

Цуканова Т. В., ассистент кафедры стратегического и международного менеджмента
ВШМ СПбГУ, tsukanova@gsom.spbpu.ru

РОССИЙСКИЙ МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: ОРИЕНТИР НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

В статье на основе данных по 455 российским фирмам были проанализированы различия в восприятии внешних и внутренних факторов интернационализации между фирмами, которые уже осуществляют международные операции, и фирмами, которые действуют только в пределах российского рынка.

Полученные результаты позволили выделить наиболее важные детерминанты, которые следует учитывать при развитии международных операций и программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: внутренняя и внешняя среда, малый и средний бизнес, международные операции, Россия.

Введение

Малый и средний бизнес — особый вид человеческой деятельности, для которой предпринимательская составляющая является важным элементом. В медицине такая деятельность связана с лечением и сохранением здоровья людей, на государственной службе — с эффективным исполнением решений, принятых в государственных органах, а в сфере предпринимательства — с постоянным «поиском возможностей, реализация которых может выходить за пределы тех ресурсов, которые находятся под контролем в настоящий момент»¹.

Другими словами, малым и средним предприятиям (МСП) часто приходится действовать в условиях ограниченности ресурсов, приобретение которых зависит не только от умения фирмы обойти своих конкурентов, но и от экономической ситуации в стране. Поэтому, задумываясь о выходе на международ-

ный уровень, перед предпринимателем (руководителем) стоит задача не только сформировать саму стратегию интернационализации, но и принять во внимание различные контекстуальные факторы, которые могут определить ее успех. Интернационализация как процесс расширения сферы деятельности фирмы за пределы своего государства, является серьезным шагом, требующим глубокого анализа целого ряда детерминант, воздействующих прямым или косвенным образом на международные операции².

Крайне ценным является умение найти правильный баланс распределения ресурсов для предпринимательской деятельности. Например, в период с 2002 по 2012 г. в России было принято более 180 тысяч нормативно-правовых актов³. Среди огромного объема правовой информации есть тре-

² Bhatti M. A., Kumar D. M. Internationalization factors and entrepreneurial perception: Indication from Yemen SME'S // Far East Journal of Psychology and Business. 2012. № 6 (1). P. 1–21.

³ Упрощение регулирования предпринимательской деятельности. Новости Минэкономразвития от 16.12.13. URL: <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/press/news/urpd>.

¹ Stevenson H., Jarillo J. A New Entrepreneurial Paradigm. In Socioeconomics: Toward a New Synthesis, (eds.) Etzioni A. and Lawrence P., New York: M. E. Sharpe Inc., 1991.