых получены оценки предпринимательской активности населения России. Следует отметить, что в соответствии с условием проведения проекта сформированная выборка репрезентативна относительно всего трудоспособного населения и не позволяет проводить межрегиональные сопоставления предпринимательской активности населения регионов России. Получение информации, необходимой для проведения межрегиональных сопоставлений, стало возможным в рамках проекта «Раннее предпринимательство в России: региональное измерение», осуществляемого лабораторией исследований предпринимательства НИУ ВШЭ. Опросы населения РФ (в силу различия субъектов РФ, в которых проживает 98,6% всего населения РФ (в силу различных обстоятельств часть субъектов РФ была исключена из обследования, например, Чеченская и Ингушская республики, Чукотский автономный округ). Общий размер выборки составил 56,9 тыс. респондентов, опрашивалось население в возрасте старше 18 лет.

Конструирование выборки и проведение опросов населения осуществлено фондом «Общественное мнение»: во всех 79 субъектах РФ применялись общие принципы построения выборки с использованием территориальной трехступенчатой стратифицированной выборки домохозяйств, статистическая погрешность по каждому субъекту РФ не превышает 5,5%, для суммарных результатов по всем 79 субъектам РФ статистическая погрешность не превышает 1%.
 При разработке программы обследования была использована методология изучения предпринимательского потенциала населения в рамках «Глобального мониторинга предпринимательства».

Развитие бизнеса возможно с использованием различных типов предпринимательских стратегий. В литературе принято выделять последовательную стратегию ведения бизнеса и параллельное предпринимательство. Последовательная стратегия ведения бизнеса рассматривается обычно в литературе как типичная, в особенности для микро- и малого предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой [4, 76], [5, 82–84], [6, 189]. При использовании этого типа стратегии предприниматель последовательно проходит стадии старта, развития и закрытия бизнеса и только затем переходит к организации нового бизнеса. Параллельное предпринимательство, как тип предпринимательской стратегии, предполагает, что предприниматель в каждый момент ведет более чем один бизнес [2, 196]. Таким образом, параллельными предпринимателями (parallel (portfolio) entrepreneurs) принято называть предпринимателей, относящихся одновременно к нескольким предпринимательским группам, находящимся на различных стадиях развития бизнеса.

Феномен параллельного предпринимательства возникает в силу ряда причин:

- неудовлетворительное состояние политики в отношении малого предпринимательства и качества деловой инфраструктуры и как следствие – рост бизнес-рисков. В этом случае параллельное предпринимательство создает дополнительные преимущества за счет повышения степени финансовой устойчивости, распределения коммерческих рисков между не связанными друг с другом бизнес-единицами [3, 64]. Таким образом, параллельное предпринимательство может рассматриваться как стратегия диверсификации рисков; возникновение и реализация новых идей по мере роста и развития собственного дела. Такая стратегия соответствует существующей в западной литературе модели объяснения параллельного предпринимательства как свидетельства высокого качества человеческого и социального капитала предпринимателей [2, 197].

Типы предпринимательских стратегий в регионах России. Результаты опроса населения позволили выделить типы предпринимательской стратегии и провести межрегиональные сопоставления уровня и социально-экономической структуры предпринимательства.

Анализ показал, что в чистом виде рассмотренные стратегии ведения бизнеса встречаются в ограниченном количестве регионов: в девяти регионах отмечена последовательная стратегия и в трех регионах – стратегия параллельного предпринимательства (табл. 1).

Таблица 1

Типы предпринимательских стратегий ведения бизнеса	
Последовательная стратегия	Параллельное предпринимательство
Ивановская область	Магаданская область
Кирачевско-Черкесская Республика	Еврейская автономная область
	Ярославская область
	Республика Адыгея

Регионы с последовательной и параллельной стратегиями ведения бизнеса

Типы предпринимательских стратегий ведения бизнеса		Параллельное предпринимательство
Республика Карелия	Республика Мордовия	Белгородская область
Республика Алтай	Республика Тыва	
Камчатский край		

Можно сделать вывод, что в регионах России преобладает стратегия смешанного предпринимательства, доля регионов с этим типом стратегии составила 85% от общего числа принявших участие в обследовании (рис.).

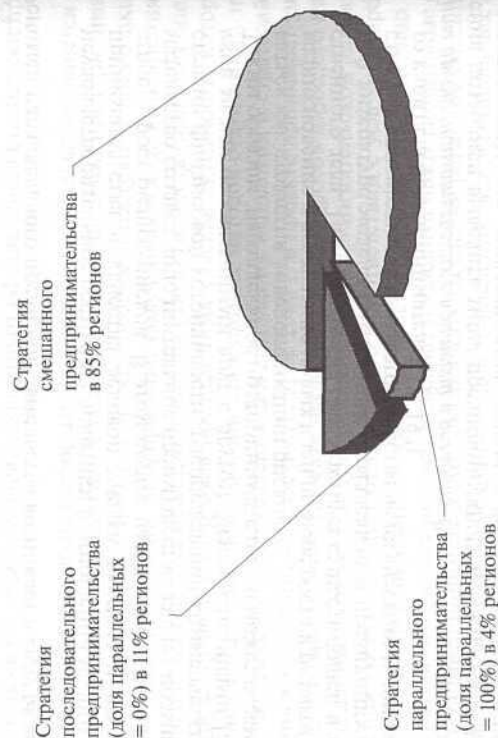


Рис. Типы предпринимательских стратегий в регионах России

Группа регионов со стратегией смешанного предпринимательства достаточно неоднородна и внутри нее могут быть выделены 3 подгруппы:

- регионы с преобладанием последовательной стратегии (доля параллельных предпринимателей лежит в пределах от 0 до 50%);
- группа регионов, в которых предпочтение у предпринимателей в выборе стратегии ведения бизнеса не определены (доли параллельных предпринимателей и предпринимателей, избравших последовательную стратегию ведения бизнеса, равны и составляют по 50%);
- регионы с преобладанием параллельного предпринимательства (доли параллельных предпринимателей в пределах от 50 до 100%).

Структура регионов со стратегией смешанного предпринимательства представлена в табл. 2.

Структура регионов со стратегией смешанного предпринимательства

Группа регионов со стратегией смешанного предпринимательства	В том числе, %		регионы с преобладанием стратегий параллельного предпринимательства (доля параллельных выше 50%, но не равна 100%)
	регионы с преобладанием стратегий последовательного предпринимательства (доля параллельных предпринимателей не равна 0, но менее 50%)	регионы, в которых стратегия последовательного и параллельного предпринимательства представлена равными долями (доля параллельных = 50%)	
85% от общего количества регионов, принявших участие в обследовании	60	9	16

Анализ распределения регионов по типам предпринимательских стратегий позволяет сделать вывод, что параллельное предпринимательство наблюдается в 89% регионов России, при этом

- в 4% регионов это единственный тип предпринимательского поведения;
- в 16% регионов данная стратегия преобладает;
- в 9% регионов предпочтения предпринимателей в выборе стратегии ведения бизнеса не проявились (доля параллельных предпринимателей равна 50%);
- в 60% регионов феномен параллельного предпринимательства выражен недостаточно ярко (доля предпринимателей со стратегией последовательного предпринимательства преобладает).

Как было отмечено, к параллельным предпринимателями относят тех, кто одновременно входит в несколько групп, находящихся на различных стадиях развития предпринимательства. Методология GEM выделяет следующие стадии развития предпринимательства [6, 5–8]:

- нарождающиеся предприниматели (nascent entrepreneurs) — те, кто активно участвует в организации нового бизнеса (производство уже начато, но валовые смешанные доходы, если и образуются, то не более 3 месяцев);
- владельцы нового бизнеса (new, or baby business) — владельцы и менеджеры нового бизнеса, валовые смешанные доходы от которого поступили не более 42 и не менее 3 месяцев;
- владельцы устоявшегося бизнеса (established business) — владельцы и менеджеры устоявшегося бизнеса, заработная плата, доход или иное вознаграждение от которого поступали владельцам более 42 месяцев.

Совместное использование критериевых признаков отнесения к параллельным предпринимателям и выделения стадий развития бизнеса позволило сформировать группу предпринимателей, владеющих одновременно несколь-

кими фирмами, находящимися на разных стадиях развития предпринимательства. Распределение параллельных предпринимателей в зависимости от опыта ведения предпринимательской деятельности на разных этапах бизнеса представлено в табл. 3.

Таблица 3

Распределение параллельных предпринимателей по группам в зависимости от опыта ведения предпринимательской деятельности на разных этапах бизнеса

Группы параллельных предпринимателей	Доля группы, %
Нарождающиеся + владельцы нового бизнеса	58
Нарождающиеся + владельцы устоявшегося бизнеса	42

Как следует из приведенных данных, среди параллельных предпринимателей преобладают те, которые имеют действующий бизнес на ранней стадии развития.

Если проанализировать предпринимателей, участвующих в организации нового бизнеса (нарождающиеся предприниматели), то среди них доля предпринимателей, уже имеющих действующий бизнес, составляет 37%, что позволяет сделать вывод о достаточно высоком уровне параллельного предпринимательства в России.

Социально-демографические характеристики. Возраст параллельных предпринимателей noticeably превышает возраст предпринимателей, использующих стратегию последовательного предпринимательства: средний возраст параллельных предпринимателей 38 лет, традиционных — 37 лет, тогда как средний возраст параллельных предпринимателей — 32 года и традиционных — 31 год.

Наиболее значимы различия в возрасте для группы устоявшихся предпринимателей. Так, средний возраст параллельных предпринимателей (группа нарождающиеся + устоявшиеся) — 44 года, а устоявшиеся предприниматели, использующие стратегию последовательного предпринимательства, — 41 год. Различия в модальном возрасте еще более существенны: модальный возраст параллельных предпринимателей — 47 лет, а традиционных устоявшихся предпринимателей — 41 год. Очевидно, что владельцы действующего устоявшегося бизнеса начинают новый при наличии достаточных знаний и ресурсов, приобретаемых с опытом, что и предопределяет старший возраст параллельных предпринимателей.

Ранжирование регионов по возрасту предпринимателей позволило выделить регионы с наиболее молодыми и более взрослыми предпринимателями как традиционными, так и параллельными (табл. 4). Традиционные предприниматели в возрасте 30 лет и моложе представлены только в двух регионах, параллельные предприниматели младшей возрастной группы отмечены в 11 регионах. Предприниматели, средний возраст которых 50 лет и старше, наблюдались только в одном регионе, параллельные предприниматели старшей возрастной группы (50 лет и выше) — в 8 регионах.

Таблица 4

Распределение регионов в зависимости от возраста предпринимателей

Предприниматели со стратегией последовательного предпринимательства		Параллельные предприниматели	
Регион	Средний возраст	Регион	Средний возраст
Регионы наиболее молодого предпринимательства			
Республика Карелия	30	Республика Калмыкия	21
Камчатский край	30	Мурманская область	27
		Иркутская область	28
		Астраханская область	28
		Республика Татарстан	29
		Орловская область	30
		Псковская область	30
		Республика Марий Эл	30
		Самарская область	30
		Ульяновская область	30
		Чувашская Республика	30
Регионы наиболее взрослого предпринимательства			
Еврейская автономная область	50	Тверская область	50
		Ленинградская область	50
		Новгородская область	50
		Республика Адыгея	50
		Курганская область	50
		Новосибирская область	52
		Костромская область	52
		Республика Башкортостан	55

Существенных различий в гендерной структуре параллельных и последовательных предпринимателей не выявлено: и среди последовательных, и среди параллельных предпринимателей преобладают мужчины, доля которых среди последовательных предпринимателей составляет 64%, среди параллельных — 60%.

Сопоставление среднего возраста мужчин и женщин, входящих в группы последовательных и параллельных предпринимателей, позволило установить, что средний возраст женщин в бизнесе немного выше возраста мужчин (38 лет — женщины и 37 лет — мужчины у последовательных предпринимателей, 40 лет — женщины и 37 лет — мужчины у параллельных предпринимателей).

Распределение предпринимателей по мотивам занятия предпринимательской деятельностью

	Структура									
	Предприниматели в исследовательской стратегической предпринимательства		Параллельные предприниматели							
	вынужд.	39	вынужд. добров.	56	вынужд. добров.	44	51	49	54	46
всего										

Для 61% предпринимателей приход в бизнес связан с желанием воспользоваться преимуществами предпринимательства – увеличением своего дохода, получением большей свободы и независимости, а для 39% предпринимателей эта деятельность – единственная возможность получения дохода. У параллельных предпринимателей также преобладает добровольная мотивация, но преимущество в открытии нового бизнеса видят 56% предпринимателей из группы «нарастающие + новые» и 51% – из группы «нарастающие + устоявшиеся».

Результаты проведенного опроса населения показали, что в регионах России феномен параллельного предпринимательства достаточно широко распространен. Одной из возможных причин распространения такой стратегии может быть желание предпринимателей диверсифицировать предпринимательские риски.

Литература

1. Предпринимательский потенциал российского общества: состояние, проблемы, возможности активизации. Промежуточный доклад по итогам реализации проекта Научного фонда ГУ ВШЭ «Предпринимательский потенциал общества: GEM Россия» Препринт WP1/2007/05. – Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007. – 76 с.
2. Теория предпринимательства в России: новые подходы и результаты. По материалам «Глобального мониторинга предпринимательства»/ под ред. Т.А. Алимовой, О.И. Образовой, А.Ю. Чегуренко. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 267 с.
3. Чегуренко А.Ю. Социология предпринимательства: Учебник; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 386 с. ISBN 978-5-7598-0531-1.
4. Hall W. Survival Strategies in a Hostile Environment // Harvard Business Review. 1980. Vol. 58. P. 75–85.
5. Scott M., Rosa P. Opinion: Has Firm Analysis Reached Its Limits? Time for a Rethinking // International Small Business Journal. 1996. Vol.14. No 4. P. 81–89.
6. Westhead P., Ucbasaran D., Wright M. Differences Between Private Firms Owned by Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurs: Implications for Policy Makers and Practitioners // Regional Studies. 2003. Vol.37. Iss.2. P.187–200.

По уровню образования доминируют предприниматели со средним специальным и высшим образованием: на их долю приходится 65% последователей предпринимателей и 70% параллельных предпринимателей (табл. 5). Среди мужчин-предпринимателей, использующих стратегию последовательного предпринимательства, преобладают предприниматели с высшим образованием (их доля 32%), среди женщин – со средним специальным образованием (доля женщин со средним специальным образованием составила 40%). Среди параллельных предпринимателей-мужчин преобладают предприниматели со средним специальным образованием (их доля 37%), а женщины-предприниматели со средним специальным и высшим образованием представлены равными долями (по 39%).

Таблица 5

Распределение предпринимателей по уровню образования

Образование	Предприниматели со стратегией последовательного предпринимательства			Параллельные предприниматели		
	мужской	женский	всего	мужской	женский	всего
Неполное среднее или ниже	1,8	2,1	1,9	4,8	1,6	3,5
Среднее общее (школа)	14,6	12,0	13,7	18,5	13,4	16,4
Начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.)	6,8	4,2	5,9	7,7	4,3	6,2
Среднее специальное (сеуэ, техникум, медицинское училище)	30,0	40,4	33,7	37,1	38,7	37,8
Незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)	5,3	3,7	4,7	3,6	2,7	3,2
Высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.)	31,7	30,9	31,4	27,8	38,7	32,5
Аспирантура, ученая степень, звание	0,3	0,2	0,3	0,4	0,5	0,5
Затрудняюсь ответить	9,5	6,6	8,4	0,0	0,0	0,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Мотивы занятия предпринимательской деятельностью. Принято выделять две основные группы мотивов к занятию предпринимательской деятельностью – так называемый добровольный выбор и вынужденный выбор. Группу добровольных предпринимателей составляют те, кто включился в бизнес, чтобы воспользоваться преимуществами, которые предоставляет собственный бизнес; а группу вынужденных предпринимателей – те, кто включился в бизнес главным образом потому, что не было лучших вариантов получения дохода [1, 12]. Среди предпринимателей преобладает добровольная мотивация занятия бизнесом (табл. 6).

*Popovskaya I.,
Ph.D. in Technical Sciences, Reader at the Chair of Statistics,
National Research University
Higher School of Economics
(Moscow, Russia)*

Regional Features of Parallel Entrepreneurship in Russia: Methodology and Findings

Abstract

There are a growing number of research papers seeking to develop the theory of entrepreneurship last two decades. This object of interest is caused with some informational problems rising for entrepreneurship research studies by reason of restrictions imposed by traditional approach and official statistical sources. We mean that this sources' structure do not allow its appropriating to analyse qualitative features of entrepreneurialship, its influence an economic growth, a motivational structure of entrepreneurial strategies at different stages of enterprises' duration.

This paper thus shows cross-regional comparative study results on a pace and a structure of the parallel entrepreneurship that is typical business strategy in transitional Russian economy. The study is based on microdata of a population survey held as a part of the research project "Early-Stage Entrepreneurship in Russia: a Regional Measurement" that is conducted in the Laboratory on Entrepreneurship Research at the HSE.

Key words: entrepreneurial strategy, parallel entrepreneurs, cross-regional comparisons, population survey.
JEL codes: L 26, C 42, R 12.

1.9. Развитие региональных рынков

*Бочарова И.Ю.,
д.э.н.,
Государственный университет –
учебно-научно-производственный комплекс
(г. Орел, Россия)*

Развитие социально-ответственности бизнеса на основе социально-этического маркетинга в инновационной экономике

Аннотация

В статье рассматривается концепция социально-этического маркетинга, оказывающая влияние на повышение корпоративной социальной ответственности, предполагающая учет в практике маркетинга социальных, этических вопросов и устанавливающая баланс интересов, определяющих доходы компании, удовлетворение потребностей потребителей и общества в целом.

Ключевые слова: социально-этический маркетинг, социальная ответственность бизнеса, инновационный.

JEL коды: M 310, M 140, K 220.

В современной экономике реализация социально-этического маркетинга выступает важным условием осуществления инновационного развития российских компаний. В деятельности компании значительная роль принадлежит определению концепции маркетинга, предполагающей рыночный подход к предпринимательству, основанный на приоритете потребителя как главного агента рыночных отношений, на интересы, запросы которого должна ориентироваться маркетинговая деятельность. Реализация концепции, требующей учет в практике маркетинга социальных, этических, экологических вопросов, является актуальной при достижении компанией своих целей. Внедрение принципов социально-этического маркетинга является условием развития социальной ответственности бизнеса, оказывающей влияние на активизацию инновационной деятельности, повышение инвестиционной привлекательности компаний.