

УДК 346.26

В.Д. Хижняк

**АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ
В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ**

V.D. Khizhniak

**THE ANALYSIS OF OPPORTUNITY
TO FOSTER ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN RUSSIAN REGIONS**

Анализируются возможности по стимулированию предпринимательской активности в российских регионах путем реализации концепции экспорта предпринимательства, показывается необходимость проведения исследования для подтверждения теоретических положений концепции. Приводятся и анализируются результаты исследования, проведенного в Соединенных Штатах Америки в 2012–2013 гг.

ЭКСПОРТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС. ПРЯМЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ. ЭНДАУМЕНТ. ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ.

The article discusses the opportunity to foster entrepreneurial activity in Russian regions through the implementation of the export of entrepreneurship concept and the necessity to conduct a research to confirm theoretical provisions of the concept. The results of the research conducted in the United States of America in 2012–2013 are provided and analyzed.

EXPORT OF ENTREPRENEURSHIP. ENTREPRENEURSHIP. SMALL AND MEDIUM SIZE BUSINESS. DIRECT FOREIGN INVESTMENT. ENDOWMENT. SPECIAL-PURPOSE CAPITAL.

В основу данной статьи положены основные результаты научно-исследовательской работы «Анализ возможностей по организации экспорта предпринимательства в Россию», выполненной в 2012–2013 гг. в Соединенных Штатах Америки по гранту Программы Фулбрайта, а также сущность концепции «экспорта предпринимательства».

Актуальность данного исследования и предлагаемой концепции обусловлены необходимостью стимулирования предпринимательской деятельности (особенно в высокотехнологичных секторах экономики), развития малого и среднего бизнеса, привлечения прямых зарубежных инвестиций и интеллектуальных ресурсов в российские регионы.

Анализ некоторых проблем предпринимательства. В современном обществе предпринимательство является мощным двигателем экономического и социального развития, материализует идеи, внедряет инновации, создает рабочие места, привлекает инвестиции в экономику. Предпринимательская активность граждан способствует росту малых и средних предприятий. Опыт развитых стран

показывает, что эффективное функционирование экономики возможно лишь при оптимальном соотношении количества крупных, средних и малых предприятий.

Сегодня важность малого и среднего бизнеса ни у кого не вызывает сомнений. Поэтому правительства всех стран стараются всемерно способствовать развитию малого и среднего предпринимательства. Большая роль в этом процессе отводится привлечению прямых зарубежных инвестиций.

Но в постиндустриальном обществе кроме финансовых и материальных ресурсов огромное значение приобретают интеллектуальные ресурсы, воспроизведение которых занимает довольно продолжительное время, поэтому импорт в развитые страны интеллектуальных ресурсов, прежде всего, носителей интеллекта, обладающих научными и инженерными знаниями, ноу-хау, управленческим опытом и т.п., постоянно растет. Известно, что импорт технологий на порядок эффективнее импорта товаров в страну, а импорт интеллектуального ресурса на несколько порядков эффективнее, чем импорт

технологий. Поэтому импорт «интеллекта высоких квалификаций и профессионализма», например, в США из стран Европы, России, развивающихся стран, является одной из важнейших стратегий государственной политики США [1].

В России, к сожалению, ситуация с малым и средним бизнесом, вовлечением активной части населения в предпринимательскую деятельность, привлечением прямых зарубежных инвестиций и интеллектуальных ресурсов оставляет желать лучшего.

В развитых экономиках, как известно, малый и средний бизнес играет очень важную роль. Так, например, в 2012 г. в странах Европейского Союза из 20,7 млн предприятий нефинансового сектора 99,8 % были предприятиями малого и среднего бизнеса [2]. Примерно такая же ситуация и в США, где в 2012 г. насчитывалось 27,9 млн малых и средних предприятий и 18 500 фирм с количеством работников 500 и более. Таким образом, доля малых и средних предприятий в экономике США составляет около 99,9 % [3]. На предприятиях малого и среднего бизнеса в 2012 г. трудилось 67,4 % всех работающих в странах Евросоюза, а доля малого и среднего бизнеса в валовой добавленной стоимости в странах Евросоюза составила 58,1 % [2]. В частном секторе США малые и средние предприятия обеспечивают 49,2 % рабочих мест, 46 % внутреннего валового продукта, 43 % рабочих мест в высокотехнологичных областях [3]. В странах Евросоюза, США, Японии доля инновационных предприятий в секторе малого и среднего бизнеса доходит до 40 %.

Целостную картину, характеризующую состояние малого и среднего бизнеса в России, впервые удалось получить в 2011 г., после того как Федеральная служба государственной статистики (Росстат) провела всесторонний анализ состояния этого сектора экономики. В соответствии с данными Росстата за 2012 г. [4] в России доля малых и средних предприятий (юридических лиц) в общем количестве предприятий составляет примерно 38 %. Доля малых и средних инновационных предприятий в разных секторах российской экономики колеблется от 1,5 до 10 %. Сектор малого и среднего бизнеса обеспечивает работой 19 млн человек, или 13,3 % от численности всего населения России, а доля его участия в ВВП – 20–22 %. Как видно из приведенных

данных, показатели, характеризующие российский малый и средний бизнес, значительно ниже показателей, характеризующих малый и средний бизнес развитых стран.

Серьезными препятствиями для развития в России малого и среднего предпринимательства, особенно инновационного, являются отсутствие стартового капитала и доступа к недорогим источникам финансирования. Для развития малого и среднего предпринимательства, как и для стимулирования российской экономики в целом, большое значение имеют прямые иностранные инвестиции. Считается, что инвестиционная динамика вообще определяет конкурентоспособность национальной экономики на мировом рынке. Один из недавних метаанализов [5], исследовавших воздействие прямых иностранных инвестиций на местные предприятия в развивающихся и переходных экономиках, показал, что они существенно способствуют увеличению производительности труда.

Для целей данной работы наибольший интерес представляют иностранные инвестиции в предпринимательской форме. Основными способами реализации прямых зарубежных инвестиций в предпринимательской форме, как известно, являются учреждение зарубежным инвестором новой компании, покупка существующей компании, создание совместного предприятия в другой стране. Иногда сюда же относят и франчайзинг, хотя в некоторых случаях его предлагается считать разновидностью экспорта.

Прямые иностранные инвестиции из развитых стран оказывают комплексное положительное воздействие на экономику развивающейся страны, поскольку они представляют собой не только приток финансовых средств в долгосрочные проекты, но и сопровождаются внедрением новых производственных технологий и инноваций, притоком квалифицированных кадров и внедрением новых методов управления и организации производства, дают доступ к новым рынкам для товаров принимающей страны, способствуют созданию экологических активов (внедрению экологически чистых технологий, современных систем защиты окружающей среды).

По данным Всемирного банка в 2012 г. чистый приток капитала в виде прямых зарубежных инвестиций в России составил 51,4 млрд долл., а например, в Сингапуре –

более 56 млрд долл. (при том что экономика Сингапура примерно в 10 раз меньше российской) [6].

По оценке Всемирного банка специальные структуры поддержки прямых иностранных инвестиций, создаваемые правительствами, в значительной степени способствуют притоку инвестиций. Поэтому во многих странах создаются государственные и негосударственные специализированные структуры поддержки прямых иностранных инвестиций.

В экономике знаний или интеллектуальной экономике особую роль приобретают интеллектуальные ресурсы. Под интеллектуальными ресурсами понимаются не только нематериальные активы, включающие объекты интеллектуальной собственности, такие как патенты, программное обеспечение, базы данных, товарные знаки и др., и инфраструктурные активы, такие как производственные технологии, методы и процессы, но и человеческие авуары, такие как знания, умения, навыки и производственный опыт конкретных людей [7].

Импорт носителей высокого интеллекта выгоднее, чем импорт технологий, а тем более товаров. Поэтому в настоящее время в мире идет настоящая охота за талантами во всех сферах деятельности, в том числе и в бизнесе. США, например, по инициативе президента радикально пересматривают свое иммиграционное законодательство. Исследования компании Делойтт [8] показывают, что каждый четвертый высокотехнологичный стартап в США был создан выходцами из других стран. В этом же исследовании приводятся данные, показывающие, что в Силиконовой долине, этой Мекке для талантов крупного калибра, 52 % компаний были созданы иммигрантами, а среди создателей всемирно известных компаний, имеющих штаб-квартиры в этой долине, был хотя бы один иностранец. Известно также, что 40 % ученых, работающих в США, это выходцы из других стран [9].

Из России в течение многих лет происходит «утечка умов», уезжают не только ученые и специалисты высокой квалификации, но и талантливые молодые люди, бесплатно получившие хорошее образование в лучших вузах страны. По некоторым оценкам независимых источников в 1990-х гг. страну покинуло около 100 тыс. российских ученых (кандидатов и докторов наук). В Силиконовой долине

США работает около 20 тыс. ученых из бывшего СССР [10].

Одновременно с экспортом интеллектуального потенциала страны идет массовый импорт неквалифицированной рабочей силы, в том числе предпринимателей из СНГ, Китая, Турции, Вьетнама, других азиатских стран, бизнес которых весьма далек от каких бы то ни было технологий, а моральные качества этих бизнесменов часто оставляют желать лучшего. Эти предприниматели занимаются в основном оптово-розничной торговлей (часто незаконной), теневым производством изделий легкой промышленности (незаконно копируя известные бренды), выращиванием опасной для здоровья сельскохозяйственной продукции. Безусловно, не все предприниматели из этих стран являются нарушителями, но негативных примеров здесь много, и они, как правило, становятся известны общественности.

Для России, где бизнес-культура еще не соответствует стандартам, принятым в развитых странах, а отношение части населения к предпринимательству не всегда позитивное, такие примеры предпринимательской деятельности, конечно же, не способствуют улучшению ситуации.

Считается, что положительные примеры предпринимательской активности очень важны для стимулирования других членов местного сообщества к занятиям бизнесом. Поэтому и с этой точки зрения важно привлекать в страну представителей западного предпринимательского сообщества. Как правило, бизнесмены из развитых стран при ведении бизнеса как в своей стране, так и за рубежом, стараются строго соблюдать законы, придерживаются этических принципов предпринимательской деятельности, что способствует гармонизации взаимоотношений участников хозяйственной деятельности, углублению взаимного доверия, созданию здоровой психологической атмосферы в предпринимательской среде и обществе в целом. Результаты многих исследований [11–15] доказывают, что в предпринимательстве очень важны ролевые модели, социальное окружение. Ролевые модели в значительной степени влияют на решение стать предпринимателем.

Эффективность структур поддержки предпринимательства. Пытаясь привлечь значительные иностранные инвестиции, правитель-

ства развивающихся стран, как правило, уделяют внимание крупным инвесторам, мультинациональным корпорациям и практически не уделяют внимания малому и среднему бизнесу. Формально правительства поддерживают всех инвесторов, но в реальности малые и средние предприниматели не получают той помощи, в которой они нуждаются для успешного проникновения на пока еще недружественные рынки переходных экономик. Согласно обзору Всемирного банка [16] Россия в 2013 г., например, занимает 112 место в мире по такому общему показателю, как комфортность ведения бизнеса.

Практически все структуры, которые создаются для оказания помощи прямым иностранным инвесторам, востребованы в основном крупными инвесторами и корпорациями. Так, если посмотреть на списки членов Американской торговой палаты в России или Американо-российского делового совета, можно увидеть, что членами этих организаций являются крупные транснациональные компании. В этих списках нет не только малых, но и средних компаний. А индивидуальным предпринимателям, в соответствии с уставом этих организаций, вход в эти организации вообще закрыт [17]. В то время как в стране могут трудиться десятки тысяч иностранных малых и средних предпринимателей. Как пишет мультилингвальный журнал «Как делать бизнес в Москве» [18], недавно учрежденный правительством Москвы, «оказывается, десятки тысяч иностранцев владеют в Москве своим малым и средним бизнесом». Коммерческие службы посольств и генконсульств зарубежных государств хотя и оказывают содействие своим инвесторам в проникновении на российский рынок, но

это содействие, во-первых, платное, во-вторых, весьма ограниченное. В то время как малый и средний бизнес даже в своей стране остро нуждается в поддержке.

Так, согласно данным исследования, проведенного в 2010 г. Фондом «Ресурсный центр малого предпринимательства» [19], на вопрос «нужна ли Вашей компании поддержка со стороны государственных и негосударственных организаций в ближайшие годы?» 90 % респондентов, представляющих растущий малый бизнес, и 88 % представителей среднего бизнеса ответили, что нужна. Интересно, что относительно молодые компании, действующие менее пяти лет (94 %), а также зрелые, старше 10 лет (96 %), нуждаются в поддержке больше, чем компании на этапе устойчивого развития, т. е. в возрасте 5–10 лет (71 %).

На вопрос «какая поддержка нужна Вашей компании со стороны государственных и негосударственных организаций в ближайшие годы?» были получены следующие ответы (табл. 1 и 2).

Из таблиц видно, что наиболее востребованными для малого и среднего бизнеса оказались такие виды поддержки, как финансовая (73 %), информационная (60 %) и в области обучения и повышения квалификации (51 %). Видно, что все виды поддержки более востребованы растущим малым бизнесом, чем средним. Для растущего малого бизнеса одинаково важны и информационная поддержка и бизнес-обучение – по 62 % ответов. Потребность малого бизнеса в консультационной поддержке выше (51 %), чем у среднего бизнеса (40 %). Тем не менее, для среднего бизнеса это достаточно высокий показатель.

Таблица 1

Группировка ответов по размеру бизнеса, %

Тип бизнеса	Вид поддержки					
	Финансовая	Консультационная, в том числе юридическая помощь	Информационная	Поддержка в области обучения повышения квалификации	Поддержка в области ВЭД, поиск партнеров за рубежом	Другое
Средний бизнес	72	40	58	42	33	16
Растущий малый бизнес	73	51	62	62	43	14
Всего	73	45	60	51	38	15

Таблица 2

Группировка ответов по возрасту бизнеса, %

Тип бизнеса	Вид поддержки					
	Финансовая	Консультационная, в том числе юридическая помощь	Информационная	Поддержка в области обучения повышения квалификации	Поддержка в области ВЭД, поиск партнеров за рубежом	Другое
Менее 5 лет	87	53	67	73	53	–
5–10 лет	59	47	59	71	6	12
Более 10 лет	72	43	60	38	45	12

В информационной поддержке нуждаются более 60 %, или более 2/3 опрошенных предприятий всех возрастов, а вот бизнес-обучение особенно необходимо растущими компаниями в возрасте до 10 лет – порядка 72 % ответов.

Зарубежные компании малого и среднего бизнеса также нуждаются в поддержке. Так, исследование [20], проведенное аналитическим отделом британского журнала *Economist* (было обследовано 328 топ-менеджеров малых и средних предприятий, действующих в разных странах мира), показало, что 48 % руководителей считают, что местные органы власти плохо или совсем не помогают их бизнесу, а 23 % полагают, что помогают недостаточно.

В России действует множество различных советов, комитетов, фондов, ассоциаций и других организаций, призванных оказывать поддержку предпринимательству, малому и среднему бизнесу. Так, только Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства имеет 74 подразделения в регионах, Фонд содействия предприятиям малых форм в научно-технической сфере – 58 региональных отделений, Российская ассоциация развития малого и среднего предпринимательства – 58 региональных отделений. Какова же эффективность этих и других многочисленных структур поддержки?

Вот цитата из отчета уже упомянутого выше исследования [19], в ходе которого было опрошено множество представителей малого и среднего бизнеса: «Подавляющее большинство опрошенных считают, что поддержка со стороны государства остается декларативной. Цитата: «Госпрограммы – это пустые разговоры. Государство явно не дру-

жит с предпринимателями»». О программах господдержки, об услугах организаций по поддержке предпринимательства мало кто знает или не знает вообще. По отзывам предпринимателей о системной поддержке предпринимательства говорить пока рано. По мнению предпринимателей государственные структуры, регулирующие деятельность бизнеса, особенно в регионах и на муниципальном уровне, бизнесу всячески мешают, вынуждают закрывать предприятия, многих потенциальных предпринимателей фактически останавливают».

Это мнение подтверждается и другими исследованиями, например, данными проекта «Административные барьеры на пути инвестиций и развития предпринимательства» [21], проводимого Консультативной службой по инвестиционному климату Группы Всемирного банка, по запросам администраций ряда российских регионов в 2004–2009 гг.

Малый и средний бизнес развитых стран обладает огромным инвестиционным потенциалом, который практически не востребован российской экономикой. Как было показано выше, только в странах Евросоюза и США около 50 млн малых и средних предприятий. Но проникать малому и среднему бизнесу на зарубежные рынки значительно труднее, чем крупному.

Учитывая все вышесказанное, была сформулирована *управленческая проблема исследования*. Таковой можно считать отсутствие эффективных механизмов привлечения и поддержки прямых зарубежных инвестиций для развития малого и среднего бизнеса, предпринимательства в российских регионах.



Концепция экспорта предпринимательства. Между тем переходные экономики нуждаются не только в прямых иностранных инвестициях, но и в людях, реализующих эти инвестиции, — в предпринимателях (особенно в предпринимателях из развитых стран), которые инвестируют в эти страны не только свои деньги и создают реальные материальные и нематериальные ценности, но также приносят свою высокую культуру ведения бизнеса, свой опыт, инновации, новые производственные технологии и новые технологии ведения бизнеса, а также предпринимательскую идею и сам дух предпринимательства. Последнее не менее важно, чем все остальное, поскольку в переходных и развивающихся экономиках население, как правило, в силу различных экономических, социальных и культурных причин не проявляет высокой предпринимательской активности, особенно в высокотехнологичных сферах, а для изменения менталитета нации требуется достаточно продолжительное время. В то время как опыт и научные исследования показывают, что для повышения предпринимательской активности населения очень важны ролевые модели и истории успеха, которые как раз и предоставляют населению малый и средний бизнес.

Вышеописанный процесс передачи материальных и нематериальных экономических ресурсов, творческой активности, услуг и моральных ценностей, оказывающий существенное воздействие на развитие малого и среднего бизнеса и предпринимательства в принимающей стране, сокращенно можно назвать «экспортом/импортом предпринимательства» по аналогии с экспортом других видов деятельности и услуг (например, общепринятым является термин «экспорт образования», хотя понятие «экспорт предпринимательства», возможно, более широкое). Понятно, что термин «импорт предпринимательства» используется для страны принимающей этот поток.

Данные термины, имея отношение и к большому бизнесу, предполагают привлечение в страну в основном представителей малого и среднего бизнеса, в том числе микропредприятий и индивидуальных предпринимателей, которые часто находятся в непосредственном контакте с клиентами. Такие термины в определенном контексте и для определенных целей (например, в контексте

данного исследования) более предпочтительны, чем термины «экспорт/импорт инвестиций» или «привлечение инвестиций», «привлечение малого и среднего бизнеса», поскольку, как было показано выше, являются понятиями более широкими, обозначающими процесс передачи различных ресурсов во всей его сложности и многогранности, а значит, требующего более серьезной и адресной поддержки.

Как раз такую поддержку среднему и даже крупному бизнесу государственные и межгосударственные структуры, призванные помогать прямым зарубежным инвесторам, оказывают не всегда эффективно, а малым предприятиям и индивидуальным предпринимателям практически не оказывают. В то же время в стране, как уже упоминалось, могут трудиться десятки тысяч иностранных мелких предпринимателей. И что более важно, из развитых стран их можно привлечь еще больше. А желательно — организовать широкий приток мелкого и среднего бизнеса (особенно HiTech бизнеса) в развивающуюся экономику.

Таким образом, под термином «экспорт предпринимательства» подразумевается многоплановый процесс транснациональной передачи разнообразных материальных и нематериальных ресурсов, являющихся экономической базой предпринимательства, а также привнесения и культивирования на другой национальной почве социокультурных элементов деловой среды страны экспортера (включая психологическое воздействие), который заметным образом может повлиять на положение дел с малым и средним бизнесом, предпринимательством и отношением к нему активной части населения в принимающей стране. Следует иметь в виду, что данный термин имеет обобщающий и достаточно условный характер и предлагается для краткого обозначения многостороннего процесса, который призван способствовать изменению в положительную сторону деловой экосистемы в развивающейся стране. Вполне возможно, что данное словосочетание легче адаптируется в менее чувствительной лексикографии английского языка (там используется такое понятие, например, как «location of entrepreneurship»). Но, учитывая удобство его применения в контексте данного исследования, предлагается принять его и в русскоязычной интерпретации.

История развития некоторых стран и территорий показывает эффективность такого потока предпринимателей. Это и открытие Японии внешнему миру после революции Мэйдзи в XIX в., и развитие Гонконга и Макао, и более современные примеры Кореи и Китая, или такие, как план Маршалла, который, кроме инвестиций и восстановления европейских экономик, ставил своей целью модернизацию способов ведения бизнеса и управления промышленностью в Европе через внедрение высокоэффективных американских моделей. Известно, например, что именно «хуацяо» – китайские предприниматели, живущие за пределами Китая, первыми откликнулись на призыв Дэн Сяопина и внесли существенный вклад в «китайское чудо», осуществляя прямые инвестиции не только в зоны свободного предпринимательства, но в основном в регионы, выходцами из которых они являлись.

Одним из побудительных мотивов для предпринимателей из развитых стран может служить тот факт, что в развивающихся странах с незначительной долей малого и среднего бизнеса много свободных ниш, не вполне развитых секторов экономики, а значит конкуренция там менее интенсивная, доходы более высокие, а стартовые расходы могут быть незначительными по сравнению с развитой страной.

Основным сдерживающим фактором для большинства мелких и средних предпринимателей из развитых стран является практически полное незнание другой страны, языка, культуры, условий жизни и ведения бизнеса. Они хорошо понимают, насколько трудно им будет создать свой бизнес в чужой стране. И если крупные и солидные средние предприятия имеют достаточно средств, чтобы оплатить членство в поддерживающих организациях и услуги необходимых для продвижения на зарубежные рынки специалистов (юристов, маркетологов, бухгалтеров, финансистов, переводчиков и т. п.), то мелкий и менее солидный средний бизнес часто такой возможности не имеет из-за высокой стоимости таких услуг. В то время как не имеющий представления о стране предприниматель нуждается в конкретной и практически каждодневной помощи.

Если говорить о России, то пресловутые бюрократия и коррупция, сложное и часто

меняющееся законодательство, несоответствие российских стандартов ведения бизнеса стандартам развитых стран, неразвитая инфраструктура, трудности с привлечением капитала и ряд других причин усугубляют положение. Опыт показывает, что даже гиганты бизнеса не всегда могут справиться с такими трудностями (например, Walmart после довольно продолжительных попыток отказался от планов продвижения на российский рынок), не говоря уже о малом и среднем бизнесе. Кроме того, предприниматели из далеких стран, (например, американские предприниматели) по ряду причин находятся в более трудном положении по сравнению с предпринимателями из соседних с Россией стран.

Решением этих проблем может быть создание специальной структуры, которая будет бесплатно или за вполне посильную для мелкого и среднего предпринимателя плату оказывать весь комплекс необходимых услуг в течение периода времени, достаточного для того, чтобы бизнес встал на ноги. То есть в такой структуре должны работать специалисты, которые практически будут выращивать малый бизнес либо с нуля, либо помогать стать на ноги на новой почве бизнесу, уже работающему в своей стране.

Для оказания эффективной поддержки иностранному малому и среднему бизнесу в России целесообразно создать специализированную некоммерческую организацию (НКО), финансируемую эндаументом (целевым капиталом), или операционный фонд (сначала в одном регионе России, а в случае успешного функционирования – и в других регионах). Такая организация на безвозмездной основе или за небольшую плату могла бы оказывать необходимые услуги большому количеству предпринимателей из дальнего зарубежья в России, значительно сокращая их издержки по организации бизнеса и обеспечивая более справедливые условия конкуренции с предпринимателями из близлежащих стран, знакомых с менталитетом населения принимающей страны и знающих ее язык.

В частности, такая организация может обеспечивать быструю связь с местной властью, проводить ориентационные семинары по конкретному рынку, организовывать тренинги, осуществлять юридические консультации (существует довольно много типичных правовых проблем, тем не менее, юридиче-



ские фирмы за консультирование взимают достаточно высокую плату), консультирование по вопросам бухгалтерского учета, финансовой отчетности, налогообложения, маркетинга, поиска партнеров и клиентов. Организация может оказывать помощь в получении визы и разрешения на работу, поиске жилья и служебных помещений, осуществлять аутсорсинг различных услуг, предоставлять переводчиков, мобильный офис и т. д. и т. п. Кроме этого, организация может создавать различные базы данных на английском языке, разрабатывать и реализовывать программы продвижения региона за рубежом, распространять там положительный опыт иностранных инвесторов.

Такая организация должна оказывать постоянную, если необходимо, ежедневную, помощь иностранным инвесторам. Инвестор должен знать, что он в любой момент может обратиться за квалифицированной помощью, в постоянном, непрерывном режиме обсуждать все возникающие вопросы (в течение нескольких лет становления бизнеса). Работа автора данной статьи в различных американских организациях, поддерживающих малый и средний бизнес, показывает, что в действительности потребность в такой непрерывной поддержке возникает относительно нечасто, но человеку, который приезжает в чужую страну важно ощущать, что ему есть на кого опереться, он должен знать, что в любую минуту может получить квалифицированную помощь, что тратить деньги ему надо будет на становление и развитие бизнеса, а не на преодоление различных барьеров, взятки чиновникам и гонорары консультантов.

Таким образом, предлагаемая организация поможет устранить большинство проблем, препятствующих проникновению малого и среднего бизнеса из развитых стран в Россию. На сегодняшний день ни одна из существующих структур, оказывающих поддержку иностранному бизнесу в России, да и в мире, таких услуг не оказывает. Реформировать существующие в России структуры поддержки предпринимательства под предлагаемые задачи вряд ли возможно (хотя было бы неплохо). А вот создать конкурирующую самофинансируемую структуру вполне возможно. Кстати, такой подход конкурирующих организаций применяется и в США. Например, автору этих строк американские

коллеги порекомендовали работать с организацией Accelerate Long Island в место другой подобной структуры, которая, по их мнению, работает крайне неэффективно.

Основной проблемой создания предлагаемой структуры, оказывающей всестороннюю поддержку иностранным предпринимателям, является проблема ее финансирования. Для финансирования предлагаемой структуры предлагается использовать эндаумент/фонд целевого капитала (либо другой вид фонда). Расчеты показывают, что для начала деятельности такой организации в России достаточно сформировать относительно небольшой эндаумент в 1–1,5 млн долл. Средняя доходность эндаументов составляет примерно 10–12 %. При величине эндаумента 1,5 млн долл. его годовой доход будет равен примерно 150–180 тыс. долл.

Нельзя не согласиться, что «небольшим» такой целевой капитал кажется по сравнению, например, с американскими эндаументами, многие из которых аккумулируют активы стоимостью в несколько десятков миллиардов долларов. Для России же сумма в 1–1,5 млн долл. кажется не такой уж и незначительной. Но здесь следует иметь в виду, что на развитие малого и среднего предпринимательства федеральной властью и администрациями российских регионов выделяются колоссальные средства. Например, на «Программу развития малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге на 2012–2015 годы» – 3 348 900 тыс. р. [22] (далеко не всегда эти средства расходуются эффективно). Кроме того, средства эндаумента *не исчезнут безвозвратно*, поскольку, во-первых, они будут привлекать прямые инвестиции в регион; во-вторых, сам целевой капитал будет пополняться за счет клиентов предлагаемой НКО, представляя собой самофинансируемую структуру; в-третьих, целевой капитал может создаваться на определенный срок, после чего его средства (часто многократно увеличенные) могут быть использованы на другие цели.

Проблема и цель исследования. Учитывая трудности создания эндаумента, а также то, что реализация предлагаемой концепции в основном зависит от мнения зарубежного делового сообщества о необходимости предлагаемых структур и готовности этого сообщества оказать содействие в их финанси-

вании, необходимо выяснить, будет ли поддержана идея экспорта предпринимательства этим сообществом.

Таким образом, *исследовательской проблемой* данного проекта является отсутствие информации о заинтересованности зарубежного, прежде всего, американского бизнес-сообщества и его желания оказывать содействие, прежде всего, материальное в реализации предлагаемых решений по экспорту предпринимательства.

Для получения такой информации, определения возможности реализации предлагаемых решений, апробирования теоретических положений, разработки предложений и мероприятий по практической реализации концепции и было проведено исследование, результаты которого приводим далее.

Таким образом, с учетом вышеизложенного, основная цель исследования – получение информации о заинтересованности американского бизнес-сообщества и его желании оказывать содействие (прежде всего материальное) в реализации предлагаемых решений по экспорту предпринимательства, а также определение возможностей для создания и функционирования специализированных структур, эффективно содействующих интенсивному экспорту американского предпринимательства в Россию.

Результаты исследования в США. Исследование проведено нами в период с августа 2012 г. по июнь 2013 г. в следующих городах Соединенных Штатов Америки: Нью-Йорк и пригороды, штат Нью-Йорк; Сан-Франциско, Монтерей, Пало-Альто (Силиконовая долина, Стэнфордский университет), штат Калифорния; Лас-Вегас, штат Невада. Некоторые респонденты, принимавшие участие в анкетировании, осуществляли свою деятельность в других штатах (Нью-Джерси, Коннектикут, Вирджиния).

В ходе выполнения проекта делались презентации для представителей местного бизнес-сообщества, преподавателей бизнес-дисциплин и администрации университетов с целью их информирования о проекте и последующего обсуждения возможностей по наиболее эффективному выполнению проекта. Кроме того, были подготовлены и опубликованы статьи в местных печатных изданиях, сделаны доклады на конференциях и семинарах бизнес-ассоциаций с целью ин-

формирования о проведении исследования как можно большего числа лиц, которые могут быть в нем заинтересованы.

Для проведения исследования выдвинута следующая рабочая гипотеза: американские предприниматели, производители различной продукции и услуг, местные и региональные власти, представители различных, прежде всего, деловых, профессиональных ассоциаций, граждане, обладающие свободным капиталом могут быть заинтересованы и способны оказать содействие в создании НКО с эндаументом, которая бы оказывала конкретную и всестороннюю поддержку американским предпринимателям в России, повышая их уровень конкурентоспособности и способствуя развитию предпринимательства в регионе.

В ходе подготовки исследования принято, что рабочую гипотезу можно будет считать верной, если подтвердятся, как минимум, две статистические гипотезы, которые сформулированы в следующем виде.

1. Практические действия по реализации предлагаемых решений (созданию организаций для стимулирования экспорта предпринимательства) следует предпринимать в том случае, если доля американских респондентов целевой популяции, поддерживающих эту идею, будет выше 80 %¹.

2. Практические действия по реализации предлагаемых решений (созданию организаций для стимулирования экспорта предпринимательства) следует предпринимать в том случае, если доля американских респондентов целевой популяции, готовых жертвовать средства в предлагаемый эндаумент будет более 25 %².

В ходе выполнения проекта проведены поисковое кабинетное исследование, а также качественные и количественные полевые исследования. При проведении поискового качественного исследования использован прямой подход (фокус-группы и глубинные интервью). В ходе исследования проведено три фокус-группы и 72 глубинных интервью с различными представителями американского

¹ Данная величина доли респондентов выбрана исходя из результатов поискового качественного исследования.

² Данная величина доли респондентов выбрана исходя из результатов поискового качественного исследования, теории и практики фандрайзинговой деятельности, а также реалий американского общества.

бизнес-сообщества. Основная цель поискового исследования — выяснить, каким образом могут думать представители различных групп целевой аудитории, каково примерно соотношение респондентов, поддерживающих и не поддерживающих предложения проекта, и на этой основе сформулировать статистические гипотезы, произвести расчет величины случайной выборки респондентов, откорректировать вопросы и компоновку анкеты для проведения количественного исследования. Кроме того, обсуждались вопросы, касающиеся организации деятельности предлагаемых структур, возможностей для улучшения российской бизнес-культуры и др.

Определение объема выборки осуществлялось исходя из необходимости проверки двух статистических гипотез. Объем выборки определялся методом доверительных интервалов по формуле

$$n = \frac{\pi(1 - \pi)z^2}{D^2},$$

где n — объем выборки; π — измеренное ранее значение доли параметра (принимаемое за истинное); z — нормированное отклонение или количество стандартных ошибок σ , на которое границы доверительного интервала удалены от среднего значения; D — заданная исследователем (желаемая) степень точности определения среднего.

Вероятность попадания в доверительный интервал принята равной 95 %, z для этой вероятности равно 1,96. Исходя из поискового качественного исследования в США, π , отражающее максимальное отклонение в генеральной совокупности, принято равным 0,25. Предельная ошибка выборки D принята $\pm 0,05$. Объем выборки в этом случае получился равным

$$n = \frac{\pi(1 - \pi)z^2}{D^2} = \frac{0,25(1 - 0,25)1,96^2}{0,05^2} = 288,12 = 289 \text{ чел.}$$

Таким образом, для проведения количественного исследования и получения статистически значимой информации необходимо опросить не менее 289 респондентов.

Количественное исследование проведено способом анкетирования целевой аудитории. Анкета состояла из вступления и четырех блоков вопросов. Анкета включала 46 вопросов

открытого и закрытого типа. В ходе анкетирования опрошено 293 респондента.

При проведении исследования респонденты отбирались с помощью вероятностного выборочного метода — стратифицированного случайного отбора. Для стратификации использовалась одна переменная — тип респондента. Целевая генеральная совокупность была поделена на четыре подгруппы или страты: предприниматели; руководители и менеджеры коммерческих компаний; руководители и менеджеры организаций, поддерживающих или изучающих экспорт, международное предпринимательство и малый бизнес; студенты МВА бизнес-колледжей (многие из которых имели управленческий опыт). Выбор элементов из каждой подгруппы осуществлялся с помощью простого случайного отбора. Количество респондентов по каждой страте получилось примерно одинаковым: 27,3, 23,2, 21, 29,4 %.

Учитывая случайный характер выборки, довольно значительную (около 300 ед.) величину выборки (большими считаются выборки объемом более 100 ед.), а также характер полученных данных, можно сделать вывод, что выборочные статистики имеют нормальное распределение.

Для проверки статистических гипотез в качестве статистического критерия использовалась z -статистика, которая, как известно, наиболее приемлема в случае нормального распределения.

В ходе исследования определено, что доля респондентов, в той или иной степени поддерживающих идею учреждения предлагаемых структур (*в некоторой степени согласны, согласны и совершенно согласны*), составляет соответственно $18,77 + 46,42 + 28,33 = 93,52$ %. Причем, следует отметить, что респондентов, которые *согласны и совершенно согласны*, было почти 76 %. Тогда выборочную z -статистику можно вычислить по формуле

$$z = \frac{p - \pi}{\sigma_p} = \frac{p - \pi}{\sqrt{\frac{\pi(1 - \pi)}{n}}} = \frac{0,935 - 0,80}{\sqrt{\frac{0,8(1 - 0,8)}{293}}} = \frac{1,135}{0,023} = 5,87.$$

Критическое значение z -статистики, т. е. значение z , соответствующее заданному уровню значимости α (который в данном исследовании принят равным 0,05), равно 1,645.

В нашем случае критическое значение $z = 1,645$, а вычисленное значение выборочной статистики $z = 5,87$. То есть вычисленное значение лежит значительно правее критического значения z , в критической области, а не в области допустимых значений или области принятия гипотезы, которая находится левее критического z . Следовательно, нулевая гипотеза отклоняется. В данном случае можно сделать вывод, что существует статистически значимое доказательство того, что доля американских респондентов целевой популяции, поддерживающих идею учреждения предлагаемых организаций, будет выше 80 %.

Значение выборочной статистики, используемой при проверке первой гипотезы, получилось равным 0,935 (а не 0,8). Тогда доверительный интервал будет равен

$$\begin{aligned} I_{z_1} &= \bar{X} \pm z s_p = \bar{X} \pm z \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = \\ &= 0,935 \pm 1,96 \sqrt{\frac{0,935(1-0,935)}{293}} = \\ &= 0,935 \pm 1,96(0,0144) = \\ &= 0,935 \pm 0,028. \end{aligned}$$

То есть с вероятностью 95 % можно сказать, что истинное значение доли респондентов целевой совокупности, поддерживающих идею учреждения предлагаемых структур (μ), попадает в доверительный интервал $90,7 \% \leq \mu \leq 96,3 \%$.

В результате анкетирования также определено, что доля респондентов, в той или иной степени согласных жертвовать средства на создание предлагаемых структур (ответы *да* и *да, при определенных обстоятельствах*) составляет соответственно $8,87 + 27,3 = 36,17 \%$. Доля респондентов, не определившихся по этому вопросу на момент анкетирования, весьма значительна – 42 %. Вполне вероятно, что часть этих респондентов при определенной работе с ними также может согласиться пожертвовать средства в эндаумент.

Значение второй выборочной z -статистики также определяется по формуле

$$\begin{aligned} z &= \frac{p - \pi}{\sigma_p} = \frac{p - \pi}{\sqrt{\frac{\pi(1-\pi)}{n}}} = \frac{0,362 - 0,25}{\sqrt{\frac{0,25(1-0,25)}{293}}} = \\ &= \frac{0,112}{0,025} = 4,43. \end{aligned}$$

Как определено ранее, критическое значение z -статистики для заданного уровня значимости $\alpha = 0,05$ равно 1,645, а вычисленное значение второй выборочной статистики $z = 4,43$. То есть вычисленное значение также лежит значительно правее критического значения z . Следовательно, нулевая гипотеза в этом случае также отклоняется и принимается альтернативная.

То есть на основании результатов проверки второй статистической гипотезы также можно сделать вывод, что существует статистически значимое доказательство того, что доля американских респондентов целевой популяции, готовых жертвовать средства в предлагаемый эндаумент, будет более 25 %. Следовательно, и с этой точки зрения можно рекомендовать практические действия по реализации предлагаемых решений.

Значение выборочной статистики, используемой при проверке второй гипотезы, получилось равным 0,362 (а не 0,25). Доверительный интервал в этом случае равен

$$\begin{aligned} I_{z_2} &= \bar{X} \pm z s_p = \bar{X} \pm z \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = \\ &= 0,362 \pm 1,96 \sqrt{\frac{0,362(1-0,362)}{293}} = \\ &= 0,362 \pm 1,96(0,028) = \\ &= 0,362 \pm 0,055. \end{aligned}$$

Таким образом, с вероятностью 95 % можно сказать, что истинное значение доли респондентов целевой совокупности, согласных жертвовать средства на создание предлагаемых структур (μ), попадает в доверительный интервал $30,7 \% \leq \mu \leq 41,7 \%$.

Следовательно, на основании анализа полученных данных и проверки двух статистических гипотез можно сделать вывод, что рабочую гипотезу можно считать верной, т. е. предлагаемая концепция поддерживается американским бизнес-сообществом, и существует реальная возможность для создания предлагаемых структур с целью решения управленческой проблемы проекта.

В ходе исследования получено и много другой интересной информации. К сожалению, рамки статьи не позволяют более детально осветить ее. Заинтересованный читатель может найти более подробную информацию о результатах исследования в монографии, которая в ближайшее время должна выйти в свет.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Макаров, А.А.** Методология и методы системной организации комплексного мониторинга качества образования [Текст] : автореф. дис. ... д-ра техн. наук: 05.13.10. / А.А. Макаров. М., 1999. 36 с.
2. EUSMEsin 2012: atthecrossroads. Annual Report on the Small and Medium-sized Enterprises in the EU [Text]. Client: European Commission. P. Wynga, V. Spanikova, A. Barker, J. Konings, E. Canton. Rotterdam, 2012. 89 p.
3. US Small Business Administration. Advocacy: the Voice of Small Business in Government [Electronic resource]. URL: http://www.sba.gov/sites/default/files/FAQ_Sept_2012.pdf (дата обращения: 10.10.2013).
4. Российский статистический ежегодник – 2012 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (дата обращения: 19.08.2012).
5. **Havranek, T.**, Which Foreigners are Worth Wooing? A Meta-Analysis of Vertical Spillovers from FDI. 2010 [Electronic resource] / T. Havranek, Z. Irsova. URL: <http://wdi.umich.edu/files/publications/workpapers/wp996.pdf> (accessed September 1, 2013).
6. The World Bank. Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$) [Electronic resource]. URL: http://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?order=wbapi_data_value_2012+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc (accessed September 1, 2013).
7. **Stewart, Thomas A.** Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations [Text] / Thomas A. Stewart. N. Y.: Doubleday, 1997. 278 p.
8. **Brawn from brains** – Talent, policy and the future of American competitiveness [Text]. Deloitte Development LLC, 2012. 44 p.
9. **Цветков, И.А.** Научно-техническое соперничество США и Китая: первые итоги: [Электронный ресурс] / И.А. Цветков. URL: <http://www.ushistory.ru/stati/269-pav.html> (дата обращения: 26.09.2013).
10. **Киреев, М.** Исход ученых умов. Der Spiegel [Электронный ресурс] / М. Киреев. URL: <http://www.inopressa.ru/spiegel/2010/10/08/13:27:00/science> (дата обращения: 20.08.2013).
11. **Wagner, Joachim.** Are Young and Small Firms Hothouses for Nascent Entrepreneurship? [Text] / Joachim Wagner // Evidence from German Micro Data. Applied Economics Quarterly 50, 2004. 379–391 p.
12. **Wagner, Joachim.** Nascent and Infant Entrepreneurs in Germany: Evidence from the Regional Entrepreneurship [Text] / Joachim Wagner; Institute for Labor Studies (IZA) Discussion Paper, no. 1522. Bonn, 2005.
13. **Wagner, Joachim.** Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data [Text] / Joachim Wagner. Annals of Regional Science 38, 2004. 219–240 p.
14. **Minniti, Maria,** Entrepreneurship and network externalities [Text] / Maria Minniti // Journal of Economic Behavior and Organization 57, 2005. 1–27 p.
15. **Müller, Pamela.** Entrepreneurship and Economic Performance – The Impact of New Firm Formation on Regional Development and Individual Behavior [Text] / Pamela Müller. Tag der Verleihung and Rolf Sternberg: 20. April 2006. 124 p.
16. Doing Business 2013 World Bank Survey [Electronic recourse]. URL: http://www.globalnegotiator.com/blog_en/wp-content/uploads/2013/01/Doing-Business-2013-English.pdf (accessed September 12, 2013).
17. American Chamber of Commerce in Russia. Membership List (September 2013) [Electronic recourse]. URL: <http://www.amcham.ru/membership/membershiplist> (accessed September 12, 2013); US-Russia Business Council (USRBC). Membership [Electronic recourse] URL: <https://www.usrbc.org/membership/ourmembership/> (accessed September 12, 2013).
18. **BIGMOSCOW** – Business Investment Guide to MOSCOW. Как делать бизнес в Москве? [Электронный ресурс]. URL: <https://itunes.apple.com/ru/app/bigmoscow-business-investment/id570545221?mt=8> (accessed October 2, 2013).
19. Растущий малый и средний бизнес в России и за рубежом: роль и место в экономике [Электронный ресурс]. М.: Фонд Ресурсный центр малого предпринимательства, 2010. 65 с. URL: <http://www.cfe.ru/upload/iblock/d50/d5035488c5abb375efc78b916e88304a.pdf> (дата обращения: 3.10.2013).
20. Understanding growth priorities at small and medium-sized businesses. An Economist Intelligence Unit research programme. Sponsored by Verio. 2009: [Electronic resource]. URL: <http://graphics.eiu.com/marketing/pdf/Understanding%20Growth%20Priorities%20at%20SMBs.pdf> (accessed September 20, 2013).
21. Административные барьеры на пути инвестиций и развития предпринимательства. Сравнительный анализ регионов. КССИ Всемирного банка [Электронный ресурс]. URL: http://www.smb.ru/analytics/adm_barriers/20.pdf (дата обращения: 3.10.2013).
22. Программа развития малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге на 2012–2015 годы [Электронный ресурс]. URL: http://gov.spb.ru/gov/terr/reg_kurort/biznes/programa-razvitiya-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-sankt-peter/ (дата обращения: 20.09.2013).

REFERENCES

1. **Makarov A.A.** The Methodology and Methods of Systematic Organization of Education Quality Integrated Monitoring: The Abstract of Doctor of Technical Sciences Dissertation: 05.13.10. Moscow, 1999. 36 p. (rus)
2. EU SMEs in 2012: at the crossroads. Annual Report on the Small and Medium-sized Enterprises in the EU. Client: European Commission. P. Wymenga, V. Spanikova, A. Barker, J. Konings, E. Canton. Rotterdam, 2012. 89 p.
3. US Small Business Administration. Advocacy: the Voice of Small Business in Government. URL: http://www.sba.gov/sites/default/files/FAQ_Sept_2012.pdf (accessed October 10, 2013).
4. Russian Annual Abstract of Statistics – 2012. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (accessed August 08, 2012). (rus)
5. **Havranek T., Irsova Z.** Which Foreigners are Worth Wooing? A Meta-Analysis of Vertical Spillovers from FDI. 2010. URL: <http://wdi.umich.edu/files/publications/workingpapers/wp996.pdf> (accessed September 01, 2013).
6. The World Bank. Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$). URL: http://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?order=wbapi_data_value_2012+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc (accessed September 01, 2013).
7. **Stewart Thomas A.** Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations. N. Y.: Doubleday, 1997. 278 p.
8. Brawn from brains – Talent, policy and the future of American competitiveness. Deloitte Development LLC, 2012. 44 p.
9. **Zvetkov I.A.** The Science and Technical Competition of the USA and China: the first results. URL: <http://www.ushistory.ru/stati/269-pav.html> (accessed September 26, 2013). (rus)
10. **Kireev M.** The Brain Drain. Der Spiegel. URL: <http://www.inopressa.ru/spiegel/2010/10/08/13:27:00/science> (accessed August 20, 2013). (rus)
11. **Wagner Joachim.** Are Young and Small Firms Hothouses for Nascent Entrepreneurship? *Evidence from German Micro Data*. Applied Economics Quarterly 50, 2004. 379–391 p.
12. **Wagner Joachim.** Nascent and Infant Entrepreneurs in Germany: Evidence from the Regional Entrepreneurship. Institute for Labor Studies (IZA) Discussion Paper No. 1522, Bonn, 2005.
13. **Wagner Joachim and Rolf Sternberg.** Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data. *Annals of Regional Science* 38, 2004. 219–240 p.
14. **Minniti Maria,** Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 57, 2005. 1–27 p.
15. **Myller Pamela.** Entrepreneurship and Economic Performance – The Impact of New Firm Formation on Regional Development and Individual Behavior. *Tag der Verleihung*, 20, April 2006. 124 p.
16. Doing Business 2013 World Bank Survey. URL: http://www.globalnegotiator.com/blog_en/wp-content/uploads/2013/01/Doing-Business-2013-English.pdf (accessed September 12, 2013).
17. American Chamber of Commerce in Russia. Membership List (September 2013). URL: <http://www.amcham.ru/membership/membershiplist> (accessed September 12, 2013); US-Russia Business Council (USRBC). Membership. URL: <https://www.usrbc.org/membership/ourmembersext/> (accessed September 12, 2013).
18. BIGMOSCOW – Business Investment Guide to MOSCOW. How to do Business in Moscow? URL: <https://itunes.apple.com/ru/app/bigmoscow-business-investment/id570545221?mt=8> (accessed October 2, 2013). (rus)
19. The Growing Small and Medium Size Business in Russia and Abroad: Role and Place in Economics. Moscow, The Foundation Resource Center for Small Entrepreneurship, 2010. 65 p. URL: <http://www.cfe.ru/upload/iblock/d50/d5035488c5abb375efc78b916e88304a.pdf> (accessed October 3, 2013). (rus)
20. Understanding growth priorities at small and medium-sized businesses. An Economist Intelligence Unit research programme. Sponsored by Verio. 2009 URL: <http://graphics.eiu.com/marketing/pdf/Understanding%20Growth%20Priorities%20at%20SMBs.pdf> (accessed September 20, 2013).
21. The Administrative Barriers on the Way of Investment and Entrepreneurship Development. Comparative Analysis of Regions. KSSI of the World Bank. URL: http://www.smb.ru/analitics/adm_barriers/20.pdf (accessed October 3, 2013). (rus)
22. 2012–2015 St. Petersburg Small and Medium Size Business Development Program. URL: http://gov.spb.ru/gov/terr/reg_kurort/biznes/programma-razvitiya-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-sankt-peter/ (accessed September 20, 2013). (rus)

ХИЖНЯК Владимир Дмитриевич – доцент кафедры «Управление международным сотрудничеством» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, кандидат технических наук. 195251, ул. Политехническая, д. 29, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: khizhnyakvd@mail.ru

KHIZHNIAC Vladimir D. – St. Petersburg State Polytechnical University. 195251. Politekhnikeskaya str. 29. St. Petersburg. Russia. E-mail: khizhnyakvd@mail.ru
