

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
(ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»)

На правах рукописи

Сизова Юлия Сергеевна

**МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ
НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика
предпринимательства)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук, профессор
Леонтьева Лидия Сергеевна

Москва, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	14
1.1 Сущность и элементы предпринимательской культуры.....	14
1.2 Этапы развития предпринимательской культуры организаций малого и среднего бизнеса.....	27
1.3 Принципы использования инфраструктуры поддержки для адаптации предпринимательской культуры на разных этапах жизненного цикла организаций малого и среднего бизнеса	37
Выводы по первой главе.....	49
ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА АНАЛИТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ДЛЯ ОЦЕНКИ СТЕПЕНИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ НА СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	51
2.1 Технология исследования степени воздействия институтов поддержки на состояние предпринимательской культуры малого и среднего бизнеса.....	51
2.2 Оценка возможностей инфраструктурных форм поддержки по воздействию на развитие элементов адаптивной предпринимательской культуры.....	67
2.3 Определение перспектив институтов поддержки предпринимательства на базе оценки потребностей организаций малого и среднего бизнеса в трансформации предпринимательской культуры.....	79
Выводы по второй главе	94

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВОЗДЕЙСТВИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА.....	96
3.1 Адаптация инструментов поддержки предпринимательства под конкретные задачи развития предпринимательской культуры	96
3.2 Разработка комплекса адресных институциональных инструментов для повышения предпринимательской культуры.....	105
3.3 Оценка эффективности механизмов влияния инфраструктуры поддержки на формирование предпринимательской культуры	114
Выводы по третьей главе.....	122
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	124
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	128
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	147
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	151

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Сравнительный анализ объектов предпринимательской деятельности в странах с рыночной экономикой показывает различную степень участия субъектов малого и среднего предпринимательства в формировании ВВП: а) США – 50-52 %; б) Великобритании – 53-56 %; в) Германии – 55-57 %; г) России – 11,4 %. В большинстве концептуальных документов, посвященных стратегии социально-экономического развития РФ, начиная с 2000-х гг. («Основные направления социально-экономической политики Правительства Российской Федерации на долгосрочную перспективу 2000-2001 г.»; «Социально-экономическая стратегия России на период до 2020 г.»; федеральные законы от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»; от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», от 26.12.2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»; «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года» и других), малый и средний бизнес рассматривается в качестве важного сектора укрепления национальной экономики как в целом, так и на региональном и местном уровнях.

Для формирования позитивной предпринимательской культуры как устойчивой характеристики экономической деятельности значительной группы населения, очевидно, недостаточно только правовой, финансовой, институциональной и организационной поддержки со стороны государства. Существуют определенные тенденции в развитии ментальных характеристик современного российского предпринимательства, которые связаны с конкретными особенностями национальной предпринимательской среды и ее делового окружения. Инфраструктурные составляющие внешней среды

предпринимательства формируют в определенной степени те стандарты, нормы, правила, которые характеризуют состояние предпринимательской культуры¹.

Количественная оценка роста числа организаций малого и среднего бизнеса не отражает всех качественных процессов, которые характеризуют развитие сферы российской экономики. Ограниченность доступа малых и средних хозяйствующих субъектов ко всем видам материальных ресурсов формирует новую тенденцию использования нематериальных ресурсов развития, к которым относится такая ресурсная характеристика как качество организации предпринимательской деятельности. С одной стороны, последние 20 лет сформировали определенный слой профессиональных российских предпринимателей, которые самостоятельно создают и развивают многочисленные организации малого и среднего бизнеса самостоятельно; с другой стороны, государство за этот же период создало на национальном и региональном уровнях достаточно широкую сеть поддержки предпринимательства. Поскольку создание этой системы происходило, в определенной степени, спонтанно, в целом ряде случаев без учета реальных потребностей хозяйствующих субъектов малого и среднего бизнеса, то возникла насущная необходимость в системной трансформации институтов поддержки, направленной на повышение реального качества предпринимательской деятельности.

Анализ динамики развития различных форм предпринимательской деятельности в России, проведенный на основе данных Росстата за последние двадцать лет показывает, что несмотря на значительные институциональные и правовые усилия государства, количество субъектов малого и среднего предпринимательства увеличилось, но не значительно: в 1999 г. (после девальвации) – 2,6 млн, в 2016 г. – более 5,5 млн.

¹ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

Влияние качества объема и адекватности состояния инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса на предпринимательскую культуру становится все более ощутимым. Именно необходимость оценки этого влияния и формирование механизма использования инфраструктурных инструментов для развития предпринимательской культуры определили актуальность данной работы.

Степень разработанности и изученности проблемы.

Проблематике сущности и элементов предпринимательской культуры посвящены исследования российских и зарубежных специалистов, таких как Л.Я. Аверьянов, А.И. Агеев, Ш. Бегельсдейк, Ф. Бродель, Е.Н. Васильева, М. Вебер, М. А. Волкова, П.С. Гуревич, В.П. Дудяшова, К. Дэвид, Б.С. Ерасов, П.В. Журавлев, Н.С. Злобин, Л. Колесникова, А.Л. Кузеванова, Л.С. Леонтьева, М.С. Лапицкий, В.В. Радаев, Р.Рывкина, Р. Рюттингер, О.К. Слинкова, О.В. Соколов, В.А. Спивак, В. Терпстра, Ф. Тромпенаарс, Гл. Хэмпден-Тернер, В.И. Черенков. Однако роль институциональных форм поддержки для формирования адаптивной предпринимательской культуры, в основном, продекларирована и нуждается в структурировании и системном определении.

Исследованием влияния инфраструктуры поддержки на активность предпринимательства вообще занимались А. Аузан, Е. Гонтмахер, А. Грейф, М. Дерябина, А. Кихлгрэн, Дж. МакКарти, К. Мейер, Б.З. Мильнер, Д. Норт, А. Ояла, М. Паффер, Р.Ф. Пустовийт, О.С. Сухарев, Л.К. Терещенко, Э.Г. Фуруботн, Т.В. Цуканова, А.Е. Шаститко, А. Шхоттер, Т. Эггертссон. Однако работ, посвященных проблемам взаимосвязи между состоянием инфраструктуры поддержки и культуры предпринимательства практически нет.

Жизненный цикл предпринимательских структур представлен в работах И. Адизеса, Дж. Агарони, Н. Иехуды, Д. Миллера, Х. Фалька, П. Фризена и других. Однако применительно к субъектам малого и среднего бизнеса необходима более унифицированная модель этапизации.

Факторы активизации предпринимательской деятельности рассматриваются в целом ряде работ: А.Н. Асаула, Т. Бетелла, Д.А. Волкова, Р.С. Гринберга,

М.Н. Дудина, О.В. Забелиной, А.Б. Ильина, О.Ю. Исопескуль, И. Кирцнера, Е.Е. Кузьминой, М.Г. Лапусты, Л.С. Леонтьевой, С.А. Лочана, Н.В. Лясникова, А.В. Орлова, Б.А. Райзберга, Ю.Б. Рубина, К. Рэндолла, О.В. Сагиновой, Р.Р. Сидорчука, Ф. Хайека, А.А. Шамрая, О.М. Шестоперова, Д. Штыхно. Однако современные экономические условия требуют формирования эффективного использования объектов инфраструктуры поддержки предпринимательства как ресурсного инструмента повышения предпринимательской активности, развития системы оценки воздействия институтов поддержки на формирование позитивных свойств предпринимательской среды с целью совершенствования механизма улучшения качества предпринимательской культуры.

Научная гипотеза исследования состоит в предположении о необходимости учета оценки потребностей организаций малого и среднего бизнеса на всех этапах развития в услугах системы поддержки системы предпринимательства, которая влияет на повышение качества предпринимательской культуры как отдельных хозяйствующих субъектов, так и предпринимательства в целом.

Цель и задачи исследования.

Цель настоящего исследования заключается в теоретическом обосновании роли институциональных форм поддержки для развития предпринимательства и адаптивной предпринимательской культуры на основе формирования эффективного механизма улучшения состояния предпринимательской среды.

Поставленная цель диссертационного исследования предопределила решение следующих **задач**:

- теоретически обосновать сущность, принципы, элементы, этапы развития предпринимательской культуры;
- систематизировать организации инфраструктуры поддержки предпринимательства по возможностям воздействия на развитие культуры предпринимательства;

– разработать методы диагностики степени воздействия институциональных форм поддержки на развитие предпринимательской культуры для определения перспектив их совершенствования;

– сформировать принципы построения механизмов улучшения качества предпринимательской культуры в соответствии с социальными, общественными критериями и этическими нормами.

Объектом исследования являются субъекты малого и среднего предпринимательства (резиденты), использующие организации инфраструктуры поддержки для своего развития (бизнес-инкубаторы, технопарки).

Предметом исследования являются процессы развития предпринимательской культуры при внедрении механизмов использования инфраструктурных инструментов системы поддержки предпринимательской деятельности.

Основу работы на теоретическом и методологическом уровнях составили работы ученых, посвященные теории развития предпринимательства, формированию и развитию корпоративной предпринимательской среды, системам инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности и ее влияния на культуру предпринимательства на разных этапах ее развития.

Для решения задач диссертационного исследования применялись следующие методы: восхождения от абстрактного к конкретному, метод контент-анализа, методы сравнительного анализа и синтеза, экономико-статистические методы анализа макросреды и непосредственного окружения предпринимательских структур, графические методы, метод аналогий, форсайт-анализ с целью выявления компонент предпринимательской культуры и их состояния, анкетирование.

Информационная и нормативная база исследования: включает данные официальной статистической информации Федеральной службы государственной статистики и её территориальных органов; нормативные правовые акты, методические материалы органов государственной и региональной власти, органов местного самоуправления; тезисы научных конференций и семинаров;

монографии ученых в области изучаемой проблемы и смежных проблематик; результаты авторского эмпирического исследования по выявлению причин, препятствующих формированию предпринимательской культуры в России.

Научная новизна исследования.

Научная новизна диссертации заключается в определении теоретических и методических принципов трансформации предпринимательской культуры на макро- и мезоуровне, изменения ее качества и уровня развития на разных этапах жизненного цикла организации в условиях воздействия факторов внешней и внутренней среды, в том числе с использованием разработанных автором механизмов инфраструктуры поддержки предпринимательской деятельности для развития предпринимательской культуры:

- теоретически обоснованы элементы, сущность, уровни развития предпринимательской культуры в России, что создает базу для конкретизации направлений использования инфраструктурных форм поддержки при решении вопросов ее адаптации в соответствии с этапами жизненного цикла организаций малого и среднего бизнеса;

- осуществлена систематизация инфраструктурных инструментов поддержки предпринимательской деятельности по критерию степени воздействия на состояние предпринимательской культуры на разных этапах жизненного цикла, что позволило сформулировать принципы диагностики степени влияния (эффективности воздействия) конкретных организаций инфраструктуры на повышение качества культуры предпринимательства и предпринимательской активности. К ним относятся: принципы отношения к собственности, управление ресурсами, отношение к собственному и наемному человеческому капиталу, отношение к доходу и принципам его распределения, отношения к социальной ответственности, реализуемые принципы деловой этики. На их основе определены перспективы трансформации институтов поддержки предпринимательства на макроуровне;

- разработан комплекс методов диагностики степени воздействия институциональных форм поддержки на развитие конкретных составляющих

предпринимательской культуры на различных этапах жизненного цикла. Определены реальные управленческие действия по трансформации институтов поддержки предпринимательства в соответствии со степенью их участия в повышении предпринимательской активности, что позволяет предпринимательским организациям рационально и адресно использовать институты инфраструктуры, а государству – оценивать эффективность их работы;

– сформулирован комплекс практических действий по использованию инфраструктуры поддержки конкретными предпринимательскими организациями, направленный на качественное развитие предпринимательской культуры, состоящая в укреплении и развитии отношений собственности, совершенствовании системы управления ресурсами компании, вложении средств в человеческий капитал компании, в реализацию воспроизводственного и инновационного принципов распределения дохода, повышении степени социальной и экологической ответственности перед обществом. Предложенные механизмы направлены на укрепление делового и социального имиджа предпринимательских структур, повышение привлекательности предпринимательской деятельности как социально значимой предпринимательской деятельности.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности: диссертационное исследование выполнено в рамках пунктов 8.7. «Формирование и развитие системы инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности», 8.12. «Формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды», 8.18. Теоретические, методологические и методические принципы и основы формирования и развития культуры предпринимательства (мотивация, экология, социальные и общественные критерии), этические нормы предпринимательства» в соответствии с паспортом научных специальностей ВАК при Министерстве образования и науки РФ по специальности – 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика предпринимательства».

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в разработке положений по управлению развитием предпринимательской культуры с использованием инфраструктурных организаций систем поддержки предпринимательства на различных этапах жизненного цикла и состояния предпринимательской активности.

Теоретическая значимость диссертационного исследования определяется возможностью использования его результатов для дальнейшего развития теории предпринимательства по направлениям формирования и развития системы инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности, повышения качества культуры предпринимательской среды, использования нематериальных ресурсов предпринимательской структуры для развития социально-значимого и ментального статуса предпринимательской деятельности.

Практическая значимость сформулированных в диссертации выводов, предложений и рекомендаций состоит в возможности их использования при подготовке внутренних регламентов, регулирующих принципы отношения к собственности, управления ресурсами, отношения к собственному и наемному человеческому капиталу, отношения к доходу и принципам его распределения, отношения к социальной ответственности, реализуемых принципов деловой этики, в возможности применения разработанных положений и практических рекомендаций российскими предпринимателями для повышения эффективности и конкурентоспособности, совершенствования работы организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства как ресурсных центров повышения качества предпринимательской культуры на всех этапах жизненного цикла организаций от момента возникновения до момента прекращения деятельности.

Полученные результаты исследования могут быть рекомендованы для включения в программы высшего и дополнительного образования в качестве специальных курсов по организации предпринимательской деятельности, в том числе при ведении таких дисциплин как «Экономика предпринимательства»,

«Корпоративная культура», «Деловая этика бизнеса», «Управление собственным бизнесом» и других.

Апробация и внедрение результатов диссертационного исследования.

Основные положения и результаты научного исследования были обнародованы на следующих научных мероприятиях: международная научно-практическая конференция «Экономика. Теория и практика. Перспективы XXI века» (Саратов, 2014); VII международная научно-практическая конференция «Современная экономика: концепции и модели инновационного развития» (Москва, 2015); XXIX и XXX Международные Плехановские чтения (Москва, 2016, 2017); II международная научная конференция «Современная экономика» (Кемерово, 2016); VII международная научно-практическая конференция молодых ученых «Теория и практика управления: ответы на вызовы инновационного развития» (Москва, 2016); V Московский экономический форум (Москва, 2017), международная научно-практическая конференция студентов и аспирантов «Россия в период трансформации: общие ценности в России и Европе» (Ярославль, 2017).

Результаты исследования используются в учебном процессе при преподавании таких курсов как «Основы, нормы и ценности предпринимательской деятельности», «Введение в профессиональное предпринимательство и культуру» и др. (справка о внедрении в учебный процесс АНО «Медиалан»). Рекомендации автора по формированию предпринимательской культуры использованы в практике деятельности Государственного бюджетного учреждения города Москвы «Агентство инноваций города Москвы» (в виде практического применения принципов оценки воздействия институтов на состояние предпринимательской культуры); включены в план развития технопарка «Строгино» (с целью разработки реальных управленческих действий технопарка); апробированы субъектами малого и среднего бизнеса, в частности: ООО творческое производственное объединение «АртГЦ» (рекомендации позволяют разработать алгоритм действий по поиску подходящей инфраструктурной формы поддержки), ООО «Космецевтический

инкубатор» (формирование и трансформация деятельности бизнес-инкубатора в условиях постоянно-изменяющейся предпринимательской среды), ИП Азаров Д.Ю. (в виде оценки возможностей смены инфраструктурной формы поддержки в соответствии с конкретными потребностями ИП и определения дальнейших перспектив сотрудничества), что подтверждается справками о внедрении результатов исследования.

Публикации. По теме диссертации автором опубликовано 15 научных работ, в число которых входит 5 статей в рецензируемых научных журналах, рекомендуемых ВАК при Минобрнауки России. Общий объем научных работ составляет 6,73 п.л. (5,36 п.л. – авторские), из них научные статьи в рецензируемых научных журналах, рекомендуемых ВАК при Минобрнауки России – 3,32 п.л. (2,01 п.л. – авторские).

Структура и объем диссертации обусловлены целью, задачами и логикой исследования. Текст диссертации изложен на 155 страницах и состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы из 183 наименований, двух приложений, 16 таблиц и 24 рисунков.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

1.1 Сущность и элементы предпринимательской культуры

Для определения сущности понятия «предпринимательская культура» представлены российские и зарубежные научные подходы к принципам, элементам, этапам развития культуры в соответствии со следующей логикой исследования:

- систематизировать существующие трактовки понятия «предпринимательская культура»;
- выявить генезис предпринимательской культуры за рубежом;
- сформулировать ментальные особенности становления российской культуры предпринимательства;
- определить причины инертности и неэффективного воздействия институциональных инструментов поддержки на качество предпринимательской деятельности и, как следствие, на состояние предпринимательской культуры.

На первом этапе исследования мы столкнулись с разнородностью понятий культуры: ученые используют такие дефиниции как «культура предпринимательства», «предпринимательская культура», «бизнес-культура», «экономическая культура», «культура предпринимательской деятельности».

С целью выявления сущности культуры в предпринимательском значении, обратимся к базису термина «культура». Отметим, что в период социалистического строительства культура считалась оценочным понятием и относилась к таким чертам личности, «которые принято назвать не культурой, а

культурностью»¹. Затем, ближе к периоду «перестройки» в философском энциклопедическом словаре культура стала определяться как «специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и убеждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе»².

С появлением в постсоветский период переводной зарубежной литературы, в российском научном обороте «многообразие определений культуры стало определяться четырехзначной цифрой»³. Так, в данный период В.И. Черенков приводит принятое многими университетами США определение культуры как «мозаичного состояния человеческой жизни»⁴.

В это время в России в условиях неблагоприятной экономической ситуации также формулируются трактовки понятия культуры. Согласно одному из них культура определяется как «специфическая система норм, ценностей и смыслов, отличающая одно общество от другого (или различные части общества – социально-статусные или профессиональные), способствующая его интеграции и придающая ему самобытность»⁵. Иными словами, культура способствует внедрению элементов в профессиональное общество/сообщество. То есть благодаря предпринимательской культуре хозяйствующие субъекты имеют возможность вовлечения в экономическую деятельность страны; при отсутствии предпринимательской культуры подобного рода интеграция маловероятна.

К концу XX века разнообразие подходов к понятию культуры значительно увеличилось. В частности, появилось такое понятие, как «культура рыночных отношений», которое означало «целостное явление, образующее систему взаимодействия между организациями, отличающую данный конкретный регион,

¹ Соколов Э.В. Культура и общество. – Л.: Мысль, 1972. – С.18.

² Философский энциклопедический словарь / Под. ред. Л.Ф. Ильичева и др. М.: Сов. энцикл., 1983.

³ Гуревич П.С. Культурология: учебное пособие. – М.: Знание, 1996. – С.9.

⁴ Цит. по: Черенков В.И. Международный маркетинг: учебное пособие – СПб.: Знание, 2003. – С. 452.

⁵ Ерасов Б.С. Социальная культурология: пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Аспект Пресс, 1997. – С. 34.

местность, страну»¹. Однако к определению сущности и элементов предпринимательской культуры интерес реально вырос в связи с превращением предпринимательства в основной источник доходов среднего класса.

В российской практике, по мнению Е.Е. Кузьминой², предпринимательская культура складывается из следующих элементов:

– материальные элементы – уровень развития предприятия в части управленческой и информационной техники;

– духовные элементы – совокупность профессиональных знаний предпринимателя, производственного опыта и привычек, экономическое мышление;

– личностные элементы – возможность обогащения, степень экономической свободы;

– институциональные элементы – социальные ценности и нормы, в том числе вера и убеждение.

По нашему мнению, данные элементы можно рассматривать только на уровне хозяйствующего субъекта, но никак не масштабировать на бизнес-среду в целом. Определение предпринимательской культуры немецкого ученого Р. Рюттингера³ также следует отнести к микроуровню, поскольку, согласно его мнению, это «система совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях, где представления позволяют понять, что является важным для предприятия, а убеждения – как должно функционировать предприятие», в то время как классификация предпринимательской культуры характеризует микро- и мезоуровень, поскольку содержит как элементы коммерческого предпринимательства, то есть посредничества при реализации

¹ Рывкина Р. Экономическая социология переходной России. Люди и реформы. – М.: Дело, 1998, С.217; Колесникова Л., Перекрестов В. Организационные структуры и культура предпринимательства. // Вопросы экономики. – 2000. – №8. – С.20-21.

² Кузьмина Е.Е. Организация предпринимательской деятельности / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. – М.: Юрайт, 2012. – С. 239.

³ Рюттингер Р. Культура предпринимательства: пер. с нем. / Р. Рюттингер. – М.: ЭКОМ, 1992. – С. 240.

товаров, работ и услуг, так и составляющие внутриорганизационной культуры (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Классификация предпринимательской культуры

Виды предпринимательской культуры	Краткая характеристика
Культура торговли	Облик работника торговли можно описать как привлекательного, дружелюбного, активного молодого человека без больших духовных запросов, но обладающих красноречием, обращаясь к покупателям с определенной долей юмора. Культура сферы торговли характеризуется чувством сопричастности к общему делу и духом коллективизма
Спекулятивная культура	Облик делового человека обладает агрессивным характером с бойцовскими качествами, скрывающим свою чувствительность и эмоциональность. Спекулятивная культура характерна для финансирования рискованных предприятий, рекламного бизнеса, профессионального спорта
Инвестиционная культура	Инвесторы осмотрительны, действуют осторожно, терпеливо и настойчиво, при этом уважая авторитет и профессионализм, договоренности и ранее принятые решения. Инвестиционная культура характерна для сферы производства, строительства, инвестиционных банков, венчурных фондов.
Культура административная	Характерна для сферы бытового обслуживания, крупных административных фирм, банков и страховых компаний. Работники данной сферы педантичны, осторожны, придирчивы, общение характеризуется обстоятельностью и подчеркнутой иерархией, придирчивостью

Наиболее емкую трактовку понятия «предпринимательская культура» дает М.Г. Лапуста¹, рассматривая ее как «определенную, сложившуюся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране правовыми нормами, обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса».

Подводя итог анализу подходов исследуемой дефиниции, делаем вывод, что понятие предпринимательской культуры как в России, так и за рубежом, не сформировано, в связи с чем автор с данным понятием связывает комплекс элементов, направленных на формирование бизнес-среды с благоприятной культурой с целью развития деловой активности на микро- (уровне

¹ Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. – С. 470.

хозяйствующего субъекта), мезо- (между партнерами/контрагентами) и макроуровне (на уровне государства)¹.

Считаем, что влияние предпринимательской культуры (здесь и далее будет использоваться «предпринимательская культура») необходимо рассматривать в соответствии с иерархической структурой управления экономикой:

– на национальном уровне (макроуровень), где формируется предпринимательская культура с целью поддержки субъектов предпринимательства, включая институциональные механизмы и инфраструктурные элементы, в том числе способствуя благоприятному ведению бизнеса на уровне регионов, контрагентом уровне и на уровне хозяйствующего субъекта;

– на контрагентом уровне (мезоуровень), когда взаимоотношения между предпринимательскими структурами по поводу исполнения договоров должны быть благоприятными с целью формирования активной деловой среды; на уровне региона деловая активность может различаться предпринимательской культурой; в этой связи ее необходимо унифицировать;

– на уровне хозяйствующего субъекта (микроуровень), где предпринимательская культура будет способствовать улучшению качества продукции и услуг, развитию эффективности производства и, следовательно, повышению предпринимательского дохода. Культура предпринимательской деятельности, в данном случае, определяет климат, стиль управления и взаимоотношений, ценности предприятия, выражающиеся в предписаниях, нормах и правилах поведения.

В соответствии с авторским подходом уровни развития предпринимательской культуры сопоставлены на каждом уровне с целями стейкхолдеров и представлены на рисунке 1.1.

¹ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

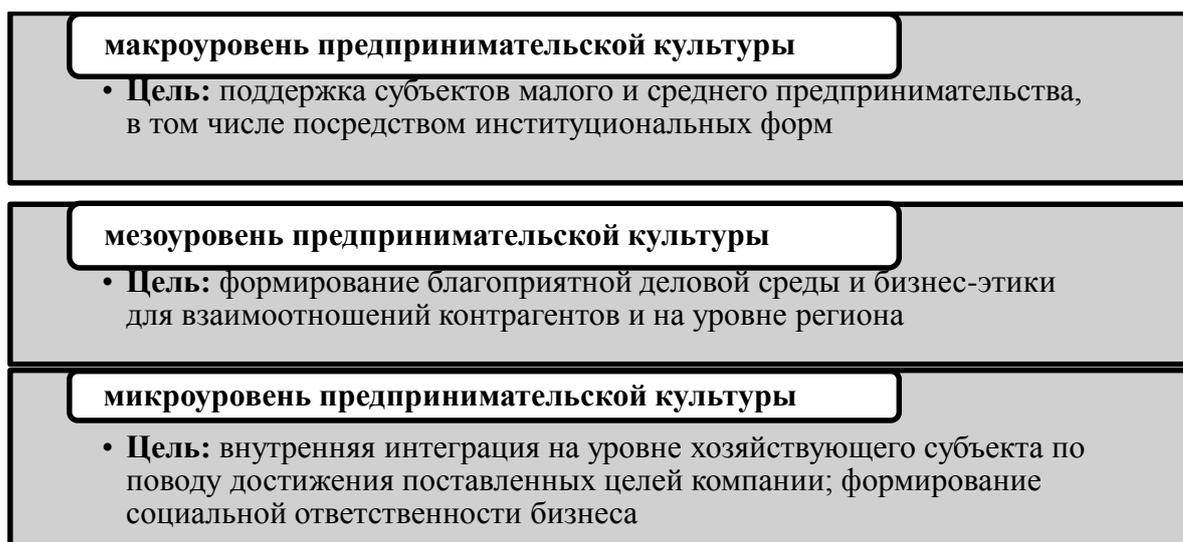


Рисунок 1.1 – Уровни развития предпринимательской культуры
Источник: составлено автором.

Исторически предпринимательская активность в европейских странах проявлялась с древних времен; менялись, развивались ментальные характеристики и традиции предпринимателей. Одной из базовых теорий предпринимательской культуры можно считать «протестантскую версию» происхождения «предпринимательского духа», разработанную М. Вебером¹, согласно которой хозяйственный менталитет характеризуется следующими аспектами:

- новые протестантские, аскетические духовные традиции как результат отражения эволюции европейского общества послужили фактором развития индустриального капитализма;
- в отличие от авантюризма и ростовщичества, основанных на корыстном добывании денег, европейский капитализм является новой формацией;
- религиозные санкции потеряли свою актуальность, поскольку капиталистический строй начал воспитывать посредством естественного отбора предпринимателей и рабочих – необходимых хозяйственных субъектов;
- формируется комплекс институциональных преобразований, включающий: урбанизацию; развитие законодательства; образование свободных юридических лиц; непрерывный технологический прогресс и накопление знаний.

¹ Вебер М. Дух капитализма и протестантская этика. – М., 1975. – С. 69

В соответствии с теорией М. Вебера, современный «дух предпринимательства» на фоне возникающих институциональных событий порожден протестантской культурой, которая получила развитие и в XX веке. Так называемая «меркантильная склонность европейского духа» проявляется сегодня в предпринимательской среде США, Японии, Турции, Тайваня.

Предпринимательская культура, возникавшая в центральной Европе, в качестве ключевого критерия оценки хозяйственной деятельности считает рентабельность, и экономическому успеху предпринимательской структуры подчиняется все остальное. Скандинавские, восточно- и южноевропейские страны делают акцент на социальные связи, родство и соседство, качество жизни, непрерывность традиций. В англосаксонских странах наиболее выражена свобода индивидуального предпринимательства.

Таблица 1.2 подчеркивает тезис о том, что вектор эволюции экономических культур определяется не столько развитием предпринимательства на базе индивидуальных свобод, сколько гармонизацией индивидуально-творческого и коллективистского начал: слабая рыночная экономика, характерная для новых индустриальных стран Восточной Азии, некоторых развивающихся стран и южноевропейских стран, отличается сильным избытком трудовых ресурсов, неэффективной экономикой, менее развитым гражданским обществом; сильная рыночная экономика, характерная для англосаксонских стран, северной и центральной Европы, Японии, напротив, отличается высококвалифицированными кадрами, сильным гражданским обществом, развитой социальной, транспортной, финансовой инфраструктурой, эффективностью производства и распределения.

Таблица 1.2 – Типы экономической культуры

Типы экономик	Типы культуры	
	Индивидуалистический подход к культуре	Кооперативный подход к культуре
	Примеры	
Сильная рыночная экономика	Англосаксонские страны	Северная и центральная Европа, Япония
Слабая рыночная экономика	Новые индустриальные страны восточной Азии	
	Некоторые развивающиеся страны	Южноевропейские страны

Источник: World Competitiveness Report. Geneva, 1989, p. 15

Понимание предпринимательской деятельности в процессе становления института культуры менялось как под влиянием эволюции социально-экономических теорий А. Смита, К. Маркса, М. Вебера и других, так и в зависимости от исторически формировавшихся эпох становления института предпринимательства. Иными словами, предпринимательская культура неразрывно связана с историческими этапами развития, в которых в определенный момент времени функционируют хозяйствующие субъекты. Так, историческая основа заложена в выводах Ф. Броделя: «однозначное объяснение, делающее из капитализма воплощение определенного типа мышления, всего лишь увертка, которой воспользовались за неимением лучшего В. Зомбарт и М. Вебер. Свое слово сказала здесь экономика, свое слово – политика, свое слово – общество, свое слово сказала и культура, и цивилизация. А также и история, которая зачастую была последней инстанцией, определяющей соотношение сил»¹.

На основе деятельности международных предпринимательских структур можно выявить следующие элементы предпринимательской культуры: язык, этику, эстетику, социальные институты, технологии, материальную культуру, сотрудников компании во внутренней бизнес-среде, право, политику, образование².

В научных работах К. Дэвида, Гл. Хэмпден-Тернера, В. Терпстра, Ф. Тромпенаарса показано, что на предпринимательскую культуру влияют энвайронментальные факторы, среди которых наиболее важно выделить кросс-культурные различия. В этой связи особое понимание культуры возникает в контексте международного бизнеса, причем проявляется она на всех уровнях: в микросреде – интракорпоративная культура; в мезосреде – культура интеркорпоративных коммуникаций; в макросреде – согласование с экстракорпоративной культурой. Бизнес-культуру в данном контексте можно

¹ Бродель Ф. Игры обмена. – М.: Прогресс, 1988. – С. 400.

² Черенков В.И. Международный маркетинг: учебное пособие – СПб.: Знание, 2003. – С. 461.

определить как «способ, посредством которого группа людей решает проблемы и согласовывает дилеммы»¹.

Согласно бизнесориентированному подходу В. Терпстра и К. Дэвида, «культура – изучаемое, разделяемое, непреодолимое и взаимосвязанное множество символов, составляющих классифицированные оболочки культуры, значения которых обуславливают множество ориентаций для членов некоторого сообщества. Эти ориентации, взятые в совокупности, обуславливают решение задач, которые должно разрешать любое сообщество, если в нем сохраняется стремление к выживанию»².

Таким образом, предпринимательская культура в понимании зарубежных исследователей будет различаться в зависимости от географического местоположения хозяйствующих субъектов, ментальных особенностей, исторических этапов, жизненного цикла, творческого типа мышления, национальных экономических культур, отводящих предпринимательству разное место в системе ценностей.

Акцентируем внимание на генезисе и формировании предпринимательской культуры в условиях российской национальной экономики. Первые ступени становления данного института в Российской империи имели немало сходства с европейскими ценностями, но и обладали своими неповторимыми чертами.

Затем после образования СССР самостоятельную хозяйственную инициативу стремились либо искоренить, либо подчинить государственно-монополистическим интересам³. Предприимчивость подавлялась бюрократическими структурами. Политический застой 70-80 годов XX века привел, в конечном итоге, к смене устоев и подходов к свободе предпринимательской деятельности.

¹ Trompenaars F., Hampden-Turner Ch. Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business. Nicolas Brealey Publishing, London, 2000. – P.6.

² Terpstra V., David K. The Cultural Environment of International Business. South-Western Publishing Co., Cincinnati, OH, 1991. – P.6.

³ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

Принятые в 80-е годы XX века законы «Об индивидуальной трудовой деятельности»¹, «О кооперации в СССР»², «О государственном предприятии (объединении)»³ с одной стороны, определили новые возможности для роста предпринимательской активности посредством приватизации государственных предприятий, становления рыночной экономики, интеграции хозяйствующих субъектов в экономическую парадигму России. С другой стороны, ментальные особенности населения в данный период все еще не могли воспринять «дух капитализма», равно как и в период социалистического строительства термин «предпринимательство» и предпринимательская деятельность находились под запретом; тем более, отсутствовала деловая среда, инфраструктура развития бизнеса, предпринимательская культура. Мы считаем, что отсутствие предпринимательской активности на протяжении нескольких десятилетий привели к деградации предпринимательской культуры, что существенно повлияло на развитие экономики страны в дальнейшем.

После распада СССР в 1991 году глобализация и информационная революция серьезно изменили международные отношения и функционирование национальных экономических систем, в частности, поставив предпринимательство перед новыми возможностями и рисками. Общемировые тенденции экономического роста, перемены в политических и социальных институтах, сам национальный менталитет способствовал становлению предпринимательства как незаменимой силы хозяйственной динамики, конкурентоспособности и общественного развития, в результате чего институт предпринимательства за рубежом шагнул далеко вперед. Напротив, происходившие в России в 90-е годы преобразования, равно как и дальнейшее развитие России в XXI веке, наталкивались и продолжают наталкиваться на мощные барьеры. Таким образом, генезис становления предпринимательства в

¹ Закон СССР от 19.11.1986 «Об индивидуальной трудовой деятельности»

² Закон СССР от 26.05.1988 N 8998-XI «О кооперации в СССР»

³ Закон СССР от 30.06.1987 N 7284-XI «О государственном предприятии (объединении)»

России свидетельствует о несформировавшемся институте национальной предпринимательской культуры.

С целью развития предпринимательской культуры на всех ее уровнях формирования необходимо усиление роли в данном вопросе институциональных форм поддержки предпринимательства. Согласно Дугласу Норту¹, «новые институты появляются тогда, когда общество усматривает возможность получения прибыли, которая не может быть получена в условиях уже существующей институциональной системы». По наблюдениям Ф. фон Хайека², «вызывающее столько сетований отсутствие духа предпринимательства во многих странах является не прирожденным свойством их жителей, а следствием ограничений, налагаемых существующими обычаями и институтами».

По нашему мнению предпринимательская культура бизнес-единиц не изменяется без структурных изменений хозяйственной деятельности, государственного влияния и институциональных факторов (в этой связи в параграфе 1.3 представлены принципы использования институтов поддержки; в параграфе 1.2 – адаптация хозяйствующих субъектов под влияние внешней среды на разных этапах жизненного цикла, в 3 главе – универсальные принципы поддержки со стороны государства), что подчеркивает тезис о необходимости инфраструктуры поддержки в развитии предпринимательской культуры.

Теоретические и методологические подходы к исследованию влияния институциональной среды на развитие бизнеса сегодня становятся одним из важных направлений. Так, Т.В. Цуканова³ в своем исследовании отмечает, что «институциональная среда – основная область изучения в рамках институционального подхода, и необходимо понимать те функции, которые она призвана выполнять для создания благоприятных условий для бизнеса».

¹ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт; пер. с англ. А.Н. Нестеренко. – М.: Фонд экономической книги Начала, 1997. – С. 6.

² Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. – №12. – 1989. – С. 14.

³ Цуканова Т.В. Интернационализация российских фирм малого и среднего бизнеса: влияние институциональной среды / Т.В. Цуканова // диссертация на соискание ученой степени канд. экон. наук...08.00.05. – СПб., 2015. – С. 62.

Напротив, по мнению целого ряда исследователей существуют устойчивые, трудно преодолимые отрицательные характеристики как институциональной среды в целом, так и отдельных инструментов поддержки в частности. Так, «медленное развитие малого и среднего бизнеса в России связано вовсе не с психологическими характеристиками предпринимателей, а со средой бизнеса, так как именно она больше препятствует предпринимательству»¹. Можно согласиться с позицией Д. Штыхно, что отрицательный вектор этих процессов стабилен: «институциональная среда создает препятствия для бизнеса и предпринимательства, и эти препятствия остаются одними и теми же на протяжении последних 15 лет»².

М. Паффер и Дж. МакКарти³ в 2001 году отмечали, что «неустойчивая обстановка, бюрократичное течение законодательства и, как следствие, зарегулирование бизнеса, неадаптивная инфраструктура для бизнеса – все это «лабиринт», через который российские предприниматели должны пройти в процессе создания и ведения бизнеса». Еще в 2003 году А. Кихлгрэн⁴ выявил причины, замедляющие развитие малого и среднего бизнеса в России: отсутствие опыта ведения бизнеса, деградация традиций предпринимательства в связи с длительным периодом коммунизма, нечеткие и быстроменяющиеся правила игры, высокий уровень коррупции. Прошло 15 лет, но ситуация изменилась незначительно.

Подобного рода барьеры отчасти отражает рейтинг Всемирного банка по легкости ведения бизнеса⁵, согласно которому Российская Федерация по

¹ Ojala A. Entrepreneurship and small businesses in Russia: a review of empirical research / A. Ojala, H. Isomaki // Journal of Small Business and Enterprise Development. – 2011. – Vol. 18, Issue 1. – P. 97-119.

² Shtykhno D. Motivations and obstacles for small business entrepreneurship in Russia: 15 years in transition / D. Shtykhno, A. Zhuplev // Journal of East-West Business. – 2009. – Vol. 15, Issue 1. – P.25-49.

³ Puffer S. M. Navigating the hostile maze: A framework for Russian entrepreneurship / S.M. Puffer, D.J. McCarthy // Academy of Management Executive. – 2001. – Vol. 15, Issue 3. – P.24-36.

⁴ Kihlgren A. Small business in Russia – factors that slowed its development: an analysis // Communist and post-communist studies. – Los Angeles, 2003. – Vol.36, N2. – P.193–207.

⁵ Doing Business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/rankings> (дата обращения: 03.11.2016).

состоянию на октябрь 2016 г. занимала 40-е место из 190 стран (для сравнения, в 2012 году – 120 место), в то время как Новая Зеландия расположилась на первом месте, Сингапур – на втором, США – на восьмом, Китай – на 78-м. С одной стороны, такой стремительный рост показателя свидетельствует о мерах, предпринимаемых государством по развитию предпринимательской среды. С другой стороны, 40-я позиция в рейтинге свидетельствует о все еще не сформированных механизмах институциональной поддержки бизнеса.

Таким образом, применительно к институциональной характеристике предпринимательской культуры нами сформулирован ряд тезисов:

– предпринимательские организации оказываются зависимыми от состояния той национальной институциональной среды, в которой существует и развивается предпринимательская среда. Эта зависимость особенно характерна для субъектов малого и среднего предпринимательства, так как в силу недостаточности ресурсов у них нет возможности ограниченно влиять на среду поддержки. По нашему мнению, отставание возможностей институциональной среды от потребностей предпринимателей может тормозить развитие предпринимательской активности;

– в свою очередь, предпринимательская культура на уровне отдельного хозяйствующего субъекта приобретает подвижность под воздействием инструментов институциональной среды, ее стратегические элементы будут трансформироваться под воздействием принятых решений на макроуровне по поводу формирования, развития и использования национального комплекса поддержки предпринимательской деятельности;

– в случае, если использование инфраструктурных инструментов связано с положительным эффектом при осуществлении предпринимательской деятельности хозяйствующим субъектом, то можно предполагать, что существующая система поддержки малого и среднего бизнеса может оцениваться как эффективная;

– предпринимательская культура как эффект взаимодействия трех уровней институциональной среды находится под воздействием разных

институциональных инструментов и их сочетаний в процессе своего становления и развития.

Используя теорию жизненного цикла предпринимательской организации, далее сформулированы особенности предпринимательской культуры на различных этапах функционирования компании.

1.2 Этапы развития предпринимательской культуры организаций малого и среднего бизнеса

Этапы развития предпринимательской культуры рассмотрены через призму стадий жизненного цикла самой предпринимательской организации с целью определения места и роли институциональных форм поддержки в формировании предпринимательской культуры хозяйствующих субъектов на каждой бизнес-стадии.

Любая организация в процессе своей хозяйственной деятельности проходит определенные этапы жизненного цикла – от регистрации бизнеса до прекращения предпринимательской деятельности. В теории менеджмента традиционно выделяют: модель жизненного цикла организации Л. Грейнера, модель жизненного цикла организации И. Адизеса¹. В первом случае модель, опубликованная в 1972 году, основана на таких параметрах организации как размер и возраст, когда долговременные этапы эволюции сменяются организационными революциями, в результате которых и происходят коренные организационные изменения, а переход на следующий этап жизненного цикла возможен после их свершений. Во втором случае модель основывается на гипотезе о том, что развитие организации подобно динамике развитию живых

¹ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

организмов. Данный подход позволяет спрогнозировать развитие отрицательных детерминант и возникновение критических ситуаций, а значит, адаптироваться к ним. В российской практике ведения бизнеса вопрос этапизации жизненных циклов слабо исследован. К ним, отчасти, можно отнести, научные труды А.А. Шамрая¹, О.М. Шестоперова². Однако все они были представлены относительно давно и не представляют актуальности в настоящее время. В этой связи с целью дальнейшей конкретизации использования форм поддержки предпринимательства нами предложены элементы предпринимательской культуры: принципы отношения к собственности, управления ресурсами, отношения к собственному и наемному человеческому капиталу, отношения к доходу и принципам его распределения, отношения к социальной ответственности перед потребителями, реализуемыми принципами деловой этики.

На основе теорий жизненных циклов разных авторов, таких как Дж. Агарони, Х. Фалька и Н. Иехуды³, И. Адизеса⁴, Д. Миллера и П. Фризена⁵ составлена автором унифицированная модель жизненного цикла для субъектов малого и среднего бизнеса: стадия рождения (1), стадия роста (2), стадия развития (зрелости) (3), стадия снижения активности (4), стадия прекращения бизнеса (5) (рисунок 1.2). Именно они будут использованы в исследовании как инструмент оценки в необходимости разработки тех или иных механизмов инфраструктурной поддержки предпринимательства для развития предпринимательской культуры, поскольку на каждом из этих этапов необходима трансформация корпоративной и организационной культуры, организационной структуры, бизнес-процессов предпринимательских структур.

¹ Жизненный цикл малого предприятия / Под общ. редакцией А.А. Шамрая – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2010. – 244 с.

² Жизненный цикл малого предприятия / под общ. Ред. О.М. Шестоперова. – М.: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2009. – 336 с.

³ Aharony J., Falk H., Yehuda N. Corporate Life Cycle and the Relative Value — Relevance of Cash Flow versus Accrual Financial Information. 2006.

⁴ Adizes I. Corporate Life Cycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do About It. 1988.

⁵ Miller D., Friesen P.H. A longitudinal Study of Corporate Life Cycles // Management Science, vol. 30, no. 10 (October 1984), pp. 1161–1183.

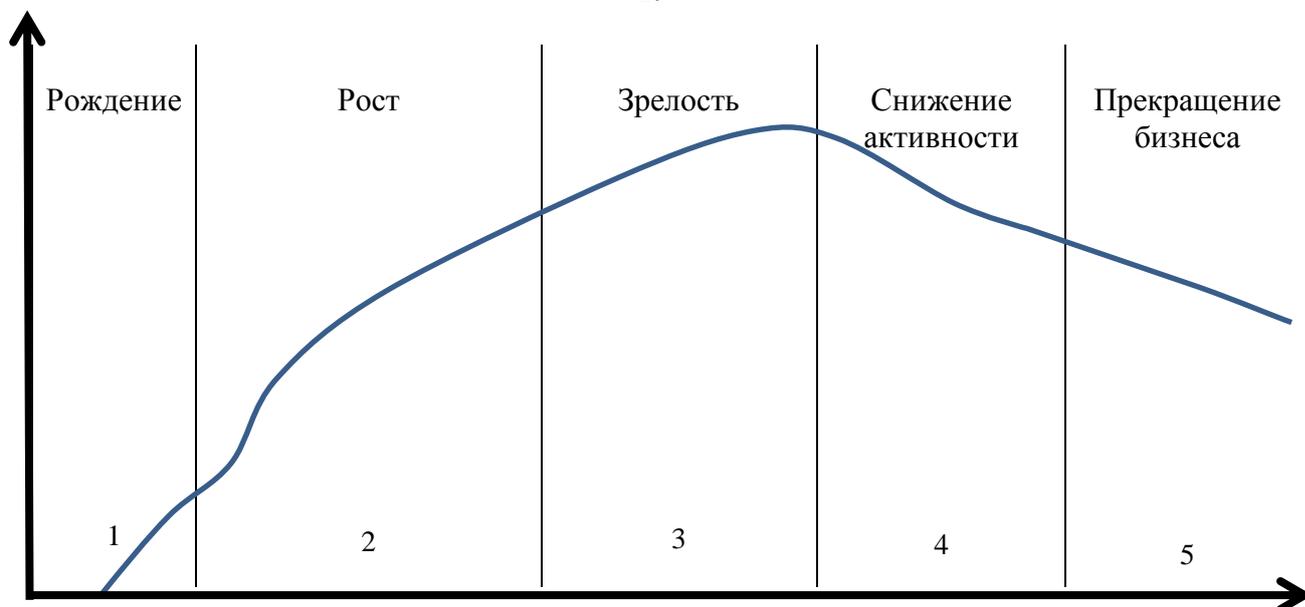


Рисунок 1.2 – Унифицированная модель жизненного цикла для субъекта малого и среднего бизнеса

Источник: составлено автором.

Для формирования адаптивной предпринимательской культуры на каждом этапе жизненного цикла в соответствии с унифицированной моделью в рамках реализации соответствующих принципов, компании малого и среднего бизнеса могут использовать как внутренние ресурсы, так и ресурсы внешней среды, к которым относится состояние системы поддержки предпринимательства на макро-, мезо- и микроуровнях. От уровня качества обеспеченности и организации процессов поддержки, их адекватности в соответствии с потребностями хозяйствующих субъектов, по нашему мнению, будут зависеть характеристики предпринимательской культуры на каждом из этапов развития.

Используя метод восхождения от абстрактного к конкретному, сформулируем авторскую концепцию соответствия сочетания элементов предпринимательской культуры каждому этапу жизненного цикла развития субъекта малого и среднего предпринимательства, предполагающую эволюцию конкретных элементов в процессе развития организации.

На *стадии рождения (1)* реализация основных предпринимательских принципов культуры выглядит следующим образом:

– отношение к собственности: перед начинающими предпринимателями встает ключевой вопрос – юридический адрес; формируется право собственности либо на приобретаемое недвижимое имущество, либо на приобретенные основные средства и услуги контрагентов, аутсорсеров: договор аренды с арендодателем, оборудование в лизинг, обращение в коворкинг-центры;

– управление ресурсами: определяется объем затрат ресурсов (финансовых, трудовых, нематериальных и других) и источники их получения; апробируются на практике функции управления: стратегическое планирование и прогнозирование, организация предпринимательской деятельности, мотивирование персонала к эффективной наемной работе; контроль управленческих решений, работоспособности и выполнения ключевых показателей эффективности;

– отношение к собственному и наемному человеческому капиталу: преимущественно используются интеллектуальные и креативные способности самого предпринимателя и его семьи (в случае семейного бизнеса), коллег, соучредителей. На данной стадии жизненного цикла способности каждого члена команды имплементируются в бизнес, где каждый участник выражает собственные профессиональные предпринимательские компетенции и формирует представление о компетенциях коллег;

– отношение к доходу и принципам его распределения: все будущие доходы идут на развитие компании;

– отношение к социальной ответственности перед потребителями: социальная ответственность находится в зарождении; на данной стадии в первую очередь делается акцент на создании благоприятного климата среди сотрудников компании;

– реализуемые принципы деловой этики: товарищеские и дружеские отношения, компания – одна семья, отсутствие выработанных норм и ценностей, которые со временем будут продиктованы руководителем компании как движителя формируемой корпоративной и организационной культуры.

Стадия роста (2) характеризуется следующими проявлениями предпринимательской культуры в соответствии с заданными принципами:

– отношение к собственности: кардинальных изменений нет, однако в случае расширения производства возможны новые управленческие операции по поиску производственных площадей, что может привести к привлечению кредитных средств, для получения которых, как правило, и не ранее чем после 6 месяцев с начала ведения предпринимательской деятельности, необходим залог в виде недвижимости одного из учредителей;

– управление ресурсами: для расширения бизнеса возможно привлечение кредитных средств, либо использование нераспределенной прибыли по итогам предыдущего календарного года; расширение штата; найм фрилансеров либо сотрудников по совместительству / гражданско-правовому договору; увеличение основных средств;

– отношение к собственному и наемному человеческому капиталу: используется база профессиональных предпринимательских компетенций, уже сформированная учредителями на стадии роста. Однако человеческий капитал наемных работников все еще используется не в полную силу, учредители «присматриваются» к подчиненным, возможна «текучка» кадров, как следствие, найм работников со стороны либо часть полномочий делегируется на аутсорсинг;

– отношение к доходу и принципам его распределения: формируется чистая прибыль, которую учредители могут получить в качестве дивидендов; на определенное время вклад в развитие бизнеса приостанавливается, однако затем вновь возможен приход денежных средств из источников учредителей в виде собственных средств, либо очередного привлечения кредита;

– отношение к социальной ответственности перед потребителями: компания работает на имидж, использует Social media marketing (SMM) и другие маркетинговые инструменты для продвижения организации, старается качественно производить товары и оказывать услуги, формирует конкурентные позиции;

– реализуемые принципы деловой этики: выстраивается иерархия организационной структуры, в результате которой прямых контактов по горизонтали становится больше, а по вертикали – меньше. Горизонтальное кадровое положение постепенно интегрируется в формируемые неформальные нормы и правила, при этом находясь под воздействием вертикальных формальных правил; общение от личных контактов на всех уровнях постепенно переходит в бумажную либо электронную переписку; корпоративная и организационная культура все еще формируется.

Стадия зрелости (3) как этап жизненного цикла организации можно условно считать эталоном предпринимательской культуры хозяйствующего субъекта:

– отношение к собственности: учредители могут позволить себе выкуп помещения из аренды, кредитные займы больше не являются составным элементом предпринимательской культуры субъекта малого или среднего бизнеса;

– управление ресурсами: коллектив и его ценностная составляющая сформированы, все конфликтующие стороны «отсеялись» на стадии роста компании; политика по фрилансерам и совместителям выполняется на 100% в ту или иную сторону («быть или не быть»);

– отношение к собственному и наемному человеческому капиталу: постановка долгосрочных ценностей и расстановка стратегических приоритетов;

– отношение к доходу и принципам его распределения: система оплаты труда в компании выстроена; учредители могут позволить себе больше, чем чистая прибыль и дивиденды; эффективная работа сотрудников поощряется премиями; возможен частичный вклад денежных средств в развитие нового смежного бизнеса или развитие существующего;

– отношение к социальной ответственности перед потребителями: конкурентные преимущества компании сформированы, обретен конкурентоспособный статус в обществе, руководство стремится

позиционировать бизнес как социально ответственный институт, продолжая формировать положительный имидж компании, проводя благотворительные акции, культурно-массовые мероприятия, выступая спонсором и соорганизатором мегазрелищных событий;

– реализуемые принципы деловой этики: корпоративная и организационная культура становится дополнительным ресурсом развития субъекта малого или среднего предпринимательства.

Стадия снижения активности (4) является своеобразным катализатором принятия грамотных управленческих решений, профессиональных предпринимательских компетенций собственников бизнеса и переломным моментом во всей истории ведения предпринимательской деятельности:

– отношение к собственности: учредители определяются с выбором: продать/сдать в аренду неэффективно используемые производственные мощности, либо сохранить «статус-кво»;

– управление ресурсами: учредители незначительно, но сокращают наемный персонал, экономят на издержках;

– отношение к собственному и наемному человеческому капиталу: возможен конфликт интересов между учредителями; отношение к персоналу становится «предвзятым» с целью сокращения штата;

– отношение к доходу и принципам его распределения: доходы сократились и это приводит к негативным отношениям среди учредителей, возможна отмена премий для персонала, что негативно сказывается на корпоративной культуре в целом;

– отношение к социальной ответственности перед потребителями: конкурентные преимущества компании теряются, руководство компании прикладывает усилия для сохранения негативной информации исключительно внутри компании;

– реализуемые принципы деловой этики: на стадии спада корпоративная и организационная культура должна выполнить роль регулятора с

целью сохранения компании как минимум на стадии спада и не доводила ситуацию до стадии прекращения бизнеса.

Последняя стадия жизненного цикла организации – *прекращение бизнеса (5)* характеризуется следующими признаками предпринимательской культуры:

- отношение к собственности: в зависимости от типа прекращения предпринимательской деятельности (ликвидация бизнеса, слияние, поглощение, банкротство) отношение к собственности будет находиться в прямой зависимости от сложившейся ситуации;

- управление ресурсами: постепенное сокращение численности кадрового состава (либо переход их в новое качественное состояние), перераспределение материальных и нематериальных ресурсов среди учредителей субъекта малого или среднего бизнеса;

- отношение к собственному и наемному человеческому капиталу: бесконфликтное урегулирование кадровых вопросов, своевременная выплата заработной платы и компенсаций, закрепление исключительного права интеллектуальной собственности на результаты интеллектуальной деятельности;

- отношение к доходу и принципам его распределения: погашение задолженностей, оплата налоговых и основных обязательных платежей;

- отношение к социальной ответственности перед потребителями: «тихий» уход с рынка, позиционирование действующей компании либо компании в стадии организации в случае обращения клиентов и контрагентов;

- реализуемые принципы деловой этики: корпоративная и организационная культура на данной стадии должны способствовать мирному урегулированию ликвидационных процессов предприятия и, в тоже время, сохранению конфиденциальности о внутриорганизационных проблемах.

Рассмотрев на каждом этапе жизненного цикла принципы развития предпринимательской культуры организации, можно прийти к выводу, что субъекты малого и среднего бизнеса имеют определенные потребности в поддержке со стороны макроуровня. На данном уровне предпринимательская

культура формируется как для индивидуальных хозяйствующих субъектов, взаимоотношений между двумя и более контрагентами, так и для совокупной предпринимательской среды в целом, учитывая политические, легитимные, экономические, социокультурные факторы внешней среды, а в отдельных случаях кросс-культурные факторы других наций (отличия зарубежной и российской предпринимательской культуры показывают, что в целом ряде случаев именно они являются барьерами выхода отечественных предпринимательских структур на международные рынки).

В контексте законодательных документов по поддержке бизнеса, начиная с 2000 годов, был принят целый ряд стратегий развития хозяйствующих субъектов («Основные направления социально-экономической политики Правительства Российской Федерации на долгосрочную перспективу 2000 г.; Социально-экономическая стратегия России на период до 2020 г.»)¹.

На рубеже XX-XXI веков вводилось даже такое понятие, как «хозяйственная культура», применимое, на наш взгляд, исключительно к внутрикорпоративной среде: «совокупность накопленных профессиональных знаний и навыков, сформированных хозяйственных норм, ценностей и символов, необходимых для самоидентификации, определения статусов, производства,

¹ По А.А. Аузану: «В начале 2000-х годов, когда мы занимались де бюрократизацией российской экономики, в одной из газет была удачная заметка. Президент говорит премьеру: «Надо помочь малому бизнесу. Его терроризируют, так жить нельзя, ему нужно развитие». Премьер говорит членам правительства: «Там проблемы у малого бизнеса, мы должны их решать». Министр внутренних дел говорит начальнику управления: «Там что-то такое с малым бизнесом... В общем, что-то с этим надо делать». Начальник управления говорит милиционеру: «Там этот малый бизнес достал вообще. Дави его к чертовой матери!» [Аузан А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь / А.Аузан. – М. Манн, Иванов и Фербер, 2014. – С. 42].

По Л.С. Леонтьевой (2004 г.): «Поддержка малого предпринимательства носит, в настоящее время, в основном декларативный характер, что привело фактически к многолетней стагнации в развитии этого сектора экономики... к сожалению, наличие административных барьеров препятствует созданию эффективных организационно-культурных норм отношений между региональными властями, ответственными за создание малого бизнеса, и самим малым бизнесом... структуры, направленные на поддержку предпринимательства, идеологически должны иметь ту же внутреннюю организационную культуру, степень риска, инициативности, что и субъекты малого бизнеса, в современных же условиях зачастую они существуют как замкнутые организационные системы, воспроизводящие самих себя. Западный опыт существования подобных структур показывает, что главной организационной нормой должна быть норма открытости и направленности на удовлетворение потребности клиента, т.е. малого бизнеса» [Леонтьева Л.С. Совокупная организационная культура как ресурс развития региона / Л.С. Леонтьева // дисс. на соискание уч. степени д-ра экон. наук. 08.00.05. – М.: МИРБИС, 2004. – С. 110-111.]

значений и смыслов»¹. Во-первых, культура не является внешним фактором по отношению к хозяйственной сфере. Скорее, культурные факторы являются его встроенным элементом. По мнению В.В. Радаева, в этом смысле противопоставление культуры и рынка следует считать искусственным. Во-вторых, поскольку социокультурные факторы переходят из одного исторического периода в другой, от одного сообщества к другому – культура является переменным фактором.

Утвержденная Распоряжением Правительства РФ 02 июня 2016 года Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года, в определенной степени призвана способствовать устойчивому росту хозяйствующих субъектов регионов. К бизнес-составляющей предпринимательской культуры на мезоуровне, по нашему мнению, можно отнести:

- уровень развитости бизнес-среды региона;
- наличие значительной доли хозяйствующих субъектов с высоким уровнем конкурентного статуса продукции и услуг;
- степень демонополизации экономики региона;
- наличие региональных государственных систем поддержки предпринимательства и малого бизнеса и т.д.

Предпосылки для поддержки субъектов малого и среднего бизнеса со стороны институциональных форм поддержки в стратегии заложены. Например, предполагается, что акционерное общество «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» будет предоставлять субъектам малого и среднего предпринимательства широкий набор услуг через сеть многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, а также с использованием инфраструктуры электронного правительства.

¹ Радаев В.В. Экономическая социология: курс лекций. – М.: Аспект-Пресс, 1997, Гл.5.

Однако семиотически аспекты предпринимательской культуры в представленном документе отсутствуют. Таким образом, в системе поддержки предпринимательства на основе инфраструктурных инструментов должны быть заложены принципы формирования адаптивной предпринимательской культуры, под которой мы понимаем взаимный учет интересов всех заинтересованных сторон с целью создания благоприятного климата для активизации предпринимательской деятельности и устойчивого развития хозяйствующих субъектов.

1.3 Принципы использования инфраструктуры поддержки для адаптации предпринимательской культуры на разных этапах жизненного цикла организаций малого и среднего бизнеса

Институциональные формы поддержки предпринимательских структур имеют целью своего функционирования организационно-консультационные методы воздействия на рост устойчивого развития хозяйствующих субъектов, которые адресно обращаются за помощью к венчурным фондам, бизнес-ангелам, бизнес-инкубаторам, консалтинговым фирмам, маркетинговым компаниям и другим. Однако подобного рода взаимодействие не всегда можно считать эффективным, имеющим конечный результат и получившим поддержку от институционального актора. Сама специфика стейкхолдеров во многом зависит от того, какое финансирование они используют (федеральный бюджет, региональный бюджет, местный бюджет, частные инвестиции, государственно-частное партнерство), какие «правила игры» используют при институциональном взаимодействии¹.

В общественных и гуманитарных науках сложились две противоположные точки зрения на подходы к институциональным структурам. Если в экономической теории воззрения на институты склоняются к тому, что

¹ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

рассматриваемые акторы – система регулярных действий, то в экономике транзакционных издержек институты выступают как общие когнитивные категории. При этом порядок в них поддерживается самими членами общества или, как называет ее А. Шхоттер, «некоей внешней властью».¹ Противоположной позиции придерживается К. Мейер², который утверждает, что высокие транзакционные издержки, существующие в постсоциалистических государствах, характеризуются отсутствием необходимых навыков у бюрократии, которая не заинтересована в их снижении, а только стремится к сохранению квазиаренды. Во многом это является одной из ключевых причин торможения экономического развития в данных странах. Иными словами, в современных рыночных условиях у российских предпринимательских структур сложилось не совсем верное понимание адресной помощи со стороны государства. Государственные организации как институты инфраструктуры предпринимательства призваны выполнять следующие функции:

- разработка, принятие и организация исполнения нормативно установленных правил и норм, что способствует развитию легитимного предпринимательства и стабилизации отношений между контрагентами на единой для всех законодательной основе;

- формирование приоритетных видов деятельности компаний, работающих в отдельных секторах рыночной экономики. Подобного рода приоритеты образуются исходя из интересов национальной безопасности, необходимости в интегрировании национальных экономик в международное экономическое пространство, поддержки социального предпринимательства;

- стимулирование инновационной деятельности;
- обеспечение развития предпринимательской деятельности посредством антиинфляционной и антимонопольной политики, эмиссионных, налоговых, инвестиционных, денежных, кредитных, бюджетных способов регулирования, а также воздействия на занятость населения;

¹ Schotter A. *The Economic Theory of Social Institutions*, Cambridge, UK and New York: Cambridge University Press. – 1981, p. 11.

² Meyer K.E. *Institutions Transaction Costs, and Entry Mode Choice in Eastern Europe* // *Journal of International Business*. – 2001. – 2-nd Quarter, Vol. 32, issue 2. – pp. 357-368.

- контрольно-надзорная деятельность.

Институты поддержки предпринимательства не всегда являются государственными: это могут быть коммерческие банки, консалтинговые и маркетинговые компании – то есть схожие по набору формальных и неформальных правил бизнес-единицы, частные инвесторы. Обобщенно их можно интегрировать в понятие межфирменной инфраструктуры предпринимательства¹, представляющую собой совокупность организаций, внешних по отношению к тем или иным предпринимательским структурам. Коммуникации с инфраструктурой помогают владельцам бизнеса обеспечивать процесс деятельности и находить согласие с окружением более эффективно. В частности, инфраструктура промышленного предпринимательства включает:

- коммерческие банки;
- коммерческие предприятия, занимающиеся оптовой и розничной торговлей;
- специализированные фирмы, оказывающие консультационные, юридические, бухгалтерские услуги;
- бизнес-инкубаторы, бизнес-акселераторы, технопарки, венчурные фонды, необходимые для успешного проведения стартапов;
- учебные заведения, формирующие профессиональные предпринимательские компетенции;
- HR-агентства, занимающиеся подбором и трудоустройством персонала;
- маркетинговые компании, осуществляющие продвижение работ, товаров и услуг фирмы;
- организации транспортной инфраструктуры;
- страховые компании;
- фирмы, обеспечивающие связь;
- фирмы, обеспечивающие коммунальные услуги (водо-, тепло-, энергоснабжение, клининг).

¹ Рубин Ю.Б. Основы предпринимательства / Ю.Б. Рубин. – М.: МФПУ «Синергия», 2016. – С. 319-320.

Важное звено межфирменной инфраструктуры предпринимательства – государственные организации и учреждения. Развитие современного предпринимательства невозможно без выработки и централизованного исполнения антимонопольной и таможенной политики, организации бюджетной, эмиссионно-денежной и налоговой деятельности, прогнозирования и централизованного содействия занятости и трудовой миграции, контроля за аудиторской, оценочной деятельностью, государственного содействия развитию предпринимательства. Так, стратегия развития субъектов малого и среднего предпринимательства до 2030 года включила потребность бизнес-структур в создании следующих условий¹:

1. Повышение производительности труда на малых и средних предприятиях:

- развитие инфраструктуры поддержки субъектов, осуществляющих инновационную деятельность;
- стимулирование кооперации малых и средних предприятий и крупных предприятий в области обрабатывающих производств и высокотехнологичных услуг;
- совершенствование системы поддержки экспортной деятельности малых и средних предприятий;
- поддержка технологического развития и импортозамещения.

2. Обеспечение доступности финансовых ресурсов для малых и средних предприятий:

- стимулирование коммерческих банков к расширению кредитования малого и среднего предпринимательства;
- развитие микрофинансирования;
- развитие национальной гарантийной системы поддержки малого и среднего предпринимательства;
- развитие долгосрочного финансирования;
- развитие рынка секьюритизации кредитов;

¹ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

- развитие лизинга;
- развитие факторинга;
- реализация программ субсидирования затрат хозяйствующих субъектов;
- развитие инструментов прямого финансирования;
- развитие новых инструментов финансирования малых и средних предприятий.

3. Совершенствование политики в области налогообложения и неналоговых платежей.

4. Повышение качества государственного регулирования:

- сокращение административной нагрузки со стороны контрольно-надзорных органов;
- устранение административных барьеров в сфере подключения объектов к сетям инженерно-технического обеспечения;
- упрощение процедур доступа к использованию объектов движимого и недвижимого имущества;
- упрощение отчетности;

5. Укрепление кадрового и предпринимательского потенциала.

Определяя особенности институционального подхода применительно к практике российского предпринимательства, можно определить его место как инструмента для уменьшения неопределенности в предпринимательской среде, введения определенных норм взаимодействия и правил, которых должны придерживаться участники предпринимательских процессов.

С целью определения перспектив трансформации институтов поддержки предпринимательства под этапы жизненного цикла хозяйствующих субъектов для формирования предпринимательской культуры, систематизируем существующие формы поддержки предпринимательства в России.

В таблице 1.3 нами обобщенно представлены институциональные формы поддержки предпринимательских структур, оказываемая поддержка и тип поддержки.

Таблица 1.3 – Институциональные формы поддержки предпринимательства в России

Институт поддержки	Оказываемая поддержка	Тип поддержки
Бизнес-инкубатор	Поддержка «стартапов», помощь в создании коммерческих жизнеспособных товаров и услуг, их коммерциализация, аренда помещения	Государственный
Технопарк	Создание условий для благоприятного ведения предпринимательской деятельности, становления малых и средних наукоемких предприятий, предоставление в пользование помещений и оборудования, финансовой и кадровой помощи	Государственный, коммерческий
Венчурный фонд	Финансирование высокорисковых предприятий с целью дальнейшего получения прибыли	Коммерческий
Программы поддержки предпринимательства (федеральные, региональные, на муниципальном уровне)	Консультирование, проведение обучающих семинаров, административная помощь с поиском арендных помещений/муниципального недвижимого имущества (информационно-консультационная помощь и имущественная поддержка предпринимательства)	Государственный, общественный
Коммерческие банки	Микрозаймы, гарантии по кредиту или кредит на льготных условиях, лизинг	Коммерческий
Акционерное общество «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства»	Оказание финансовой, инфраструктурной, имущественной, юридической, методологической поддержки; сопровождение инвестиционных проектов; привлечение денежных средств; единый центр финансово-кредитной поддержки	Государственный, коммерческий
Институты развития инновационной деятельности, Гранты на науку (РВК, Сколково и другие)	Поддержка проектов на посевной стадии с использованием грантовых механизмов; финансирование; масштабирование бизнеса	Государственный, общественный
Акционерное общество «Российский экспортный центр»	Поддержка экспортноориентированных проектов хозяйствующего субъекта через сформированный специализированный механизм	Государственный, коммерческий

Источник: составлено автором (Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92)

Предпринимательская культура представляет собой аддитивную величину, так как на ее состояние оказывает влияние каждый новый внешний и внутренний фактор. Институциональные формы поддержки хозяйствующих субъектов могут комплексно обеспечивать функционирование субъектов малого и среднего

предпринимательства («попытка добиться желаемого результата посредством изменения только одного института всегда является неполной, а в некоторых случаях и контрпродуктивной деятельностью»¹) на разных стадиях жизненного цикла с учетом предложенных нами модельных принципов: отношения к собственности², управления ресурсами, отношения к собственному и наемному человеческому капиталу, отношения к доходу и принципам его распределения, отношения к социальной ответственности, реализуемых принципов деловой этики.

Устойчивое развитие предпринимательских структур, в таком случае, будет сформировано на основе участия институтов поддержки с учетом ключевого типа финансирования в контексте создания деловой среды для всех российских бизнес-единиц. При этом произойдет изменение и внутрикорпоративной культуры (организационной, корпоративной и кросс-культурной), изменится отношение к ведению предпринимательской деятельности со стороны молодежи, которая, согласно данным различных социологических опросов, сомневается в наличии профессиональных предпринимательских компетенций и применения их на практике (так, в РФ только 4,7% граждан трудоспособного возраста являются начинающими предпринимателями³; России свойственен низкий уровень выживаемости компаний: 33% – доля фирм, действующих на рынке более 3,5 лет (в странах Западной Европы – свыше 50%⁴).

Идеальная модель функционирования инфраструктурных акторов будет предусматривать адаптацию под каждый уровень жизненного цикла развития предпринимательской структуры (табл. 1.4). Это необходимо, в первую очередь,

¹ North D.C. Understanding the Process of Economic Change, Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005. – P 157.

² По Ф. Хайеку, главные проблемы в экономике начинаются тогда, когда мы отвечаем на вопросы о правах собственности, возможных контрактах и контрактах, которые интерпретируются как формальные или неформальные в каждодневных договорах. В противоположной ситуации нарушаются «правила игры», что не позволяет стабилизировать экономические отношения между участниками рынка и минимизировать негативные внешние экстерналии [Цит. по.: Пустовийт Р.Ф. Формирование предпринимательской институциональной среды в постсоциалистических странах / Р.Ф. Пустовийт // Постсоветский институционализм: монография / под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – С. 305-306]

³ Данные проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства-2014».

⁴ Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева. – М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – С. 14.

потому, что пока на практике наблюдается имитационная поддержка предпринимательства: например, программы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне очень часто выражаются лишь в организации бесплатных курсов по составлению бизнес-плана, а защита стратегического документа для получения инвестиций очень часто подвергается коррупционным аспектам при выдаче гранта на развитие бизнеса.

По утверждению М. Дерябиной, понимание проблем несогласованного функционирования формальных и неформальных институтов «следует искать в предыдущей институциональной среде»¹: именно во времена административно-командной экономики в странах бывшего социалистического блока существовали нелегальные квазирыночные отношения, которые не определялись формальными институциональными нормами и соглашениями. Как утверждал в 2005 году Р.Ф. Пустовийт², «в постсоциалистических странах, наряду с другими причинами трансформационного кризиса, особого внимания заслуживают факторы институционального характера».

Прошедшие полтора десятилетия XXI века не обеспечили пока значительных изменений в факторах институционального характера, способных, коренным образом, снять причины трансформационного кризиса и изменить экономическую культуру общества, которая позволила бы преодолеть, по мнению Р.Ф. Пустовийта, разрушение инвестиционного процесса и разрыв производственных связей.

Соотношение принципов использования институциональных инструментов для аддитивной предпринимательской культуры на разных этапах жизненного цикла (табл. 1.4) еще раз подчеркивает, что каждая организация малого и среднего бизнеса имеет жизненные циклы, стратегические, тактические и оперативные цели развития, факторы успеха и барьеры, которые во многом обусловлены, отчасти, уровнем развития институтов.

¹ Дерябина М. Институциональные аспекты постсоциалистического переходного периода // Вопросы экономики. – 2001. – №2. – С. 108-124.

² Пустовийт Р.Ф. Формирование предпринимательской институциональной среды в постсоциалистических странах / Р.Ф. Пустовийт // Постсоветский институционализм: монография / под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – С. 288.

Таблица 1.4 – Соотношение принципов использования институциональных инструментов для аддитивной предпринимательской культуры на разных этапах жизненного цикла

Принципы Стадии жизненного цикла	Отношение к собственности	Управление ресурсами	Отношение к собственному и наемному человеческому капиталу	Отношение к доходу и принципам его распределения	Отношение к социальной ответственности перед потребителями	Реализуемые принципы деловой этики
Рождение (1)	Помощь в регистрации собственности; лизинг; предоставление льготной аренды; выдача разрешений на строительство	Подключение к энергоресурсам, выдача кредитов	HR-службы для подбора грамотного персонала	Льготная система налогообложения; консультирование по поводу грамотного ведения бухгалтерского учета	Разъяснение принципов деловой этики предпринимателя с целью создания его идеального образа	
Рост (2)	Предоставление льготной аренды	Консультирование, коммерциализация жизнеспособных продуктов	Гранты на развитие наукоемкого производства и инноваций	Льготная система налогообложения	x	x
Зрелость (3)	Помощь с расширением бизнеса и, соответственно, выдачей разрешений на строительство	x	x	Включение в международные организации; экспортноориентированная деятельность	Создание государственно-частного партнерства	x
Снижение активности (4)	По возможности не повышать арендную ставку	Поиск новых видов бизнеса, консультирование, обучающие семинары	x	Обеспечение государственными и муниципальными контрактами	Сопровождение инвестиционных проектов	x
Прекращение бизнеса (5)	Реализация недвижимости	Финансовая и юридическая помощь	HR-службы для перевода персонала в другие организации	Разрешение неплатежеспособности	x	x

Источник: составлено автором (Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92).

Как видно из таблицы 1.4¹, потребность в институциональных формах поддержки в первую очередь необходима на жизненной *стадии рождения* предприятия. Практика организации предпринимательской деятельности показывает, что начинающие предприниматели нуждаются в помощи с регистрацией предприятия, собственности, консультациях по выбору адаптивной для предприятия налоговой системы, ведения бухгалтерского (включая налоговый, финансовый и управленческий) учета, разработке стратегического плана развития, мотивирования нового персонала. В настоящий момент к сопровождению данных бизнес-процессов включаются бизнес-инкубаторы, консалтинговые компании в рамках программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на макро-, мезо- и микроуровне.

На *стадии роста* поддержка предпринимателей со стороны институциональных форм поддержки еще более необходима, поскольку, как мы отмечали ранее, «выживаемость» малых и средних предприятий на начальной стадии развития бизнеса в российских условиях низкая. Это объясняется тем, что в российских условиях так и не сформировалась предпринимательская культура, во времена социалистического строя предпринимательство воспринималось негативно, а в настоящее время многие институциональные структуры пропагандируют и реализуют поддержку хозяйствующих субъектов только на стадии «стартапа». На данной стадии жизненного цикла необходима поддержка с льготными условиями предоставления аренды и налогообложения, возможна поддержка наукоемкого и инновационного производства в виде грантов, венчуров, коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Стадия зрелости предпринимательских структур, несмотря на достигнутую состоятельность бизнеса, нуждается в инфраструктурных механизмах при расширении производства, при развитии экспортноориентированной деятельности и импортозамещении как одной из

¹ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

ключевых государственных задач (здесь подразумевается поддержка со стороны АО «Российский экспортный центр»). Поскольку бизнес уже зарекомендовал себя на рынке в качестве надежного бизнес-партнера, возможно развитие деловых отношений посредством государственно-частного партнерства с целью многолетнего закрепления статуса «зрелости» компании.

Стадия снижения активности жизненного цикла хозяйствующего субъекта в определенной степени (с точки зрения необходимости в поддержке институциональных форм) повторяет стадию роста. С одной стороны, предпринимательская структура постепенно входит в стадию управленческого кризиса, когда творческие идеи руководства компании не позволяют диверсифицировать оказываемые услуги и/или производимые товары.

В этой связи, поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства должна быть направлена на консультирование относительно поиска нового вида бизнеса, необходимы обучающие семинары по маркетингу с целью разработки стратегии продвижения компании и продукции. С другой стороны, компания начинает переживать материальный кризис. Чтобы не допустить серьезных финансовых потерь, необходимо сохранение льготных условий предоставления аренды (в этой связи бизнес-инкубаторы должны поддерживать не только начинающих предпринимателей, но и социально ответственные бизнес-структуры), обеспечение государственными и муниципальными контрактами (в рамках программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на федеральном, региональном и местном уровнях), сопровождение инвестиционных проектов как самой компании, так и посредством адресных проектов с целью поддержки того или иного бизнеса, в первую очередь, социального¹.

¹ В России к социальному предпринимательству относят субъектов малого и среднего предпринимательства, выполняющих одно из следующих условий:

а) обеспечение занятости инвалидов, матерей, имеющих детей в возрасте до 3 лет, выпускников детских домов, а также лиц, освобожденных из мест лишения свободы в течение 2 лет, предшествующих дате проведения конкурсного отбора, лиц, находящихся в трудной жизненной ситуации, при условии, что среднесписочная численность указанных категорий граждан среди их работников составляет не менее 50%, а доля в фонде оплаты труда - не менее 25%;

Стадия прекращения бизнеса неминуема для любого хозяйствующего субъекта. Прекращение предпринимательской деятельности подразумевает добровольный и вынужденный выход предпринимателей из бизнеса; бегство из бизнеса; перевод бизнеса в новые руки; прямую продажу бизнеса; продажу посредством ИРО; ликвидацию фирмы посредством ее банкротства. В том или ином случае процесс ликвидации юридического лица осложнен бюрократическими барьерами. По мнению экспертов, данный процесс осуществить даже сложнее, чем зарегистрировать фирму. В этой связи поддержка со стороны институциональных форм должна заключаться в юридической помощи с реализацией недвижимости, основных средств, решении вопросов неплатежеспособности; консалтинговые HR-агентства с целью сохранения психологического состояния должны найти работу для сотрудников, вынужденных покинуть данную компанию.

Относительно реализуемых принципов деловой этики, поддержка со стороны институциональных форм будет заключаться в разработке Кодекса социально ответственного предпринимателя, который необходимо заложить в основу развития компании на стадии рождения. Далее деловая этика в организации будет соблюдаться посредством формальных локальных актов и неформальных ценностей сотрудников. Отметим, что социальная

б) предоставление услуг (производство товаров) в следующих сферах деятельности: содействие профессиональной ориентации и трудоустройству, включая содействие самозанятости; социальное обслуживание граждан, услуги здравоохранения, физической культуры и массового спорта, проведение занятий в детских и молодежных кружках, секциях, студиях; производство и (или) реализация медицинской техники, протезно-ортопедических изделий, а также технических средств, включая автотранспорт, материалы, которые могут быть использованы исключительно для профилактики инвалидности или реабилитации инвалидов; обеспечение культурно-просветительской деятельности (театры, школы-студии, музыкальные учреждения, творческие мастерские); предоставление образовательных услуг группам граждан, имеющим ограниченный доступ к образовательным услугам; содействие вовлечению в социально активную деятельность социально незащищенных групп граждан (инвалиды, сироты, выпускники детских домов, пожилые люди, люди, страдающие наркоманией и алкоголизмом); выпуск периодических печатных изданий, а также книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой [Приказ Минэкономразвития России от 23.04.2012 N 223 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2012 году предоставляются субсидии для финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации»]

ответственность бизнеса и деловая этика – базис формирования предпринимательской культуры и, как следствие, благоприятной деловой среды России.

В таблице 1.4 так же отдельно выделены стадии роста и снижения активности, поскольку, по нашему мнению, именно на данных жизненных циклах бизнес-единицы находятся на развилке своего дальнейшего существования и здесь необходима эффективная институциональная поддержка. Стадия рождения сопровождается практически всеми типами институтов поддержки, представленных в таблице 1.3. Стадия прекращения бизнеса совсем не поддерживается институциональными формами.

На основе составленного соотношения принципов использования институциональных инструментов для аддитивной предпринимательской культуры далее будет осуществлена систематизация инфраструктурных инструментов поддержки предпринимательской деятельности по критерию степени воздействия на состояние предпринимательской культуры на разных этапах жизненного цикла с помощью опроса и разработан комплекс методов диагностики степени воздействия инфраструктурных форм поддержки на развитие конкретных составляющих предпринимательской культуры на различных этапах жизненного цикла.

Выводы по первой главе

Анализ теоретических аспектов использования элементов инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства позволяет сделать следующие выводы:

– переход от административно-командной к рыночной экономике, четверть века становления российского предпринимательства и его развития в институциональной среде пока не позволили сформировать предпринимательскую культуру;

– под предпринимательской культурой мы понимаем комплекс элементов, направленных на формирование бизнес-среды с благоприятной культурой с целью формирования деловой активности на микро- (уровне хозяйствующего субъекта), мезо- (между партнерами/контрагентами) и макроуровне (на уровне государства): на макроуровне (национальном уровне) – поддержка субъектов предпринимательства, включая институциональные механизмы и инфраструктурные элементы; на мезоуровне (межфирменной инфраструктуры предпринимательства и на уровне региона) – создание благоприятных условий и выполнение обязательств с целью формирования активной деловой среды; на микроуровне (хозяйствующего субъекта) предпринимательская культура будет способствовать улучшению качества продукции и услуг, развитию эффективности производства, и, следовательно, повышению предпринимательского дохода;

– эффективная институциональная поддержка, в первую очередь, необходима субъектам малого и среднего предпринимательства на таких стадиях жизненного цикла организации как рост и спад.

ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА АНАЛИТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ДЛЯ ОЦЕНКИ СТЕПЕНИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ НА СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

2.1 Технология исследования степени воздействия институтов поддержки на состояние предпринимательской культуры малого и среднего бизнеса

Теоретические аспекты формирования предпринимательской культуры в различных национальных системах подчеркивают тот факт, что благоприятное влияние на эффективность функционирования предпринимательских структур оказывают, в том числе, проявления общей экономической культуры: чем больше она поддерживается нормами, ценностями, традициями и обычаями, разделяемыми обществом и хозяйствующими субъектами, тем благоприятнее макрообстановка в государстве.

Базовые принципы организации и управления предпринимательской деятельностью определяют механизмы ведения бизнеса, его координации, выработки стратегии развития и управленческих решений. Своеобразным координирующим инструментом становятся институциональные формы поддержки предпринимательства. От состояния институтов зависит как предпринимательская деятельность, так и вознаграждение, которое она приносит. Предприниматели, в свою очередь, пытаются извлечь пользу, направляя усилия на изменение релевантных институтов так, чтобы институты наилучшим образом отвечали собственным интересам. Такое состояние можно считать идеальной моделью взаимоотношений между институтами поддержки и субъектами малого/среднего предпринимательства. Однако, в настоящее время, предпринимательские структуры должны быть готовы к принятию риска и

действиям в условиях неопределенности. Одновременно они будут стремиться к снижению уровней рисков и увеличению получаемого вознаграждения. Очевидный способ достижения обеих целей – модификация правил игры, что предполагает участие предпринимателей в формировании институтов, которые зависят от государственной поддержки и получаемых со стороны бизнеса платежей. Следовательно, между предпринимателями и институтами формируются двусторонние отношения. Данные механизмы, безусловно, в большей или меньшей степени способствуют созданию предпринимательской культуры в России.

С целью определения точек взаимодействия между институтами поддержки и предпринимательскими структурами нами разработан комплекс методов диагностики степени воздействия наиболее востребованных инфраструктурных форм поддержки (бизнес-инкубаторов и технопарков) на развитие конкретных составляющих предпринимательской культуры на различных этапах жизненного цикла.

Общая характеристика исследования: диагностика состоит из пяти параллельно осуществимых этапов (рисунок 2.1). Инструментом оценки стал индекс деловой предпринимательской культуры. Мы рассматриваем его в качестве индикативного показателя, характеризующего интенсивность и качество предпринимательской культуры в России.

Эмпирическое исследование субъектов малого и среднего предпринимательства (резидентов институтов поддержки), а также самих институтов поддержки по конкретному направлению – влиянию их целенаправленных действий на повышение качества предпринимательской культуры осуществлялось в условиях макроэкономической ситуации 2016 года. В качестве респондентов выступили руководители/собственники субъектов малого и среднего бизнеса и директора конкретных институтов поддержки (бизнес-инкубаторов/технопарков). Качество полученной информации обеспечивалось комплексом мер по контролю за заполнением анкет, в том числе с помощью статистического пакета обработки данных IBM SPSS Statistics, который позволяет

провести: программную проверку учетных записей; выбраковку анкет с бессмысленными или неподходящими по смыслу ответами; выбраковку анкет с логическими несоответствиями в ответах на смежные вопросы; аналитическое сравнение ответов респондентов с помощью таблиц сопряженности.

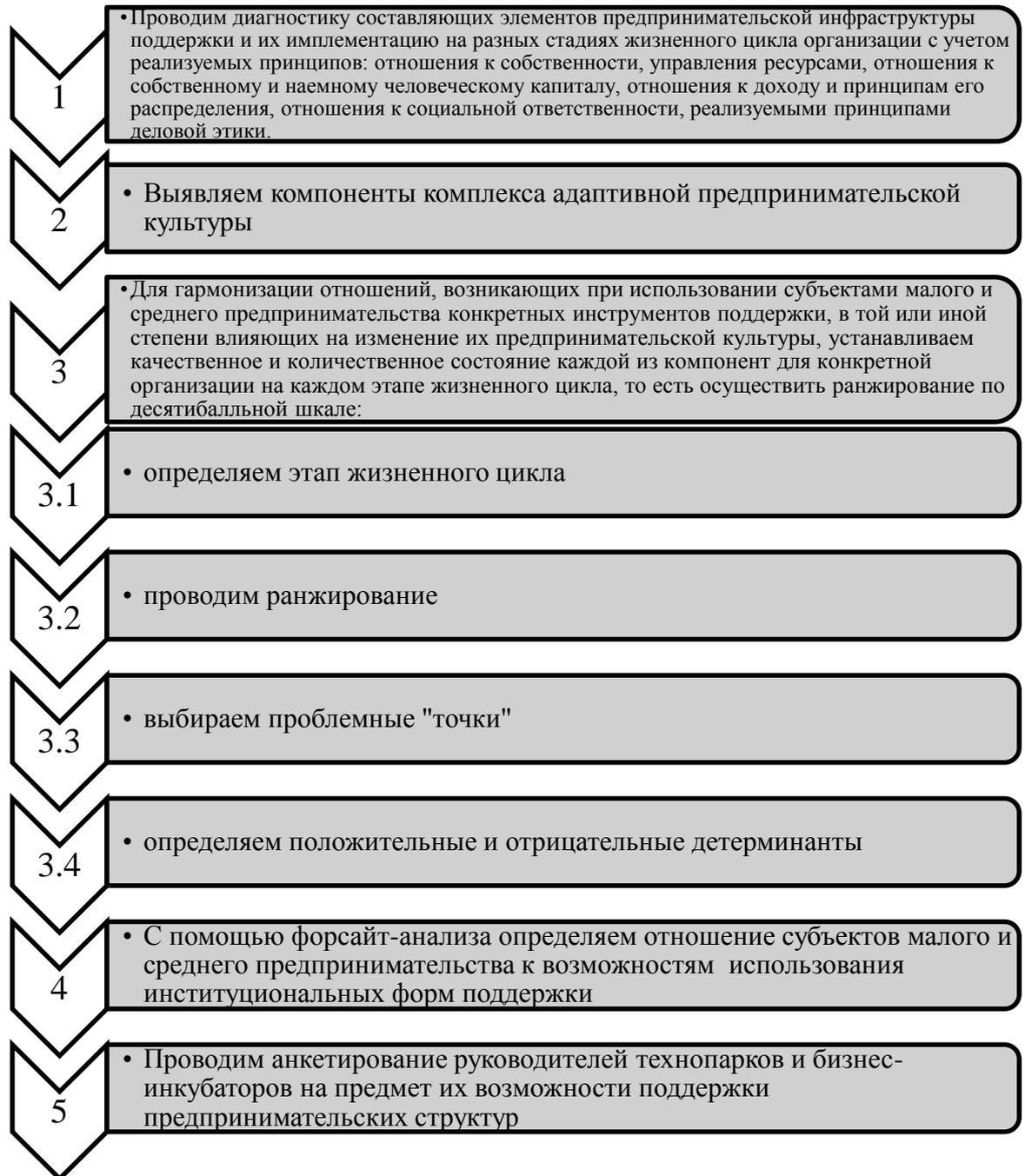


Рисунок 2.1 – Комплекс методов диагностики степени воздействия конкретных инфраструктурных форм поддержки на развитие конкретных составляющих предпринимательской культуры

Источник: составлено автором.

1 этап. Определение составляющих элементов предпринимательской инфраструктуры поддержки и их имплементация на разных стадиях жизненного цикла организации с учетом реализуемых принципов (отношения к собственности, управления ресурсами, отношения к собственному и наемному человеческому капиталу, отношения к доходу и принципам его распределения, отношения к социальной ответственности, реализуемыми принципами деловой этики) были рассмотрены нами в первой главе (таблица 1.4).

2 этап. Для оценки индикативного показателя мы выделили компоненты предпринимательской культуры, которые, по нашему мнению, максимально влияют на устойчивое развитие предпринимательских структур. Они сформулированы руководителями исследуемых нами институциональных форм поддержки Москвы и Московской области. Методика форсайт-анализа позволила также определить вес каждой из компонент предпринимательской культуры (3 этап).

Комплекс адаптивной предпринимательской культуры состоит из восьми взаимосвязанных компонент, которые представляют собой, с одной стороны, пересекающиеся множества, а с другой – совокупность свойств каждого элемента. Иными словами, между компонентами осуществляется дизъюнкционная связь (рисунок 2.2). Применительно к каждой обозначенной составляющей предпринимательской культуры действует правило булевой алгебры и выполняется следующее условие: суммарный индикативный результат равен 0, если все операнды равны 0; во всех остальных случаях результат равен максимальному значению операнда.

Каждой из компонент дано буквенное обозначение латиницей (G, S, E, R, C, I, V, A) с целью дальнейшего унифицированного выражения элементов предпринимательской культуры посредством графического метода.



Рисунок 2.2 – Ключевые компоненты комплекса адаптивной предпринимательской культуры

Источник: составлено автором.

Рассмотрим комплекс предпринимательской культуры подробнее.

1. Государственная поддержка предпринимательства (Government) активно лоббируется общественностью, институциональными формами поддержки и самими органами государственной власти. Однако на практике реальная поддержка предпринимательских структур заключается только в консультировании и организации бизнес-тренингов. К сожалению, не редки случаи, когда финансовая помощь хозяйствующих субъектов в виде субсидий и грантов является адресной, тендеры на государственных закупках «выигрываются» с помощью личных связей. Очень часто предприниматели и

вовсе не осведомлены о государственной поддержке бизнеса. Программы поддержки малого бизнеса в 2017 году выражаются в форме:

- субсидий;
- грантов;
- бесплатного обучения (или обучения по минимальной стоимости);
- стажировок (практикумов);
- получения лизинга на льготных условиях;
- участия в бизнес-инкубаторах;
- предоставления бесплатного или льготного юридического, бухгалтерского обслуживания (на условиях аутсорсинга);
- выкупа (аренды) помещений и производственных площадок, находящихся в собственности муниципалитетов;
- компенсации расходов (или скидок) на участие в рекламных мероприятиях, а также в ярмарках и выставках.

С целью формирования адаптивной предпринимательской культуры необходимы общие условия ведения хозяйственной деятельности и информирование всех юридических лиц.

2. Контрольно-надзорная деятельность (Supervisory). По разным оценкам, избыточный государственный контроль бизнеса стоит экономике РФ от 1,5% (НИУ ВШЭ) до 7,5% ВВП («Опора России»). По данным Минэкономразвития, количество плановых федеральных проверок в 2015 году составило 700 тыс. человек, внеплановых – аналогичный показатель. Плановые проверки на 2016 год составили: со стороны МЧС – 126978; проверки Роспотребнадзора – 67739; проверки Ростехнадзора – 48782; проверки Россельхознадзора – 41942; со стороны Ространснадзора – 23559; проверки Роструда – 20044; проверки Росприроднадзора – 16231.

Бизнес сталкивается с произвольным толкованием норм, в результате чего малые предприятия стремятся уйти «в тень». Часто требования со стороны контрольно-надзорных органов являются устаревшими, не соответствуют

современному уровню развития технологий; формы отчетности имеют свойство изменяться несколько раз в год, в то время как учредители малого и среднего бизнеса, часто не обладая соответствующими предпринимательскими компетенциями для бухгалтерского и налогового учета, сталкиваются с проблемами сдачи документов во внебюджетные фонды и налоговую инспекцию. Необходима унификация требований к предпринимательским структурам и сокращение количества проверок со стороны контрольно-надзорных органов.

3. Благоприятная деловая среда (Environment) в России по-прежнему носит недоверительный характер. Проблема заключается в низком социальном капитале (который А.А. Аузан подразделяет на бондинговый и бриджинговый), что подтверждается результатами социологических опросов: «современная Россия похожа на послевоенную Германию: у нас 88% людей говорят, что другим доверять нельзя, но в конце 1980-х все было иначе – 74% людей отвечали, что доверять другим можно»¹. Для формирования адаптивной предпринимательской культуры необходимо сохранять не только накопленный бондинговый капитал, но и наращивать бриджинговый. Бриджинговый социальный капитал возможен при гармонизации институтов власти, суда, поддержки предпринимательства. На практике коллективные договоры не находят отражения в предпринимательской деятельности; органы государственной власти при заключении государственного контракта требуют его обеспечения, а также обеспечения заявки на этапе постподготовки, однако в самом контракте отмечают, что оплата будет осуществлена по факту оказанной государству услуги; контрагенты в предпринимательской среде, напротив, отказываются от сотрудничества без предоплаты, а прописанная в договоре доля первой суммы может зависеть даже от статуса предпринимательской структуры и ее конкурентной позиции на рынке.

4. Социальная ответственность бизнеса (Responsibility) в России не имеет четкого понимания. Так, по мнению одного из руководителей технопарков – это «недопущение колоссального расслоения между очень богатыми и очень

¹ Аузан А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь / А.Аузан. – М. Манн, Иванов и Фербер, 2014. – С. 82.

бедными», по другому мнению – это «тоже самое, что и социальный бизнес». В свою очередь, под социальным предпринимательством некоторые понимают некоммерческие организации, другие считают, что данного вида бизнеса и вовсе не существует. Таким образом, мы наблюдаем плюрализм подходов, который может свидетельствовать о полном отсутствии понимания социальной ответственности среди хозяйствующих субъектов; пока она лишь пропагандируется для общества в телевизионных продуктах. Идеальная модель бизнеса должна быть социально ориентированной, когда легитимные предпринимательские структуры качественно оказывают услуги и производят товары в соответствии с заявленными в регистрационных документах видами экономической деятельности, а руководители-учредители, руководители-менеджеры, собственники бизнеса и исполнители обладают соответствующими профессиональными компетенциями.

5. Профессиональные предпринимательские компетенции (Competence) необходимо закладывать в рамках непрерывного обучения. Анализ образовательных программ в колледжах и вузах показывает, что предпринимательские дисциплины присутствуют, в основном, в учебных планах управленческих и экономических профилей. Однако необходима популяризация предпринимательства и знаниевые компетенции в данной области и для технических, химико-биологических, медицинских и иных специальностей, а также базис хозяйственной деятельности среди старшеклассников. Проблемы формирования профессиональных предпринимательских компетенций активно исследуются такими учеными как Ю.Б. Рубин¹, Л.С. Леонтьева², А.Б. Ильин³,

¹ Предпринимательское образование в России и за рубежом: история, содержание, стандарты, качество: монография / под общей редакцией Ю.Б. Рубина. – М.: МФПУ Синергия», 2015. – С. 103.

² Леонтьева Л.С. Актуальные инструменты формирования предпринимательских компетенций в сфере высшего образования / Л.С. Леонтьева, А.Б. Ильин // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2015. – №4 (16) – С. 66-71.

³ Ильин А.Б. Модульный подход к формированию новых предпринимательских компетенций / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева // Международная конференция «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству». Сборник тезисов докладов. – М.: МФПУ «Синергия», 2014. – С. 117-124.

Д.А. Волков¹. Их научные изыскания, в конечном итоге, сводятся к тому, что отсутствие в квалификационных справочниках профессии предпринимателя оставляет в общественном сознании системное представление о неравном месте предпринимательской профессии наряду с другими. Таким образом, предпринимательская культура должна выражаться в акцентах тьюторов и коучеров на роли предпринимателя в макроэкономике, его личностных характеристиках, ментальности на начальной стадии обучения.

6. Поддержка инновационной деятельности (Innovation). Технопарки и бизнес-инкубаторы формируются с целью создания благоприятной среды для предпринимателей, работающих в области инноваций. Однако в силу финансовых причин у самих институциональных форм поддержки, управленческие решения на начальном этапе принимались в сторону того, чтобы арендные площади сдавались под коммерческие организации неинновационного типа и объекты инфраструктуры (центры по обработке данных, банки, пункты общественного питания), поскольку инновационная категория резидентов не самая платежеспособная. Еще одна проблема, по нашему мнению, заключается в том, что в широком смысле, в обществе и среди инноваторов сложилось не совсем верное понимание понятия «инновация». С 1 января 2016 г. введен Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 56261 – 2014 «Инновационный менеджмент. Инновации. Основные положения», который закрепил, наконец, законодательно, понятие инновации: «конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке или нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности; внедрение нового или значительно улучшенного продукта, товара или услуги, нового метода маркетинга или нового

¹ Волков Д.А. Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций / Д.А. Волков, А.Б. Ильин // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 3. – С. 439-450.

организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или осуществлении внешних связей».

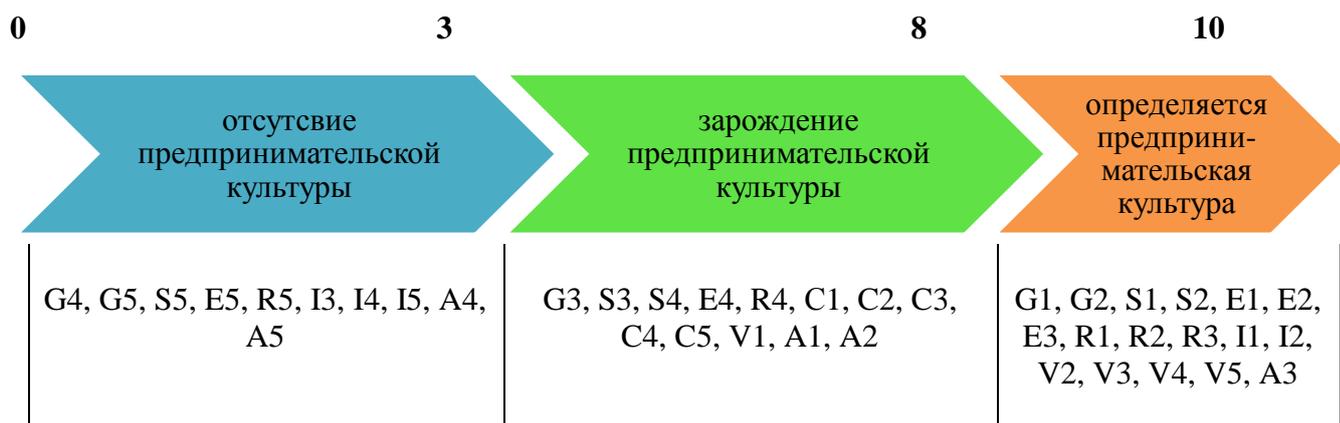
7. Нормы и ценности корпоративной культуры (Values) формируют предпринимательскую культуру на уровне хозяйствующего субъекта. Элементы корпоративной культуры во внутренней среде организации должны поддерживать эффективную деятельность каждого отдельного работника, структурных подразделений, организации в целом, при этом учитывая культуру каждого отдельно взятого сотрудника и наличие субкультур. Данные эффекты будут способствовать мотивационной функции управления и формировать предпринимательскую культуру у непосредственных ее носителей – руководителей и сотрудников предпринимательской структуры.

8. Позитивное отношение общества к предпринимательству (Attitude) предполагает характеристику предпринимателя как работника-профессионала, качественно выполняющего свое дело в круглосуточном режиме. Однако средства массовой информации создали образ «лица с ограниченной уголовной ответственностью», добывающего деньги незаконным способом и делегирующим полномочия своим подчиненным, не почитая старость, контрольно-надзорные органы и своих клиентов. В идеально обозримом будущем Digital-сферу необходимо заполнить информационными материалами об успешных российских предпринимателях, их ценностях и предпринимательских компетенциях, поскольку, как мы отмечали ранее, предпринимательская культура должна закладываться в сознание людей с младшего возраста посредством непрерывного образования, тем самым формируя восемь предлагаемых компонент адаптивной культуры предпринимательства.

3 этап. На данном этапе директора технопарков и бизнес-инкубаторов Москвы и Московской области определяли качественное и количественное состояние каждой из компонент комплекса предпринимательской культуры организации для каждого этапа жизненного цикла (в дальнейшем это способствовало нам установить гармонизацию отношений, возникающих при использовании субъектами малого и среднего предпринимательства конкретных

инструментов поддержки, в той или иной степени влияющих на изменение их предпринимательской культуры).

Шаг 1. Рассчитана значимость (вес) идеального состояния каждого компонента предпринимательской культуры по 10-балльной шкале (в таблице 2.1 индекс I отображает отклонение от реального состояния):



Шаг 2. По каждой компоненте предпринимательской культуры респондентами (на основе аналитических данных технопарков/бизнес-инкубаторов) определена трансформация реального состояния в диффузный индекс предпринимательской культуры (в таблице 2.1 индекс R отображает реальное количественное выражение состояния компонент предпринимательской культуры среди резидентов того или иного технопарка).

Шаг 3. На основе значимости (веса) каждой компоненты исследуемых нами институтов рассчитан суммарный балл и средневзвешенная цифра индексов I и R.

Шаг 4. Качественная оценка индикативных показателей предпринимательской культуры.

Таблица 2.1, рисунки 2.3.1 и 2.3.2 наглядно отображают соотношение реального и идеального состояния предпринимательской культуры на разных стадиях жизненного цикла организации в современных рыночных условиях.

Таблица 2.1 – Реальное и ожидаемое состояние предпринимательской культуры в России на стадиях жизненного цикла организации (результаты авторского форсайт-анализа)

Компоненты Стадии жизненного цикла	Government (формальный институт)		Supervisory (формальный институт)		Environment (неформальный институт)		Responsibility (неформальный институт)		Competence (неформальный институт)		Innovation (формальный институт)		Values (неформальный институт)		Attitude (неформальный институт)	
	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I
Рождение (1)	9,2	-0,8	10,0	0	10,0	0	8,2	-1,8	6,0	-4,0	8,2	+0,2	7,8	-0,2	3,0	-7,0
Рост (2)	8,2	-1,8	8,2	+0,2	8,0	0	8,8	-1,2	6,2	-3,8	8,2	+0,2	8,2	+0,2	3,0	-5,0
Зрелость (3)	6,4	-1,6	5,4	-2,6	8,0	0	9,0	+1,0	7,6	-2,4	2,8	-5,2	9,2	+1,2	8,0	0
Снижение активности (4)	2,8	-5,2	5,4	-2,6	5,8	-4,2	6,8	-1,2	7,2	-2,8	0,0	-8,0	8,6	+0,6	0,8	-9,2
Прекращение бизнеса (5)	0,0	-10,0	2,4	-5,6	0,6	-7,4	0,0	-8,0	7,2	-2,8	0,0	-8,0	8,0	0	0,0	-10,0

Источник: составлено автором.

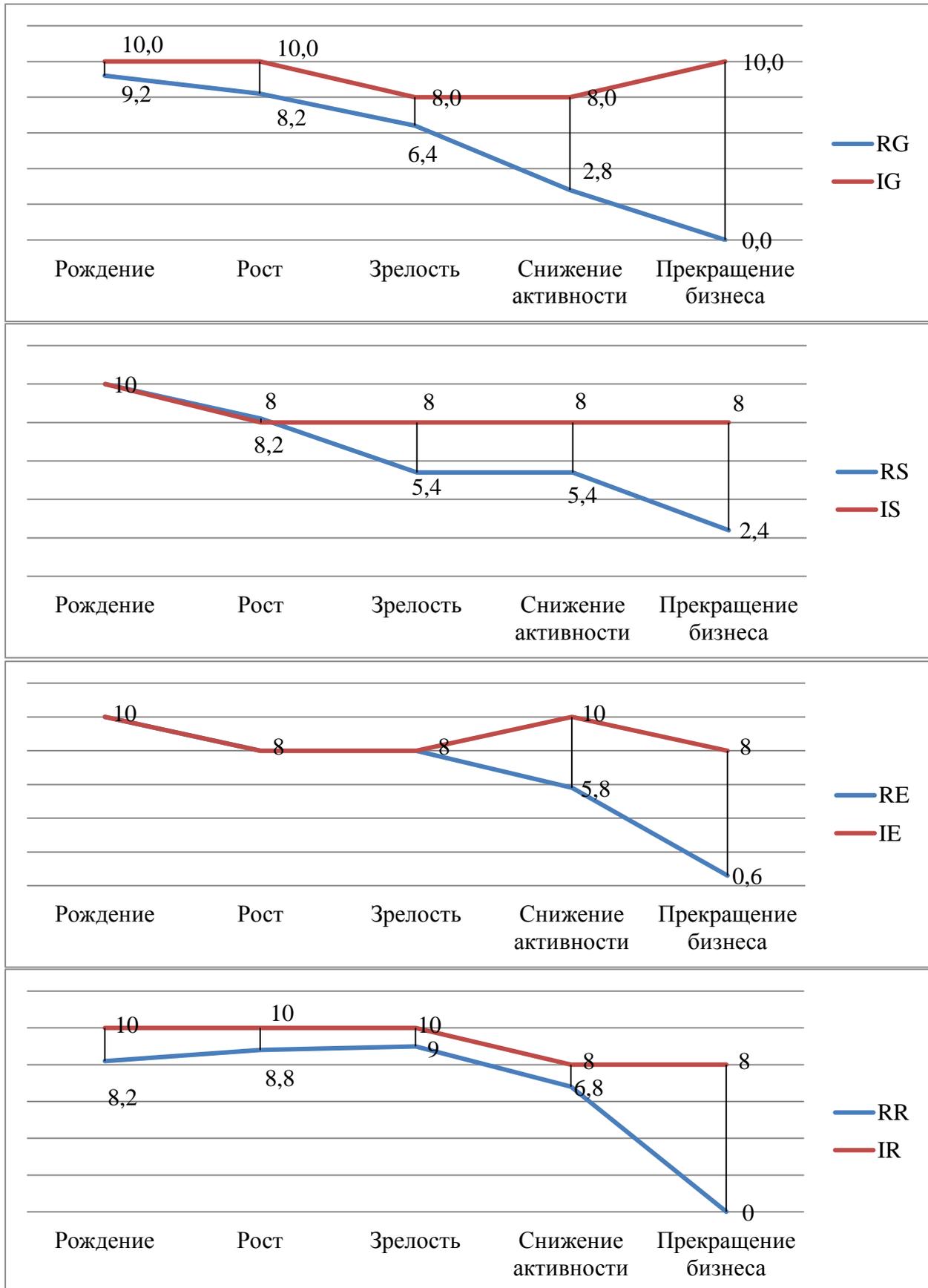


Рисунок 2.3.1 – Графическое отображение расхождения реального и ожидаемого состояния предпринимательской культуры (по результатам авторского форсайт-анализа)

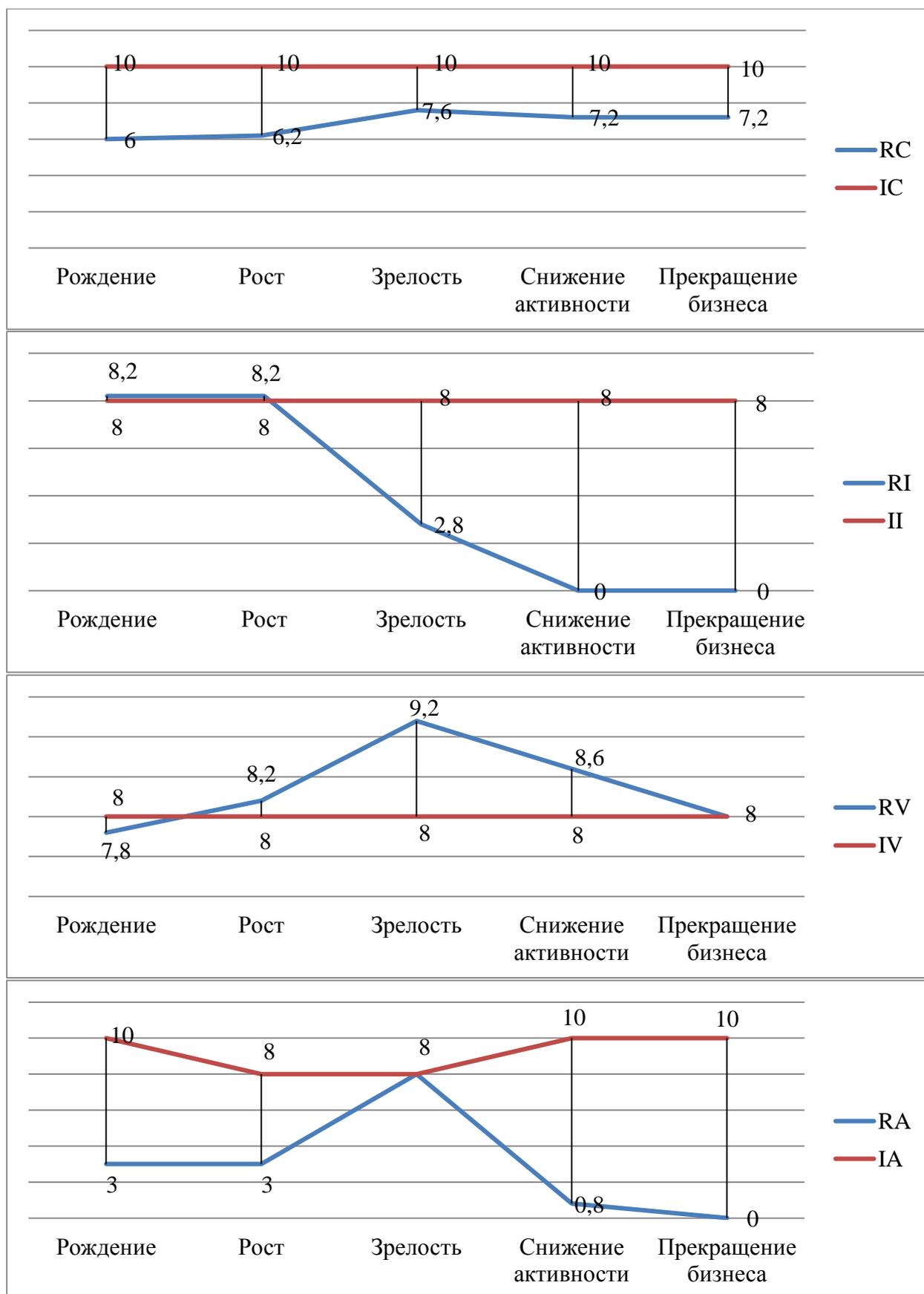


Рисунок 2.3.2 – Графическое отображение расхождения реального и ожидаемого состояния предпринимательской культуры (по результатам авторского форсайт-анализа)

Компонент «государственная поддержка», по мнению респондентов (директоров технопарков/бизнес-инкубаторов), сформирован на стадии роста и рождения, однако на стадии зрелости согласно введенной шкале детерминант предпринимательская культура все еще находится в состоянии зарождения, а на стадии снижения активности и прекращения бизнеса и вовсе отсутствует. Как следствие, по данному компоненту комплекса предпринимательской культуры в целом оценки показали минимум реальной государственной поддержки предпринимательства.

Контрольно-надзорные органы на стадиях рождения и роста практически не затрагивают деятельность предпринимательских структур. Их имплементация, по мнению респондентов, наблюдается на последующих стадиях, что, как и в первом случае, не позволяет положительно говорить о сформированной компоненте комплекса предпринимательской культуры.

Благоприятная деловая среда положительно затрагивает уже три стадии жизненного цикла организации, однако на стадии снижения активности и, особенно, прекращения бизнеса, теряет свое доверительное состояние.

Социальную ответственность бизнес проявляет, по мнению и ответам директоров технопарков/бизнес-инкубаторов, практически на всех этапах жизненного цикла, особенно на стадии зрелости, чтобы оставаться клиентоориентированными и, как можно дольше, – конкурентоспособными на рынке. Но на стадии прекращения бизнеса хозяйствующего субъекта руководителей, в первую очередь, волнует «судьба собственного дела и своя собственная»: о социальной ответственности речи не идет.

Наличие профессиональных предпринимательских компетенций, по мнению респондентов, имеет наибольший вес – 10 баллов на всех стадиях жизненного цикла. Однако идеальное состояние дел свидетельствует о том, что обладание предпринимательскими и управленческими способностями пока не достигло идеального уровня, но стремится к этому, что в очередной раз подтверждает предложенный нами тезис о необходимости непрерывного предпринимательского образования.

Поддержка инновационной деятельности осуществляется активно только на стадиях рождения и роста. Данный факт отмечают, в том числе, директора технопарков и бизнес-инкубаторов. Затем инноваторы отправляются в «свободное плавание» и коммерциализируют результаты интеллектуальной деятельности самостоятельно. На стадии прекращения бизнеса субъекты инновационного предпринимательства уже не представляют для институтов поддержки никакого интереса, поскольку антикризисный менеджмент не является предметом их деятельности, что свидетельствует о необходимости поддержки инноваторов не только на начальной стадии развития бизнеса.

Нормы и ценности корпоративной культуры в России соответствуют нормам идеальной предпринимательской культуры в целом на всех стадиях жизненного цикла организации (лишь 0,2% не дотягивают до желаемого результата на стадии рождения). Однако минимально сформированным компонентом комплекса предпринимательской культуры выступает отношение общества к предпринимательству: несмотря на четверть века формирования данной характеристики социально-экономической реальности России, лояльность к бизнесу по-прежнему остается низкой.

4 и 5 этапы диагностики степени воздействия конкретных инфраструктурных форм поддержки на развитие составляющих предпринимательской культуры состояли из выборочного анкетирования как директоров институтов поддержки, так и руководителей субъектов малого и среднего предпринимательства (резидентов).

Формируя базу респондентов, мы пришли к заключению, что для оценки взаимосвязи между институтами поддержки предпринимательства и реальными предпринимателями нам необходимо осуществить анкетирование резидентов тех бизнес-инкубаторов и технопарков, которые приняли участие в исследовательской группе по определению компонент предпринимательской культуры.

Для репрезентативности выборки была соблюдена отраслевая диверсификация, а также диверсификация с точки зрения количества резидентов

в институтах поддержки и размерность бизнеса. Рассылка по предварительному согласованию была осуществлена в 16 реально функционирующих бизнес-инкубаторов и 27 технопарков Москвы и Московской области. Однако полностью заполненные анкеты поступили от 10 институтов поддержки предпринимательства. Общее количество опрошенных предпринимательских структур составило 30 единиц – субъектов малого и среднего предпринимательства.

После формирования базы респонденты-директора технопарков/бизнес-инкубаторов были опрошены методом прямого интервьюирования; резидентам анкета направлялась в электронной форме. Через две недели мы обзвонили респондентов, от которых не дождалась обратной связи по электронной почте, чтобы получить ответы. Весь процесс интервьюирования составил два месяца (ноябрь-декабрь 2016 г.). Результаты эмпирического исследования представлены в параграфах 2.2 и 2.3.

Рассмотренный комплекс принципов оценки воздействия институциональных форм поддержки на формирование предпринимательской культуры хозяйствующих субъектов может быть применим в качестве методологии оценки формирования предпринимательской культуры различными стейкхолдерами.

2.2 Оценка возможностей инфраструктурных форм поддержки по воздействию на развитие элементов адаптивной предпринимательской культуры

Опрос резидентов технопарков/бизнес-инкубаторов – руководителей/собственников малого или среднего бизнеса осуществлялся по составленной нами анкете (приложение 1). Поскольку предпринимательская культура является комплексным институтом и подразумевает многосторонность

аспектов предпринимательской деятельности, вопросы касались различных проблем хозяйствующих субъектов:

- существуют ли проблемы с подбором помещения под аренду?
- хотите ли вы оставаться резидентом данного технопарка/бизнес-инкубатора?
- по какому принципу вы выбрали данный технопарк/бизнес-инкубатор?
- какие первоочередные задачи стоят перед вашей организацией?
- ваш бизнес обладает свойством социальной ответственности?
- способствуют ли технопарки/бизнес-инкубаторы повышению предпринимательской активности.

Результаты опроса предпринимательских структур, являющихся резидентами технопарков и бизнес-инкубаторов, показали, что возможности институциональных форм поддержки реализуются не на полную мощность. Большинство респондентов, выборочная совокупность которых, как мы отмечали ранее, составила 30 субъектов малого предпринимательства, оценивают эффективность работы технопарков и бизнес-инкубаторов только на 61-70%. При этом качественная оценка взаимодействия предпринимательских структур с институтами поддержки оценивается как «хорошо, большая часть поставленных целей была достигнута», но не «высоко, все поставленные цели были достигнуты».

Рассуждая о цели создания подобного рода хозяйствующих структур, респонденты отмечали, что они созданы «для собственного устойчивого развития», а не для развития предпринимательской активности.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Каких ресурсов, в первую очередь, не хватает вашему бизнесу» (рисунок 2.4), отражают «белые пятна», которые в настоящий момент характерны для резидентов. В первую очередь, предприниматели заинтересованы в льготных условиях аренды и ставок по кредиту. Заинтересован бизнес в доступной и качественной юридической

помощи, регистрации собственности, в том числе интеллектуальной, саморазвитии и тренингах для персонала по формированию предпринимательских и управленческих компетенций.

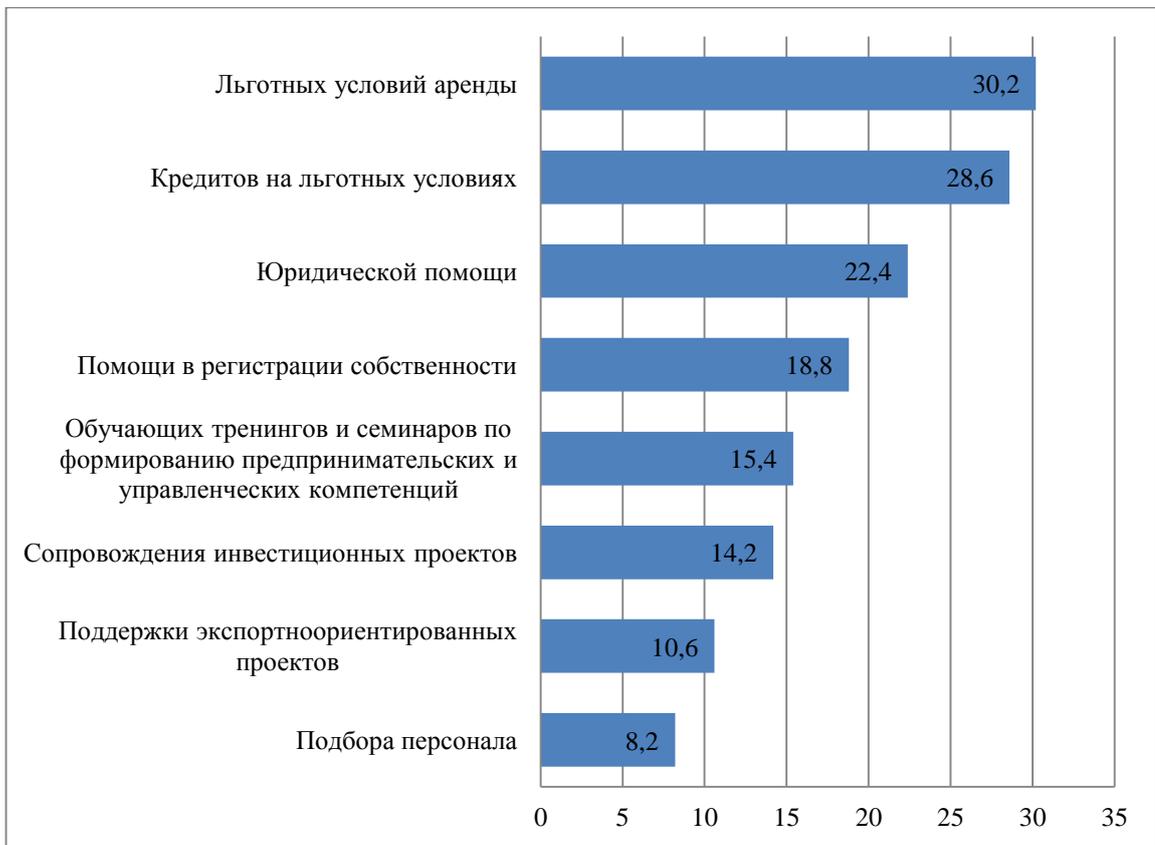


Рисунок 2.4 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Каких ресурсов не хватает, в первую очередь, вашему бизнесу?», в %

Примечание: распределение превышает 100%, поскольку респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Источник: опрос, проведенный автором.

Ответы респондентов, попавших в выборочную совокупность авторского анкетирования, практически идентичны по набору недостающих ресурсов с результатами опроса Н.Т. Рябцева¹. В 2012 г. автором было опрошено 78 малых инновационных предприятий различных сфер деятельности: приборостроение, машиностроение, энергетика, НИОКР, химическая промышленность, ИКТ, нанотехнологии, экология, альтернативная энергетика, биотехнологии, ЖКХ,

¹ Рябцев Н.Т. Организация инновационного процесса на малых инновационных предприятиях в России: результаты анкетирования // Вопросы инновационной экономики. – 2012. – № 4 (14). – С. 9-20.

медицина, электроника, лазерные технологии. В исследовании приняли участие 24 из 83 регионов РФ. Общие проблемы инновационного развития предприятия, по мнению респондентов, заключались в сложности привлечения финансирования (23,5%), недостаточным спросом на инновационную продукцию (16%), а также отсутствием культуры инноваций внутри фирмы (рисунок 2.5).

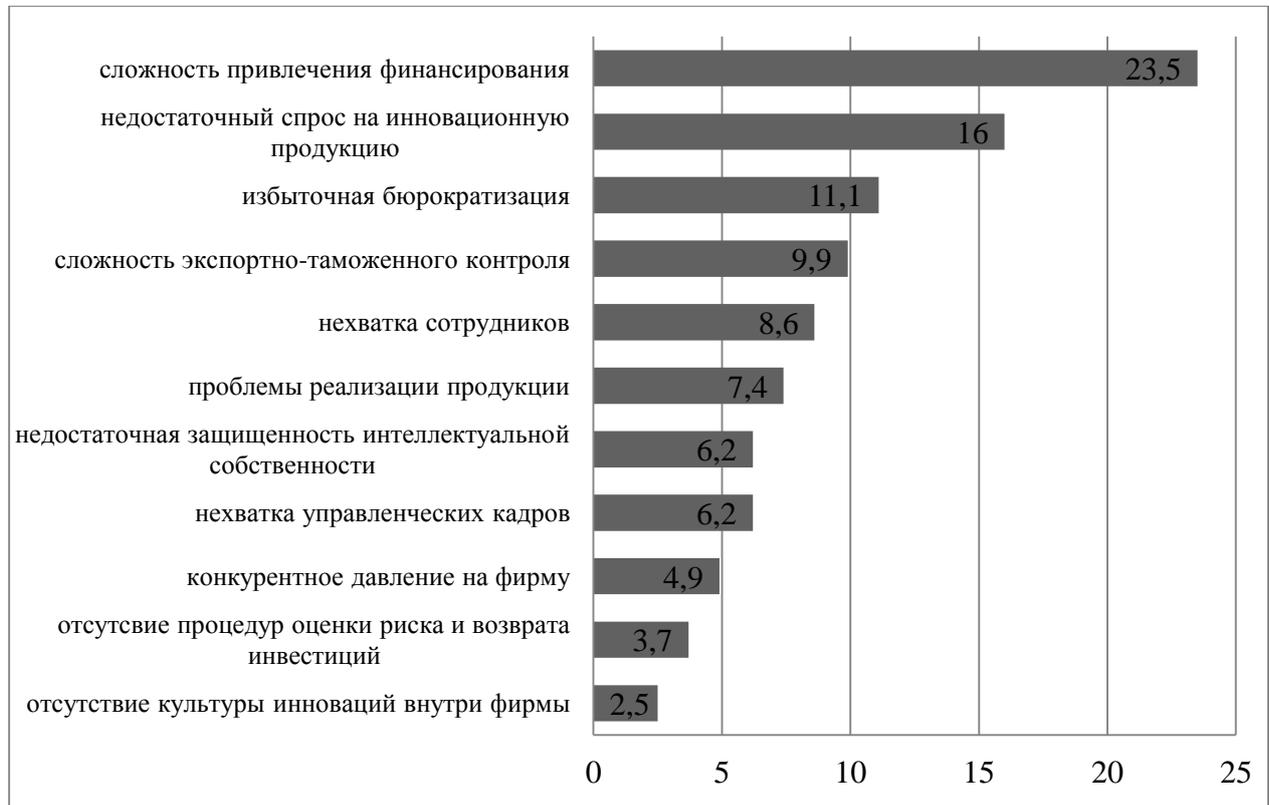


Рисунок 2.5 – Общие проблемы инновационного развития малых предприятий (результаты анкетирования Н.Т. Рубцова в 2012 году), в %

Источник: Рябцев Н.Т. Организация инновационного процесса на малых инновационных предприятиях в России: результаты анкетирования // Вопросы инновационной экономики. – 2012. – № 4 (14). – С. 9-20.

Можно проследить, что проблемы с нехваткой сотрудников и управленческих кадров отмечены респондентами в обоих проведенных исследованиях. Более 70% опрошенных руководителей предпринимательских структур признались, что их сотрудники не обладают профессиональными компетенциями. При этом технопарки и бизнес-инкубаторы, в большинстве случаев, не оказывают HR-услуг.

Опрошенные нами респонденты отмечали, что консультации также не оказываются по таким вопросам как «генерация новых бизнес-идей», «коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности», «формирование деловой этики», «формирование предпринимательской культуры», «формирование социальной ответственности». В этой связи интересны результаты исследования Всемирного банка, где на примере республики Татарстан (по оценкам экспертов Всемирного банка, по численности технопарков на душу населения Татарстан обогнал Великобританию, то есть одну из стран, где зародились технопарки¹) представлено соотношение осведомленности об услугах, предлагаемых технопарками и услуг, используемых резидентами (рисунок 2.6).

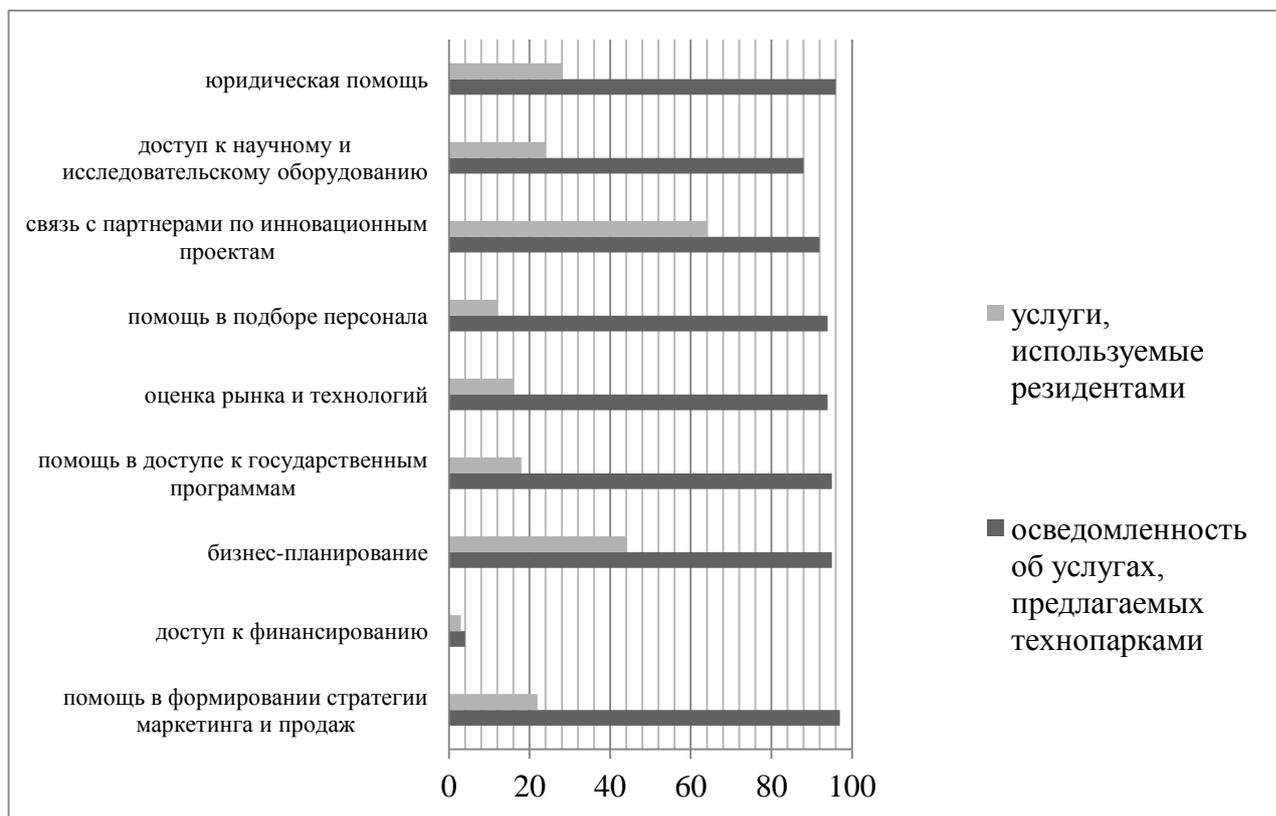


Рисунок 2.6 – Услуги, предлагаемые технопарками и используемые резидентами (результаты опроса Всемирного банка)

¹ Опыт формирования зон инновационного роста: достижения и ошибки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://raexpert.ru/researches/zap_obninsk_2011/pt4/

Данные рисунка 2.6 могут свидетельствовать либо о недостаточно высоком качестве услуг, либо об их низкой доступности, либо об их несоответствии реальным потребностям арендаторов. Одним из факторов, влияющих на неосведомленность резидентов об услугах управляющих компаний можно назвать отсутствие маркетинговых коммуникаций. Так, в исследовании «Модели функционирования технопарков Москвы» проведен анализ деятельности 12 государственных, смешанных и частных технопарков, который показал, в том числе, практически полное отсутствие таких каналов продвижения как «специальные мероприятия в вузах и научных учреждениях», «проведение специальных выставок и конференций для стартапов». Частная модель технопарков показала низкую интенсивность кампании по привлечению резидентов (рисунок 2.7).



Рисунок 2.7 – Оценка интенсивности кампании по привлечению резидентов, проводимой управляющими компаниями, % технопарков, реализующих указанные мероприятия по привлечению резидентов в рамках выбранной модели¹

¹ Волконицкая К. Модели функционирования технопарков Москвы / К. Волконицкая. – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – С. 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2016/05/30/1132111309/Презентация%20К.Волконицкой.pdf>

Отсутствие государственной поддержки инновационного предпринимательства прослеживается во многих эмпирических исследованиях ученых, занятых проблематикой инновационного предпринимательства. Так, локальный анкетный опрос собственников и руководителей малых предприятий (484 чел.), а также экспертный опрос государственных и муниципальных служащих, депутатов законодательных органов Тюменской области и муниципальных образований региона (200 чел.)¹ показал низкую эффективность институциональных форм поддержки предпринимательства и причины складывающейся ситуации (рисунок 2.8).

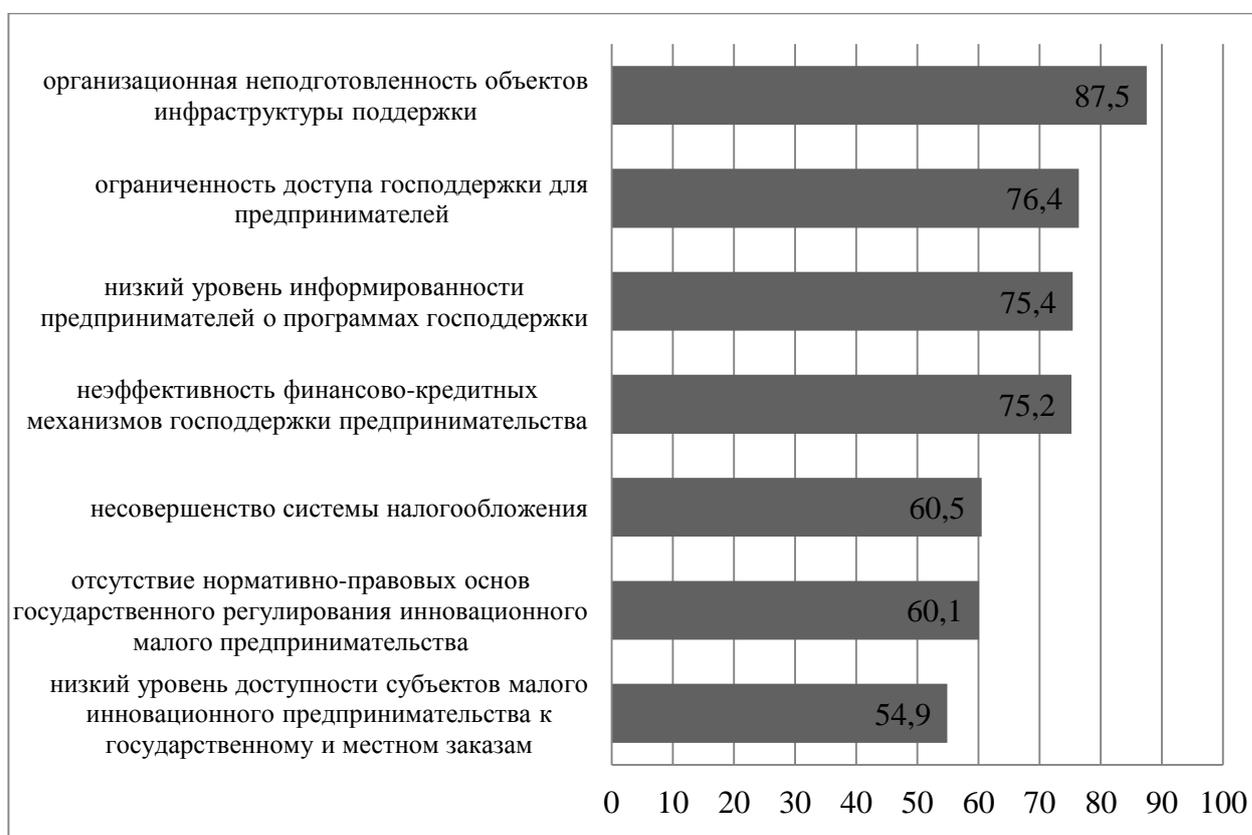


Рисунок 2.8 – Причины, снижающие эффективность государственной поддержки малого предпринимательства в Тюменской области, % (результаты анкетирования И.Р. Ракша, Н.Н. Шиловой, О.В. Устиновой)

Примечание: распределение превышает 100%, поскольку респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

¹ Ракша И.Р. Проблемы государственной поддержки инновационного малого предпринимательства в регионе / И.Р. Ракша, Н.Н. Шилова, О.В. Устинова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://science-education.ru/pdf/2015/1/415.pdf>

Распределение ответов на вопрос «На какой стадии жизненного цикла вы нуждаетесь в наибольшей поддержке со стороны технопарков/бизнес-инкубаторов» оказалось равномерным, что свидетельствует о том, что помощь институтов необходима на всех бизнес-стадиях. Около 1/3 респондентов отметили, что у них возникали проблемы с подбором помещения под аренду на начальном этапе, примерно столько же резидентов (30,2%) испытывали проблемы на более поздних этапах жизненного цикла. Выбор технопарка осуществлялся в соответствии со следующим принципом (рисунок 2.9).

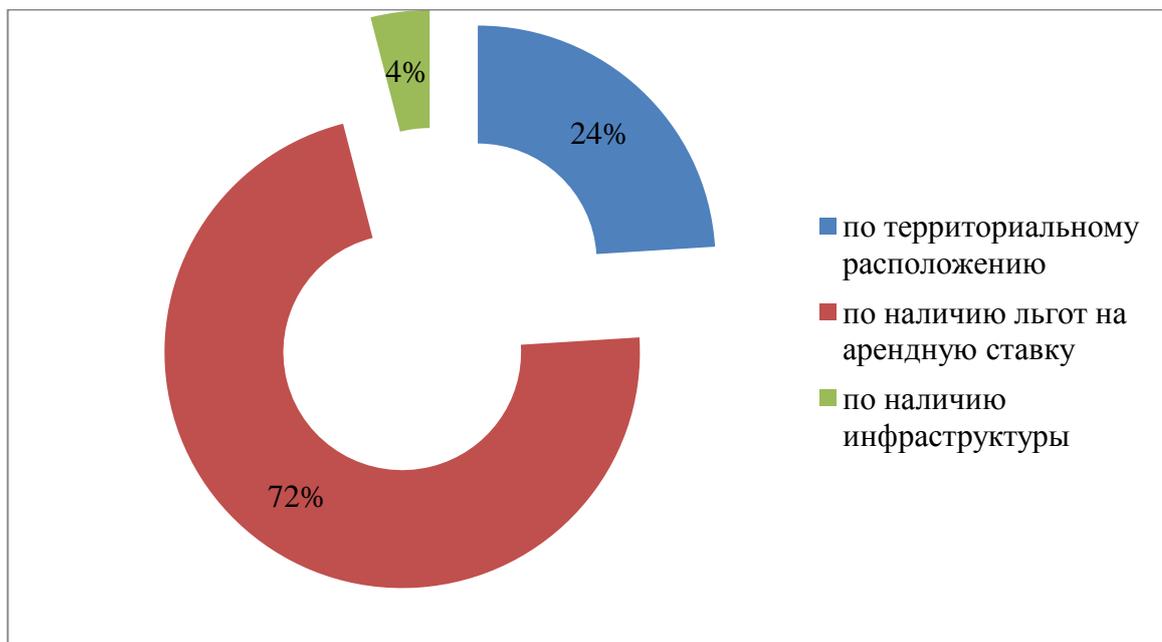


Рисунок 2.9 – Распределение ответов респондентов на вопрос «По какому принципу вы подбирали технопарк/бизнес-инкубатор, в котором сейчас располагаетесь», в %

Источник: опрос, проведенный автором.

Основной стратегической целью своей деятельности предприниматели считают «обеспечение устойчивого развития бизнеса» (60,2%); «максимизация собственной прибыли» и «формирование инновационной активности» распределились практически одинаково – 20,4% и 19,4% соответственно.

Поскольку на развитие и функционирование любого хозяйствующего субъекта влияют факторы макро- и микроокружения, резидентам бизнес-

инкубаторов и технопарков был задан вопрос: «Какие факторы внешней среды препятствуют достижению стратегической цели организации». Распределение ответов показано на рисунке 2.10.

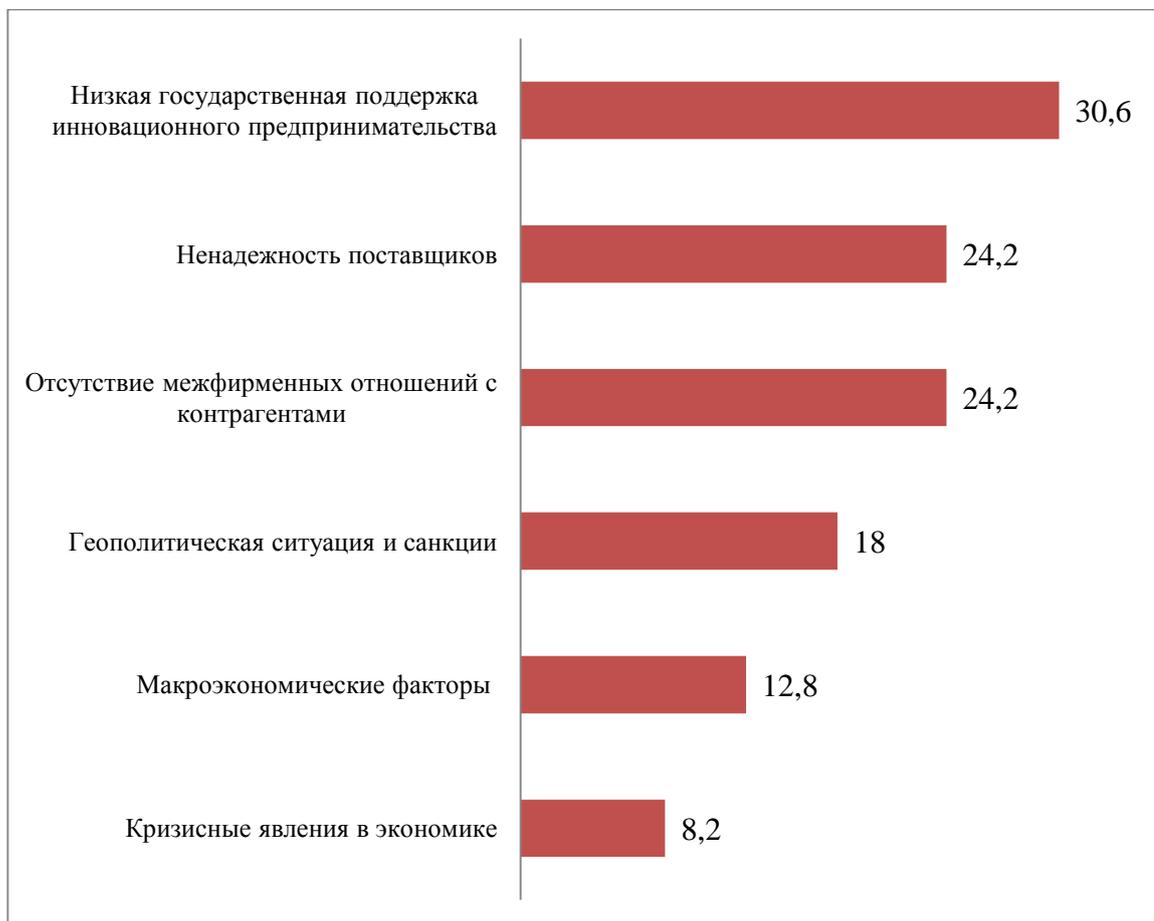


Рисунок 2.10 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие факторы внешней среды препятствуют достижению стратегической цели вашей организации», в %

Примечание: распределение превышает 100%, поскольку респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Источник: опрос, проведенный автором.

В соответствии с тем, что деловой климат является катализатором состояния национальных экономик, варианты ответов в анкете на вопрос «Испытывали ли вы проблемы по следующим аспектам предпринимательской деятельности?» основывались нами на десяти показателях рейтинга Всемирного банка «Doing Business». В таблице 2.2 представлен рейтинг России по данным

параметрам и распределение мест по проблематичности влияния факторов среди резидентов технопарков/бизнес-инкубаторов.

Таблица 2.2 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Испытывали ли вы проблемы по следующим аспектам предпринимательской деятельности»

Показатели рейтинга	Место по проблематичности влияния фактора для резидентов технопарков/бизнес-инкубаторов (на основе опроса)	Ранжирование по проблематике по соответствующему показателю для России / место России в мире согласно рейтингу Doing Business-2017
Создание предприятия	8	8 / 26
Получение разрешений на строительство	2	2 / 115
Подключение к системе энергоснабжения	7	7 / 30
Регистрация собственности	6	10 / 9
Получение кредитов	5	6 / 44
Налогообложение	4	5 / 45
Международная торговля	1	1 / 140
Обеспечение исполнения контрактов	3	9 / 12
Разрешение неплатежеспособности	9	4 / 51
Защита инвесторов	10	3 / 53

Источник: опрос, проведенный автором; Doing Business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/rankings>

Данные таблицы 2.2 показывают, что фактор «международная торговля» остается проблемным как на макро-, так и на мезоуровне. В условиях импортозамещения инноваторы технопарков и бизнес-инкубаторов готовы реализовывать готовую продукцию на экспорт. Однако респонденты признали, что они «пока не понимают механизма по осуществлению международной предпринимательской деятельности», а «информацией о возможностях Российского экспортного центра они не обладают». Получение разрешений на строительство в обоих случаях является вторым по проблематичности фактором хозяйственной деятельности. В случае резидентства это можно объяснить тем, что

технопарк и бизнес-инкубатор является арендодателем, а не собственником земли, в которой вправе распоряжаться.

Напротив, наименее проблемными факторами респонденты отметили «разрешение неплатежеспособности» в силу того, что в выборочной совокупности присутствовали действующие предпринимательские структуры, не находящиеся в стадии ликвидации или банкротства, и «защита инвесторов». «Создание предприятия» также не вызвало проблем у резидентов; на макроэкономическом уровне данный показатель не самый проблемный.

Незначительным проблемным фактором респонденты отметили «подключение к системе энергоснабжения», поскольку данная услуга в полном объеме обеспечивается институциональными формами поддержки. «Регистрация собственности» имеет наибольшее значение, так как инноваторы сталкиваются с проблемами защиты прав на объекты интеллектуальной собственности и коммерциализацией результатов интеллектуальной деятельности.

Серьезное расхождение на макро- и микроуровнях наблюдается по показателю «обеспечение исполнения контрактов»: соответственно, 9 и 3 место в рейтинге. Практика показывает, что соблюдение договорных условий по многим аспектам ведения бизнеса часто подвергается отрицательным характеристикам: «неисполнение платежа в срок», «несоблюдение обязательств», «сдвиг сроков поставки» и так далее.

Подводя итог результатам опроса резидентов технопарков/бизнес-инкубаторов, можно констатировать, что большая часть (56,2%) респондентов признала отсутствие сформированной в России предпринимательской культуры. Факторы, препятствующие ее развитию, представлены на рисунке 2.11.

Рисунок 2.11 отражает ключевые проблемные точки, препятствующие формированию предпринимательской культуры в России и подчеркивает реальность и адекватность сформулированных с помощью опроса директоров технопарков/бизнес-инкубаторов компонент комплекса адаптивной культуры.

Такие факторы как «низкий уровень государственной поддержки», «отсутствие финансовой инфраструктуры для создания и развития бизнеса»,

«высокие арендные ставки» (несмотря на организацию самостоятельной предпринимательской деятельности в технопарках и бизнес-инкубаторах, отказывающих такую услугу), создают «законодательные и бюрократические барьеры». При этом практически треть респондентов считает, что отношение населения к предпринимательству в России является негативным.



Рисунок 2.11 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Что мешает формированию предпринимательской культуры в России?», в %

Примечание: распределение превышает 100%, поскольку респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Источник: опрос, проведенный автором.

Выявленные на основе опроса барьеры, с одной стороны, выступают возможностями по формированию адаптивной предпринимательской культуры; с другой – отражают потенциал для ее формирования.

2.3 Определение перспектив институтов поддержки предпринимательства на базе оценки потребностей организаций малого и среднего бизнеса в трансформации предпринимательской культуры

Основной конфликт интересов между предпринимателями и институтами поддержки, по нашему мнению, состоит в том, что и те, и другие, основной целью своей деятельности являют максимизацию собственной прибыли. Иными словами, технопарки, бизнес-инкубаторы, венчурные фонды и другие институты поддержки предпринимательства также являются хозяйствующими субъектами с собственными стратегическими целями, миссией и задачами, которые необходимо достигать. Для доказательства или опровержения данного тезиса в рамках диссертационного исследования проведено анкетирование конкретных институтов: бизнес-инкубаторов и технопарков.

Бизнес-инкубаторы создаются при государственных учреждениях, компаниях или вузах с целью взращивания новых компаний и оказания различных услуг предпринимательству. Они призваны преодолеть основные проблемы инициирования нововведений, в большинстве своем связанные с формированием новой бизнес-единицы: недостатком опыта управления бизнесом, отсутствием оборудования, аренды и денежных средств у собственника.

По оценкам экспертов, многие новые, основанные на научно-технической идее, компании нуждаются в 3-5 летней поддержке, прежде чем достигнут стадии зрелости. В этой связи, бизнес-инкубатор дает возможность ускоренного решения технологических проблем, обучения, включения в деловые контакты, обретения платежеспособности и других. Критериями эффективности инкубатора будут являться: выход новых компаний в рыночную среду; объем услуг, оказываемых предпринимателям.

Технопарки имеют более широкие задачи своей деятельности, чем бизнес-инкубаторы. Они представляют собой объединение промышленных компаний

вокруг научно-образовательного центра и призваны содействовать развитию наукоемких отраслей, регионов, интенсификации экономики.

Особое значение имеет эффективность собственно управления технопарком или бизнес-инкубатором в части селекции предложений, распределении финансовой помощи среди резидентов, организации консультаций и экспертизы в части, касающейся:

- регистрации собственного дела;
- прав собственности, в том числе интеллектуальной;
- бухгалтерского учета;
- вопросов налогообложения;
- финансового обеспечения;
- управленческого учета;
- маркетинговых коммуникаций;
- разработки бизнес-плана;
- подборе персонала;
- вопросов законодательства;
- генерации новых бизнес-идей;
- формирования предпринимательской культуры, деловой этики,

социальной ответственности.

Перечисленные аспекты адресной помощи предпринимательским структурам заложены в анкету из 24 вопросов для опроса директоров технопарков и бизнес-инкубаторов. (приложение 2) с целью объективной оценки функционирования институциональных форм поддержки и их реальной помощи предпринимательским структурам. О состоянии предпринимательской культуры позволили получить ответ следующие вопросы:

- основная стратегическая цель технопарка/бизнес-инкубатора;
- что такое в вашем понимании «предпринимательская культура»?
- сформирована ли в России предпринимательская культура?

- какие факторы мешают формированию предпринимательской культуры в России?
- способствуют ли институты поддержки формированию предпринимательской культуры в России?
- каких ресурсов не хватает технопаркам/бизнес-инкубаторам и предпринимательским структурам?
- для чего необходима деятельность институциональных форм поддержки?

Исследование позволило выявить проблемы взаимоотношений институтов поддержки предпринимательства и субъектов малого и среднего бизнеса. Как мы констатировали ранее, репрезентативно заполненные анкеты поступили от 10 реально функционирующих институтов поддержки предпринимательства Москвы и Московской области. В большинстве случаев, респонденты пожелали остаться анонимными, поэтому обработанная информация представлена в обобщенном виде, что не мешает проследить динамику и тенденции взаимодействия исследуемых в диссертации стейкхолдеров.

Представим результаты опроса руководителей технопарков и бизнес-инкубаторов. «Портрет респондентов»: по форме собственности распределение технопарков/бизнес-инкубаторов выглядит следующим образом (рисунок 2.12).

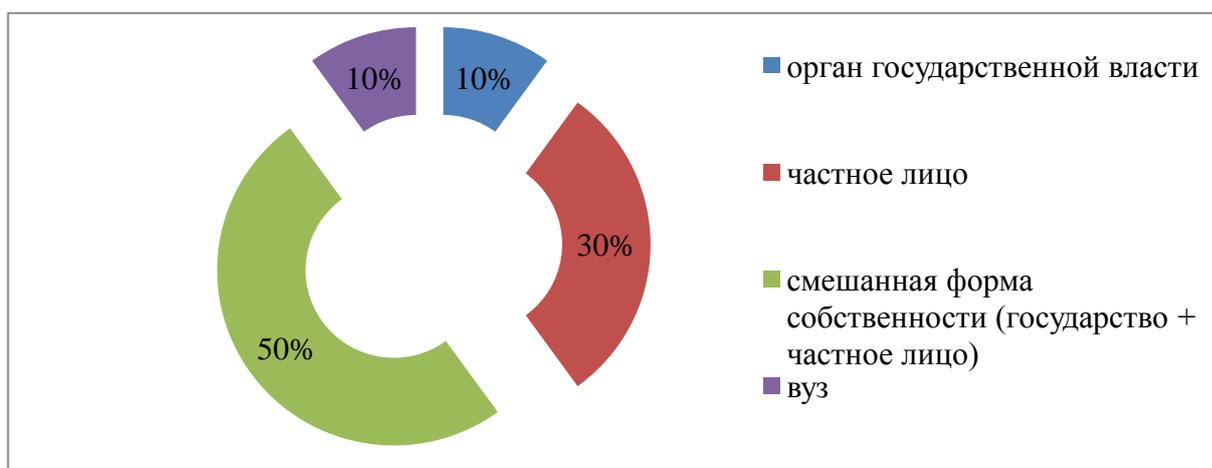


Рисунок 2.12 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Кто является учредителем вашего технопарка/бизнес-инкубатора?»

Источник: опрос, проведенный автором.

Распределение количества резидентов в анализируемых технопарках и бизнес-инкубаторах отражает количественную диверсификацию при составлении репрезентативной выборки, поскольку в выборочную совокупность вошли:

- 3 бизнес-инкубатора с численностью 11-20 резидентов;
- 1 малый бизнес-инкубатор с количеством резидентов до 5;
- 2 технопарка с количеством резидентов от 21 до 30;
- 2 технопарка с количеством резидентов от 51 до 100;
- 2 технопарка с количеством резидентов от 101 до 200.

Руководители технопарков и бизнес-инкубаторов считают, что их эффективность самими резидентами в большинстве случаев оценивается на 71-80% (рисунок 2.13). Отметим, что максимальную эффективность не отметил ни один из опрошенных респондентов.

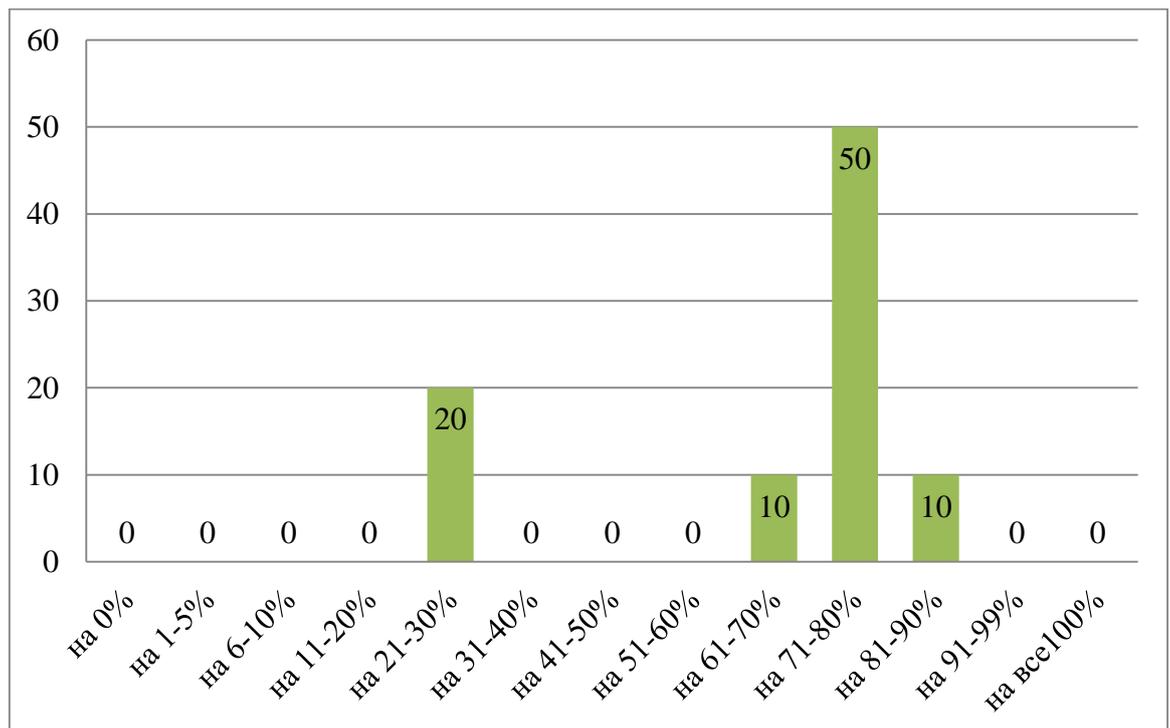


Рисунок 2.13 – Распределение ответов на вопрос «Как Вы думаете, как оценивают эффективность работы Вашего технопарка/бизнес-инкубатора сами резиденты?»,
в %

Источник: опрос, проведенный автором.

Однако распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, способствуют ли технопарки/бизнес-инкубаторы повышению предпринимательской

активности?», напротив, получило наивысшую оценку – 100%. При этом в анкете для сопоставления ответа на данный вопрос с институциональным характером деятельности технопарков/бизнес-инкубаторов были заложены два проверочных суждения относительно того, какую стратегическую цель они преследуют и для чего нужна их деятельность в широком смысле. Распределение ответов представлено в таблице 2.3. Она показывает, что ключевая цель деятельности технопарков и бизнес-инкубаторов – это обеспечение собственного устойчивого развития как самостоятельного хозяйствующего субъекта и только во вторую очередь – поддержка предпринимательских структур.

Таблица 2.3 – Институциональный характер деятельности технопарков/бизнес-инкубаторов

Вопрос	Доля ответивших, %						
<p>Для чего, на Ваш взгляд, необходима деятельность технопарков/бизнес-инкубаторов?</p> <p>1 – для развития предпринимательской активности</p> <p>2 – для собственного устойчивого развития</p>	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>30%</td> </tr> </table>	1	70%	2	30%		
1	70%						
2	30%						
<p>Основная стратегическая цель вашего технопарка/бизнес-инкубатора?</p> <p>1 – максимизация собственной прибыли</p> <p>1 – поддержка обращающихся предпринимателей</p> <p>2 – обеспечение устойчивого развития самого технопарка/бизнес-инкубатора</p>	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>60%</td> </tr> </table>	1	10%	2	30%	3	60%
1	10%						
2	30%						
3	60%						

Источник: опрос, проведенный автором.

В качестве самого значимого фактора, не достающего институтам поддержки, руководители институтов поддержки, принявшие участие в опросе, выделили финансовые ресурсы (рисунок 2.14). Взаимодействие с органами государственной власти, вопреки сложившемуся в обществе мнению, сложно назвать идеальным – 30% респондентов охарактеризовали такого рода взаимоотношения как «удовлетворительно».

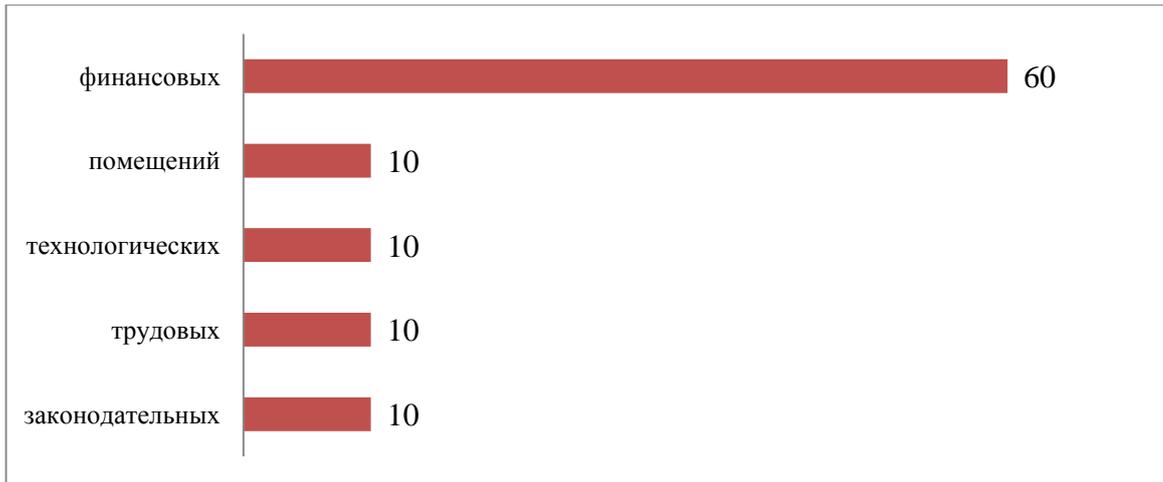


Рисунок 2.14 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Каких ресурсов, в основном, не хватает вашему технопарку/бизнес-инкубатору?», %

Источник: опрос, проведенный автором.

Следующий блок вопросов был посвящен непосредственному институциональному взаимодействию между технопарками/бизнес-инкубаторами и их резидентами. Данные взаимоотношения также носят неидеальный характер: несмотря на то, что большая часть поставленных целей была достигнута (так ответили 60% руководителей технопарков/бизнес-инкубаторов), 30% оценили взаимодействие со своими резидентами как «удовлетворительно, меньшая часть целей достигнута» (рисунок 2.15).

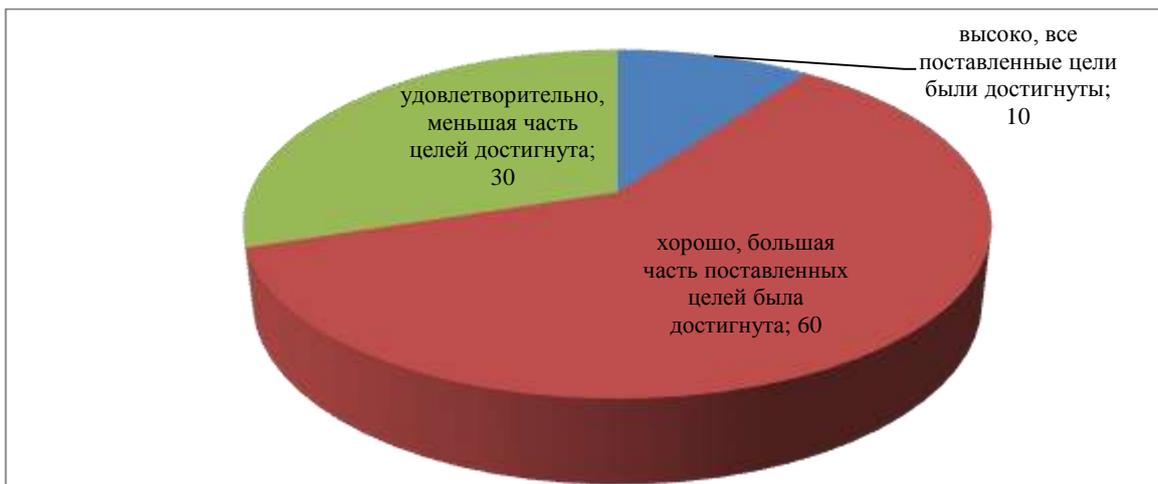


Рисунок 2.15 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как бы Вы оценили результаты произошедших за время деятельности технопарка/бизнес-инкубатора взаимодействий с резидентами?», %

Источник: опрос, проведенный автором.

Для сравнения: качественная оценка взаимодействия предпринимательских структур с институтами поддержки оценивается как «хорошо, большая часть поставленных целей была достигнута», но не «высоко, все поставленные цели были достигнуты» (см. параграф 2.2).

Вопрос относительно значимости поддержки предпринимательских структур на определенной стадии жизненного цикла не позволил получить четкой интерпретации, однако распределение ответов на данный вопрос (рисунок 2.16) свидетельствует о важности помощи на каждой стадии устойчивого развития бизнес-единицы.

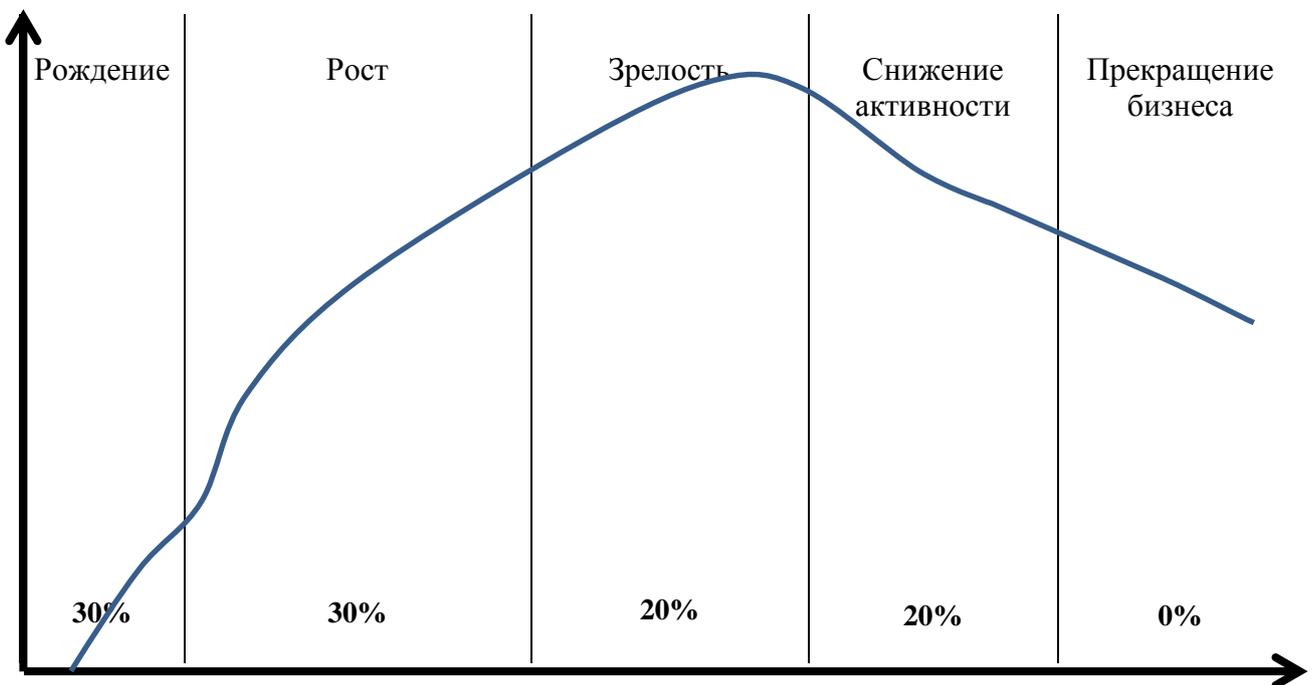


Рисунок 2.16 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы считаете, на какой стадии жизненного цикла субъекты малого и среднего предпринимательства нуждаются в наибольшей поддержке со стороны технопарков/бизнес-инкубаторов?»

Источник: опрос, проведенный автором.

Стадия прекращения предпринимательской деятельности не была отмечена респондентами как проблемная, однако, по нашему мнению, она также нуждается в институциональной поддержке, в первую очередь, со стороны юридических консалтеров.

Распределение ответов руководителей технопарков/бизнес-инкубаторов относительно того, каких ресурсов не хватает их резидентам, показывает, в первую очередь, отсутствие институциональных механизмов развития финансовой инфраструктуры: непосредственно финансирования (70%), кредитов на льготных условиях (40%), льготных условий аренды (30%), микрозаймов (30%) и, самое главное, лизинговых инструментов (100%), что позволяет сделать вывод о недоступности данной услуги для субъектов малого и среднего предпринимательства. Можно выделить также заинтересованность в проектах экспортного характера (40%) (рисунок 2.17).

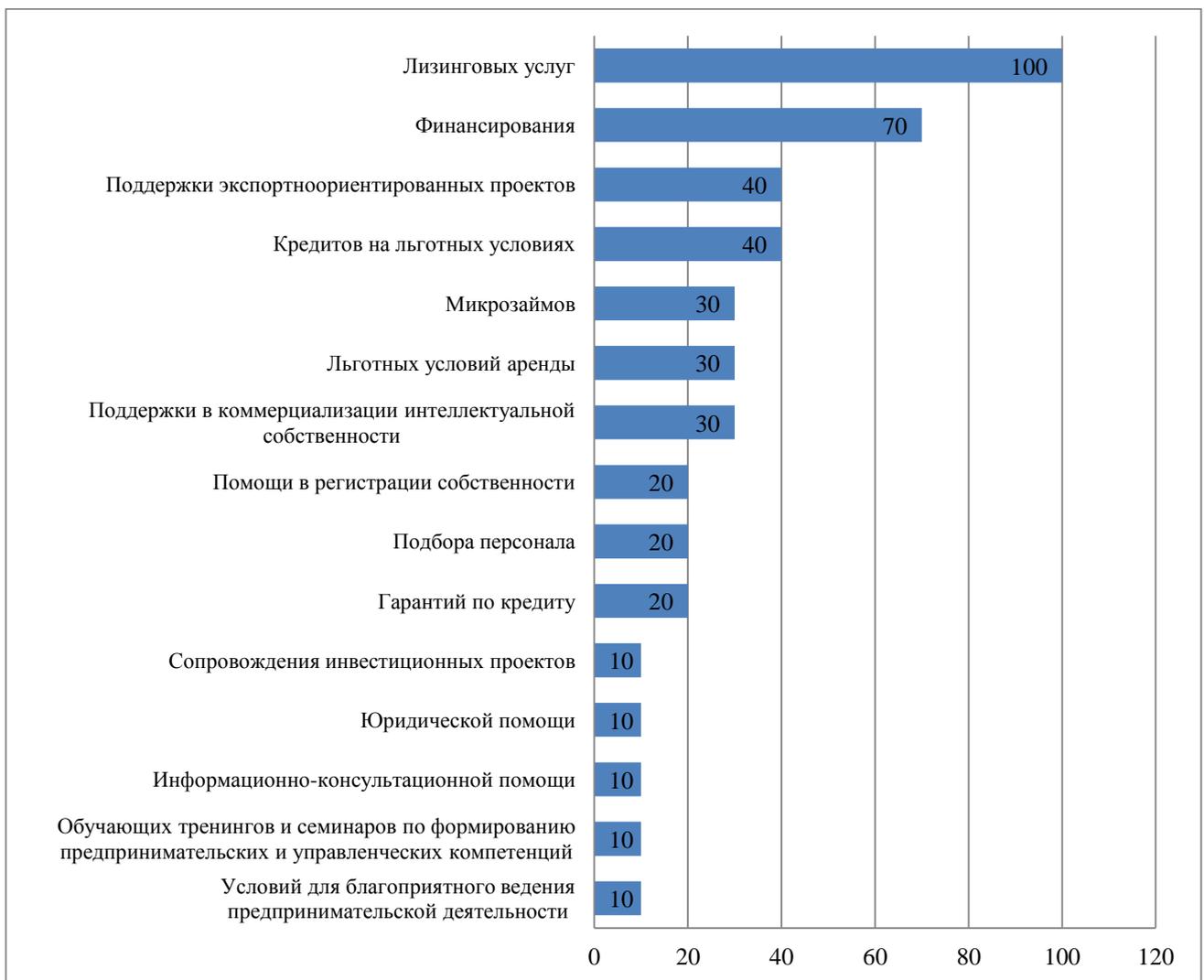


Рисунок 2.17 – Распределение ответов на вопрос «Каких ресурсов не хватает, в первую очередь, вашим резидентам?», в %

Примечание: распределение превышает 100%, поскольку респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Источник: опрос, проведенный автором.

При этом 60% респондентов отметили, что оказывают содействие своим резидентам в поиске источников финансирования, столько же осуществляют поиск грантовой поддержки, 70% предоставляют своим резидентам льготы по арендной плате, а сама арендная ставка рассчитывается по определенным принципам (таблица 2.4).

Таблица 2.4 – Распределение ответов респондентов на вопрос «По какому принципу рассчитывается арендная ставка для резидентов?»

Вариант ответа	Доля ответивших, %
В зависимости от стадии жизненного цикла предпринимательской структуры	30
В зависимости от вида экономической деятельности	10
Условия для всех равны: без каких-либо преференций	40
Рассчитывается независимым экспертом	20

Источник: опрос, проведенный автором.

В свою очередь, подбор арендного помещения осуществляется, как правило, на базе уже существующего имущественного комплекса (80%). В редких случаях он осуществляется посредством строительства новых помещений (20%), а сами резиденты технопарков/бизнес-инкубаторов подбираются с учетом определенных объективных параметров (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Распределение ответов респондентов на вопрос «По какому принципу Вы подбираете резидентов?»

Вариант ответа	Доля ответивших, %
Если хозяйствующий субъект находится на стадии рождения/роста	30
В зависимости от вида экономической деятельности	50
Нет никаких принципов: они сами к нам обращаются	20

Источник: опрос, проведенный автором.

Данные рисунка 2.18 свидетельствуют о различного рода консалтинговых услугах, оказываемых технопарками/бизнес-инкубаторами адресно предпринимательским структурам. Однако с точки зрения предмета исследования для нас было важно понять, осуществляется ли институтами поддержки

формирование предпринимательской культуры, деловой этики и социальной ответственности среди резидентов. Результаты опроса показали, что данные аспекты находятся в ведении технопарков и бизнес-инкубаторов на низком уровне. Вопреки этому, 90% респондентов отметили, что способствуют формированию предпринимательской культуры в России.

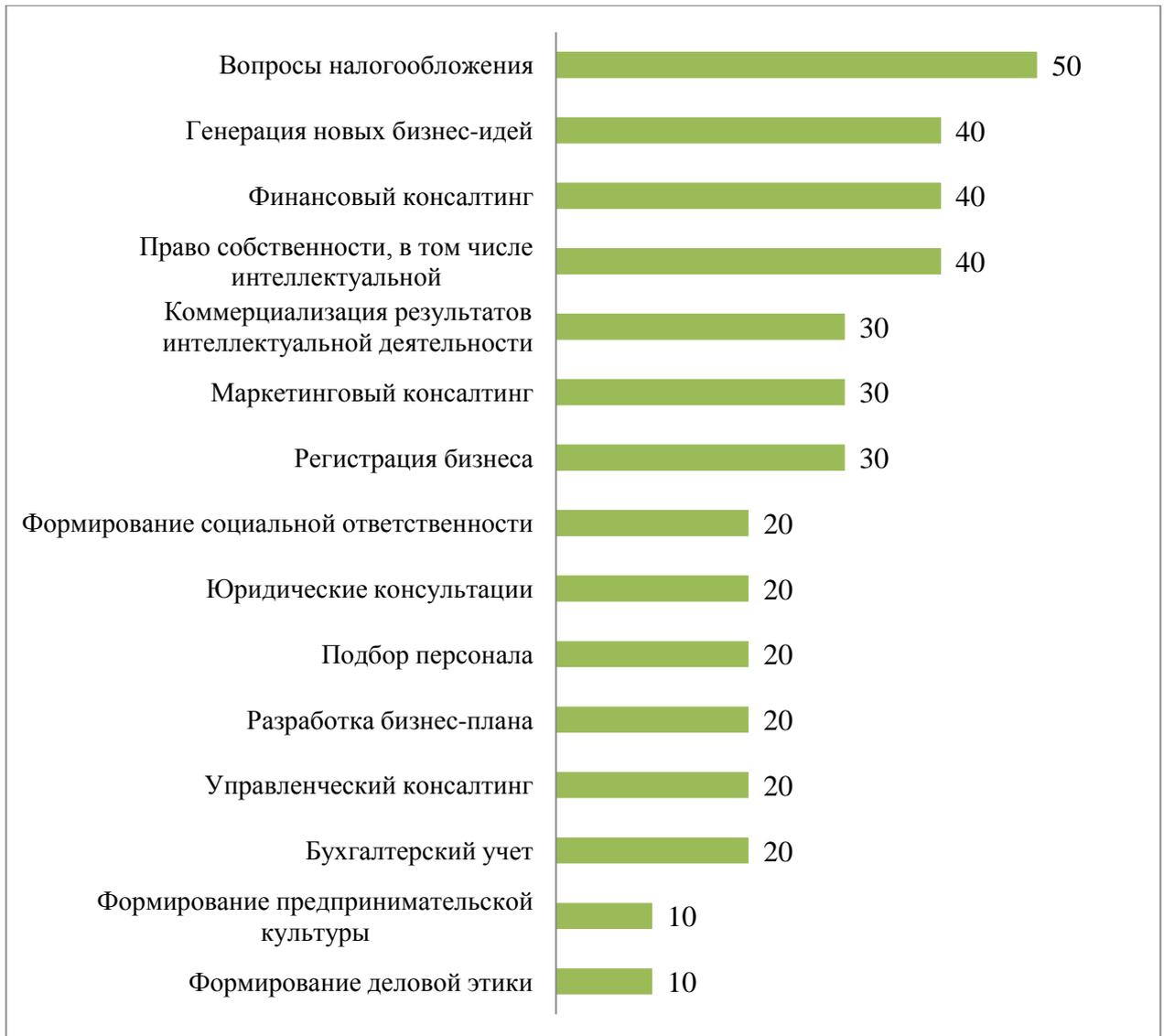


Рисунок 2.18 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оказываете ли Вы резидентам консультации по следующим вопросам?», в %

Примечание: распределение превышает 100%, поскольку респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Источник: опрос, проведенный автором.

Семиотический анализ тезисов относительно понимания предпринимательской культуры свидетельствует о несформировавшемся

представлении сущности исследуемой категории. По мнению респондентов, предпринимательская культура, это:

- система правовых и этических норм, регламентирующих отношения в деловых сообществах;
- культура взаимодействия субъектов предпринимательства, основанная на взаимоуважении, поддержке, общих (схожих) макроэкономических целях (защита окружающей среды, поиск энергоэффективных решений и т.д.);
- культура выстраивания финансовых и информационных потоков;
- максимально эффективное использование ресурсов;
- наличие у большинства населения понимания макроэкономики, приводящее к формированию особого мировоззрения, заключающегося в проактивных действиях, в том числе выходящих за рамки наделенной ответственности вне зависимости от рода текущей деятельности и должностных обязанностей;
- этическое понимание образа предпринимательской деятельности, направленной на удовлетворение потребностей общества;
- совокупность человеческих, деловых, интеллектуальных качеств, социальная позиция, а также образовательный уровень предпринимателя, позволяющие вести комфортный для партнеров и понятный для клиентов бизнес;
- культура построения отношений между партнерами, позволяющая достигать собственных целей в краткосрочном периоде и видеть перспективные точки роста;
- умение получать выгоду от взаимодействия с организациями разных экономических сфер;
- синергия предпринимательской деятельности в нашем технопарке; взаимовыгодное сотрудничество; стандарты качества предоставления услуг в технопарке для резидентов; единая цель всех предпринимателей – совершенствование бизнес-процессов и бизнеса в целом, развитие персонала;
- формирование экосреды на всех уровнях развития экономики.

Отметим, что в первой главе нами было представлено комплексное авторское определение предпринимательской культуры, под которой мы понимаем комплекс элементов, направленных на формирование бизнес-среды с благоприятной культурой с целью формирования деловой активности на микро- (уровне хозяйствующего субъекта), мезо- (между партнерами/контрагентами) и макроуровне (на уровне государства)¹. Отметим, что тезисы респондентов также частично несут в себе элементы культуры макро-, мезо- или микроуровня.

Схожая ситуация обстоит в России с пониманием социальной ответственности бизнеса. Как утверждал М. Фридмен², главная функция бизнеса заключается в том, чтобы увеличивать прибыли, и если компании ведут свой бизнес в рамках действующих законов, платят налоги, обеспечивают людей рабочими местами и товарами, в этом и проявляется их социальная ответственность. Что касается создания общественных благ, финансируемого за счет налоговых поступлений, то за это отвечает государство, а не бизнес. Данный подход к пониманию бизнес-организаций основан на идеях А. Смита. В XX веке они получили развитие.

Во времена Великой депрессии в США получила распространение точка зрения о том, что предпринимательская структура – это экономический институт, который в дополнение к функции обеспечения должен приносить пользу обществу³. Данная позиция лежит в основе теории заинтересованных сторон⁴ и сводится к следующему: поскольку деятельность компании в значительной степени влияет на жизнь людей вне ее, решения, принимаемые советами директоров таких компаний, должны учитывать интересы всех заинтересованных сторон, а не только максимизировать прибыль для собственников.

¹ См. более подробно в статье Сизова Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

² Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits // The New York Times Magazine, 1970. September 13.

³ Кузина О.Е. Корпоративная благотворительность бизнеса: обоснование понятий / О.Е. Кузина, М.В. Чернышева // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены: альманах-2015: сборник. – М.: ОАО «ВЦИОМ», 2015. – С. 157-169.

⁴ Sundaram A. Inkpen. The Corporate Objective Revisited // Organization Science. Vol. 15. №3, 2004.

Широкое применение термина «социальная ответственность» закреплено в принятом в России в 2013 г. Национальном стандарте ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности». В этом документе говорится: «неотъемлемой характеристикой социальной ответственности является желание организации включать социальные и экологические факторы в свои процессы принятия решений и быть подотчетной за воздействие своих решений и этическое поведение, которое вносит вклад в устойчивое развитие».

Проведенное нами анкетирование руководителей технопарков и бизнес-инкубаторов выявило, что 60% респондентов свидетельствуют о наличии в России социальной ответственности бизнеса. Аналогичный опрос резидентов, напротив, отражает понимание ответственности только среди 45% предпринимателей. Как и в случае с предпринимательской культурой, трактовки понятия «социальная ответственность» имеют среди респондентов различное понимание (таблица 2.6).

Таблица 2.6 – Распределение ответов респондентов – руководителей технопарков / бизнес-инкубаторов на вопрос «Как Вы думаете, в чем должна выражаться социальная ответственность бизнеса?»

1. Своевременная оплата всех необходимых налогов. 2. В строительстве новых арендных помещений. 3. В выполнении социальных задач, связанных с развитием инфраструктуры;
В наличии у бизнеса в бизнес-модели элементов, направленных на получение социального эффекта;
В предоставлении качественных товаров/услуг потребителю;
В распределении части выручки на социально значимые проекты;
Каждый предприниматель должен отвечать за то, что он делает. Работает ли он только на свой карман, либо делает еще что-то полезное: для государства, инновационные исследования, импортозамещение, инновационный подход к предпринимательской деятельности, развитие той или иной структуры производства;
Клиентоориентированность;
Ответственность перед обществом, государством, природой;
В отсутствии противоречия между моментальной максимальной прибылью и пользой бизнеса для общества в целом;
В поддержке проектов, которые не приносят прибыли;
Социальная ответственность бизнеса – это поддержание цивилизованных отношений бизнеса с обществом.

Источник: опрос, проведенный автором.



Рисунок 2.19 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Что, на Ваш взгляд, мешает формированию предпринимательской культуры в России?» %

Примечание: распределение превышает 100%, поскольку респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Источник: опрос, проведенный автором.

К основным барьерам, препятствующим формированию предпринимательской культуры в России (рисунок 2.19), руководители технопарков и бизнес-инкубаторов, в первую очередь, отнесли отсутствие механизмов институциональной поддержки со стороны государства, низкий уровень профессиональных предпринимательских и управленческих компетенций среди учредителей малого и среднего бизнеса, что приводит, по нашему мнению, к вытекающим отсюда последствиям: неактивной инновационной деятельности,

косвенно – негативному отношению общества к предпринимателям, незаинтересованности самого бизнеса к доверительным отношениям с контрагентами.

Оказывает влияние на предпринимательские структуры и агрессивность внешней среды: нестабильная макроэкономическая и политическая ситуация в стране, неадаптивная контрольно-надзорная деятельность, недостаточность нормативно-правовой базы. Эти и иные факторы нуждаются в корректировке действий с целью создания адаптивной предпринимательской культуры в России.

Ранее мы отмечали (см. параграф 2.2), что 56,2% респондентов – субъектов малого и среднего предпринимательства признали факт отсутствия предпринимательской культуры. Утвердительно среди руководителей технопарков и бизнес-инкубаторов на данный вопрос ответили 70% респондентов (рисунок 2.20).

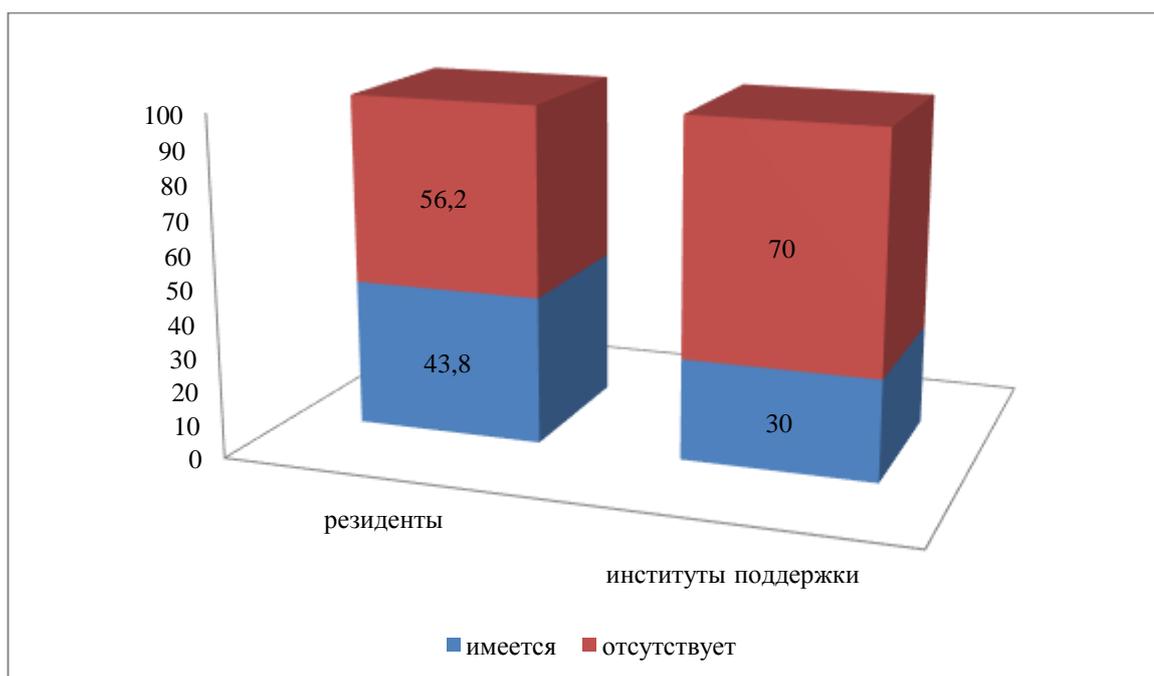


Рисунок 2.20 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как вы считаете, сформирована ли в России предпринимательская культура?», в %

Источник: опрос, проведенный автором.

Таким образом, состояние предпринимательской культуры в России можно оценить как неудовлетворительное и неадаптивное эндогенным и экзогенным

факторам, возникающим при осуществлении предпринимательской деятельности, что требует создания эффективного механизма повышения ее качества в соответствии с социальными, общественными критериями и этическими нормами.

Предпринимательская культура и социальная ответственность должны активно лоббироваться институциональными формами поддержки среди резидентов посредством обучающих семинаров, тренингов, маркетинговых коммуникаций. Как следствие, эффективность формальных институтов повысит качество институтов неформальных, что, в конечном итоге, положительно будет влиять на предпринимательскую активность и экономический рост на макро-, мезо- и микроуровне.

Выводы по второй главе

Сформированный комплекс аналитических средств для оценки степени воздействия институтов поддержки на состояние предпринимательской культуры и его использование на практике посредством применения элементов форсайт-анализа, контент-анализа, эмпирического и статистического методов, позволили сделать следующие выводы:

– форсайт-анализ институциональных форм поддержки предпринимательства в лице реально функционирующих технопарков и бизнес-инкубаторов показал, что рост предпринимательской активности для них как самостоятельных хозяйствующих субъектов не является приоритетным; институты поддержки, в первую очередь, обеспечивают собственное устойчивое развитие;

– адаптивный комплекс элементов предпринимательской культуры, по мнению руководителей технопарков/бизнес-инкубаторов, должен состоять из следующих компонент: государственная поддержка предпринимательства; адаптивная контрольно-надзорная деятельность; благоприятная деловая среда; социальная ответственность бизнеса; профессиональные предпринимательские

компетенции; поддержка инновационной деятельности; нормы и ценности корпоративной культуры; позитивное отношение общества к предпринимательству;

– проведенное эмпирическое исследование свидетельствует об отсутствии адаптивной предпринимательской культуры в России: так считают 56,2% опрошенных собственников бизнеса и 70% руководителей технопарков и бизнес-инкубаторов;

– институциональные формы поддержки предпринимательства скорее носят «демонстрационный эффект», нежели оказывают реальную помощь предпринимательским структурам.

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВОЗДЕЙСТВИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

3.1 Адаптация инструментов поддержки предпринимательства под конкретные задачи развития предпринимательской культуры

Проведенный генезис формирования предпринимательской культуры в России и за рубежом, выявленная степень влияния институциональных форм поддержки предпринимательства на ее развитие свидетельствуют об актуальности исследуемого вопроса и необходимости в целенаправленной разработке инструментов по созданию соответствующих предпринимательских ценностей и их укреплению. Выявлено, что синергия деловой активности, социальной ответственности бизнеса, позитивного отношения к предпринимательству со стороны общества, реальная деятельность институциональных форм и государства в целом по поддержке предпринимательства – ключевой фактор адаптивной предпринимательской культуры в России. В самой природе предпринимательской деятельности – организационном новаторстве и стремлении бизнеса к успеху – потенциально заложена возможность институциональных изменений, начиная от создания нового продукта, способного изменить качество жизни населения, заканчивая «формированием производственного комплекса, способного диктовать волю правительствам и народам»¹.

Однако современные рыночные условия требуют адаптивных институциональных механизмов повышения предпринимательской активности,

¹ Агеев А.И. Предпринимательство: монография / А.И. Агеев. 4-е изд., расш. и дополн. – М.: Институт экономических стратегий, РУБИН, 2016. – С. 207.

не зависящих от самих хозяйствующих субъектов. Проведенный во второй главе анализ оценки качества взаимодействия между субъектами малого и среднего предпринимательства и институтами поддержки предпринимательства наряду с предложенной в первой главе концепцией соответствия состояния предпринимательской культуры каждой стадии жизненного цикла организации, требует универсальных принципов механизма использования институциональных форм поддержки (табл. 3.1).

Таблица 3.1 – Универсальные принципы формирования адаптивной предпринимательской культуры

Рациональный агент	Стадия жизненного цикла	Универсальный принцип
Государство	<i>рождение</i>	Регистрация нового бизнеса беспрепятственно и в кратчайший срок по принципу единого окна
	<i>рост</i>	Сокращение бухгалтерской отчетности предпринимательских структур
	<i>зрелость</i>	Поддержка хозяйствующих субъектов посредством грантов, тендеров, бесплатных выставочных комплексов
	<i>снижение активности</i>	Формирование профессиональных управленческих компетенций, генерация новых видов бизнеса и развитие нового, привлечение инвестиций
	<i>прекращение бизнеса</i>	Содействие официальной ликвидации бизнеса без разрушительных управленческих решений
Предпринимательская структура	<i>рождение</i>	Легитимная деловая активность и социальная ответственность с самого начала предпринимательской деятельности, выполнение обязательств перед контрагентами в срок
	<i>рост</i>	Подбор персонала, обладающего компетенциями, необходимых для эффективного выполнения возложенных на него функций
	<i>зрелость</i>	Повышенная клиентоориентированность
	<i>снижение активности</i>	Сохранение организационной и корпоративной культуры
	<i>прекращение бизнеса</i>	Предприниматели должны быть компетентны в выполнении функции прекращения предпринимательской деятельности, равно как и в выполнении других профессиональных функций

Рациональный агент	Стадия жизненного цикла	Универсальный принцип
Институт поддержки предпринимательства	<i>рождение</i>	Деятельность, в первую очередь направленная на устойчивое развитие нового бизнеса
	<i>рост</i>	Консультации по юридическим, налоговым, бухгалтерским, маркетинговым и иным вопросам
	<i>зрелость</i>	Способствование экспортноориентированной деятельности, открытию филиалов и представительств как в России, так и за рубежом
	<i>снижение активности</i>	Предложение резидентам новых видов бизнеса, снижение арендных ставок, поиск клиентов
	<i>прекращение бизнеса</i>	Бесплатная юридическая помощь по беспрепятственной ликвидации бизнеса / банкротству / продаже
Общество	<i>рождение</i>	Поддержка семьи, друзей, коллег на стадии устойчивого развития бизнеса
	<i>рост</i>	Положительное восприятие лояльных клиентов к той или иной предпринимательской структуре
	<i>зрелость</i>	Взаимовыручка и взаимоподдержка коллег-предпринимателей
	<i>снижение активности</i>	Сохранение позитивного отношения к предпринимателям, ментальная поддержка предпринимательства
	<i>прекращение бизнеса</i>	Сохранение персонального положительного имиджа ликвидирующегося предпринимателя в глазах общественности
Система образования	<i>рождение</i>	Генерация бизнес-идей для стадии стартапа
	<i>рост</i>	Навыки делового общения, маркетинговых коммуникаций, учета и анализа
	<i>зрелость</i>	Профессиональные предпринимательские компетенции для устойчивого развития бизнеса
	<i>снижение активности</i>	Антикризисное управление, риск-менеджмент
	<i>прекращение бизнеса</i>	Реализация образовательной компетенции «прекращение предпринимательской деятельности»

Источник: составлено автором.

Фактор образования для формирования предпринимательской культуры является, по нашему мнению, одним из основополагающих, поскольку культура как социальное явление закладывается на сознательном уровне, начиная со школьного возраста. Управление собственным бизнесом включает следующие стадии профессиональной деятельности предпринимателей:

- вхождение в бизнес, в том числе его обоснование, создание и доведение до состояния конкурентной устойчивости;
- ведение и развитие бизнеса в период его конкурентной устойчивости;
- прекращение участия в бизнесе, которое сопровождается выходом из него с закрытием бизнеса или передачей его в новые руки.

Стадии профессиональной деятельности предпринимателей по управлению собственным бизнесом, как мы показали в таблице 3.1, обуславливаются стадиями жизненного цикла предпринимательской деятельности. Однако они не всегда совпадают полностью. В тех случаях, когда вхождение предпринимателей в бизнес сопровождается его созданием, управление собственным бизнесом охватывает рассмотренные нами стадии. Иногда предприниматели сразу вступают в конкурентно устойчивый бизнес (стадию зрелости). В этих случаях их карьера складывается иначе: персональный старт в бизнесе не сопровождается участием в рождении и росте хозяйствующего субъекта. На стадии рождения предприниматели выбирают подходящее направление предпринимательской занятости и становятся владельцами (совладельцами) бизнеса. Часто они выполняют при этом функции по созданию собственного бизнеса. На стадии роста их функциями становятся ведение и развитие этого бизнеса.

На разных стадиях профессиональной деятельности предприниматели по-разному управляют собственным бизнесом. В любом случае им приходится решать задачи, связанные с персональным вхождением в бизнес, ведением и развитием бизнеса и прекращением участия в нем.

Специфические особенности присущи стадии прекращения участия предпринимателей в бизнесе. Предприниматели могут выходить из бизнеса по завершению бизнес-проекта и его закрытию, но могут сделать это, продав или

передав безвозмездно бизнес его новым владельцам. В первой главе мы отмечали, что стадия прекращения бизнеса является одной из самых сложных задач для предпринимателя, а институциональные формы поддержки и государство не оказывают благоприятного влияния на решение проблемы прекращения предпринимательской деятельности. Форсайт-анализ, представленный во второй главе, подтвердил данный тезис. Добровольный и вынужденный выход предпринимателей из собственного бизнеса обусловлен причинами, которые представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Причины прекращения предпринимательской деятельности

Добровольный выход	Вынужденный выход
Решение прекратить занятие предпринимательством в пользу работы по найму;	Недобросовестное поведение конкурентов;
Завершение бизнес-проекта или ряда бизнес-проектов, сопровождаемое нежеланием входить в новые бизнес-проекты;	Недобросовестное поведение органов власти и управления;
Решение выйти из бизнеса после успешного окончания процедуры учреждения компании или завершения стартапа;	Негативное влияние общества, в том числе членов семьи;
Окончательный уход на пенсию, по состоянию здоровья и иным подобным причинам;	Роковое стечение обстоятельств.
Признание отсутствия профессиональных предпринимательских компетенций;	
Решение о переходе в состав учредителей другой компании на фоне невозможности продолжения деятельности с прежним коллективом или ввиду несогласия с политикой компании;	
Невозможность обеспечить получение доходов на приемлемом уровне;	
Невозможность профессионального самовыражения и получения признания со стороны общества;	
Желание получить дивиденды и отойти от дел компании;	
Признание осуществляемой деятельности неподходящим делом;	
Желание отказаться от выполнения обязательств.	

Источник: составлено на основе учебника Рубина Ю.Б. Управление собственным бизнесом / Ю.Б. Рубин. – М.: МФПУ «Синергия», 2016. – гл. 14.

Таблица 3.2 свидетельствует об отсутствии механизмов по сокращению выхода предпринимателей из бизнеса. В этой связи необходимы конкретные управленческие действия со стороны государства / института поддержки для

преодоления негативных последствий прекращения предпринимательской деятельности (таблица 3.3).

Таблица 3.3 – Управленческие действия по сокращению выхода предпринимателей из бизнеса

Форма прекращения предпринимательской деятельности	Рациональный агент	Управленческое действие
Добровольный выход предпринимателей из бизнеса	Государство, общество, институт поддержки, организации малого и среднего бизнеса	Необходимо убедить собственника бизнеса в рациональном анализе ситуации и принятии управленческого решения в сторону сохранения бизнеса, поскольку в данном случае на решение влияют, в первую очередь, финансовые и психологические факторы
Вынужденный выход предпринимателей из собственного бизнеса	Государство, общество, организации малого и среднего бизнеса	Снизить оказываемое давление на собственника бизнеса, в том числе со стороны членов семьи, коллег, друзей
Перевод бизнеса в новые руки	Государство, институт поддержки, организации малого и среднего бизнеса	Безвозмездная передача бизнеса новым владельцам; прямая продажа бизнеса (дивестиция); продажа посредством публичного размещения акций фирмы (IPO)
Добровольная ликвидация фирмы	Государство, общество, институт поддержки, организации малого и среднего бизнеса	Беспрепятственная реализация имущества и других ресурсов компании, обязательств перед контрагентами, сохранение персонального положительного имиджа, юридическая помощь со стороны институтов поддержки
Безвозмездная передача бизнеса в новые руки	Государство, организации малого и среднего бизнеса	Законная и в кратчайший срок передача бизнеса по наследству, в порядке дарения и в порядке раздела имущества или в ином порядке по решению суда
Банкротство	Государство, организации малого и среднего бизнеса	Сокращение этапов рутинной процедуры банкротства, законное соблюдение судебных процедур арбитражными управляющими (наблюдение, внешнее управление, конкурсное производство, мировое соглашение). В идеальном случае – финансовое оздоровление

Источник: составлено автором.

Возвращаясь к теории жизненных циклов предпринимательских структур, графически представим бизнес-стадии, чтобы обозначить ключевые проблемы предпринимательской деятельности, возникающие на определенном этапе (рисунок 3.1).

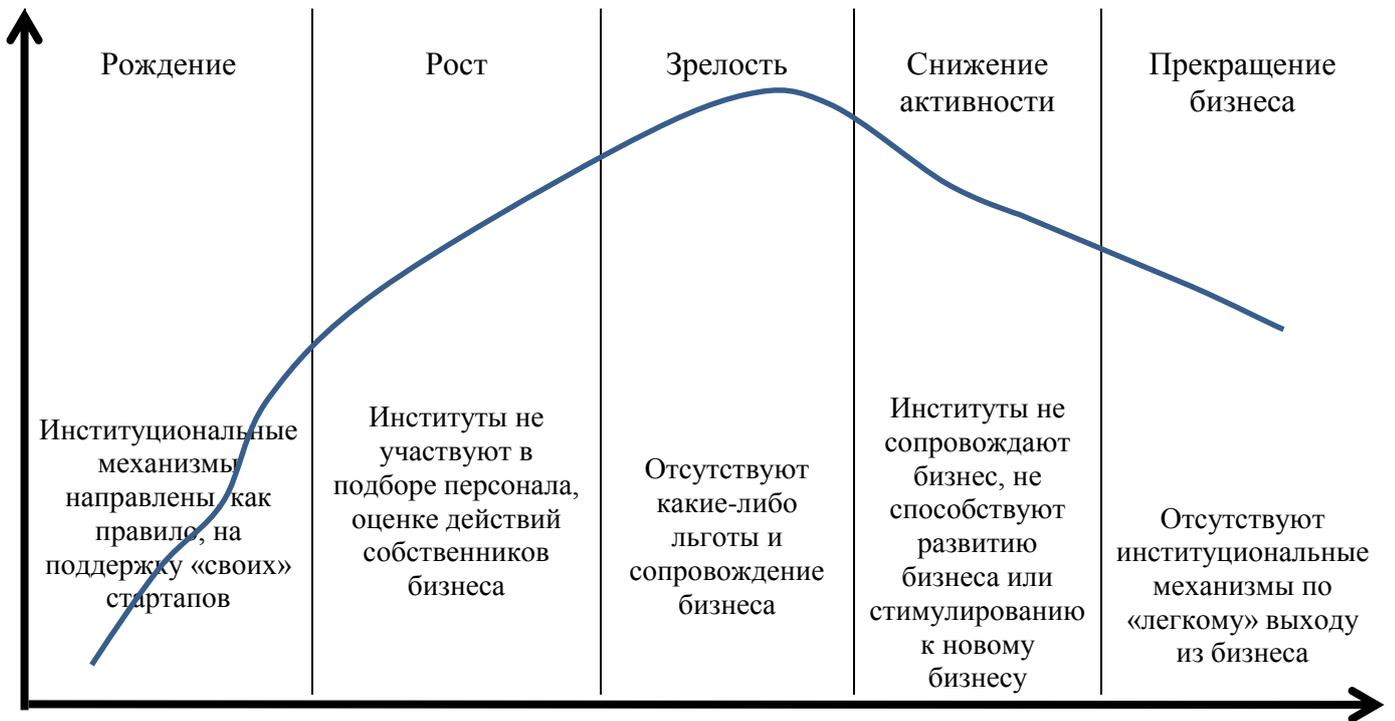


Рисунок 3.1 – Ключевые проблемы предпринимательской деятельности, возникающие на определенном этапе жизненного цикла организации

Источник: составлено автором.

Поясним, что ключевые проблемы предпринимательской деятельности интерпретированы в контексте участия инфраструктуры поддержки в устойчивом развитии хозяйствующих субъектов. Иными словами, идеальное участие институтов должно выражаться в бизнес-процессы на каждой стадии жизненного цикла хозяйствующего субъекта, в результате чего будет «выращен» эффективный бизнес, у которого будут созданы все условия для выражения социальной ответственности перед государством и обществом, благоприятный деловой климат с контрагентами, корпоративная и организационная культура внутри компании. В широком смысле институты и культурные характеристики развиваются вместе, а формальные законодательные правила и нормы, регулирующие деятельность предпринимательских структур, тесно связаны с системой убеждений в стране. В России отношение к предпринимательству со стороны общества по-прежнему остается негативным. Не формируется позитивный образ предпринимателя, представителя малого и среднего бизнеса

как «реального труженика» и на уровне федеральных и региональных СМИ, включая телевидение и digital-сферу.

Большинство исследований утверждают, что культура может оказывать определенное воздействие, но общее доверие находится под влиянием субъективного восприятия успешности институтов. В этой связи, созданные в России бизнес-инкубаторы, технопарки и иные институциональные формы поддержки предпринимательства призваны заботиться не только о собственном устойчивом развитии, но и решать ключевую народнохозяйственную проблему – повышать предпринимательскую активность обращающихся к ним хозяйствующим субъектам.

В первой главе в рамках анализа Стратегии развития субъектов малого и среднего предпринимательства до 2030 года мы обозначили институты, осуществляющие деятельность по поддержке предпринимателей на территории России. Однако, по мнению респондентов, опрошенных в ходе авторского эмпирического опроса было выявлено, что эффективность деятельности бизнес-инкубаторов / технопарков оценивается на 71-80%. В этой связи необходимо совершенствование управленческих функций институтов поддержки, адресованных на качественное оказание услуг хозяйствующим субъектам.

В таблице 3.4 представлена таблица управленческих действий по трансформации институтов поддержки предпринимательства в соответствии со степенью их участия в повышении предпринимательской активности, что позволяет предпринимательским организациям рационально и адресно использовать институты инфраструктуры, а государству – оценивать эффективность их работы.

Таблица 3.4 – Реальные управленческие действия институциональных форм поддержки предпринимательства в России

Институт поддержки	Управленческое действие
Бизнес-инкубатор	Бизнес-инкубаторы должны аккумулировать фирмы, реально отвечающие потребностям региона, а льготные условия предоставления аренды должны осуществляться не только «на бумаге», но и на практике

Институт поддержки	Управленческое действие
Технопарк	Технопарк должен являть собой единый комплекс обслуживания резидентов с полноценными службами юридического, финансового, маркетингового консалтинга и состоять из профессионалов-консультантов
Венчурный фонд	Венчурные фонды осуществляют поддержку адресно, в основном «знакомым» и сформировавшимся участникам рынка; необходима поддержка значительного количества стартапов, в том числе студенческих и вузовских проектов
Программы поддержки предпринимательства (федеральные, региональные, на муниципальном уровне)	Программы поддержки предпринимательства, в первую очередь, должны отвечать реальным запросам предпринимателей в регионе, информационный охват должен составлять 100% хозяйствующих субъектов
Коммерческие банки	В первую очередь, необходимо сокращение процентных ставок для предпринимателей и сокращение количества документов для получения кредитов
Акционерное общество «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства»	Корпорация должна работать по принципу единого окна через Интернет-портал, где каждый предприниматель мог получить бесплатную и оперативную консультацию по любому вопросу
Институты развития инновационной деятельности, Гранты на науку (РВК, Сколково и другие)	В первую очередь, понимание инновации и ее фильтрация от псевдоинноваций; реальное сопровождение инновационного процесса финансируемого проекта
Акционерное общество «Российский экспортный центр»	Информационный охват интернационализированных глобальных российских компаний, безвозмездное предоставление выставочных площадей, активная маркетинговая политика

Источник: составлено автором.

Таким образом, институциональные формы поддержки предпринимательства должны отвечать реальной ситуации с бизнесом в стране и быть направлены под конкретные задачи развития предпринимательской культуры в соответствии со стадиями жизненного цикла хозяйствующих субъектов. Руководство технопарками и бизнес-инкубаторами должны взять на

себя бизнесомбудсмены, практики-предприниматели, компетентные в вопросах предпринимательства и ориентированные на KPI, а в службах поддержки могут остаться управленцы, являющиеся связующим звеном между государством и институтами: следить за процедурой исполнения в соответствии с прописанными правилами, инструкциями, целевыми программами и законодательством.

3.2 Разработка комплекса адресных институциональных инструментов для повышения предпринимательской культуры

Круг наиболее значимых инструментов, необходимых для развития предпринимательской культуры на макро-, мезо- и микроуровне, в обществе в целом, его распространенность, преимущественная направленность и тип активности, очень широк. Так, ценностями на макроуровне могут выступать конкурентные характеристики рынков, легитимность предпринимательства, преобладающая мотивационная идеология институциональных структур по созданию и поддержке нового бизнеса, эффективная государственная политика.

Общественное восприятие предпринимательства подразумевает позитивное отношение к бизнесу, доверительные отношения при совершении купли-продажи, качество приобретаемых товаров и получаемых услуг. «Если в стране больше людей с предпринимательскими ценностями, в ней будет и больше людей, демонстрирующих предпринимательское поведение»¹. Разный уровень предпринимательской активности объясняется общественными различиями в социальном статусе предпринимателей, вниманием, которое уделяется предпринимательству в образовательной системе, налоговыми стимулами для предпринимательства.

¹ Davidsson P. Culture, structure and regional levels of entrepreneurship // Entrepreneurship and Regional Development. – 1995. – 7. – P. 41-62.

На уровне хозяйствующего субъекта поддержка предпринимательства направлена на создание новых рабочих мест, качественный устойчивый рост существующих предприятий, включающий в себя такие элементы как наличие человеческого, интеллектуального, финансового капитала, качество рабочей силы, технологический потенциал.

В свою очередь, адаптация предпринимательской структуры к внешней среде предполагает формирование стратегии фирмы, целей и инструментов их достижения, системы оценки результатов, механизмов обучения.

Для решения задач внутренней интеграции предпринимательская культура предполагает наличие определенного благоприятного влияния и со стороны межфирменной инфраструктуры предпринимательства. Деловая среда бизнеса и его социальная ответственность формируется на уровне бизнес-единиц, в связи с чем организационная и корпоративная культура должны учитывать положительный характер выполнения работ и качество оказываемых услуг.

На низком уровне находится у предпринимателей доверие к государству, в связи с чем руководители компаний редко обращаются к изучению государственных, региональных и муниципальных программ по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, не обращаются к институциональным формам поддержки вовсе. Однако проблема заключается, в том числе, и в самих технопарках и бизнес-инкубаторах, не выполняющих полноценно возложенные на них обязанности.

На рисунке 3.2 представлен унифицированный комплекс инструментов, направленный на осуществление основополагающих принципов предпринимательской культуры и повышение ее качеств, таких как укрепление и развитие отношений собственности, совершенствование системы управления ресурсами компании, вложение средств в развитие человеческого капитала компании, развитие воспроизводственного и инновационного принципов распределения дохода, повышение степени социальной и экологической ответственности перед обществом.

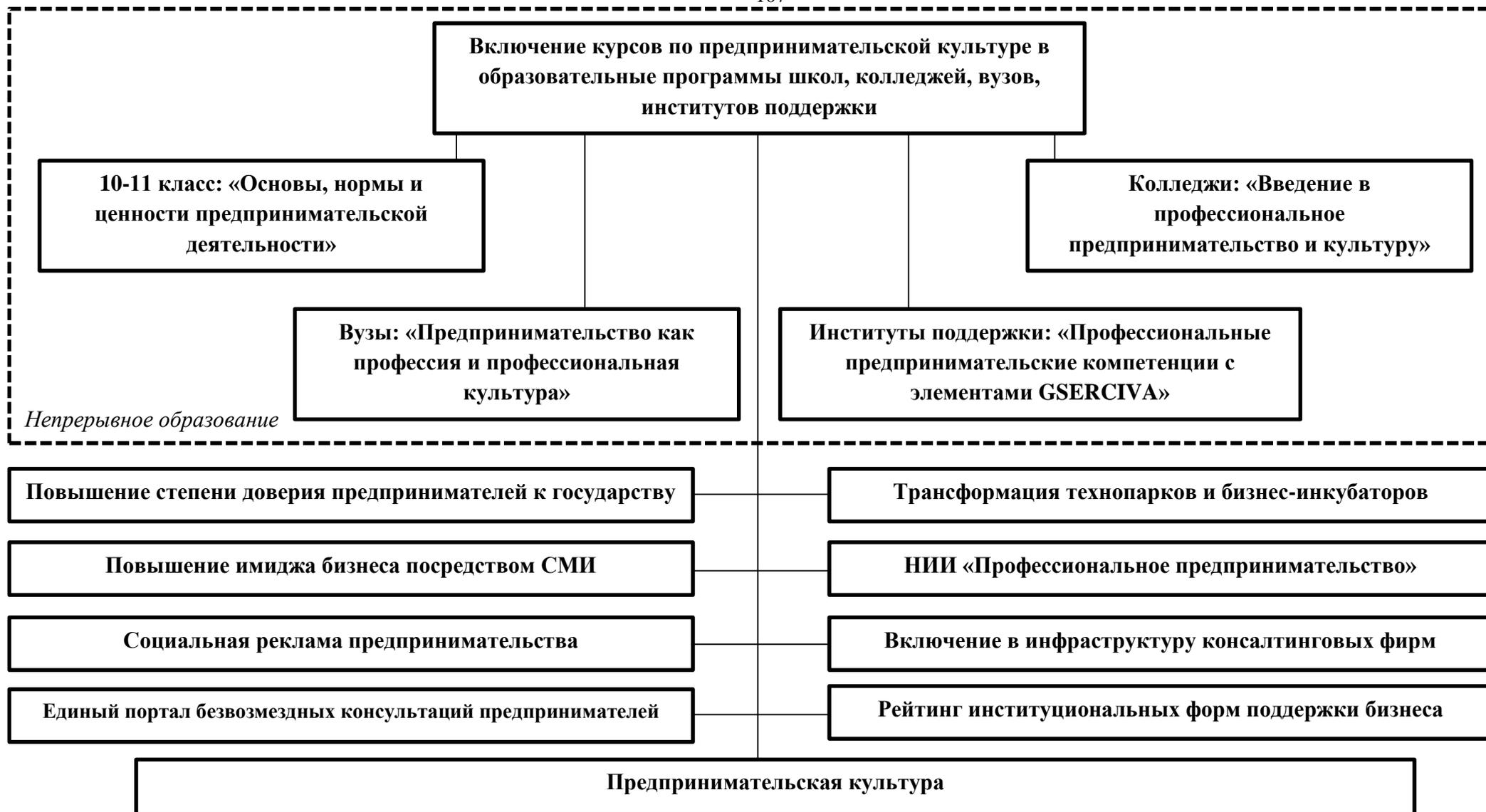


Рисунок 3.2 – Комплекс инструментов, направленных на повышение качества предпринимательской культуры (на основе предложенных ранее авторских принципов формирования предпринимательской культуры)

Источник: составлено автором.

Рассмотрим представленный на рисунке 3.2 комплекс более подробно.

1. По нашему убеждению, предпринимательская культура, в том числе, формирование предпринимательства как профессии, позитивное отношение к предпринимательству, должны закладываться в обществе, начиная с системы среднего общего образования. Для учащихся 10-11 классов может быть внедрен в образовательную программу курс «Основы, нормы и ценности предпринимательской деятельности». Если ученик продолжил обучение в колледже, то у него должны формироваться первые профессиональные предпринимательские компетенции посредством курса «Введение в профессиональное предпринимательство и культуру».

Университетская среда, несмотря на отсутствие федерального государственного образовательного стандарта по предпринимательству, формирует ряд предпринимательских компетенций по направлениям подготовки «Менеджмент» и «Экономика». Однако согласно данным исследования GUESSS (Глобальное исследование предпринимательского духа студентов), порядка 60% опрошенных студентов российских вузов признали, что во время обучения у них не было ни одного курса по предпринимательству вообще, а остальным 40% предлагался лишь один курс по выбору¹. Необходимо обучение предпринимательству по всем направлениям подготовки, в том числе, при подготовке специалистов в сфере государственного и муниципального управления с целью сокращения разрыва между государственными институтами поддержки предпринимательства и потребностями бизнеса.

В настоящий момент «актуальная практика обучения предпринимательству в российских образовательных организациях пока представлена наработками отдельных колледжей и университетов»². Проблема также заключается в том, что предпринимательство в России по-прежнему не является профессией. В 2014-

¹ Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Национальный отчет. Россия 2013/2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_rus.pdf

² Предпринимательское образование в России и за рубежом: история, содержание, стандарты, качество: монография / под общей редакцией Ю.Б. Рубина. – М.: МФПУ Синергия», 2015. – С. 9.

2015 году Национальная ассоциация обучения предпринимательству завершила разработку проектов базовых нормативно-методических материалов, которые могут быть положены в основу образовательных стандартов и/или программ бакалавриата по предпринимательству для российских образовательных организаций.

В 2017 в федеральные государственные образовательные программы среднего профессионального образования было внесено формирование предпринимательской компетенции. Заметим, что формирования только одной предпринимательской компетенции недостаточно. Необходимо создание программ, способных обучить целой системе профессиональных компетенций, учебных центров и институтов, занимающихся обучением предпринимательству. Состоялось также обсуждение проекта Функциональной карты Профессионального стандарта предпринимателя¹, который, в частности, включает следующие обобщенные трудовые функции предпринимателя:

- создание бизнеса;
- ведение бизнеса;
- развитие бизнеса;
- прекращение участия в предпринимательской деятельности и добровольный выход из бизнеса;
- обеспечение выполнения других обобщенных трудовых функций (обеспечение конкурентоспособности и конкурентной устойчивости собственного бизнеса; обеспечение безопасности собственного бизнеса; обеспечение маркетинга результатов и ресурсов собственного бизнеса; обеспечение правовой дисциплины внутри собственного бизнеса).

Отметим, что в профессиональном стандарте предпринимателя присутствуют такие трудовые действия как «формирование внутрифирменной (организационной) культуры бизнес-единицы», «обеспечение положительного психологического климата в коллективе бизнес-единицы», «построение

¹ Профессиональный стандарт предпринимателя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruace.ru>

внутреннего и внешнего имиджа бизнес-единицы», «построение положительного запоминающегося бренда новой ценности», «выполнение социальных и иных договорных обязательств», «обеспечение выполнения обязательств перед государством и обществом» и другие. Таким образом, определенные действия по формированию профессиональных предпринимательских компетенций ведутся. На наш взгляд, с целью формирования знаний, умений и навыков в вузах необходима работа в формате «learning by doing», в том числе посредством работы с кейсами на тему предпринимательской культуры и бизнес-этики.

2. Необходима трансформация технопарков и бизнес-инкубаторов по принципу западных университетов и с обеспечением предпринимателей закрепленных за ними функциями. Формирование предпринимательской культуры предполагает обучение культуре самих сотрудников институциональных форм поддержки, в том числе с помощью курса «Профессиональные предпринимательские компетенции с элементами GSERCIVA».

3. В число институтов поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства может быть включен консалтинг как вид предпринимательской деятельности, основанный на оказании профессиональной помощи предпринимателям по различным вопросам хозяйственной деятельности. Однако консалтинг в данном случае должен быть высококвалифицированным и отвечать потребностям предпринимателей. В этой связи, подготовка консультантов также будет осуществляться посредством системы профессионального образования.

4. Для государственных и региональных органов власти, органов местного самоуправления, предприниматели выступают в качестве объектов управления и регулирования, надзора за соблюдением законодательства, контроля соблюдения прав потребителей и наемных работников, а также как источник поступления налогов и иных финансовых средств в федеральный бюджет, региональные и местные бюджеты. По мнению государственных органов, в отсутствие такого контроля или при его ослаблении предприниматели, преследующие, по их

мнению, корыстные интересы, немедленно превратятся в мощную негативную силу по отношению к обществу. Одновременно во многих странах с рыночной экономикой государство официально поддерживает, защищает предпринимательство и стимулирует его развитие. Для того чтобы доверие у предпринимателей к государству было высоким, государственная политика должна основываться на отношении к предпринимателям как к одному из основных источников развития экономики и общества.

5. В европейских странах и США позитивное восприятие бизнеса и предпринимательства заложено не только в ментальности общества, но и в различных теориях (теории общества всеобщего благосостояния¹, государства всеобщего благоденствия²). В России романтические представления о бизнесе практически никогда не были популярными. Распространение критических представлений о предпринимательстве является слабым влиянием науки на общественное сознание или ее неспособности ответить на важные вопросы, волнующие простых людей. В этой связи, спустя четверть века становления российского предпринимательства, настало время наконец осознать, что предпринимательство оказывает влияние на устойчивое развитие российской экономики. Важность данного факта должна подчеркиваться посредством федеральных, региональных и муниципальных СМИ. Программы поддержки предпринимательства должны включить расходы бюджета на специализированные ТВ-программы, имиджевые статьи, Интернет-порталы с историями успеха предпринимателей.

6. Необходим запуск комплекса социальной рекламы, акцентирующей внимание на позитивном образе предпринимательства. Социальная реклама должна включать такую информацию, как:

¹ Благосостояние для всех достигается с помощью справедливого распределения жизненных благ между членами общества. Государство тем самым несет ответственность перед всеми членами общества одновременно. Люди, занимающиеся бизнесом на благо друг друга, совместно и целенаправленно способствуют укреплению и развитию национальной экономики.

² Теория государства всеобщего благоденствия считает перераспределение богатств и установление равенства с помощью реформ в сферах социального страхования, налогового обложения, трудового законодательства, занятости, заработной платы, цен главными заботами государства в условиях почти полного отсутствия социальных конфликтов и противоречий.

- статистика предпринимательства;
- влияние предпринимательской деятельности на макроэкономические показатели;
- формы поддержки предпринимательства;
- региональные и муниципальные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства на соответствующей территории;
- яркие представители бизнеса в регионе или муниципальном образовании;
- слоганы, характеризующие положительные качества предпринимателей, социальную ответственность и деловую активность бизнеса.

7. Создание НИИ «Профессиональное предпринимательство», целью которого будет являться поддержка резидентов технопарков и бизнес-инкубаторов. В состав НИИ войдут действующие опытные предприниматели, дипломированные экономисты, которые будут оценивать предпринимательские структуры с точки зрения стадий жизненного цикла и в зависимости от этого направлять бизнес-единицы в соответствующий инфраструктурный блок, где им будет оказаны разработанные специалистами меры поддержки.

8. Для того чтобы государство могло оценивать эффективность работы институциональных форм поддержки, необходимо ввести рейтинг технопарков и бизнес-инкубаторов по количеству реально выращенных устойчиво развитых предпринимательских структур.

9. Единый портал безвозмездных консультаций предпринимателей, который будет оказывать консультации предпринимателям по следующим вопросам:

- регистрация бизнеса;
- право собственности, в том числе интеллектуальной;
- бухгалтерский учет;
- вопросы налогообложения;
- финансовый консалтинг;
- управленческий консалтинг;

- маркетинговый консалтинг;
- разработка бизнес-плана;
- подбор персонала;
- юридические консультации;
- генерация новых бизнес-идей;
- коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности.

Соответственно, финансирование портала необходимо осуществлять из средств федерального бюджета, а консультантами будут выступать специалисты, обладающие профессиональными компетенциями в соответствующей отрасли знаний. Портал будет работать по принципу единого окна.

Таким образом, формирование предпринимательской культуры в России невозможно без участия каждой из заинтересованных сторон: государство призвано осуществлять контроль над легитимностью предпринимательской деятельности и осуществлять финансирование целевых программ по развитию бизнеса. Обществу необходимо осознать, что предприниматели создают новые рабочие места, оказывают услуги населению, выполняют определенные виды работ. Иными словами, они осуществляют предпринимательскую функцию, без которой невозможно воспроизводство экономических процессов. Сами хозяйствующие субъекты должны повысить свою социальную ответственность и добросовестную деловую активность, поскольку конкурентные позиции предпринимательских структур в синергии благоприятно влияют на устойчивое развитие экономики в целом. Следовательно, положительный образ предпринимателя сможет повысить позитивное отношение к бизнесу как со стороны общества, так и со стороны государства.

3.3 Оценка эффективности механизмов влияния инфраструктуры поддержки на формирование предпринимательской культуры

Оценка эффективности институтов поддержки малого и среднего бизнеса в условиях неустойчивого экономического развития, нестабильности макроэкономической и политической ситуации, разрозненного географического месторасположения и ментальных особенностей, не поддается расчету в силу ряда специфичных особенностей культуры. Ответ каждого ученого относительно того, поддается ли культура количественной оценке, зависит от того, как он определяет культуру, а также от его методологических воззрений. Исследователи-полицентристы отмечают, что использование культурных параметров являются лишь формой кросскультурного сравнения; холистический взгляд на культуру исключает возможность анализа, который проводится в ходе исследования ценностей; сторонники интерпретативного подхода считают исследования ценностей упрощенными и не отражающими сложную реальность.

Чтобы измерить такое явление, как предпринимательская культура, необходимо вначале понять индивидуальные характеристики предпринимателей, поскольку принято считать, что у предпринимателей иные системы ценностей. В этой связи любое понимание предпринимательской культуры начинается с осознания того, кто такой предприниматель. Предпринимательская культура связывается с агрегированными экономическими результатами, такими как рост или уровень предпринимательской деятельности.

На сегодняшний день не проводилось масштабных эмпирических исследований для оценки предпринимательской культуры и соотнесения ее с экономическим развитием, не считая Индекса мотивации к достижениям, разработанного Д. Макклелландом, индекса «благоприятного отношения» Морриса и Адельмана, а также ряда эмпирических исследований, посвященных отношению к предпринимательству.

При исследовании предпринимательских черт возникают как минимум две крупные методологические проблемы. Во-первых, важно разделять мотивы открытия собственного бизнеса и общую систему ценностей предпринимателей. Во-вторых, взяв выборку предпринимателей и сравнивая их разные мотивы начать свое дело, необходимо разграничивать собственников бизнеса и наемных работников, поскольку возникнет проблема эндогенности на уровне индивида, так как неизвестно, повлияло ли на систему ценностей предпринимателя его решение основать собственный бизнес.

Д. Макклелланд¹ показал, что предпринимательское поведение может быть связано с такими характеристиками, как высокая потребность в достижениях, умеренная склонность к риску, предпочтение энергичной и/или новаторской деятельности и тенденция принимать личную ответственность за успех или провал. Г. Брандштеттер² изучал австрийских предпринимателей и обнаружил, что такие черты, как склонность рисковать, экстраверсия, стремление к социальному признанию и готовность к переменам, встречаются значительно чаще среди предпринимателей, чем среди остального населения Австрии. Сравнивая менеджеров предпринимателей, Э. Фагенсон³ обнаружил, что у этих двух групп разные системы ценностей. В отличие от менеджеров предприниматели хотят свободно реализовывать свой потенциал и добиваться успеха. Р. Брокхаус⁴ выделяет три признака, стабильно ассоциирующиеся с предпринимательским поведением: потребность в достижениях, внутренний локус контроля и склонность к риску. Д. Секстон⁵ приходит к выводу, что предпринимателям необходима автономность и доминирующее положение.

¹ McClelland D. *The Achieving Society*. Princeton. – New York: Van Nostrand, 1961.

² Brandstatter H. *Becoming an entrepreneur – a question of personality structure?* / *Journal of Economic Psychology*. – 18. -1997. – P. 157-177.

³ Fagenson E.A. *Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers* // *Journal of Business Venturing*. – 1993. – №8. – P. 409-430.

⁴ Brockhaus R.H. *The psychology of an entrepreneur*, in C.Kent, D.L.Sexton and K.H. Vesper. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982. – P. 39-56.

⁵ Sexton D.L. *The entrepreneur: a capable executive and more* / *Journal of Business Venturing*, 1985. – P. 129-140.

Э. Челл¹ связывает с предпринимательством такие черты, как оппортунизм, новаторство, креативность, воображение, неутомимость и стремление действовать с опережением, и считает предпринимателей агентами с движущей силой. Сравнивая канадских предпринимателей с канадскими топ-менеджерами, решившими не начинать собственного дела, Р. Амит² обнаружил, что богатство и его достижение были для предпринимателей не так важны, как власть, миссия, лидерство и независимость.

Очевидно, что личные качества – важные, но не абсолютные детерминанты предпринимательского поведения. Экономическая обстановка, семейная история, профессиональный опыт, организаторский опыт, социальные связи, национальная культура и черты характера – все эти факторы влияют на возможность того, что человек поведет себя как предприниматель³.

Предпринимательская культура на уровне собственного бизнеса (субъекта малого и среднего предпринимательства) формируется на базе корпоративной и организационной культуры. Например, возьмем работника определенной компании. Компания может поощрять такой процесс, в результате которого принадлежность к компании превращается в отчетливую корпоративную культуру с собственными нормами, символами и значениями. В результате этого ощущение работника, что он принадлежит к фирме, крепнет: теперь оно включает не только трудовой договор, но и набор общих для всех сотрудников смыслов, норм и символов, который лоялизирует работника к компании. По мнению Г. Хофстеде⁴, «культура – это не личность особо крупного размера; культуры формируются путем взаимодействия разных личностей, как конфликтующих, так и дополняющих друг друга, которые создают целое, намного превосходящее сумму своих частей».

¹ Chell E. *The Entrepreneurial Personality: concepts, cases and categories*. – London, Routledge, 1991.

² Amit R.K. Does money matter? Wealth attainment as the motive for initiating growth oriented ventures / *Journal of Business Venturing*. – 2001. - №16. – P. 119-143.

³ Rauch A. Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings / *International Review of Industrial and Organizational Psychology*. – Chichester: Willey, P. 101-142.

⁴ Hofstede G. *Culture`s Consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. – Beverly Hills, CA: Sage Publications, 2001. – P. 463.

Формирование организационной культуры и, как следствие, культуры предпринимательской, в первую очередь, происходит в организации под влиянием топ- и мидл-менеджмента; затем распространяется на лоу-менеджмент и иных сотрудников компании. В этой связи, именно наличие профессиональных предпринимательских компетенций у собственников бизнеса является базисом формирования предпринимательской культуры на уровне хозяйствующего субъекта и, как следствие, лояльность к компании со стороны клиентов и контрагентов. С другой стороны, разрыв с другими компаниями увеличивается, поскольку у них отчетливо другие культуры. Однако культура может положительно влиять на внутрикорпоративную предпринимательскую деятельность, которая затем позволяет повысить эффективность уже существующих фирм и их социальную ответственность.

Анализ научной литературы оценке эффективности организационной культуры позволил выявить три метода: аналитический, статистический и экспертный. В первом случае проводится прямой эксперимент, который позволяет сделать замеры первоначальных экономических показателей работы компании, провести ряд мероприятий, направленных на развитие корпоративной культуры организации, а затем оценить изменения экономических показателей. Недостаток данного метода заключается в том, что образуется долговременный лаг, не дающий оперативного получения результата. Помимо этого, в момент исследования компания будет подвержена влиянию внешних и внутренних факторов, последствия которых сложно исключить, что в итоге влияет на чистоту эксперимента.

Экспертный метод заключается в оценке весомости (значимости с точки зрения влияния на эффективность работы организации) каждого элемента организационной культуры. Исходя из финансовых показателей деятельности компании и весомости организационной культуры, исчисляется ресурсоотдача каждого из ее элементов. Сложность экспертной оценки заключается в необходимости подбора квалифицированных, знающих конкретную организацию экспертов, а также методического обеспечения со стороны исследователей.

Статистический метод определения эффективности организационной культуры предприятия основан на анализе культуры успешных фирм и выявлении ведущих ценностей.

Одной из типовых методик оценки эффективности культуры является методика оценки организационной культуры предпринимательства, разработанная Л.С. Савченко¹. Автор предлагает концепцию ситуационной балльной оценки. Эффективности использования каждой в отдельности характеристики организационной культуры экспертами присваивается определенный балл (от 1 до 5). Далее все баллы суммируются.

$$I = \sum I = I_1 + I_2 + I_3 + I_4 + \dots + I_n, \quad (1)$$

где I – характеристика организационной культуры;

n – количество характеристик, подлежащих рассмотрению.

Коэффициент влияния организационной культуры² (Квл) на эффективность работы компании определяется по формуле:

$$\text{Квл} = I / 5n. \quad (2)$$

При этом, автор методики отмечает, что при оценке организационной культуры нельзя исключать введение нового существенного фактора, влияющего на деятельность компании. Поскольку при проведении исследования невозможно уделить внимание абсолютно всем аспектам, из всего многообразия характеристик организационной культуры предлагается принимать в расчет шесть наиболее значимых: стратегические акценты; подбор кадров и их продвижение; стиль управления; структура организации; система стимулирования; процессы, протекающие в организации.

На основе вышеизложенного и опираясь на методологию проводимого исследования, оценку институтов поддержки в целом можно осуществлять только инструментами форсайт-анализа, поскольку, интерпретируя тезис

¹ Савченко Л.С. Оценка эффективности организационной культуры предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2005. – №12. – С.41-48.

² Если в организации все выбранные для анализа показатели организационной культуры были оценены на пять баллов, то коэффициент влияния данной культуры равен 1. Это будет означать, что в организации создана такая культура, которая наилучшим образом способствует процветанию и росту эффективности данной организации.

А. Грейфа¹, «наблюдаемые институциональные элементы, такие как культура, могут систематически различаться в разных обществах и напрямую влиять на эффективность институтов. Два разных общества с одинаковыми формальными правилами, определяющими права собственности, столкнутся с совершенно разными объемами инвестиций, если в них будут царить разные убеждения относительно реализации этих прав».

Например, иностранные компании работают в благоприятной среде, их трудно сравнивать с теми компаниями, которые такой среды не имеют. В России наблюдается пятиэтажная экономика: первый этаж – международные компании, второй – крупные российские компании, третий – государственные корпорации, четвертый – средние компании, которые работают в достаточно конкурентной среде, и последний – малый и средний бизнес в регионах, часто ориентированный на местную бизнес-среду. «Чем дальше, тем ситуация хуже. Здесь развитие может быть связано с тем, чтобы из пяти этажей сделать три или два. Понятно, что тяжело создать одноэтажную экономику, но стремиться к этому надо»².

В свою очередь, с целью приращения научного знания, нами разработана авторская методика оценки эффективности институциональных форм поддержки предпринимательства. Ее суть заключается в следующем: компоненты предпринимательской культуры G, S, E, R, C, I, V, A рассматриваются через функцию дизъюнкции, состоящей из восьми операндов. Согласно закону булевой алгебры конечный результат равен наибольшему операнду. Иными словами, механизмы влияния инфраструктуры поддержки (со стороны государства, общества, институциональных форм поддержки, собственников самого бизнеса) на развитие предпринимательской культуры можно считать эффективными, когда все операнды будут достигать значения максимального операнда. В таблице 3.5 обратимся к оценкам компонент предпринимательской культуры, полученных в результате форсайт-анализа.

¹ Грейф А. Институты и путь к современной экономике. Уроки средневековой торговли. – М.: Изд. Дом ВШЭ, 2013. – С. 48-49.

² Праздничных А. Пятиэтажная экономика // Экономические стратегии. – 2008. – №1. – С. 90-95.

Таблица 3.5 – Дизъюнкция операнд предпринимательской культуры с целью оценки эффективности механизмов влияния инфраструктуры поддержки

Компоненты Стадии жизненного цикла	Government		Supervisory		Environment		Responsibility		Competence		Innovation		Values		Attitude		R GSERCIVA	I GSERCIVA
	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I	R	I		
Рождение (1)	9,2	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	8,2	10,0	6,0	10,0	8,2	8,0	7,8	8,0	3,0	10,0	10,0	10,0
Рост (2)	8,2	10,0	8,2	10,0	8,0	8,0	8,8	10,0	6,2	10,0	8,2	8,0	8,2	8,0	3,0	8,0	8,8	10,0
Зрелость (3)	6,4	8,0	5,4	8,0	8,0	8,0	9,0	8,0	7,6	10,0	2,8	8,0	9,2	8,0	8,0	8,0	9,2	10,0
Снижение активности (4)	2,8	8,0	5,4	8,0	5,8	10,0	6,8	8,0	7,2	10,0	0,0	8,0	8,6	8,0	0,8	10,0	8,6	10,0
Прекращение бизнеса (5)	0,0	10,0	2,4	8,0	0,6	8,0	0,0	8,0	7,2	10,0	0,0	8,0	8,0	8,0	0,0	10,0	8,0	10,0

Источник: составлено автором.

I GSERCIVA и R GSERCIVA в таблице 3.5 отражают максимальное значение операнда ожидаемой и реальной предпринимательской культуры на определенной стадии жизненного цикла хозяйствующего субъекта. Соответственно, зеленым/бледным цветом в таблице выделены компоненты, достигающие максимального показателя; красным/ярким – которые не достигают итогового результата.

Отметим, что показатель R GSERCIVA на каждой стадии жизненного цикла достигается только одной компонентой предпринимательской культуры и во всех случаях она равна R GSERCIVA. В свою очередь, I GSERCIVA на разных этапах функционирования будет отличаться. Так, на стадии рождения максимального значения операнда достигают 6 из 8 компонент; на стадии роста – 4; на стадии зрелости – 1; на стадии снижения активности – 3; на стадии прекращения бизнеса – 3.

Данная методика была апробирована на примере ООО «Творческое производственное объединение «АртГЦ» (1), ООО «Космецевтический инкубатор» (2). Рассчитанный R GSERCIVA представлен в таблице 3.6.

Стадия жизнен- ного цикла	Организация 1								R GSERCIVA 1	Организация 2								R GSERCIVA 2
	G	S	E	R	C	I	V	A		G	S	E	R	C	I	V	A	
Рождение	6	6	8	6	6	9	2	2	9	9	10	10	10	8	8	7	4	10
Рост	8	8	6	6	8	9	4	4	9	8	8	8	6	6	8	8	3	8
Зрелость	x	x	x	x	x	x	x	x	x	6	8	8	8	8	4	8	8	8
Сниже- ние актив- ности	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Прекра- щение бизнеса	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Источник: составлено автором.

Таким образом, представленная методика позволяет наглядно идентифицировать компоненты, которые с целью формирования предпринимательской культуры необходимо развивать в первую очередь. Подобного рода оценка эффективности может быть применима и использована для количественного и качественного анализа различных составляющих предпринимательской деятельности.

Выводы по третьей главе

На основе проведенной оценки возможностей инфраструктурных форм поддержки по воздействию на развитие элементов адаптивной предпринимательской культуры и степени влияния институциональных форм поддержки на развитие предпринимательской культуры, определены универсальные принципы формирования адаптивной предпринимательской культуры для различных категорий рациональных агентов на всех стадиях жизненного цикла организации.

Предложен комплекс инструментов, направленных на повышение качества предпринимательской культуры. Он предполагает:

- непрерывное обучение предпринимательству как профессии, затрагивая вопросы предпринимательской культуры. Сам курс будет являться базой для формирования предпринимательской культуры в России;
- трансформацию деятельности институциональных форм поддержки предпринимательства, включая введение рейтинга технопарков и бизнес-инкубаторов с целью контроля со стороны государства за эффективностью их деятельности; включение в инфраструктуру поддержки консалтинговых фирм;
- открытие единого портала по поддержке и консультированию предпринимателей;

– социальную рекламу предпринимательства с целью создания положительного образа предпринимателя среди общественности, в том числе посредством Digital-инструментов;

– создание НИИ «Профессиональное предпринимательство», сотрудниками которого будут являться специалисты в области бизнеса, способные осуществлять консультации предпринимательским структурам на разных этапах жизненного цикла организации;

– повышение социальной ответственности бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленном научном исследовании определена степень воздействия инфраструктуры поддержки предпринимательской деятельности на предпринимательскую культуру и сформирован комплекс инфраструктурных инструментов повышения ее качества.

Теоретически обоснованы возможности использования инфраструктуры поддержки для развития предпринимательской культуры. Посредством генезиса российского предпринимательства выявлено, что отсутствие предпринимательской активности в период социалистического строительства привело к стагнации предпринимательской культуры и бизнеса в целом. В свою очередь, сама культура подвержена политическим, экономическим, ментальным, религиозным, историческим, географическим аспектам институциональной среды. В исследовании показано, что само понятие предпринимательской культуры как в России, так и за рубежом, не сформировано, в связи с чем автор с данным понятием связывает комплекс элементов, направленных на формирование бизнес-среды с благоприятной культурой с целью развития деловой активности на микро- (уровне хозяйствующего субъекта), мезо- (между партнерами/контрагентами и на уровне региона) и макроуровне (на уровне государства).

Используя теорию жизненного цикла предпринимательской организации, автором сформулированы:

– особенности предпринимательской культуры на различных этапах функционирования компании (рождение, рост, зрелость, снижение активности, прекращение бизнеса) через призму комплекса элементов предпринимательской культуры: принципы отношения к собственности, управление ресурсами, отношение к собственному и наемному человеческому капиталу, отношение к

доходу и принципам его распределения, отношения к социальной ответственности, реализуемые принципы деловой этики (с. 28-34);

– соотношение принципов использования институциональных инструментов для аддитивной предпринимательской культуры (с. 45-49);

– универсальные принципы механизма использования институциональных форм поддержки (с. 97-98).

Сформирован комплекс аналитических средств для оценки степени воздействия инфраструктурных институтов на состояние предпринимательской культуры, состоящий из пяти этапов:

– диагностика составляющих элементов предпринимательской инфраструктуры поддержки и их имплементация на разных стадиях жизненного цикла с учетом комплекса элементов предпринимательской культуры;

– формирование компонентов комплекса адаптивной предпринимательской культуры, к которым автор относит: государственную поддержку, оптимальную контрольно-надзорную деятельность, благоприятную деловую среду, социальную ответственность бизнеса, наличие профессиональных предпринимательских компетенций, поддержку инновационной деятельности, нормы и ценности корпоративной культуры, позитивное отношение общества к предпринимательству;

– выявление качественного и количественного состояния каждой из компонент предпринимательской культуры на этапах жизненного цикла организации с помощью опроса и определение положительных и отрицательных детерминант;

– определение отношения субъектов малого и среднего предпринимательства к возможностям использования институциональных форм поддержки с помощью форсайт-анализа;

– анкетирование руководителей технопарков и бизнес-инкубаторов на предмет их возможности поддержки предпринимательских структур.

Разработанный комплекс оценки был апробирован посредством форсайт-анализа и опроса руководителей технопарков / бизнес-инкубаторов; анкетирования резидентов данных институтов поддержки. Эмпирическое исследование показало, что 56,2% респондентов – субъектов малого и среднего предпринимательства признали факт отсутствия предпринимательской культуры в России; среди руководителей институтов поддержки данный показатель составил 70%.

В этой связи автором представлен комплекс действий по трансформации институтов поддержки предпринимательства из перечня Стратегии развития субъектов малого и среднего предпринимательства до 2030 года в соответствии со степенью их участия в повышении предпринимательской активности (с.103-104); сформулирован комплекс практических действий, направленный на осуществление основополагающих принципов предпринимательской культуры и повышение ее качеств, который включает: непрерывное обучение предпринимательству как профессии, затрагивая вопросы предпринимательской культуры; трансформацию деятельности институциональных форм поддержки предпринимательства, включая введение рейтинга технопарков и бизнес-инкубаторов с целью контроля со стороны государства за эффективностью их деятельности; включение в инфраструктуру поддержки консалтинговых фирм; открытие единого портала по поддержке и консультированию предпринимателей; социальную рекламу предпринимательства с целью создания положительного образа предпринимателя среди общественности, в том числе посредством Digital-инструментов; создание НИИ «Профессиональное предпринимательство», сотрудниками которого будут являться специалисты в области бизнеса, способные осуществлять консультации предпринимательским структурам на разных этапах жизненного цикла организации (с. 105-113).

Доказано, что оценка эффективности институтов поддержки для повышения социальной ответственности предпринимательских структур может осуществляться только посредством форсайт-анализа. Посредством данного эмпирического метода автор не выявил понимания данной дефиниции среди

российских предпринимателей; нельзя не отметить и упущение данного вопроса институтами поддержки предпринимательства.

Сформированный в результате предложенных механизмов комплекс предпринимательской культуры позволит благоприятно воздействовать как на развитие отдельных компонент предпринимательской деятельности (экономическую и инновационную активность хозяйствующего субъекта, его доходность, налоговую и социальную ответственность, профессиональные качества персонала, устойчивость в условиях фаз жизненного цикла), так и на качество партнерских отношений, ответственность перед обществом и государством. При этом важным фактором становится доверительное отношение к предпринимательству со стороны органов государственной и региональной власти, органов местного самоуправления и трансформация созданной ими инфраструктуры поддержки предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 28.06.2014 г. N 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) // Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70684666/#ixzz4nvOsMfec> (дата обращения: 01.11.2016).

2. Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (последняя редакция) // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/ (дата обращения: 31.07.2016).

3. Федеральный закон от 24.07.2007 г. №209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2016 г.) // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/08b3ecbc9a360ad1dc314150a6328886703356/ (дата обращения: 01.11.2016).

4. Закон СССР от 19.11.1986 «Об индивидуальной трудовой деятельности» (утратил силу) // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/CGI/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=245#0> (дата обращения: 24.05.2016).

5. Закон СССР от 26.05.1988 N 8998-XI «О кооперации в СССР» (с изменениями и дополнениями) (утратил силу) // Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/10103075/#ixzz4nvR3UXb6> (дата обращения: 24.05.2016).

6. Закон СССР от 30.06.1987 N 7284-XI «О государственном предприятии (объединении)» (с изменениями и дополнениями) (утратил силу) // Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/1548535/#ixzz4nvRRznc6> (дата обращения: 24.05.2016).

7. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Стратегия развития субъектов малого и среднего предпринимательства до 2030 года» // Официальный сайт Правительства РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/jFDd9wbAbApXgEiHNaXHvEytq7hfPO96.pdf> (дата обращения: 16.07.2016).

8. Распоряжение Правительства РФ от 26.07.2000 N 1072-р «О Плане действий Правительства Российской Федерации в области социальной политики и модернизации экономики на 2000-2001 годы» (с изменениями и дополнениями) // Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/182378/#ixzz4nvTvjOBv> (дата обращения: 22.03.2016).

9. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года») // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/ (дата обращения: 12.02.2017).

10. Приказ Минэкономразвития России от 23.04.2012 N 223 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2012 году предоставляются субсидии для финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации» // Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70074486/> (дата обращения: 16.07.2016).

11. Аверьянов, Л.Я. Организационная культура управления современных предпринимательских структур / Л.Я. Аверьянов. – М., 2001. – 29 с.
12. Агеев, А.И. Предпринимательство: монография / А.И. Агеев. 4-е изд., расш. и дополн. – М.: Институт экономических стратегий, РУБИН, 2016. – 536 с.
13. Адизес, И. Управление жизненным циклом корпорации / Под науч. ред. А.Г. Сеферяна. – СПб.: Питер, 2007. – 384 с.
14. Адизес, И. Управляя изменениями (+CD) – Сбп.: Питер, 2008. – 224 с.
15. Апресян, Р. Ценностные контраверзы предпринимательства / Р. Апресян // Общественные науки и современность. – 2010. – № 2. – С. 12-15.
16. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Н. Асаул. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. – 336 с.
17. Аузан, А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь / А.Аузан. – М. Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 160 с.
18. Аузан, А.А. Социокультурные коды в экономическом анализе / А.Аузан // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2013. - №1. – С. 173-176.
19. Бегельсдейк, Ш. Культура в экономической науке: история, методологические рассуждения и области практического применения в современности / Ш. Бегельсдейк, Р. Маселанд; пер. с англ. Н.В. Автономовой. – М.: СПб: Изд-во Института Гайдара, 2016. – 464 с.
20. Бетелл, Т. Собственность и процветание / Том Бетелл; пер. с англ. Б. Пинскера. – М.: ИРИСЭН, 2008. – 480 с.
21. Бродель, Ф. Игры обмена. – М.: Прогресс, 1988. – 672 с.
22. Васильева, Е.Н. Формирование культуры предпринимательства в современной России: институциональный и функциональный аспекты / Е.Н. Васильева, М.Б. Полтавская, В.И. Кирьянов. – Волгоград: «Принтерра», 2008. – 160 с.
23. Вебер, М. Дух капитализма и протестантская этика. – М., 1975. – 220 с.
24. Вебер, М. Избранные произведения. М.: – Просвещение, 1990. – 808 с.

25. Волков, Д.А. Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций / Д.А. Волков, А.Б. Ильин // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 3. – С. 439-450.
26. Волкова, М.А. Организационная культура в менеджменте знаний: монография / М. А. Волкова, В. П. Дудяшова. – Кострома: Изд-во КГТУ, 2011. – 168 с.
27. Гонтмахер, Е. Российская модернизация: институциональные ловушки и цивилизационные ориентиры // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 10. – С. 19-28.
28. Государственная поддержка малого предпринимательства в странах Центральной и Восточной Европы / [отв. ред. Р.С. Гринберг]; Ин-т экономики РАН. – М.: Наука, 2006. – 258 с.
29. Грейф, А. Институты и путь к современной экономике. Уроки средневековой торговли. – М.: Изд. Дом ВШЭ, 2013. – 536 с.
30. Грошев, И. Особенности влияния организационной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы / И. Грошев // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 7. – С. 114-119.
31. Гуревич, П.С. Культурология: учебное пособие. – М.: Знание, 1996. – 336 с.
32. Даниленко, Л.Н. Рентно-сырьевая модель экономики России и проблемы ее неоиндустриальной трансформации: Монография. – М.:ИНФРА-М, 2014. – 360 с.
33. Дерябина, М. Институциональные аспекты постсоциалистического переходного периода // Вопросы экономики. – 2001. – №2. – С. 108-124.
34. Джордж, Дж. М. Организационное поведение. Основы управления: учеб. пособие для вузов: пер. с англ. / Дж.М. Джордж, Г.Р. Джоунс; под ред. проф. Е.А. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 463 с.
35. Ерасов, Б.С. Социальная культурология: пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Аспект Пресс, 1997. – 591 с.

36. Ермакова, Ж.А. Профессиональная этика и этикет (практикум): учебное пособие к практическим занятиям / Ж.А. Ермакова, О.П. Тетерятник, Ю.Е. Холодилина. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013. – 104 с.
37. Жизненный цикл малого предприятия / под общ. Ред. О.М. Шестоперова. – М.: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2009. – 336 с.
38. Жизненный цикл малого предприятия / Под общ. редакцией А.А. Шамрая – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2010. – 244 с.
39. Журавлёв, П.В. Зарубежный опыт управления. – Екатеринбург: Деловая Книга, 2004. – 279 с.
40. Журавлев, П.В. Влияние ментальных моделей на развитие и реформирование национальных экономик / П.В. Журавлев, И.В. Горохова, О.Н. Альхименко // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2015. – № 1 (79). – С. 82-89.
41. Журавлева, Н.А. Психология социальных изменений: ценностный подход. – М.: Издательство Института психологии РАН, 2013. – 522 с.
42. Забелина, О.В. Формирование общественно-профессионального рейтинга программ профессионального образования / О.В. Забелина, Т.М. Козлова // Мир образования – образование в мире. – 2014. – № 3. – С. 126-134.
43. Злобин, Н.С. Культура и общественный прогресс / Н.С. Злобин. – М., 1980. – 303 с.
44. Ильин, А.Б. Коммерциализация интеллектуального продукта высшей школы как фактор развития инновационного потенциала региона / А.Б. Ильин // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук...08.00.05. – М., 2013. – 153 с.
45. Ильин, А.Б. Модульный подход к формированию новых предпринимательских компетенций / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева // Международная конференция «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения

предпринимательству». Сборник тезисов докладов. – М.: МФПУ «Синергия», 2014. – С. 117-124.

46. Инновационный форсайт как инструмент конкурентоспособного развития предпринимательских структур: монография / М.Н. Дудин, Н.В. Лясников, Ф.М. Сафин, П.А. Егорушкин. – М.: Издательский Дом «Наука», 2013. – 216 с.

47. Исопескуль, О.Ю. Полиморфизм управленческих воздействий на организационную культуру предприятия / О.Ю. Исопескуль // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 3 (32). – С. 252-257.

48. Исопескуль, О.Ю. Оценка деловой репутации предприятия / О.Ю. Исопескуль, А.С. Мартынова // Репутациология. – 2014. – №5-6. – С. 33-39.

49. Истоки: социокультурная среда экономической деятельности и экономического познания / редкол.: Я.И.Кузьминов (гл.ред.), В.С.Автономов (зам.гл.ред.), О.И. Ананьин и др. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 671 с.

50. Истоки: Экономика в контексте истории и культуры / Редкол.: Я.И.Кузьминов (гл.ред.), В.С.Автономов (зам.гл.ред.), О.И. Ананьин и др. – М.: ГУ ВШЭ, 2004. – 584 с.

51. Кабашкин, В.А. Государственно-частное партнерство: международный опыт и российские перспективы. – М.: ООО «МИЦ», 2010. – 576 с.

52. Камерон, К.С. Диагностика и измерение организационной культуры: пер. с англ. / К.С. Камерон, Р.Э. Куинн; под ред. И.В. Андреевой. –СПб.: Питер, 2001. – 320 с.

53. Кирцнер, И. Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер; пер. с англ. А.В. Куряева и Д. А. Бабушкина под ред. А. В. Куряева. – Челябинск: Социум, 2010. – 272 с.

54. Кламер, А. Странная наука экономика: приглашение к разговору / пер. с англ. И. Дягилевой; науч. ред. Перевода Д. Расков. – М.; СПб: Изд-во Института

Гайдара; Изд-во «Международные отношения»; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2015. – 344 с.

55. Колесникова, Л. Организационные структуры и культура предпринимательства / Л. Колесникова, В. Перекрестов // Вопросы экономики. – 2000. – №8. – С.20-21.

56. Коуз, Р. Очерки об экономической науке и экономистах / пер. с англ. М. Марков; науч. ред. Перевода Д. Расков. – М.; СПб: Изд-во Института Гайдара; Изд-во «Международные отношения»; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2015. – 288 с.

57. Кузеванова, А.Л. Взаимодействие бизнеса и культуры. История и современность: монография. – Волгоград: Издательство «Принтерра», 2008. – 144 с.

58. Кузеванова, А.Л. Культура бизнеса. – Волгоград: Издательство «Принтерра», 2008. – 144 с.

59. Кузина, О.Е. Корпоративная благотворительность бизнеса: обоснование понятий / О.Е. Кузина, М.В. Чернышева // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены: альманах-2015: сборник. – М.: ОАО «ВЦИОМ», 2015. – С. 157-169.

60. Кузьмина, Е.Е. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие для бакалавров / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. – М.: Юрайт, 2012. – 475 с.

61. Лал, Д. Непреднамеренные последствия. Влияние обеспеченности факторами производства, культуры и политики на долгосрочные экономические результаты / Дипак Лал; пер. с англ. Т. Даниловой под ред. А. Куряева и Ю. Кузнецова. – М.: ИРИСЭН, 2007. – 338 с.

62. Лапуста, М.Г. Предпринимательство: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 608 с.

63. Леви, П. Корпоративная культура и управление изменениями / П. Леви, Б. Мунк, Р. Киган. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 192 с.

64. Леонтьева, Л.С. Совокупная организационная культура как ресурс развития региона / Л.С. Леонтьева // дисс. на соискание уч. степени д-ра экон. наук. 08.00.05. – М.: МИРБИС, 2004. – 240 с.

65. Леонтьева, Л.С. Актуальные инструменты формирования предпринимательских компетенций в сфере высшего образования / Л.С. Леонтьева, А.Б. Ильин // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2015. – №4 (16) – С. 66-71.

66. Лочан, С.А. Принципы научно-технического и организационного обновления предпринимательской деятельности промышленных корпораций / С.А. Лочан, И.В. Шарова // Инновации и инвестиции. – 2014. – № 12. – С. 224-229.

67. Льюис, Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р. Льюис; пер с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 439 с.

68. Макклоски, Д. Риторика экономической науки. Второе издание / пер. с англ. Якименко; науч. ред. Перевода Д. Расков. – М.; СПб: Изд-во Института Гайдара; Изд-во «Международные отношения»; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2015. – 328 с.

69. Маркс, К., Энгельс, Ф. Соч. 2-е изд. Т. 46, ч. II. – 244 с.

70. Маслов, В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: учебник / В.И. Маслов. – М.: Финпресс, 2004. – 288 с.

71. Милов, Л.В. Исторические судьбы некоторых форм собственности // Вопросы истории. – 1989. – №3. – С. 134-145.

72. Мильнер, Б.З. Теория организации: учебник: 2-е изд., перераб. и доп. / Б.З. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 480 с.

73. Минервин, И.Г. Культура и этика в экономике: социокультурные факторы экономического роста. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2011. – 244 с.

74. Новая экономика: теория и практика / под ред. проф. Е.Ф. Авдокушина, проф. В.С. Сизова. – Магистр: Инфра-М, 2014. – 368 с.

75. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт; пер. с англ. А.Н. Нестеренко. – М.: Фонд экономической книги Начала, 1997. – 135 с.

76. Норт, Д. В тени насилия: уроки для обществ с ограниченным доступом к политической и экономической деятельности / Д. Норт, Дж. Уоллис, С. Уэбб, Б. Вайнгаст // Вопросы экономики. – 2012. – №3. – С. 4-31.

77. Норт, Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. – 1993. – Вып. 2. – 23 с.

78. Нуреев, Р.М. Россия: особенности институционального развития / Р.М. Нуреев. – М.: Норма, 2009. – 448 с.

79. Обатуров, А.А. Совершенствование системы государственного регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге / А.А. Обатуров // дисс. на соискание уч. степени канд. экон.наук... 08.00.05. – Спб., 2015. – 26 с.

80. Окумура, Х. Корпоративный капитализм в Японии. – М.: Мысль, 1986. – 252 с.

81. Организационная культура: учебник / под ред. Н.И. Шаталовой. – М.: Экзамен, 2006. – 654 с.

82. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева. – М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – 304 с.

83. Орлов, А.В. Актуальные аспекты теоретического анализа экономического потенциала предприятия как важнейшего фактора повышения качества функционирования хозяйствующих субъектов / А.В. Орлов, А.Г. Бутов // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 3. – С. 670.

84. Орлов, В. Б. Предпринимательская культура: сущность и содержание понятия / В. Б. Орлов, О. Г. Мизерова, Е. В. Орлова // Вестник Югорского государственного университета. – 2009. – № 4(15). – С. 13-25.

85. Петрунин, Ю. Ю. Этика бизнеса: учеб. пособие для управленческих и экономических специальностей вузов] / Ю.Ю. Петрунин, В. К. Борисов. – М.:

МГУ им. М. В. Ломоносова, Факультет государственного управления. – М., 2009. – 280 с.

86. Пилилян, Е.К. Менеджмент культуры: учеб. пособие / Е.К. Пилилян. – Владивосток: Изд-во ДВГТУ, 2007. – 81 с.

87. Плескевич, Н. Деловая культура современного российского общества / Н. Плескевич // Общество и реформы. – 1993. – № 3. – С. 17-30.

88. Праздничных, А. Пятиэтажная экономика // Экономические стратегии. – 2008. - №1. – С. 90-95.

89. Предпринимательское образование в России и за рубежом: история, содержание, стандарты, качество: монография / под общей редакцией Ю.Б. Рубина. – М.: МФПУ «Синергия», 2015. – 416 с.

90. Пустовийт, Р.Ф. Формирование предпринимательской институциональной среды в постсоциалистических странах / Р.Ф. Пустовийт // Постсоветский институционализм: монография / под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – С. 286-308.

91. Радаев, В.В. Экономическая социология: курс лекций. – М.: Аспект-Пресс, 1997. – 368 с.

92. Райзберг, Б.А. Основы экономики и предпринимательства / Б.А. Райзберг – М.: Просвещение, 1995. – 206 с.

93. Рэндолл, К. Кредо свободного предпринимательства / К.Рэндолл. – М, 1953. – 127 с.

94. Рубин, Ю.Б. Основы предпринимательства / Ю.Б. Рубин. – М.: МФПУ «Синергия», 2016. – 464 с.

95. Рубин, Ю.Б. Управление собственным бизнесом / Ю.Б. Рубин. – М.: МФПУ «Синергия», 2016. – 976 с.

96. Рывкина, Р. Экономическая социология переходной России. Люди и реформы. – М.: Дело, 1998. – 430 с.

97. Рюттингер, Р. Культура предпринимательства: пер. с нем. / Р. Рюттингер. – М.: ЭКОМ, 1992. – 240 с.

98. Рябцев, Н.Т. Организация инновационного процесса на малых инновационных предприятиях в России: результаты анкетирования // Вопросы инновационной экономики. – 2012. – № 4 (14). – С. 9-20.

99. Савченко, Л.С. Оценка эффективности организационной культуры предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2005. – №12. – С.41-48.

100. Сагинова, О.В. Задачи подготовки предпринимателей в контексте концепции устойчивого развития / О.В. Сагинова, Ю.Л. Сагинов // Российское предпринимательство. – 2012. – № 6. – С. 176-182.

101. Сидорчук, Р.Р. Задачи, проблемы и барьеры малого предпринимательства в процессе модернизации российской экономики / Р.Р. Сидорчук // Креативная экономика. – 2012. – № 5. – С. 96-101.

102. Сизова, Ю.С. Развитие технопарков как перспективная форма поддержки предпринимательства / Ю.С. Сизова // Экономика. Теория и практика. Перспективы XXI века: материалы международной научно-практической конференции (29 декабря 2014 г.) – Саратов: Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», 2014. – С. 27-34.

103. Сизова, Ю.С. Entrepreneurial Development in Russia / Ю.С. Сизова, М. Кудряшов // Гуманитарное образование в экономическом вузе: материалы Международной научно-практической интернет-конференции (5-10 декабря 2014 г.). Т. II. – М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2015. – С. 190-192.

104. Сизова, Ю.С. Integration of Technology Parks into the Triple Helix / Ю.С. Сизова // Международный научно-исследовательский журнал. – Екатеринбург. – 2016. – №4-1. – С. 99-103.

105. Сизова, Ю.С. Развитие технопарковых структур в Московском регионе: динамика, факторы, перспективы / Ю.С. Сизова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №3-1. – С. 270-272.

106. Сизова, Ю.С. Business Incubators and Technology Parks as an Economic Tool / Ю.С. Сизова // XXIX Международные Плехановские чтения: тезисы

докладов аспирантов на иностранных языках. – М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2016. – С. 107-110.

107. Сизова, Ю.С. Роль технопарков в развитии малого инновационного предпринимательства в вузах / Ю.С. Сизова // Сборник докладов студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава по результатам II международной научной конференции «Современная экономика». – Кемерово, 2016. – С. 5-12.

108. Сизова, Ю.С. Предпринимательство: развитие, современные тенденции, культурный аспект / Ю.С. Сизова // Инновационные научные исследования: теория, методология и практика: сборник статей IV международной научно-практической конференции. – Пенза, «Наука и просвещение». – 2016. – С. 134-141.

109. Сизова, Ю.С. Entrepreneurial Culture: Essence and Items / Ю.С. Сизова, Л.С. Леонтьева // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. - №12. – часть 5. – С. 161-165.

110. Сизова, Ю.С. Бизнес-инкубаторы: история возникновения и современное положение / Ю.С. Сизова // International innovation research: сборник статей VI Международной научно-практической конференции: под общ. Ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение». – 2016. – С. 146-153.

111. Сизова, Ю.С. Professional Entrepreneurial Business and Entrepreneurial Culture. XXX Международные Плехановские чтения. 1 марта 2017 г.: тезисы докладов аспирантов на английском языке. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2017. – 156 с. – С. 126-130.

112. Сизова, Ю.С. Культура предпринимательства: источники формирования / Ю.С. Сизова, Ж. Дюметц // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. - №3. – С. 247-254.

113. Сизова, Ю.С. К вопросу об утверждении этических норм в российском бизнесе / Ю.С. Сизова, М.А. Благодирова // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 3-1 (80-1). – С. 767-773.

114. Сизова, Ю.С. Институциональная поддержка как инструмент повышения предпринимательской культуры на разных стадиях жизненного цикла организации / Ю.С. Сизова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2017. – № 3 (77). – С. 97-104.

115. Сизова, Ю.С. Этапы жизненного цикла организации и развитие предпринимательской культуры / Ю.С. Сизова // Стратегия формирования экономики знаний и инноваций в России: сборник статей, включающий материалы круглого стола в рамках V Московского экономического форума (30–31 марта 2017 г.) / под ред. М.В. Кудиной. – М.: ФГБОУ ВО «МГУ имени М. В. Ломоносова», 2017. – С. 209-215.

116. Сизова, Ю.С. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, Ю.С. Сизова, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82-92.

117. Слинкова, О.К. Управление организационной культурой / О.К. Слинкова, Е.Г. Грудистова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2009. – №21. – С. 64-74.

118. Смит, А. Исследование о природе и богатстве народов. – М.: Эксмо, 2007. – 648 с.

119. Соколов, Э.В. Культура и общество. – Л.: Мысль, 1972. – 228 с.

120. Соломанидина, Т.О. Организационная культура компании: учеб. пособие / Т.О. Соломанидина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 624 с.

121. Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / под ред. В.Я. Горфинкеля, А.И. Базилевич. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 287 с.

122. Спивак, В.А. Организационная культура / В.А. Спивак. – СПб.: Изд. дом «Нева», 2004. – 224 с.

123. Сухарев, О.С. Эволюционная экономическая теория институтов и технологий (проблемы моделирования): Институты и технологии. Экономические изменения. Институциональное моделирование. – М.: ЛЕНАНД, 2017. – 144 с.

124. Тамбовцев, В.Л. Миф о «культурном коде» в экономических исследованиях / В.Л. Тамбовцев // Вопросы экономики. – 2015. - №12. – С. 1-22.
125. Татеиси, К. Вечный дух предпринимательства. Практическая философия бизнесмена. – М.: Московский бизнес, 1990. – 222 с.
126. Теория менеджмента: учебник для бакалавров / Л. С. Леонтьева, В. И. Кузнецов, М.Н. Конотопов [и др.]; под ред. Л. С. Леонтьевой. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 287 с.
127. Терещенко, Л.К. Технопарки в инфраструктуре инновационного развития: монография / Л.К. Терещенко. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 245 с.
128. Трапезникова, О.В. Бизнес-культура российского предпринимательства / О.В. Трапезникова // Вестник ТГУ. – выпуск 1 (81). – 2010. – С. 58-59.
129. Философский энциклопедический словарь / Под. ред. Л.Ф. Ильичева и др. М.: Сов. энцикл., 1983. – 840 с.
130. Философский словарь / авт.-сост. С.Я. Подопригора, А.С. Подопригора. – Ростов н/д: Феникс, 2010. – 562 с.
131. Фуруботн, Э.Г. Институты и экономическая теория. Достижения новой институциональной экономической теории / Э.Г. Фуруботн, Р. Рихтер. – СПб., 2005. – 701 с.
132. Хайек, Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12. – С. 6-14.
133. Хелд, Д. и др. Глобальные трансформации. Политика, экономика, культура. Пер. с англ. – М.: Праксис, 2004. – 576 с.
134. Цуканова, Т.В. Интернационализация российских фирм малого и среднего бизнеса: влияние институциональной среды / Т.В. Цуканова // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук...08.00.05. – СПб., 2015. – 210 с.
135. Чепуренко, А.Ю. Малое предпринимательство в социальном контексте. – М.: Наука, 2004. – 475 с.

136. Черенков, В.И. Международный маркетинг: учебное пособие – СПб.: Знание, 2003. – 848 с.
137. Шаститко, А.Е. Новая институциональная экономическая теория / А.Е. Шаститко. – М.: ТЕИС. – 2002. – 591 с.
138. Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шейн. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
139. Шимилов, С. Стратегия современного предпринимательства и социального развития корпораций / под ред. М.Н. Кулапова. – М.: ИТК «Дашков и К», 2004. – 246 с.
140. Эггертссон, Т. Экономическое поведение и институты. – М.: Дело, 2001. – 408 с.
141. Adizes, I. Corporate Life Cycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do About It., 1988.
142. Aharony, J., Falk, H., Yehuda, N. Corporate Life Cycle and the Relative Value – Relevance of Cash Flow versus Accrual Financial Information. 2006.
143. Amit, R.K. Does money matter? Wealth attainment as the motive for initiating growth oriented ventures / Journal of Business Venturing. – 2001. - №16. – P. 119-143.
144. Arrow, K.J. The Economic appreciation of Learning by Doing // Psychological Review. – 1979. –Vol. 86. – P. 124-140.
145. Brandstatter, H. Becoming an entrepreneur – a question of personality structure? / Journal of Economic Psychology. – 18. – 1997. – P. 157-177.
146. Brockhaus, R.H. The psychology of an entrepreneur, in C.Kent, D.L.Sexton and K.H. Vesper. Encyclopedia of Entrepreneurship. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982. – P. 39-56.
147. Business Cultures in Europe / C. Randlesome, W. Brierly, K. Bruton, C. Gordon, P. King. – 2nd edn, Routledge, 2011. – 375 p.
148. Chell, E. The Entrepreneurial Personality: concepts, cases and categories. – London, Routledge, 1991. – 171 p.

149. Davidsson, P. Culture, structure and regional levels of entrepreneurship // *Entrepreneurship and Regional Development*. – 1995. – 7. – P. 41-62.
150. Fagenson, E.A. Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers // *Journal of Business Venturing*. – 1993. – №8. – P. 409-430.
151. Friedman, M. The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits // *The New York Times Magazine*, 1970. September 13. – P. 4-9.
152. Hofstede, G. *Culture's Consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. – Beverly Hills, CA: Sage Publications, 2001. – 616 p.
153. Kihlgren, A. Small business in Russia – factors that slowed its development: an analysis // *Communist and post-communist studies*. – Los Angeles, 2003. – Vol.36, N2. – P.193–207.
154. Kshetri, N. Regulative institutions supporting entrepreneurship in emerging economies: a comparison of China and India / N. Kshetri, N. Dholakia // *Journal of International Entrepreneurship*. – 2011. – Vol. 9, Issue 2. – P. 110–132.
155. Lawson, T. *The Current Economic Crisis: Its Nature and the Course of Academic Economics*. *Cambridge Journal of Economics*. – 2009. – Vol. 33. – No 4. – P. 405-419.
156. McClelland, D. *The Achieving Society*. Princeton. – New York: Van Nostrand, 1961. – 532 p.
157. Meyer, K.E. Institutions Transaction Costs, and Entry Mode Choice in Eastern Europe // *Journal of International Business*. – 2001. – 2-nd Quarter, Vol. 32, issue 2. – P. 357-368.
158. Miller, D., Friesen, P.H. A longitudinal Study of Corporate Life Cycles // *Management Science*, vol. 30, no. 10 (October 1984), pp. 1161–1183.
159. North, D.C. *Understanding the Process of Economic Change*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005. – 200 p.
160. Ojala, A. Entrepreneurship and small businesses in Russia: a review of empirical research / A. Ojala, H. Isomaki // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. – 2011. – Vol. 18, Issue 1. – P. 97-119.

161. Pominov, A. Russia's Corruption Paradox // The Moscow Times No.5789 January 26 – February 1, 2017.
162. Puffer, S. M. Navigating the hostile maze: A framework for Russian entrepreneurship / S.M. Puffer, D.J. McCarthy // Academy of Management Executive. – 2001. – Vol. 15, Issue 3. – P.24-36.
163. Rauch, A. Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings / International Review of Industrial and Organizational Psychology. – Chichester: Willey, P. 101-142.
164. Schotter, A. The Economic Theory of Social Institutions, Cambridge, UK and New York: Cambridge University Press. – 1981, P. 11.
165. Sexton, D.L. The entrepreneur: a capable executive and more / Journal of Business Venturing, 1985. – P. 129-140.
166. Shtykhno, D. Motivations and obstacles for small business entrepreneurship in Russia: 15 years in transition / D. Shtykhno, A. Zhuplev // Journal of East-West Business. – 2009. –Vol. 15, Issue 1. – P.25-49.
167. Sundaram, A. Inkpen. The Corporate Objective Revisited // Organization Science. Vol. 15. №3, 2004. – P. 350-363.
168. Terpstra, V., David, K. The Cultural Environment of International Business. South-Western Publishing Co., Cincinnati, OH, 1991. – 252 p.
169. Toyne, B, Walters, P.G.P. Global Marketing Management: A Strategic Perspective. Allyn and Bacon, Boston, etc.,1993. – P.244.
170. Trompenaars, F., Hampden-Turner, Ch. Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business. Nicolas Brealey Publishing, London, 2000. – 265 p.
171. Wilken, P.H. Entrepreneurship; A Comparative Study. – Norwood, 1979. – P. 256-279.
172. World Competitiveness Report. Geneva, 1989, P. 15
173. Волконицкая, К. Модели функционирования технопарков Москвы / К. Волконицкая. – М.: НИУ ВШЭ, 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.hse.ru/data/2016/05/30/1132111309/Презентация%20К.Волконицкой.pdf> (дата обращения 16.03.2017).

174. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Национальный отчет. Россия 2013/2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_rus.pdf (дата обращения 18.02.2017).

175. Дементьев, В. Система власти и рентное поведение в переходной экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sustainable-cities-net.org.ua/publicationhow.php?id=186> (дата обращения 15.04.2017).

176. Жидких, К.Е. Социальная ответственность бизнеса на примере предприятия ИП «Кеннер Е.А.» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www/docme.ru/doc/809707](http://www.docme.ru/doc/809707) (дата обращения 19.02.2017).

177. Опыт формирования зон инновационного роста: достижения и ошибки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://raexpert.ru/researches/zap_obninsk_2011/pt4/ (дата обращения 13.01.2017).

178. Оценка состояния конкурентной среды в России. 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/5623.pdf> (дата обращения 23.02.2017).

179. Профессиональный стандарт предпринимателя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruace.ru> (дата обращения 18.02.2017).

180. Ракша, И.Р. Проблемы государственной поддержки инновационного малого предпринимательства в регионе / И.Р. Ракша, Н.Н. Шилова, О.В. Устинова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://science-education.ru/pdf/2015/1/415.pdf> (дата обращения 17.02.2017).

181. Социальная ответственность бизнеса: виды, примеры, формирование // Коммерческий директор. Профессиональный журнал коммерсанта. 10 октября 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kom-dir.ru/article/1460 (дата обращения 18.02.2017).

182. Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www/polit.ru/article/2004/06/21/social/](http://www.polit.ru/article/2004/06/21/social/) (дата обращения 18.02.2017).

183. Doing Business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/rankings> (дата обращения: 03.11.2016).

АНКЕТА ДЛЯ РЕЗИДЕНТОВ ТЕХНОПАРКОВ И БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ¹**1. Основная стратегическая цель вашей организации?***(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)*

1	Максимизация собственной прибыли
2	Формирование инновационной активности
3	Обеспечение устойчивого развития компании

2. Какие факторы внешней среды препятствуют достижению стратегической цели вашей организации?*(можно отметить несколько вариантов ответа)*

1	Макроэкономические факторы
2	Кризисные явления в экономике
3	Геополитическая ситуация и санкции
4	Низкая государственная поддержка инновационного предпринимательства
5	Отсутствие межфирменных отношений с контрагентами
6	Ненадежность поставщиков
7	Другое (можно вписать):

3. Как Вы оцениваете эффективность работы технопарка/бизнес-инкубатора, резидентом которого являетесь? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	на 0%
2	на 1-5%
3	на 6-10%
4	на 11-20%
5	на 21-30%
6	на 31-40%
7	на 41-50%
8	на 51-60%
9	на 61-70%
10	на 71-80%
11	на 81-90%
12	на 91-99%
13	на все 100%

4. Что такое в Вашем понимании «предпринимательская культура?»*(открытый вопрос, нам важно Ваше мнение)*

--

¹ Анкета разработана, в том числе, на основе эмпирического исследования малых инновационных предприятий (Ильин А.Б. Коммерциализация интеллектуального продукта высшей школы как фактор развития инновационного потенциала региона / А.Б. Ильин // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук...08.00.05. – М., 2013. – 153 с.

5. Как Вы считаете, сформирована ли в России предпринимательская культура?*(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)*

1	Да
2	Нет

6. Что, на Ваш взгляд, мешает формированию предпринимательской культуры в России?*(можно отметить несколько вариантов ответа)*

1	Недостаточность нормативно-правовой базы
2	Низкий уровень государственной поддержки
3	Негативное отношение общества к предпринимателям
4	Незаинтересованность самого бизнеса к доверительным отношениям с контрагентами
5	Отсутствие профессиональных предпринимательских компетенций
6	Низкая эффективность менеджмента
7	Нестабильная макроэкономическая и политическая ситуация в стране
8	Бюрократические механизмы, институциональные барьеры
9	Недостаток финансовых средств для создания и развития бизнеса
10	Высокие арендные ставки
11	Отсутствие учета кросс-культурных особенностей
12	Слабый институт инновационной деятельности
13	Слабый институт инвестиционной деятельности
14	Неадаптивная контрольно-надзорная деятельность
15	Другое (вписать):
16	Нет проблем

7. Ваш бизнес обладает свойством социальной ответственности? *(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)*

1	да
2	нет

8. Как Вы думаете, в чем должна выражаться социальная ответственность бизнеса?*(открытый вопрос, нам важно Ваше мнение)*

--

9. Владете ли Вы и сотрудники организации профессиональными предпринимательскими компетенциями? *(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)*

1	да
2	нет

10. Испытывали ли Вы проблемы с образованием юридического лица и регистрацией на начальной стадии жизненного цикла? *(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)*

1	Да
2	Нет

11. По какому принципу Вы подбирали технопарк/бизнес-инкубатор, в котором сейчас располагаетесь? *(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)*

1	По территориальному расположению
2	По наличию льгот на арендную ставку
3	По наличию инфраструктуры
4	Другое (вписать):

12. Возникали ли вообще проблемы с подбором помещения под аренду на начальном этапе?
(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	Совсем нет
2	Нет, но они возникли на более поздних стадиях жизненного цикла
3	Да, найти офис было для нас основной проблемой

13. Оказывают ли вам содействие технопарки/бизнес-инкубаторы в поиске источников финансирования? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	да
2	нет

14. Оказывают ли вам содействие технопарки/бизнес-инкубаторы в поиске Грантов? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	да
2	нет

15. Хотите ли Вы оставаться резидентом данного технопарка/бизнес-инкубатора? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	да
2	нет

16. Оказываются ли вам услуги по консультации со стороны технопарков/бизнес-инкубаторов по следующим вопросам? (нужное выделить или подчеркнуть)

1. Регистрация бизнеса	да / нет
2. Право собственности, в том числе интеллектуальной	да / нет
3. Бухгалтерский учет	да / нет
4. Вопросы налогообложения	да / нет
5. Финансовый консалтинг	да / нет
6. Управленческий консалтинг	да / нет
7. Маркетинговый консалтинг	да / нет
8. Разработка бизнес-плана	да / нет
9. Подбор персонала	да / нет
10. Юридические консультации	да / нет
11. Генерация новых бизнес-идей	да / нет
12. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности	да / нет
13. Формирование деловой этики	да / нет
14. Формирование предпринимательской культуры	да / нет
15. Формирование социальной ответственности	да / нет

17. На какой стадии жизненного цикла вы нуждаетесь в наибольшей поддержке со стороны технопарков/бизнес-инкубаторов?

1	рождение
2	рост
3	зрелость
4	снижение активности
5	прекращение бизнеса

18. Испытывали ли вы проблемы по следующим аспектам предпринимательской деятельности?

1. Создание предприятия	да / нет
2. Получение разрешений на строительство	да / нет
3. Подключение к системе энергоснабжения	да / нет
4. Регистрация собственности	да / нет
5. Получение кредитов	да / нет
6. Налогообложение	да / нет
7. Международная торговля	да / нет
8. Обеспечение исполнения контрактов	да / нет
9. Разрешение неплатежеспособности	да / нет
10. Защита инвесторов	да / нет

19. Как Вы считаете, способствуют ли технопарки/бизнес-инкубаторы повышению предпринимательской активности?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	Да
2	Нет

20. Каких ресурсов не хватает, в первую очередь, вашему бизнесу? (можно отметить несколько вариантов ответа)

1	Поддержки в коммерциализации интеллектуальной собственности
2	Условий для благоприятного ведения предпринимательской деятельности
3	Льготных условий аренды
4	Финансирования
5	Обучающих тренингов и семинаров по формированию предпринимательских и управленческих компетенций
6	Информационно-консультационной помощи
7	Микрозаймов
8	Гарантий по кредиту
9	Кредитов на льготных условиях
10	Лизинговых услуг
11	Юридической помощи
12	Сопровождения инвестиционных проектов
13	Поддержки экспортноориентированных проектов
14	Подбора персонала
15	Помощи в регистрации собственности
16	Другое (вписать):

21. Как бы Вы оценили результаты произошедших за время деятельности вашей фирмы взаимодействий с технопарками/бизнес-инкубаторами?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	высоко, все поставленные цели были достигнуты
2	хорошо, большая часть поставленных целей была достигнута
3	удовлетворительно, меньшая часть целей достигнута
4	плохо, ни одна цель не достигнута

22. Как бы Вы оценили результаты произошедших за время деятельности фирмы взаимодействий с органами государственной власти?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	высоко, все поставленные цели были достигнуты
2	хорошо, большая часть поставленных целей была достигнута
3	удовлетворительно, меньшая часть целей достигнута
4	плохо, ни одна цель не достигнута
5	не доводилось взаимодействовать

23. Для чего, на Ваш взгляд, необходима деятельность технопарков/бизнес-инкубаторов?

1	Для развития предпринимательской активности
2	Для собственного устойчивого развития
3	Свой вариант:

АНКЕТА ДЛЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ФОРМ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА¹

1. Основная стратегическая цель вашего технопарка/бизнес-инкубатора?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	Максимизация собственной прибыли
2	Поддержка обращающихся к нам предпринимателей
3	Обеспечение устойчивого развития технопарка/бизнес-инкубатора

2. Кто является учредителем вашего технопарка/бизнес-инкубатора?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	Орган государственной власти
2	Частное лицо
3	Смешанная форма собственности (государство + частное лицо)

3. Какое количество резидентов состоит в вашем технопарке/бизнес-инкубаторе? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	0
2	1-5
3	6-10
4	11-20
5	21-30
6	31-40
7	41-50
8	51-100
9	101-200
10	Более 200

4. Как Вы думаете, как оценивают эффективность работы Вашего технопарка/бизнес-инкубатора сами резиденты? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	на 0%
2	на 1-5%
3	на 6-10%
4	на 11-20%
5	на 21-30%
6	на 31-40%
7	на 41-50%
8	на 51-60%
9	на 61-70%
10	на 71-80%
11	на 81-90%
12	на 91-99%
13	на все 100%

¹ Анкета разработана, в том числе, на основе эмпирического исследования малых инновационных предприятий (Ильин А.Б. Коммерциализация интеллектуального продукта высшей школы как фактор развития инновационного потенциала региона / А.Б. Ильин // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук...08.00.05. – М., 2013. – 153 с.

5. Что такое в Вашем понимании «предпринимательская культура?»

(открытый вопрос, нам важно Ваше мнение)

--

6. Как Вы считаете, сформирована ли в России предпринимательская культура?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1		Да
2		Нет

7. Что, на Ваш взгляд, мешает формированию предпринимательской культуры в России?

(можно отметить несколько вариантов ответа)

1		Недостаточность нормативно-правовой базы
2		Низкий уровень государственной поддержки
3		Негативное отношение общества к предпринимателям
4		Незаинтересованность самого бизнеса к доверительным отношениям с контрагентами
5		Отсутствие профессиональных предпринимательских компетенций
6		Низкая эффективность менеджмента
7		Нестабильная макроэкономическая и политическая ситуация в стране
8		Бюрократические механизмы, институциональные барьеры
9		Недостаток финансовых средств для создания и развития бизнеса
10		Высокие арендные ставки
11		Отсутствие учета кросс-культурных особенностей
12		Слабый институт инновационной деятельности
13		Слабый институт инвестиционной деятельности
14		Неадаптивная контрольно-надзорная деятельность
15		Другое (вписать):
16		Нет проблем

8. Как Вы считаете, технопарки/бизнес-инкубаторы способствуют формированию предпринимательской культуры в России?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1		да
2		нет

9. Как Вы считаете, применимо ли для российского предпринимательства такое понятие как «социальная ответственность»?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1		да
2		нет

10. Как Вы думаете, в чем должна выражаться социальная ответственность бизнеса?

(открытый вопрос, нам важно Ваше мнение)

--

11. Предоставляете ли Вы своим резидентам льготы по арендной плате?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1		да
2		нет

12. Каким образом вы подбираете помещение для предпринимательских структур? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	Использование уже существующего имущественного комплекса
2	Посредством строительства новых помещений
3	Оба случая

13. По какому принципу Вы подбираете резидентов? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	Если хозяйствующий субъект находится на стадии рождения/роста
2	В зависимости от вида экономической деятельности
3	Нет никаких принципов: они сами к нам обращаются
4	Другое (вписать):

14. По какому принципу рассчитывается арендная ставка для резидентов? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	В зависимости от стадии жизненного цикла предпринимательской структуры
2	В зависимости от вида экономической деятельности
3	Условия для всех равны: без каких-либо преференций
4	Другое (вписать):

15. Оказываете ли Вы содействие резидентам в поиске источников финансирования? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	да
2	нет

16. Оказываете ли Вы содействие резидентам в поиске Грантов? (пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	да
2	нет

17. Оказываете ли Вы резидентам консультации по следующим вопросам? (нужное выделить или подчеркнуть)

1. Регистрация бизнеса	да / нет
2. Право собственности, в том числе интеллектуальной	да / нет
3. Бухгалтерский учет	да / нет
4. Вопросы налогообложения	да / нет
5. Финансовый консалтинг	да / нет
6. Управленческий консалтинг	да / нет
7. Маркетинговый консалтинг	да / нет
8. Разработка бизнес-плана	да / нет
9. Подбор персонала	да / нет
10. Юридические консультации	да / нет
11. Генерация новых бизнес-идей	да / нет
12. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности	да / нет
13. Формирование деловой этики	да / нет
14. Формирование предпринимательской культуры	да / нет
15. Формирование социальной ответственности	да / нет

18. Как Вы считаете, на какой стадии жизненного цикла субъекты малого и среднего предпринимательства нуждаются в наибольшей поддержке со стороны технопарков/бизнес-инкубаторов?

1	рождение
2	рост
3	зрелость
4	снижение активности
5	прекращение бизнеса

19. Как Вы считаете, способствуют ли технопарки/бизнес-инкубаторы повышению предпринимательской активности?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	Да
2	Нет

20. Каких ресурсов, в основном, не хватает вашему технопарку/бизнес-инкубатору?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	финансовых
2	законодательных
3	трудовых
4	технологических
5	помещений
6	Другое (можно вписать):

21. Каких ресурсов не хватает, в первую очередь, Вашим резидентам? (можно отметить несколько вариантов ответа)

1	Поддержки в коммерциализации интеллектуальной собственности
2	Условий для благоприятного ведения предпринимательской деятельности
3	Льготных условий аренды
4	Финансирования
5	Обучающих тренингов и семинаров по формированию предпринимательских и управленческих компетенций
6	Информационно-консультационной помощи
7	Микрозаймов
8	Гарантий по кредиту
9	Кредитов на льготных условиях
10	Лизинговых услуг
11	Юридической помощи
12	Сопровождения инвестиционных проектов
13	Поддержки экспортноориентированных проектов
14	Подбора персонала
15	Помощи в регистрации собственности
16	Другое (вписать):

22. Как бы Вы оценили результаты произошедших за время деятельности Вашего технопарка/бизнес-инкубатора взаимодействий с предпринимательскими структурами?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	высоко, все поставленные цели были достигнуты
2	хорошо, большая часть поставленных целей была достигнута
3	удовлетворительно, меньшая часть целей достигнута
4	плохо, ни одна цель не достигнута

23. Как бы Вы оценили результаты произошедших за время деятельности технопарка/бизнес-инкубатора взаимодействий с органами государственной власти?

(пожалуйста, отметьте только один вариант ответа)

1	высоко, все поставленные цели были достигнуты
2	хорошо, большая часть поставленных целей была достигнута
3	удовлетворительно, меньшая часть целей достигнута
4	плохо, ни одна цель не достигнута
5	не доводилось взаимодействовать

24. Для чего, на Ваш взгляд, необходима деятельность технопарков/бизнес-инкубаторов?

	1	Для развития предпринимательской активности
	2	Для собственного устойчивого развития
	3	Свой вариант: