

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

бования и ограничения различного характера в области ведения бизнеса; нововведения и правила, в которых сложно разобраться, но предприниматели вынуждены справляться с этим в ходе своей работы. Такая сложность внешней среды заставляет предпринимателей выделять дополнительные ресурсы на ее упрощение, стремясь при этом оптимизировать все внутрифирменные процессы и не упустить возникающие возможности во внешней среде, источником которых могут служить и государственные программы, направленные на поддержку МСП.

Готовность фирмы к интернационализации будет возрастать по мере нахождения стратегического соответствия между внутренними и внешними детерминантами развития, оптимальная комбинация которых способствует получению прибыли на любом рынке. Стоит отметить, что часто субъективное восприятие действительности определяет то, как предприниматель оценивает возникающие возможности и составляет план действий по их реализации.

Наглядным примером могут служить результаты проведенных опросов. В 2013 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил результаты опроса предпринимателей на тему, как жители Москвы и Санкт-Петербурга оценивают условия для ведения бизнеса в своем регионе: 16% считают, что условия «плохие», 34% — «скорее плохие», а 21% воспринимают их как «скорее хорошие»⁴. Такая разница в восприятии может объясняться индивидуальными характеристиками респондентов, опытом, спецификой занимаемой рыночной ниши, динамикой отрасли и другими факторами.

Рассмотрим еще один пример: две российские фирмы в сфере информационных технологий (ИТ), занимающиеся производством программного обеспечения для ком-

пьютерных игр: обе осуществляют операции в одной стране и одной отрасли, что указывает на то, что они работают в одинаковых условиях. Главное отличие состоит в том, что руководители одной из них вывели свой бизнес на международный уровень и стали осуществлять деятельность в нескольких странах. Планы о таком расширении могут быть и у второй фирмы, которая все еще сосредоточена на российском рынке. Но почему так происходит?

Задаваясь вопросом, что же способствует переходу от размышлений об интернационализации к ее реализации, необходимо учитывать контекст ведения бизнеса. Известно, что Россия включена в список стран с развивающейся экономикой наряду с Бразилией, Чили, Мексикой, Перу, Чехией, Египтом, Польшей, Турцией, Китаем, Индией, Кореей, Таиландом и рядом других государств⁵. Все они проходят через этап масштабных реформ, что вызывает ощущение постоянной нестабильности и динамизма внешней среды. Считается, что МСП являются потенциальным локомотивом роста, так как они лучше адаптируются к новым условиям, способны быстрее реагировать на происходящие изменения, а в странах с развивающейся экономикой такая гибкость и адаптируемость — крайне ценные качества для выживаемости бизнеса. Кроме того, стоит отметить, что в России активно декларируется ориентация на диверсификацию экспорта, а малый и средний бизнес является основной силой для реализации данной цели. Но как разработать эффективную программу? На что фирмы должны обратить внимание? Один из способов дать ответ на эти вопросы — посмотреть на те фирмы, которые уже начали осуществлять международные операции, и сравнить их с фирмами, действующими в пределах одного рынка. Таким образом, цель данной работы — выявить внутренние и внеш-

⁴ Предпринимательский климат в России — 2013. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 2312 от 03.06.13. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114167>.

⁵ MSCI Emerging Markets Indices. URL: http://www.msci.com/products/indices/country_and_regional/em/.

ние факторы, варьирующиеся между двумя группами фирм, и выделить те из них, которые следует учитывать при развитии международных операций и реализации программ государственной поддержки.

Малый и средний бизнес в России

Для МСП интернационализация — постоянный предпринимательский шаг. Согласно ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»⁶ к МСП относятся фирмы с численностью до 250 человек. Малый и средний бизнес — экономическая база рыночных отношений, но в нашей стране он все еще не вышел из зачаточного состояния. Если в развитых странах вклад МСП в ВВП достигает 50–60%, то в России на данный сектор в 2011 г. приходилось 20% ВВП и, согласно прогнозам, к 2030 г. эта цифра достигнет лишь 30%⁷. По данным сайта Росстата, на начало 2012 г. в стране действовало около 6 млн МСП, предоставляя рабочие места 16,8 млн человек, что составляет приблизительно 25% от экономически активного населения, но во многих развитых странах этот показатель достигает 70%⁸. Таким образом, российские МСП все еще не играют заметной роли в национальной экономике, хотя государство осознает необходимость проведения изменений в этой области.

Ситуация осложняется условиями для развития бизнеса. По последним данным проекта проекта Всемирного банка «Ведение бизнеса» Россия занимает 112 место

⁶ Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07. 2007 № 209-ФЗ (в ред. от 23.07.2013).

⁷ OPORTA Russia. Entrepreneurship environment in Russia: OPORTA's Index 2010–2011. Moscow. URL: <http://en.opora.ru/analytics/28468/>.

⁸ Березина Е. Задержка в развитии // Российская Бизнес-газета. № 882 (4). URL: <http://www.rg.ru/2013/02/05/predpriyatia.html>.

из 189 стран по *индексу легкости ведения бизнеса* (Сингапур — 1, США — 4, Китай — 91, Кения — 121), а по *легкости ведения международной торговли* — 162 место (Украина — 148, Нигерия — 159, Руанда — 160). Для того чтобы подготовить товар (стандартный контейнер) на экспорт, необходимо предоставить 9 документов, потратить примерно 24 дня и 2595 долл., а для импорта необходимо предоставить 11 документов, потратить 23 дня и 2780 долл. Для экспорта контейнера из Грузии (45 место в общем рейтинге) потребуется 4 документа, 6 дней и 794 долл., из Латвии (23 место) — 5 документов, 10 дней и 600 долл., а из Финляндии (9 место) — 4 документа, 9 дней и 590 долл.⁹ Если сравнить данный показатель, например, с Узбекистаном (189 место), то ситуация в нашей стране не столь драматична: в Узбекистане компаниям необходимо собрать 13 документов, потратить 80 дней и 4585 долл.. Но политику экономического развития следует строить, ориентируясь на лидеров.

Перед российской экономикой стоит серьезная задача: преодолеть многочисленные институциональные препятствия с целью улучшения предпринимательского климата и, как следствие, улучшения экономического развития страны и уровня конкурентоспособности. К сожалению, российские фирмы сталкиваются с довольно неблагоприятным бизнес-климатом в своих повседневных операциях, что препятствует их росту. Даже обращаясь к исторической ретроспективе, можно сказать, что бизнес-среда в России всегда была неблагоприятной для предпринимательской деятельности по сравнению с развитыми странами. Согласно докладу Европейского банка реконструкции и развития среди основных препятствий предпринимательской деятельности в России на первом месте стоят налоговые ставки, на втором — корруп-

⁹ Всемирный банк. Проект «Ведение бизнеса». 2013. Рейтинг экономик. URL: <http://russian.doingbusiness.org/custom-query>.

ция, далее следуют необходимые навыки, доступ к финансам, политическая нестабильность, транспорт, налоговое администрирование, теневой сектор, доступ к земле, преступность, бизнес-лицензирование, торговое и таможенное регулирование, трудовое законодательство и суды (в порядке убывания степени «серьезности» препятствий)¹⁰. В прошлом году Д. А. Медведев в одном из интервью отметил, что «упрощение разрешительных процедур, обеспечение равного доступа к энергетическим ресурсам, инфраструктуре, сокращение избыточного количества государственных объектов — по всем этим направлениям работа идет, принимаются «дорожные карты», программы, но, если говорить откровенно, существенных сдвигов пока нет»¹¹. В долгосрочной перспективе можно ожидать внедрение мер по улучшению положения МСП, причем, согласно провозглашенным ориентирам, особое внимание будет уделяться экспортно ориентированным предприятиям, так как одна из главных задач, стоящих перед российской экономикой, — диверсификации экспорта. Именно в этом направлении роль МСП может стать более заметной.

Экспорт — как одна из стратегий интернационализации и как первый шаг на пути осуществления более масштабных международных операций — это механизм обучения компаний, который приводит к постепенному повышению их конкурентоспособности. В настоящее время конкурентоспособность российского экспорта, исключая сектор природных ресурсов, остается ограниченной. Если взглянуть на рейтинг глобальной конкурентоспособности, мы увидим, что Россия занимает 64 место, отставая от Перу (61), Словении (62), Венгрии (63), а первые мес-

та занимают Швейцария (1), Сингапур (2) и Финляндия (3)¹². В 2008–2009 гг. число экспортеров среди российских МСП было на уровне 3% по сравнению с 15–17% в США и Франции¹³. На такой низкий показатель могут оказывать влияние различные факторы, но опыт успешных преобразований в странах с развитой экономикой служит доказательством того, что основным источником структурных изменений в малом и среднем бизнесе должны выступать меры государственной поддержки (в том числе с целью повышения диверсификации экономики посредством развития экспортно ориентированных предприятий).

Внутренние и внешние факторы интернационализации

Согласно одному из самых широко используемых определений, интернационализация является процессом постоянного увеличения участия фирмы на международных рынках¹⁴. На протяжении длительного периода времени международная деятельность ассоциировалась лишь с крупными корпорациями, но сегодня многое изменилось. В современном мире практически все страны вовлечены в процесс глобализации. Во многом благодаря этому у МСП появилась возможность выхода на международный рынок, так как издержки на реализацию такой стратегии стали снижаться. Более того, интернационализация становится одной из ключевых стратегий роста и развития, что позволяет фирмам

¹⁰ ЕБРР. Диверсификация в России: Потенциал региональных различий. 2012. URL: <http://www.ebrd.com/russian/pages/research/publications/special/diversifying-russia.shtml>.

¹¹ Монополий нет, конкуренции тоже. Expert Online от 25.11.2013. URL: <http://expert.ru/2013/07/25/monopolij-net-konkurentsii-tozhe/>.

¹² World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2013–2014. URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2013-14/GCR_Rankings_2013-14.pdf.

¹³ ЕБРР. Диверсификация в России: Потенциал региональных различий. 2012. URL: <http://www.ebrd.com/russian/pages/research/publications/special/diversifying-russia.shtml>.

¹⁴ Welch L. S., Luostarinen R. Internationalization: Evolution of a Concept. In The Internationalization of the Firm, (eds.) Buckley and Ghauri, International Thompson Press, 83–98, 1988.

выйти на новый уровень. Как уже отмечалось, МСП являются более гибкими и быстрее адаптируются к новым правилам игры по сравнению с крупными компаниями, что может сопутствовать их успеху в международных операциях, а рост МСП — залог здорового экономического развития любой страны¹⁵.

Какие возникают стимулы и препятствия на пути развития интернационализации? Все компании сталкиваются с многочисленными барьерами, но есть и «драйверы», способствующие успеху. Источником роста могут выступать внутренние и/или внешние факторы¹⁶. К внутренним факторам можно отнести имеющиеся у фирмы ресурсы и способности, включая индивидуальные характеристики: например, реализации стратегии интернационализации способствует наличие международного опыта работы и «сети» личных деловых контактов у предпринимателя¹⁷. Среди отраслевых факторов интернационализации выделяют уровень конкуренции, который может как тормозить, так и ускорять данный процесс¹⁸. Кроме того, все фирмы действуют в рамках определенных институциональных механизмов конкретной страны, которые оказывают значительное влияние на разработку и реализацию интернационализации, обуславливая ее

скорость и степень¹⁹. Например, к таким внешним факторам относятся динамизм и турбулентность среды, вынуждающие предпринимателя быстро принимать решения и быть готовым к резким изменениям, а также различные формальные ограничения со стороны государства и некоторые другие институциональные барьеры²⁰.

Вопрос о роли внутренних и внешних факторов в процессе интернационализации неоднократно оказывался в центре внимания исследователей²¹. Но в отношении МСП из стран с развивающейся экономикой остается еще много пространства для изучения, так как внешняя среда постоянно меняется, осложняя возможность обобщения полученных результатов и приводя их к быстрому «устареванию». При принятии решения о выходе на международный рынок большую роль играет личность самого предпринимателя, который разрабатывает и воплощает в жизнь стратегию интернационализации. Как уже упоминалось, субъективное восприятие условий обуславливает намерение выйти на международный уровень. Обладают ли какими-либо преимуществами российские МСП, осуществляющие международные операции, по сравнению с теми, кто фокусируется только на России? И если да, то какими? Обе группы фирм были образованы в стране с развивающейся экономикой. Можно предположить, что в таких условиях у фирм уже есть необходимые навыки и знания о ведении бизнеса в весьма непредсказуемых и постоянно меняющихся усло-

¹⁵ См., например: *McLarty R.* Case study: evidence of a strategic marketing paradigm in a growing SME // *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*. 1998. № 4 (4). P. 105–117.

¹⁶ См., например: *Широкова Г., Цуканова Т.* Влияние национальной институциональной среды на степень интернационализации фирм малого и среднего бизнеса из стран с переходной экономикой // *Вестник СПбГУ: Серия менеджмент*. 2012. № 1. С. 147–156.

¹⁷ *Ripollés-Meliá M., Menguzzato-Boulard M., Sánchez-Peinado L.* Entrepreneurial orientation and international commitment // *Journal of International Entrepreneurship*. 2007. № 5 (3-4). P. 65–83.

¹⁸ *Podmetina D., Smirnova M., Vaatanen J., Torkkeli M.* Innovativeness and international operations: case of Russian R&D companies // *International Journal of Innovation Management*. 2009. № 13 (2). P. 295–317.

¹⁹ См., например: *Shirokova G., Tsukanova T.* Impact of the Domestic Institutional Environment on the Degree of Internationalization of SMEs from Transition Economies // *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 2013. № 14 (3). P. 165–176.

²⁰ *Westhead P., Wright M., Ucbasaran D.* Internationalization of private firms: environmental turbulence and organizational strategies and resources // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2004. № 16 (6). P. 501–522.

²¹ См., например: *Korsakienė R., Tvaronavičienė M.* The internationalization of SMEs: an integrative approach. *Journal of Business Economics and Management*. 2012. № 13 (2). P. 294–307.

виях, что может облегчить ведение бизнеса и за рубежом²². Но в чем тогда отличие?

Гипотезы исследования

Развитие малого и среднего бизнеса — одно из направлений государственной политики в России, которое призвано содействовать повышению диверсификации производственно-экономической структуры экономики страны. Его реализация может частично осуществляться посредством поддержки интернационализации МСП. Какие же акценты необходимо расставить? Для разработки эффективной программы нужна не только поддержка со стороны государства, но и активные действия самих предпринимателей, т. е. определенная комбинация внутренних и внешних факторов, определяющих стратегию выхода российских МСП на международный рынок. Но в данной работе больший интерес представляет не выделение детерминант интернационализации как таковых, а выявление различий в их восприятии у российских фирм с международными операциями и без них.

При изучении интернационализации МСП из стран с развивающейся экономикой особое внимание уделяют факторам институциональной среды, восприятие которых может отличаться у фирм, действующих в пределах одной страны, и тех, кто вышел за рубеж. Постоянные изменения, выражающиеся в чрезмерном динамизме институциональной среды, и враждебность со стороны государственных структур создают препятствия для развития бизнеса. Эффективное функционирование системы институтов, регулирующих взаимодействия между всеми участниками экономических отношений — ключевой фактор роста экономики страны. К сожалению, согласно Докладу о глобальной конкурентоспособности стран мира за

²² Witt M. A., Lewin A. Y. Outward foreign direct investment as escape response to home country institutional constraints // *Journal of International Business Studies*. 2007. №38 (4). P. 579–594.

2013–2014 гг. по индексу развития институциональной среды Россия занимает 127 место из 148 стран²³. Стоит отметить, что институциональная среда формируется не только законодательной системой. Огромное значение имеет эффективность действий со стороны государственных органов, так как чрезмерная забюрократизированность процедур, коррупция, отсутствие прозрачности, зависимость судебной системы и ряд других факторов создают барьеры для компаний и замедляют развитие экономики страны в целом. Примечательно, что в 2012–2013 гг. в России основная часть реформ была направлена на снижение сложности и стоимости процедур регулирования бизнеса²⁴.

Фирмы, осуществляющие международные операции, обладают опытом ведения операций в разных институциональных условиях, у них есть возможность провести сравнение текущей ситуации в России с другими странами, и, как правило, эти оценки оказываются не в пользу России. Огромное количество нововведений и отсутствие эффективного информационного механизма, способного вовремя доносить нужные сведения до лиц, которых они касаются, приводит к восприятию самой институциональной среды как крайне динамичной, нестабильной и неустойчивой. Исходя из этого, предполагается следующее.

Гипотеза 1.1. Фирмы, осуществляющие международные операции, выше оценивают уровень динамизма институциональной среды, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Еще больше усугубляет ситуацию враждебность в поведении со стороны некоторых государственных структур, что может проявляться и в процессе непосредственного

²³ *World Economic Forum*. The Global Competitiveness Report 2013–2014. URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2013-14/GCR_Rankings_2013-14.pdf.

²⁴ Всемирный банк. «Ведение бизнеса 2014: Понимание регулирования деятельности малых и средних предприятий». Вашингтон: Группа Всемирного банка. 2013. DOI: 10.1596/978-0-8213-9615-5.

взаимодействия, и в самой политике по отношению к МСП. С одной стороны, государство заинтересовано в развитии малого и среднего бизнеса, но с другой стороны, предпринимаемые меры не всегда способствуют этому. Например, с декабря 2012 по июнь 2013 г. закрылось более 650 тысяч малых предприятий, и основная причина этого — повышение суммы обязательных страховых взносов в два раза. Многие эксперты полагают, что эти компании перешли в *теневой сектор*²⁵. Безусловно, такие тенденции вызывают тревогу у всех предпринимателей. Но у фирм с международными операциями охват деятельности шире, так как они действуют в различных институциональных контекстах, и им приходится учитывать больше факторов, вследствие этого они более восприимчивы к таким негативным изменениям. Поэтому предполагается следующее.

Гипотеза 1.2. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше уровень враждебности институциональной среды, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Фирмы, осуществляющие деятельность за рубежом, сталкиваются с определенными трудностями со стороны российского законодательства. Одним из примеров может служить процедура возмещения налога на добавленную стоимость (НДС). Согласно международной практике российское законодательство предусматривает установление «нулевого налога» на экспорт, но процесс его возмещения настолько запутан, что многие фирмы просто не используют эту возможность «из опасения, что в отместку местные налоговые органы начнут проводить дополнительные налоговые инспекции»²⁶. Это увеличивает издержки и приводит к негативной оценке качества реализа-

ции законодательства в стране со стороны фирм, осуществляющих международные операции.

Уровень защищенности фирмы качеством исполнения законодательства в стране является еще одним фактором воздействия со стороны институциональной среды. Для активной предпринимательской деятельности крайне важна правовая защита и поддержка, в том числе наличие четко определенных прав собственности и развитое договорное право. Слабый уровень их развития является существенным барьером для функционирования бизнеса, так как при неэффективном контроле за исполнением договоров гарантии их соблюдения подрываются²⁷. Неполное и противоречивое законодательство — источник коррупции и непредсказуемости при принятии судебных решений. Согласно докладу о переходном процессе Европейского банка реконструкции и развития в России нет эффективного механизма, запрещающего фиктивное банкротство, а также существует ряд пробелов в законодательной базе в процедурах принудительного исполнения обязательств, что вызывает необходимость принятия мер по *замораживанию* активов, чтобы ответчики не могли их скрыть в ходе судебного разбирательства²⁸. Считается, что предприниматели в странах с развивающейся экономикой часто сталкиваются с такой проблемой. В одном из исследований отмечалось, что в подобных ситуациях фирмы стремятся найти более благоприятные условия для ведения бизнеса в других государствах²⁹. Возможно, это послужило одной из причин на-

²⁷ *Baughn C., Neupert K.* Culture and National Conditions Facilitating Entrepreneurial Start-ups // *Journal of International Entrepreneurship*. 2003. № 1. P. 313–330.

²⁸ *ЕБРР.* Трансграничная интеграция. Доклад о переходном процессе за 2012 год. URL: <http://www.ebrd.com/russian/downloads/research/transition/tr12ru.pdf>.

²⁹ *Yamakawa Y., Peng M. W., Deeds D. L.* What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies? // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2008. № 32 (1). P. 59–82.

²⁵ Малый бизнес ждет в тени от 06.06.2013. URL: <http://www.gazeta.ru/business/2013/06/06/5370215.shtml>.

²⁶ *ЕБРР.* Диверсификация в России: Потенциал региональных различий. 2012. URL: <http://www.ebrd.com/russian/pages/research/publications/special/diversifying-russia.shtml>.

чала международных операций у ряда фирм. Можно сделать два предположения.

Гипотеза 2.1. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают ниже уровень защищенности качеством исполнения национального законодательства в области права собственности, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Гипотеза 2.2. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают ниже уровень защищенности качеством исполнения национального законодательства в области договорного права, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Известно, что финансовые ресурсы играют ключевую роль в экономической деятельности любой фирмы. Когда финансовый рынок достигает определенного уровня развития, а в стране ресурсы распределяются эффективно, есть возможность часть из них направлять на поддержку предпринимательских и инвестиционных проектов. По уровню развития этого фактора Россия находится на 121 месте (из 148 стран), а отсутствие доступа к капиталу стоит на пятом месте среди основных препятствий для ведения бизнеса, уступая место коррупции, налоговым ставкам, налоговому администрированию и чрезмерной государственной бюрократии³⁰. Российским фирмам довольно сложно привлечь финансовый капитал, поэтому они часто прибегают к помощи друзей и родственников³¹. С другой стороны, существуют специальные программы поддержки. Например, фирмы, собирающиеся начать экспортную деятельность, могут воспользоваться программами финансовой поддержки малого и среднего бизнеса, одна из которых реализуется через структуру

Внешэкономбанка³². Фирмы, осуществляющие международные операции, крайне нуждаются в финансовых ресурсах, особенно на первых шагах интернационализации. Но те из них, кто преуспел в этом, обладают нужными ресурсами и имеют необходимый финансовый капитал для развития своих операций. Исходя из этого, предполагается следующее.

Гипотеза 3. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше уровень доступности капитала для финансирования своих операций, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Помимо восприятия институциональной среды, у фирм, действующих на российском рынке, и у фирм, осуществляющих международные операции, отличается восприятие внутриотраслевых условий. Одним из факторов, который может способствовать интернационализации, является конкуренция³³. Высокий уровень конкуренции играет важную роль в экономике, поскольку фирма получает дополнительный стимул к инновационной деятельности. Если на внутреннем рынке конкуренция нарастает, то это заставляет предпринимателей улучшать качество продуктов и услуг и таким образом поддерживать свою конкурентоспособность. Можно предположить, что фирмы с международными операциями преуспели в этом больше, и в той нише, в которой они оперируют, поведение конкурентов ставит их в нестабильное положение, вынуждая быть всегда «наготове» и оперативно реагировать на нововведения соперников. Другими словами, международные операции часто обусловлены способностью фирмы производить конкурентоспособную продукцию,

³⁰ World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2013–2014. URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2013-14/GCR_Rankings_2013-14.pdf.

³¹ Zhuplev A., Shtykhno D. 2009. Motivations and obstacles for small business entrepreneurship in Russia: 15 years in transition // Journal of East-West Business. 2009. № 15 (1). P. 25–49.

³² Портал внешнеэкономической информации: Финансовая поддержка экспорта. URL: http://www.ved.gov.ru/rus_export/exporters_support/federal/financial_measures/.

³³ Keupp M. M., Gassmann O. The past and the future of international entrepreneurship: a review and suggestions for developing the field // Journal of Management. 2009. № 35 (3). P. 600–633.

и для фирм, успешно справившихся с этой задачей, открываются пути к новым зарубежным рынкам, где их продукция оказывается востребованной. Кроме того, существует ярко выраженная корреляция между оценками качества внутрифирменного управления и числом конкурентов, с которыми компания сталкивается: у компаний, имеющих хотя бы двух серьезных конкурентов, качество управления выше³⁴. Получается, что динамизм в поведении, а иногда и враждебность со стороны конкурентов способствуют повышению конкурентоспособности фирмы, и эту взаимосвязь больше ощущают те фирмы, которые действуют не только в России. Предполагается следующее.

Гипотеза 4.1. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше уровень динамизма в поведении конкурентов, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Гипотеза 4.2. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше уровень враждебности в поведении конкурентов, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Необходимо отметить и роль внутренней среды в процессе интернационализации, так как она является одним из основных источников конкурентного преимущества, которое достигается за счет обладания ценными, редкими и неподдающимися имитации ресурсами³⁵. Изучению этого аспекта было уделено много внимания в работах, посвященных детерминантам интернационализации³⁶. Внутренняя среда напрямую воз-

действует на функционирование и развитие организации в области структуры, культуры и ресурсов, включая все протекающие внутрифирменные процессы в различных подсистемах: социальной, организационной, информационной, производственной, технической и экономической. Наличие или отсутствие тех или иных важных внутренних ресурсов, знаний и навыков во многом определяет стратегический выбор фирмы.

МСП часто сталкиваются с трудностями при поиске необходимых ресурсов для производства и развития. Наличие в компании высокого уровня знаний в отношении процессов крайне ценно, так как это дает возможность принимать оптимальные решения и способствует повышению конкурентоспособности компании. Так как опыт фирм, осуществляющих операции за рубежом, более разнообразен, то можно предположить, что и уровень их знаний в отношении процессов выше по сравнению с фирмами, действующими только на российском рынке.

Гипотеза 5. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше свой уровень знаний в отношении процессов, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Перед всеми компаниями в условиях нестабильности и постоянного изменения внешней среды остро стоит проблема выбора успешной стратегии для развития бизнеса, а успешная стратегия — это стратегия, которая позволяет достичь поставленных целей. Еще в 1961 г. Рон Дэниэл разработал концепцию «ключевых факторов успеха», где указал на тот факт, что у каждой компании должно быть ограниченное число жизненно важных областей деятельности, от успешной реализации которых зависит ее процветание³⁷. Это те факторы, на кото-

³⁴ ЕБРР. Диверсификация в России: Потенциал региональных различий. 2012. URL: <http://www.ebrd.com/russian/pages/research/publications/special/diversifying-russia.shtml>.

³⁵ Barney J. B. Firm resources and sustained competitive advantage // Journal of Management. 1991. № 17 (1). P. 99–120.

³⁶ Westhead P., Wright M., Ucbasaran D. Internationalization of private firms: environmental turbulence and organizational strategies and resources // Entrepreneurship and Regional Development. 2004. № 16 (6). P. 501–522;

Hitt M. A., Hoskisson R. E., Kim H. International diversification: effects on innovation and firm performance in product-diversified firms // Academy of Management Journal. 1997. № 40 (4). P. 767–798.

³⁷ Daniel R. Management Information Crisis // Harvard Business Review. Sept.–Oct. 1961.

рые надо обращать особое внимание: например, способность к постоянным инновациям, удобный и доступный сервис или развитая сеть поставщиков. Но что важнее для фирм, осуществляющих операции за пределами России? Как расставлены приоритеты в их стратегии? Нацеленность фирм на регулярное предложение новых возможностей для партнеров и клиентов можно рассматривать как источник привлекательности, который повышает шансы малого и среднего бизнеса на успех:

Гипотеза 6. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше важность такого ключевого фактора успеха для своего бизнеса, как регулярное предложение новых возможностей для клиентов, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Еще одним ключевым фактором успеха могут служить отношения, существующие между компанией и ее партнерами в цепочке создания ценности, что позволяет фирме укреплять свое положение на рынке и даже в период кризиса демонстрировать стабильность и надежность. Вероятно, фирмы с международными операциями больше преуспевают по этому ключевому фактору, так как их деятельность сопряжена с высокими рисками, и посредством развития отношений с партнерами они пытаются сделать среду более стабильной и предсказуемой. Исходя из этого, предполагается следующее.

Гипотеза 7. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше важность такого ключевого фактора успеха для своего бизнеса, как отношения, существующие между компанией и ее партнерами в цепочке создания ценности, чем фирмы, действующие только на российском рынке.

Методология

Для проверки гипотез использовалась база данных по 500 российским МСП. Данные были собраны в 2010–2011 гг. с использованием квотированной выборки (квоты

были установлены по географическому аспекту и отраслевой принадлежности, а также по численности сотрудников). Выборка была ограничена двумя городами — Москвой и Санкт-Петербургом, так как в них наблюдался самый высокий уровень предпринимательской активности. Кроме того, выбор однородной среды снижает вероятность гетерогенности в восприятии изучаемых факторов, что важно в рамках данной работы. В выборку вошли предприятия из трех наиболее динамично развивающихся отраслей: оптовая и розничная торговля, сфера общественного питания и гостиничного хозяйства и сфера информационных технологий (ИТ). Численность сотрудников первоначально была ограничена верхней границей в 500 человек согласно критерию, предложенному Администрацией малого бизнеса США. В финальную выборку исследования вошли предприятия с численностью сотрудников до 250 человек в соответствии с определением ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», что сократило выборку на 45 компаний. Целевая аудитория для проведения опроса включала топ-менеджеров (владельцев / руководителей), являющихся наиболее осведомленными лицами в отношении деятельности компании.

В рамках анализа использовались различные переменные. Основная переменная, интернационализация, позволяющая разделить фирмы на две группы (с международными операциями и без), является бинарной и равняется 1, если у фирмы есть международные операции, 0 — если нет международных операций.

Все факторы измерялись по 5-балльной шкале Лайкерта. Для измерения динамизма институциональной среды и динамизма в поведении конкурентов респондентов просили оценить динамику изменений в их поведении от 1 («очень низкий темп») до 5 («очень высокий»). При оценке враждебности институциональной среды и враждебности в поведении конкурентов респондентов проси-

ли оценить по 5-балльной шкале уровень агрессивности в их поведении: 1 — «совсем не агрессивное», 5 — «очень агрессивное». Защищенность компании качеством исполнения законодательства в стране в области *прав собственности и договорного права* оценивалась также по 5-балльной шкале от 1 — «крайняя незащищенность» до 5 — «высокая защищенность». Доступность капитала, а также знания в отношении процессов оценивались от 1 — «совсем недоступен» до 5 — «полностью доступен». При оценке ключевых факторов успеха респондентов спрашивали, в какой степени *регулярное предложение клиентам новых возможностей и отношения, существующие между компанией и ее партнерами в цепочке поставок* являются важными для деятельности компании: 1 — «абсолютно не соответствует», 5 — «полностью соответствует».

Результаты анализа

Из 455 фирм, включенных в финальную выборку, 73 фирмы (16%) осуществляют международную деятельность и 382 (84%) — нет (табл. 1). По среднему показателю, многие фирмы были основаны в период около 1999 г. Более 55% фирм принадлежат к оптовой и розничной торговле, 24% —

к сфере ИТ, а около 21% — к сфере общественного питания и гостиничного хозяйства. На каждую фирму в среднем приходится 67 сотрудников.

Что касается международных фирм, то 38% из них начали международные операции в течение первого года своего существования, а 32% — в период между 2 и 6 годами своей деятельности (табл. 2). Большинство компаний осуществляют операции в Европе и странах СНГ, а для 27% компаний доля на международных рынках от общего объема продаж находится в промежутке от 10 до 30%. Стоит также отметить, что 45% фирм вовлечены в экспортную деятельность, другие фирмы осуществляют международные операции через представительства за рубежом, филиалы, совместные/собственные предприятия.

Для проверки гипотез и выявления различий в восприятии факторов внешней и внутренней среды между двумя группами фирм был использован метод дисперсионного анализа. Дисперсионный анализ позволяет выявить зависимости в данных путем исследования значимости различий в средних значениях независимых переменных (факторах), т. е. позволяет изучить влияние этих факторов на зависимую переменную — «интернационализацию». Рассмотрим более детально результаты (см. табл. 3).

Таблица 1

Профиль фирм

Переменные	Фирмы		
	Всего (среднее) N= 455	Фирмы без международных операций (N=73)	Фирмы с международными операциями (N=382)
Отрасль			
Сфера информационных технологий	108 (24%)	96 (25%)	12 (17%)
Сфера общественного питания и гостиничного хозяйства	97 (21%)	88 (23%)	9 (12%)
Оптовая и розничная торговля	250 (55%)	198 (52%)	52 (71%)
Количество сотрудников	67,20	66,88	68,95

Таблица 2

Профиль фирм с международными операциями

Переменная	Частота	Процент (%)
Доля продаж на международных рынках		
0.1–1	14	19,18
2–9	10	32,88
10–29	20	27,4
30–59	5	6,85
60–100	11	15,07
Пропущенные	13	17,81
Возраст осуществления первых международных операций		
1	24	38,71
2–6	20	32,26
7–10	10	16,12
11–20	8	12,91
Страны, регионы		
СНГ	35	48
Балтийские страны	14	19
Западная Европа	38	53
Азия	18	25
Скандинавские страны	6	8
Отдельные страны	19	26

При сравнении восприятия внешней среды у двух групп фирм оказалось, что значимая разница есть в отношении таких факторов институциональной среды, как динамизм в поведении регулирующих органов и ведомств, защищенность качеством исполнения законодательства в стране (включая право собственности и договорное право), доступность капитала. Согласно результатам дисперсионного анализа фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше уровень *динамизма институциональной среды*, что подтверждает гипотезу 1.1. Кроме того, эти фирмы оценивают ниже уровень *защищенности качеством исполнения законодательства в стране* в области права собственности и договорного права, что соответствует выдвинутым гипотезам 2.1–2.2. Фирмы с международными операциями оценивают выше степень *дос-*

тупности капитала, чем фирмы, действующие в пределах одного рынка, что и предполагалось в гипотезе 3. При сравнении восприятия отраслевых условий было выявлено, что уровень *динамизма и враждебности в поведении конкурентов* выше воспринимают руководители фирм, осуществляющих международные операции, чем фирм, действующих только в пределах российского рынка, подтверждая гипотезы 4.1 и 4.2.

В отношении восприятия факторов внутренней среды выдвинутые гипотезы были подтверждены, выявляя те преимущества, которые есть у фирм с международными операциями. Фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше важность такого ключевого фактора успеха для своего бизнеса, как *регулярное предложение новых возможностей для клиентов*, чем фирмы, действующие в пределах

Таблица 3

Результаты дисперсионного анализа

Переменные	Фирмы		
	Всего (среднее)	Фирмы без международных операций (среднее)	Фирмы с международными операциями (среднее)
Внешняя среда			
Динамизм институциональной среды	2,9	3,2	2,9 (**)
Враждебность институциональной среды	2,6	2,6	2,6 (-)
Защищенность прав собственности	3,6	3,7	3,2 (***)
Защищенность контрактного права	3,7	3,8	3,2 (****)
Доступность капитала	3,8	3,8	4,1 (**)
Динамизм в поведении конкурентов	2,7	2,7	3 (**)
Враждебность в поведении конкурентов	2,6	2,5	2,8 (**)
Внутренняя среда			
Знания в отношении процессов	3,9	3,8	4,2 (**)
Новые возможности для клиентов	3,5	3,4	3,8 (**)
Отношения с партнерами	3,8	3,7	4,2 (***)

Примечание: * 0,1, **0,05, *** 0,01 и **** 0,001 уровень различий.

одного рынка, что было указано в гипотезе 6. Кроме того, фирмы с международными операциями выше ценят *отношения, существующие между компанией и ее партнерами* в цепочке создания ценности, что подтверждает гипотезу 7.

Гипотеза 1.2, где предполагалось, что фирмы, осуществляющие международные операции, оценивают выше уровень *враждебности институциональной среды*, не была подтверждена, так как не было выявлено значимых различий в уровне средних значений.

Обсуждение результатов и выводы

Интернационализация способствует росту как отдельной фирмы, так и экономики в целом. Х. Этэмэд утверждает, что из-за глобализации фирмы вынуждены расши-

рять свою международную деятельность, так как, если они решат сосредоточиться исключительно на внутреннем рынке, то могут потерпеть неудачу³⁸. На развивающихся рынках, таких как российский, интернационализация является одной из важнейших инициатив, которая может способствовать социально-экономическому процветанию страны.

Интернационализация МСП приносит ряд преимуществ: более эффективное использование ресурсов, доступ к инновациям, возможность приобщения к «передовому опыту» в развитых странах и приобретения новых знаний. Она может стать настоящим «драйвером» экономического

³⁸ *Etemad H. International Entrepreneurship as a Dynamic Adaptive System: Towards a Grounded Theory // Journal of International Entrepreneurship. 2004. №2. P. 5–59.*

развития. Кроме того, развитие международных операций приводит к усилению позиции страны на международных переговорах по вопросам торговли, способствует ее финансовой устойчивости и повышению общей конкурентоспособности российских фирм на мировом рынке. Такие глобальные тенденции, как развитие передовых технологий в области транспорта и связи, снижение торговых барьеров, постоянные инновации и технологический прогресс, ведут к росту интернационализации МСП. Малый и средний бизнес был давно признан источником инновационных идей. В Северной Америке и Западной Европе более 30 лет назад пришли к осознанию, что эти фирмы играют передовую роль в повышении конкурентоспособности экономики, поэтому уже тогда стали реализовываться мероприятия по созданию благоприятного экономического и политического климата для содействия развитию предпринимательства³⁹. В России это происходит в настоящее время. Сложно расставить правильные акценты в проводимой политике, и самим фирмам трудно выбрать правильный ориентир при разработке международной стратегии. Чтобы справиться с поставленной задачей, необходимо учитывать как внутренние, так и внешние факторы. В данной работе были выделены факторы интернационализации и проведено сравнение фирм с международными операциями и фирм, действующих только на российском рынке, что помогло выявить различия между ними и выделить преимущества, которые есть у первой группы.

Любое предприятие функционирует в определенной внешней среде. Внешняя среда питает его ресурсами и информацией, необходимой для функционирования. Игнорировать ее крайне опасно, так как происходящие в среде изменения оказывают колоссальное влияние на опера-

ции фирмы. Получив подтверждение тому, что фирмы с международными операциями оценивают выше динамизм внешней среды и ниже уровень защищенности качеством исполнения законодательства в стране, можно предположить, что они сталкиваются с большим количеством операций, так как ориентированы на международный рынок и, кроме того, предприниматели могут сравнивать текущую ситуацию в России с условиями ведения бизнеса за рубежом.

Безусловно, внешняя среда оказывает влияние на все фирмы, но степень этого влияния неодинакова, так как зависит от специфики самого бизнеса и от внутреннего потенциала компании. Фирмам необходимо проводить регулярный мониторинг и анализ внешней среды, чтобы вовремя получать информацию о том, какие факторы представляют собой угрозу, а какие можно выгодно использовать. Это поможет разработать меры по предотвращению неблагоприятных ситуаций и эффективному использованию возникающих возможностей, включая возможность выхода на международный рынок.

Фирмы с международными операциями оценивают выше степень доступности капитала. Вопрос об источнике капитала остается без ответа в силу имеющихся ограниченный используемых данных. Это могут быть и собственные средства, и заемные (друзья, родственники, банковские кредиты). Отсутствие такого источника часто останавливает рост фирмы, ведь финансовые ресурсы — одна из уязвимых сторон деятельности МСП. В отношении международных операций меры по финансовой поддержке стали внедряться относительно недавно, и сложно еще судить об их эффективности. Тем не менее этот фактор необходимо учитывать при разработке программ со стороны государства, и он может быть решающим для фирм при внедрении стратегии интернационализации.

Динамизм и враждебность в поведении конкурентов выше оценивают фирмы с международными операциями. Компании кон-

³⁹ OPORTA Russia. Entrepreneurship environment in Russia: OPORTA's Index 2010–2011. Moscow. URL: <http://en.opora.ru/analytics/28468/>.

тактируют с конкурентами непосредственно в процессе хозяйственной деятельности, причем процесс взаимодействия приводит к высокой степени взаимовлияния, определяя характер и содержание последующей стратегии. Можно предположить, что фирмы с международными операциями конкурируют на более динамично развивающемся рынке, где другие компании проявляют высокую степень активности и агрессивности. В такой среде все участники держат «руку на пульсе», анализируя слабые и сильные стороны соперников, чтобы вовремя изменить свою стратегию. Такая *проактивность* повышает конкурентоспособность предлагаемых товаров и услуг, способствуя успеху на международных рынках.

В условиях нестабильной внешней среды внутренняя среда фирмы должна стать опорным механизмом. При ее анализе необходимо идентифицировать слабые и сильные стороны компании, так как без определенного внутреннего потенциала она просто не сможет воспользоваться возможностями, возникающими «извне».

Важным элементом являются знания в отношении процессов, доступность которых для фирм с международными операциями оказалась выше. Без хорошего знания внутренних операций и осознания всех этапов взаимодействия в рамках цепочки создания ценности невозможно сделать правильные выводы о преимуществах компании и выстроить успешную стратегию развития международных операций. Кроме того, при современном темпе жизни и постоянных инновациях надо уметь превосходить ожидания своих клиентов, предлагая им новые возможности, что может выражаться в усовершенствовании инфраструктуры, предпродажного и послепродажного обслуживания и других аспектах деятельности в зависимости от особенностей бизнеса. По этому пункту фирмы, действующие только на российском рынке, отстают от фирм с международными операциями, что может быть вызвано поставленными стратегическими приорите-

тами и спецификой рынка, на котором они конкурируют.

Учитывая высокую скорость изменений в мире, стоит призвать руководителей компаний задуматься и проанализировать текущую ситуацию, так как они рискуют «упустить момент», и, если они забывают о необходимости удержания постоянных клиентов и привлечении новых, то в будущем могут потерять свою долю рынка. Компании с международными операциями придают большое значение такому фактору успеха, как отношения с партнерами в рамках цепочки поставок. Степень важности этого фактора сложно переоценить, так как в случае нарушения условий поставок со стороны партнера фирма столкнется с нарушением протекающих процессов и негативной реакцией клиентов, которые вовремя и с должным уровнем обслуживания и качества не получат свой товар. Фирмы с международными операциями лучше осознают риск такой ситуации, поэтому делают акцент на надежность отношений с выбранными партнерами.

В заключение хотелось бы отметить, что МСП сталкиваются со многими препятствиями. Некоторые из них они способны преодолеть, полагаясь на свои внутренние ресурсы, а для преодоления других им необходима внешняя поддержка. В среднесрочной перспективе перед российской экономикой стоит задача увеличения доли МСП в общем объеме экспорта до 30%, а их доли в ВВП — до 60%⁴⁰. Без поддержки со стороны государства достичь этого крайне сложно, так как фирмам необходим стимул для начала активной интернационализации, особенно в период изменений. Полученные в ходе анализа результаты могут быть использованы при разработке программы поддержки МСП. Таким образом, должное внимание, информационная, кон-

⁴⁰ Ермошин А. Экспортный потенциал малого и среднего бизнеса в России и меры государственной поддержки. Ассоциация малого и среднего бизнеса. 2006. URL: http://www.aisme.ru/doc/080705_Article_1.pdf.

сультационная, финансовая и организационная поддержка МСП могут привести к существенному шагу вперед. В свою очередь, руководителям компаний не стоит игнорировать важность регулярного мониторинга и анализа внутренней и внешней среды и вовремя внести коррективы в реализуемую стратегию и не упустить появляющиеся выгодные возможности, одной из которых может стать востребованность на международном рынке.

Список литературы

1. Березина Е. Задержка в развитии // Российская Бизнес-газета №882 (4). URL: <http://www.rg.ru/2013/02/05/predpriyatia.html>.
2. Предпринимательский климат в России — 2013. ВЦИОМ. Пресс-выпуск №2312 от 03.06.13. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114167>.
3. Всемирный банк. «Ведение бизнеса 2014: Понимание регулирования деятельности малых и средних предприятий». Вашингтон: Группа Всемирного банка. 2013. DOI: 10.1596/978-0-8213-9615-5.
4. Всемирный банк. Проект «Ведение бизнеса». 2013. Рейтинг экономик. URL: <http://russian.doingbusiness.org/custom-query>.
5. ЕБРР. Диверсификация в России: Потенциал региональных различий. 2012. URL: <http://www.ebrd.com/russian/pages/research/publications/special/diversifying-russia.shtml>.
6. ЕБРР. Трансграничная интеграция. Доклад о переходном процессе за 2012 год. URL: <http://www.ebrd.com/russian/downloads/research/transition/tr12ru.pdf>.
7. Ермошин А. Экспортный потенциал малого и среднего бизнеса в России и меры государственной поддержки. Ассоциация малого и среднего бизнеса. 2006. URL: http://www.aisme.ru/doc/080705_Article_1.pdf.
8. Малый бизнес ждет в тени от 06.06.2013. URL: <http://www.gazeta.ru/business/2013/06/06/5370215.shtml>.
9. Монополий нет, конкуренции тоже. Exper Online от 25.11.2013. URL: <http://expert.ru/2013/07/25/monopolij-net-konkurentsii-tozhe/>.
10. Пиньковецкая Ю. С. Малое предпринимательство на рынках совершенной и монополистической конкуренции // Современная конкуренция. 2012. №2 (32). С. 3–12.
11. Портал внешнеэкономической информации: Финансовая поддержка экспорта. URL: http://www.ved.gov.ru/rus_export/exporters_support/federal/financial_measures/.
12. Упрощение регулирования предпринимательской деятельности. Новости Минэкономразвития от 16.12.13. URL: <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/press/news/urpd>.
13. Широкова Г., Цуканова Т. Влияние национальной институциональной среды на степень интернационализации фирм малого и среднего бизнеса из стран с переходной экономикой // Вестник СПбГУ: Серия менеджмент. 2012. № 1. С. 147–156.
14. Широкова Г. В., Цуканова Т. В. Выход на международный рынок российских фирм малого и среднего бизнеса: интегративный подход к анализу // Современная конкуренция. 2013. №3 (39). С. 50–63.
15. Barney J. B. Firm resources and sustained competitive advantage // Journal of Management. 1991. № 17 (1). P. 99–120.
16. Baughn C., Neupert K. Culture and National Conditions Facilitating Entrepreneurial Start-ups // Journal of International Entrepreneurship. 2003. № 1. P. 313–330.
17. 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.
18. Daniel R. Management Information Crisis // Harvard Business Review. Sept.–Oct. 1961.
19. Etemad H. International Entrepreneurship as a Dynamic Adaptive System: Towards a Grounded Theory // Journal of International Entrepreneurship. 2004. №2. P. 5–59.
20. Hitt M. A., Hoskisson R. E., Kim H. International diversification. effects on innovation and firm performance in product-diversified firms // Academy of Management Journal. 1997. № 40 (4). P. 767–798.
21. Keupp M. M., Gassmann O. The past and the future of international entrepreneurship: a review and suggestions for developing the field // Journal of Management. 2009. № 35 (3). P. 600–633.

22. *Korsakienė R., Tvaronavičienė M.* The internationalization of SMEs: an integrative approach. *Journal of Business Economics and Management*. 2012. № 13 (2). P. 294–307.
23. *McLarty R.* Case study: evidence of a strategic marketing paradigm in a growing SME // *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*. 1998. № 4 (4). P. 105–117.
24. MSCI Emerging Markets Indices, URL: http://www.msci.com/products/indices/country_and_regional/em/.
25. *OPORA Russia*. Entrepreneurship environment in Russia: OPORA's Index 2010–2011. Moscow. URL: <http://en.opora.ru/analytics/28468/>.
26. *Podmetina D., Smirnova M., Vaatanen J., Torkkeli M.* Innovativeness and international operations: case of Russian R&D companies // *International Journal of Innovation Management*. 2009. № 13 (2). P. 295–317.
27. *Ripollés-Meliá M., Menguzzato-Boulard M., Sánchez-Peinado L.* Entrepreneurial orientation and international commitment // *Journal of International Entrepreneurship*. 2007. № 5 (3–4). P. 65–83.
28. *Shirokova G., Tsukanova T.* Impact of the Domestic Institutional Environment on the Degree of Internationalization of SMEs from Transition Economies // *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 2013. № 14 (3). P. 165–176.
29. *Stevenson H., Jarillo J.* A New Entrepreneurial Paradigm. In *Socioeconomics: Toward a New Synthesis*, (eds.) Etzioni A. and Lawrence P., NY: M. E. Sharpe Inc., 1991.
30. *Welch L. S., Luostarinen R.* Internationalization: Evolution of a Concept. In *The Internationalization of the Firm*, (eds.) Buckley and Ghauri, International Thompson Press, 83–98, 1988.
31. *Westhead P., Wright M., Ucbasaran D.* Internationalization of private firms: environmental turbulence and organizational strategies and resources // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2004. № 16 (6). P. 501–522.
32. *Witt M. A., Lewin A. Y.* Outward foreign direct investment as escape response to home country institutional constraints // *Journal of International Business Studies*. 2007. № 38 (4). P. 579–594.
33. *World Economic Forum*. The Global Competitiveness Report 2013–2014. URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2013-14/GCR_Rankings_2013-14.pdf.
34. *Yamakawa Y., Peng M. W., Deeds D. L.* What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies? // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2008. № 32 (1). P. 59–82.
35. *Zhuplev A., Shtykhno D.* 2009. Motivations and obstacles for small business entrepreneurship in Russia: 15 years in transition // *Journal of East-West Business*. 2009. № 15 (1). P. 25–49.

*T. Tsukanova, Assistant Professor, Strategic and International Management Department
Graduate School of Management Saint-Petersburg University (GSOM SPbU), Saint-Petersburg,
tsukanova@gsom.spbpu.ru*

RUSSIAN SMEs GO INTERNATIONAL

In this paper, based on data of 455 Russian firms, the author analyzes the differences in the perception of external and internal factors of internationalization among firms that have international operations and firms that operate only in Russian market. The results help to identify the factors that should be considered while elaborating internationalization strategy and government support programs.

Keywords: Internal and external environment, international operations, Russia, SMEs.