

Санкт-Петербургский государственный университет
Высшая школа менеджмента

НАУЧНЫЕ ДОКЛАДЫ

Л.С. Серова

**МИКРО-ПРЕДПРИЯТИЯ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ:
СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

№ 3 (R)–2012

Санкт-Петербург

2012

Л.С. Серова. Влияние кризиса на стратегии развития российских МНК. Научные доклады, № 3(Р)–2012. СПб.: ВШМ СПбГУ, 2012.

Ключевые слова и фразы: Микро-предприятия, бизнес-демография, предпринимательство, Российская экономика.

Микро-предприятия в России существуют давно, но официальный статус приобрели лишь в 2008 г. Чем микро-компании отличаются от субъектов экономической деятельности иных типов, каковы их демографические особенности – эти вопросы и являются предметом данного доклада.

Серова Людмила Серафимовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры операционного менеджмента Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета.

e-mail: serovals@gsom.pu.ru

© Серова Л.С., 2012

© Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2012

St. Petersburg State University
Graduate School of Management

WORKING PAPER

L.S. Serova

**MICRO-ENTERPRISES IN THE RUSSIAN ECONOMY:
CURRENT SITUATION AND DEVELOPMENT TRENDS**

3 (R)–2012

Saint Petersburg
2012

L. S. Serova. Micro-enterprises in the Russian economy: current situation and development trends. Working Paper # 3 (R)–2012. Graduate School of Management, St. Petersburg State University: SPb, 2012.

Keywords and phrases: Micro-enterprises, business-demographics, entrepreneurship, Russian economy.

Abstract: Micro-enterprises in Russia exist for a long time, but have acquired an official status only in 2008. What is the difference between micro-companies and economic operators of other types, what are their demographic characteristics - these research questions are the subject of this article. Executive summary is available at pp. 29.

Liudmila S. Serova — Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Department of Operations Management, Graduate School of Management, St. Petersburg State University

e-mail : serovals@gsom.pu.ru

Содержание

Введение.....	6
Микро-предприятия как субъекты малого предпринимательства.....	8
Роль микро-предприятий в малом бизнесе и экономике страны	13
Структурная характеристика микро-предприятий	21
Выводы.....	26
Список литературы:	27
Executive summery	29

Введение

Субъектами предпринимательской деятельности в России, как и в экономике всех развитых стран кроме предприятий крупного и среднего бизнеса являются малые предприятия, а также деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде.

Роль малых и, в первую очередь, микро-предприятий в развитых странах значительна, а рождаемость и смертность компаний в этом секторе является индикатором благоприятного и делового климата. В качестве основных причин повышенного внимания к малым формам предпринимательства, в первую очередь к деятельности микро-предприятий, в высокоразвитых странах Запада выделяют следующие [Малый бизнес...]:

Создание новых рабочих мест. Как свидетельствует статистика, ежегодно 2/3 рабочих мест создаётся за счёт мелкого предпринимательства. Таким образом, малый бизнес помогает выживать в трудные времена миллионам, а значит, способствует ослаблению социальной напряженности в обществе.

Эффективность малых фирм. Например, в американском малом бизнесе она почти в 9 раз выше, чем в сфере крупного предпринимательства. Речь идёт, прежде всего, о технологическом секторе малого предпринимательства. Так в последнее время в США почти 55% всех инноваций были созданы именно в этом бизнесе. В малых фирмах внедряется в 17 раз больше нововведений и разработок, чем на крупных предприятиях. В целом на Западе на высокотехнологичный сектор приходится до 60% от общего объёма малого бизнеса.

Прибыльность. Малый бизнес зарабатывает больше крупного, т.е. с каждого вложенного доллара или евро его инвесторы получают больше доходов, чем инвесторы крупных производителей.

Особое отношение к труду. В малых фирмах традиционно царит атмосфера творчества, заинтересованности и активности. Работа на себя, любимого, а не на того «парня», успех, построенный собственными руками, необходимость самому отвечать за свою жизнь и судьбу близких кардинальным образом меняет отношение к труду и бизнесу.

Большая конкурентоспособность. Это проистекает, прежде всего, за счёт меньших издержек, отсутствия лишнего бюрократического аппарата, снижения накладных расходов, менее охваченной профсоюзами рабочей силы.

Мобильность и гибкость. Благодаря своим малым формам они быстрее реагируют на всё убыстряющиеся перемены на рынках, легче проникают в незаполненные ниши. Вообще, малый бизнес – это часто нишевой бизнес, действующий по известной формуле: «Найди то, что

надо потребителю, создай это и расскажи об этом как можно большему количеству потребителей».

Сравнительно быстрая окупаемость, что даёт возможность начать бизнес с малым стартовым капиталом.

Качество продукции и услуг. Сегодня на Западе престижно ходить в семейные рестораны и кофейни, селиться в небольших (на 40–60 мест) гостиницах и т.д. Понятно почему, ведь меню и винные карты их никогда не дублируют друг друга, а кофе, пирожные по вкусу лучше не придумаешь; что же касается семейных гостиниц, то им удастся наилучшим образом сочетать комфорт с покоем и уютом.

Можно сказать, что девиз малого предпринимательства — «Большое начинается с малого». Большое количество всемирно известных сегодня «монстров» современной экономики, начиналось с малого бизнеса. Самые яркие примеры — «Макдональдс», выросший из дешёвой закуской братьев Макдональдс; Apple, Hewlett Packard, Microsoft, Dell, Google, их история теперь звучит как сказка: «двое молодых людей в гараже...».

Как показывает опыт развитых стран, если в прошлом малые и микро-предприятия создавались, как результат стремления многих открыть собственное дело, то в настоящее время создание малых предприятий нередко иницируется крупными компаниями, которые поручают им вести отдельные виды производства или устанавливать тесные связи с рынком. Помимо того, что малые предприятия внедряют новые товары и обеспечивают рабочие места, они играют важную роль в деятельности крупных корпораций, занимаясь сбытом их продукции, обслуживанием, снабжением. Малые предприятия не противостоят крупным и средним компаниям, а тесно взаимодействуют с ними, участвуют в ускорении инновационного процесса и в структурной перестройке народного хозяйства.

В условиях российской экономики анализ демографических тенденций в сфере малого предпринимательства, и, особенно, для микро-предприятий представляет собой актуальную задачу по ряду причин.

Во-первых, в России микро-предприятия официально появились лишь с 1 января 2008г. [Федеральный закон...], до этого они включались в состав малых предприятий, и их особенности были не видны, а информация агрегировалась с другими субъектами малого предпринимательства.

Во-вторых, микро-предприятия представляют собой специфические компании с очень малым числом наемных работников (юридические лица и индивидуальные предприниматели), а также со специфическим сочетанием критериев эффективности.

В-третьих, микро-предприятия призваны решать не только экономические, но и социальные проблемы, что важно для развития социально-ориентированной экономики.

Поэтому изучение демографических тенденций для микро-предприятий представляет собой актуальную задачу аналитической и управленческой практики¹. Отсюда цель исследования – анализ демографических тенденций в сфере малого предпринимательства и, в частности, для микро-предприятий.

Микро-предприятия как субъекты малого предпринимательства

Малое предпринимательство — это неотъемлемый элемент рыночной системы хозяйства, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Малое предпринимательство представляет собой, с одной стороны, специфический сектор экономики, создающий материальные блага при минимальном привлечении материальных, энергетических, природных ресурсов и максимальном использовании человеческого капитала, а с другой — сферу самореализации и самообеспечения граждан, в пределах прав, предоставленных Конституцией Российской Федерации (ст. 34 Конституции Российской Федерации).

Само понятие малого предприятия предполагает предпринимательскую деятельность небольших предприятий в рамках секторов национальной экономики. В настоящее время вопрос развития сети малых предприятий включен как один из важнейших в программу де-монополизации народного хозяйства страны.

Малые предприятия создают благоприятные условия для оздоровления экономики: развивается конкурентная среда; идет насыщение рынка товарами и услугами; создаются дополнительные рабочие места; расширяется потребительский сектор; лучше используются местные сырьевые ресурсы. Поэтому развитие малых предприятий — это основа экономики любой развитой в экономическом отношении страны. К тому же, деятельность малых фирм является важным фактором повышения ее гибкости и маневренности экономики. По уровню развития малого предпринимательства можно судить о способности государства приспосабливаться к быстроизменяющейся экономической ситуации. Кроме этого, большое значение имеет способность малых предприятий расширять сферу приложения труда, создавать

¹ Исследованием в этой области автор занимается последние два года совместно с к.э.н. Чураковой И.Ю. [Серова, Чуракова, 2012].

новые возможности не только для трудоустройства, но и для предпринимательской деятельности населения, развертывания его творческих сил и использования свободных производственных мощностей.

В последние десятилетия малое предпринимательство превратилось во многих странах в один из важнейших секторов экономики. По данным главы Министерства экономического развития и торговли (МЭРТ) России доля малого бизнеса в ВВП развитых стран составляет порядка 50%, в Китае – более 60% [Егишянц, 2008]. В России (по данным на июль 2011 года) доля малого бизнеса в занятости населения и в ВВП РФ составила 20–25% [Романтический миф...].

В США предприятия малого бизнеса представляют собой основные генераторы инновационных процессов в промышленности, динамично реагируя на изменение структуры потребления. Малые фирмы активизируют структурную перестройку отраслей, преодолевая монополизм в экономике, влияют на структуру цен потребительского рынка и т.д.

Аналогичная картина наблюдается также в Германии, Канаде, Великобритании, где доля малого бизнеса в производстве составляет 60–70%. Показательным является также участие малого бизнеса в экспорте продукции ведущих стран. По оценке экспертов, доля малых и средних фирм в промышленном экспорте ряда развитых стран составляет: Германии и Нидерландов – примерно 40%, Италии – 20–25%, США и Японии – 15%. Если же учесть их участие в комплектации готовой продукции, вывозимой за рубеж крупными фирмами, то их доля в стоимости экспорта промышленных товаров приблизится к 60% в Италии, 50% — во Франции, 40% — в Японии. При этом сфера, где малый бизнес приобрел особое значение — международная торговля технологиями. Например, 50% лицензий, проданных США, приходится на малые предприятия, инновационные фирмы.

Для стран-лидеров рынка инноваций существует одна общая макроэкономическая закономерность – приоритетная роль малого бизнеса в национальных экономиках. Об этом говорят следующие цифры: доля субъектов малого предпринимательства в 2009 г. в общем количестве предприятий составляла от 97,6% (США) до 99,3% (Германия), в общей численности занятого в экономике населения — от 50,1% (США) до 69,3% (Япония), в ВВП — от 52% (США) до 57% (Германия) [Основные характеристики..., 2009].

Место малого бизнеса в развитии экономики западных стран можно описать следующим образом [Малый бизнес]:

♦ *По географии* – малые предприятия работают и успешно развиваются во всех высокоразвитых странах мира от США до ЕС, от Сингапура и Тайваня до ЮАР, Бразилии и Израиля.

♦ *По количеству работающих* – к малому бизнесу относятся предприятия с числом работающих:

- до 50 человек в Великобритании;
- менее 100 человек в ЕС (среднему – от 100 до 250 человек);
- до 500 человек в США.

♦ *По доле малого бизнеса в экономике* ведущих стран мира: практически нет таких сфер, которые могли бы обойтись без его продукции и услуг. Например,

- в Испании доля малого бизнеса в её строительной индустрии составляет 30%, в промышленности – 31%, в судостроении – чуть менее 30%, в сельском хозяйстве – 80% и т.д.;
- в Германии, малые и средние предприятия составляют 99,7% всех коммерческих предприятий;
- в Великобритании более 80% составляют малые предприятия.

♦ *По тому, сколько зарабатывает малый бизнес* в ведущих державах:

- в США на малые предприятия приходится почти 35% чистого дохода, 30% всего экспорта;
- во Франции и Германии доля малого и среднего бизнеса в ВВП этих стран почти 50%;
- в Японии им создаётся почти 57% всей продукции в ведущей для страны обрабатывающей промышленности;
- в Италии на него приходится примерно 95% национального дохода.

В странах Евросоюза (EU-27) средние и малые предприятия производят большую долю ВВП, чем крупные компании, и являются работодателями для основной части занятых. В 2008 г., например, на долю средних и малых предприятий приходилось 58,6% произведенной добавленной стоимости и 66,7% всех занятых [Key figures, 2011]. В России же в 2008 г. на долю средних и малых предприятий приходилось всего лишь около 20% всех занятых, и совокупный оборот этих предприятий составил 29,4% от общего оборота предприятий и организаций в стране [Российский статистический ежегодник].

В большинстве развитых стран основная масса предприятий в малом бизнесе принадлежит микро-предприятиям. Роль микро-предприятий в экономике развитых стран значительна, а рождаемость и смертность компаний в этом секторе является индикатором благоприятного инвестиционного и делового климата.

В российских условиях микро-предприятия, несмотря на то, что существуют и функционируют давно, новый институциональный статус они брели лишь в 2008г.

Деятельность субъектов малого и среднего бизнеса в России регулируется вступившем в силу с 1 января 2008 года Федеральным законом № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в котором определены категории субъектов малого предпринимательства, а также установлены основные виды и формы их поддержки. К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесённые в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесённые в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее — индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие перечисленным ниже условиям.

Именно этот закон установил новые критерии отнесения предприятия к субъектам малого предпринимательства: средняя численность работников и предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг). А постановлением Правительства РФ от июля 2008 г. №556 были установлены конкретные значения выручки от реализации товаров.

И, главное, среди малых предприятий выделена категория микро-предприятий, как особого хозяйствующего субъекта малого предпринимательства. В России официально зародился новый класс предпринимателей – представители микро-предприятий. Микро-предприятия представляют собой специфические компании с очень малым числом наемных работников и включают в себя две основные категории: юридические лица и индивидуальные предприниматели (self-employed).

В соответствии с законом, по первому критерию, средней численности работников за календарный год, предприятия разделяются на:

- микро-предприятия — до 15 работников;
- малые предприятия — до 100 работников;
- средние предприятия — до 250 работников.

Согласно постановлению Правительства РФ, по критерию предельных значений выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учёта налога на добавленную стоимость, установлены следующие значения:

- микро-предприятия — 60 млн рублей;
- малые предприятия — 400 млн рублей;
- средние предприятия — 1 млрд рублей.

Появление новых небольших компаний, которые впоследствии могут развиваться в серьезный бизнес, в перспективе означает оздоровление предпринимательского климата.

За три года (с 2008–2010 гг.) доля зарегистрированных микро-предприятий увеличилась в 2,68 раза, тогда как доля малых предприятий в этот период практически не изменилась. При этом наблюдается непрерывное увеличение численности работников, занятых на микро-предприятиях.

Несмотря на то, что кроме закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», можно назвать немало законодательных и нормативных правовых документов, так или иначе регулирующих малое предпринимательство в стране, оно пока не является столь же значимой экономической силой, как в развитых капиталистических странах. Многие положения правовых документов декларативны и в реальной практике они, практически, не действуют. Это касается и налоговой системы, и льготного кредитования, и госзаказов, и административных барьеров. На настоящий момент, нет законодательной основы для функционирования микро-предприятий, которая бы учитывала специфику таких предприятий. А ведь именно микро-предприятия являются социальным ступеньком малого предпринимательства, и это та среда, из которой впоследствии будут возникать малые предприятия.

В России, к сожалению, отсутствуют традиции семейного дела, передаваемого из поколения в поколение, которые так характерны для европейских стран. Для российских предпринимателей в этой сфере характерна краткосрочная нацеленность на быстрый результат, а также потребительский характер использования результата: прибыль тратится на себя, а бизнес подпитывается с помощью бесконечной череды кредитов. Молодые предприниматели часто не хотят развиваться, не видят перспектив ввиду отсутствия ясной политики государства в этой области [Фалалеев, 2009]. Кроме того, действующая власть, одной рукой подписывая законы о поддержке предпринимательства, другой рукой «плодит монстров от бизнеса», с которыми проще договариваться, чем с множеством конкурирующих мелких компаний; производство укрупняется, монополизация растет. Для малого бизнеса просто не остается места [Потапенко, 2002].

Следует отметить, что разрабатываемые планы по поддержке малого бизнеса пока ориентированы абстрактно на весь данный сектор.

При этом совершенно не учитываются ни сферы экономической деятельности, ни социально-организационные различия в среде малых и микро-предприятий. Многочисленные фонды поддержки малого предпринимательства озабочены в первую очередь своими проблемами и реальной помощи малым предприятиям не оказывают.

Роль микро-предприятий в малом бизнесе и экономике страны

В большинстве развитых стран основной массив предприятий по числу компаний и численности работающих в малом бизнесе составляют микро-предприятия. Роль микро-предприятий в экономике развитых стран значительна, а высокий коэффициент выживаемости компаний в этом секторе является индикатором благоприятного инвестиционного и делового климата. В Европейском Союзе микро-предприятиями считают компании с числом сотрудников до 10 человек и ежегодным оборотом менее 2 млн. евро. Их потенциал в области создания новых рабочих мест, оперативность и маневренность, а также личная мотивация каждого участника делают такие компании практически незаменимыми в обеспечении стабильного уровня жизни населения. Рождаемость и смертность компаний в этом секторе является индикатором благоприятного инвестиционного и делового климата. Поэтому бизнес-демография микро-предприятий в странах Европы находится в постоянном фокусе. В 2008 году микро-компании составляли 92% среднегодовой численности предприятий Евророзны (EU-27), обеспечивая занятость 39,3 миллионам сотрудников [Key figures..., 2011].

Таблица 1.

Удельный вес предприятий малого бизнеса в странах Евросоюза по ключевым индикаторам, 2008, %

	Число предприятий	Численность работников	Добавленная стоимость
Все предприятия (All enterprises)	100	100	100
Предприятия малого и среднего бизнеса (All SMEs)	99,8	66,7	58,6
Микро-предприятия (Micro)	92,0	29,0	21,8
Малые предприятия (Small)	6,7	20,5	18,6
Средние предприятия (Medium sized)	1,1	17,2	18,2
Крупные предприятия (Large)	0,2	33,3	41,4

Источник: Key figures on European business

В России критерии отнесения компании к микро-предприятиям несколько иные, чем в Евросоюзе, у нас это компании с численностью персонала (без совместителей) до 15 человек и оборотом 60 млн. руб. в год. В 2008 году было зарегистрировано чуть более миллиона микро-предприятий (1065016 ед.) на которых было занято 4219,8 тыс. чел., что составляет немного более 6% от среднегодовой численности занятых в экономике, а оборот компаний составил 11,9% от общероссийского показателя [Малое и среднее предпринимательство..., 2010]. А в 2010 году было уже зарегистрировано более четырех миллионов (4264100 ед.) микро-предприятий, на которых было занято 8010, 1 тыс. чел., что составляет 13,3% от численности населения России (см. www.gks.ru).

В таблице 2 приведены данные о распределении объектов сплошного наблюдения по категориям предприятий в целом по России и основные показатели их деятельности в 2010 году.

Таблица 2

Распределение предприятий малого и среднего бизнеса по категориям предприятий и ключевые индикаторы их деятельности, 2010

	Всего МСП	Предприятия		
		Средние	Малые	Микро
<i>Юридические лица</i>				
Количество зарегистрированных, тыс. ед.	1647,5	25,7	229,2	1392,6
из них действующих, тыс. ед.	1266,3	25,7	227	1013,5
Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без сумм налогов и аналогичных обязательных платежей, млрд. руб.	26202,0	7276,8	13252	5673,2
Количество замещенных рабочих мест, тыс.	13686,6	2589,9	7220,5	3876,2
<i>в % к итогу</i>				
Количество действующих предприятий	100	2,0	18,0	80,0
Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без сумм налогов и аналогичных обязательных платежей	100	27,8	50,5	21,7
Количество замещенных рабочих мест	100	18,9	52,8	28,3

	Всего МСП	Предприятия		
		Средние	Малые	Микро
<i>Индивидуальные предприниматели</i>				
Количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, тыс. ед.	2913,3	0,8	41	2871,5
из них осуществляющих предпринимательскую деятельность, тыс. ед.	1914,1	0,8	41	1872,3
Выручка от реализации товаров (работ, услуг) с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей, млрд. руб.	4548,4	328	1601,9	2618,5
Количество замещенных рабочих мест, тыс.	5330,1	59,0	1137,2	4133,9
<i>в % к итогу</i>				
Количество индивидуальных предпринимателей осуществляющих предпринимательскую деятельность	100	0,1	2,1	97,8
Выручка от реализации товаров (работ, услуг) с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей	100	7,2	35,2	57,6
Количество замещенных рабочих мест	100	1,1	21,3	77,6

Источник: Данные Росстата, www.gks.ru

История функционирования российских микро-предприятий как самостоятельной категории, только начинается, тем не менее, в 2010 году уже было проведено первое сплошное наблюдение за субъектами малого предпринимательства, включающее микро-предприятия как совершенно особые бизнес-единицы. В 2010 году совокупность реально осуществляющих предпринимательскую деятельность малых и средних предприятий – юридических лиц на 80,0% составляют микро-предприятия, каждое третье замещенное рабочее место и каждый третий рубль выручки от реализации товаров (работ, услуг) приходится на данную категорию действующих малых предприятий (рис.1). Индивидуальное предпринимательство также преимущественно представлено микро-предприятиями. Они составляют 97,8% от общего количества индивидуальных предпринимателей – малых и средних предприятий, на них занято 77,6% работников и их выручка от реализации товаров (работ, услуг) составляет 57,6% [Предварительные итоги...].

В таблице 3 и на рисунке 1 представлены данные о средних размерах и качественных характеристиках малых, микро и средних предприятий – юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в 2010 году.

Таблица 3

Качественные характеристики предприятий малого и среднего бизнеса

	Средняя численность работников в расчете на 1 предприятие, чел	Выручка от реализации товаров (работ, услуг) в расчете на 1 предприятие, млн. руб
<i>Юридические лица</i>		
Средние предприятия	101	282,8
Малые предприятия (без микро-предприятий)	32	58,4
Микро-предприятия	4	5,6
<i>Индивидуальные предприниматели</i>		
Средние предприятия	79	437,9
Малые предприятия (без микро-предприятий)	28	39,1
Микро-предприятия	2	1,4

В среднем на одном малом предприятии (юридические лица) работает 32 человека, а микро-предприятия – 4 человека. Индивидуальное предпринимательство по своему размеру мало отличается: на малых предприятиях работает в среднем 28 человек, а для микро-предприятий типичная величина персонала составляет 2 человека. В то же время результативность, оцениваемая выручкой от реализации товаров, одного микро-предприятия в 10,5 раз меньше, чем малого предприятия (юридические лица) и почти в 30 раз меньше у индивидуальных предпринимателей.

Микро-предприятия – это совершенно особый сектор экономики. Если подходить к измерению эффективности таких компаний с традиционными критериями – то можно обнаружить совершенно необычные сочетания показателей! В этой группе предприятий в 2008 году наблюдался самый низкий показатель инвестиций в основной капитал – всего 1,8% от общего по экономике, и самый низкий удельный показатель инвестиций в расчете на одну компанию: 0,145 млн. руб. по сравнению с 0,350 млн. руб. для малых и 35,56 млн.руб. для средних предприятий. И при этом – самый высокий показатель удельного оборота (оборот в расчете на 1 работника), 2046 тыс. руб., что на 14% больше, чем в группе малых предприятий и на 43% выше, чем в группе средних предприятий [Основные экономические показатели...].

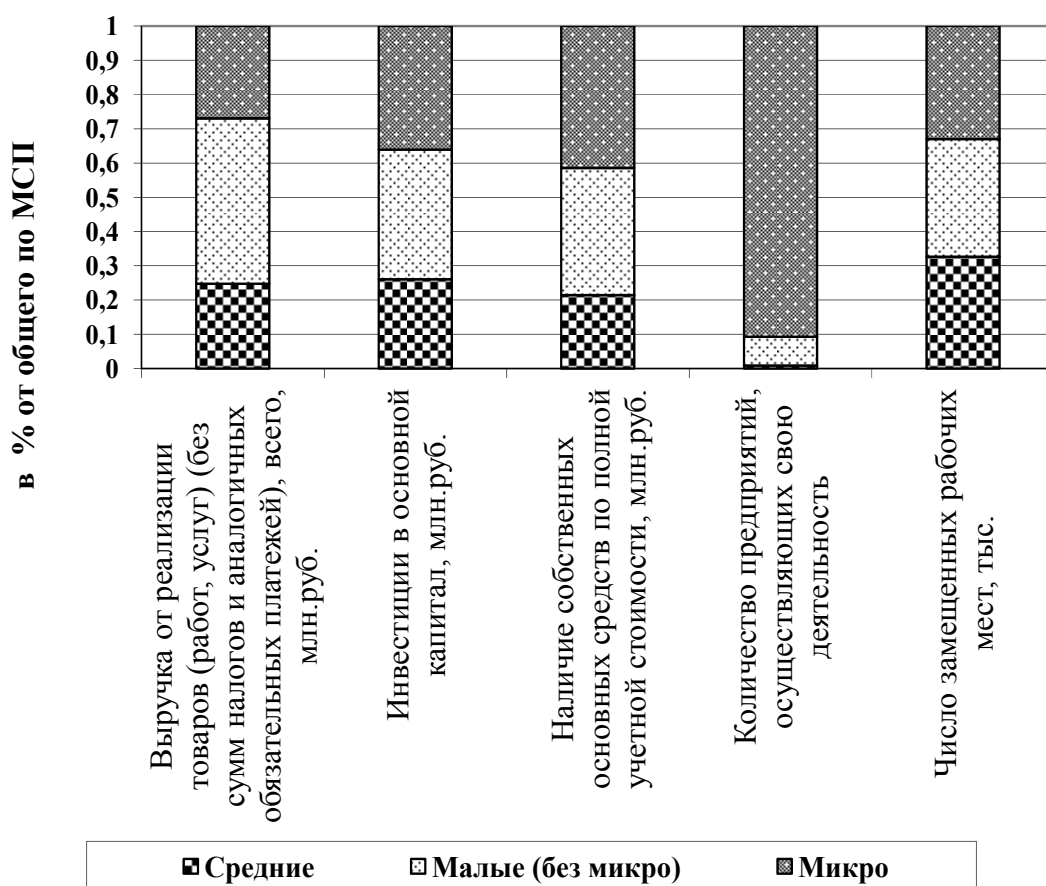


Рис.1 Доли средних, малых и микро-предприятий в объемных показателях по МСП, 2010г

Таблица 4

Показатели эффективности деятельности средних, малых и микро-предприятий по результатам сплошного наблюдения 2010г.

Компании	Выручка на 1 компанию, млн.руб.	Инвестиции на 1 компанию	Выручка на 1 работника	Соотношение инвестиций и собственных средств
Средние	0,29	9,82	0,96	0,22
Малые (без микро)	0,06	1,41	1,78	0,19
Микро	0,0028	0,12	1,04	0,16

Европейская статистика показывает, что и по показателю валовой добавленной стоимости микро-компании превосходят малые и средние предприятия, их доля в 2008г. по странам Евросоюза составила 21,8% ВДС по экономике в целом, тогда как на долю малых предпри-

ятий приходилось 18,6%, а средних – 18,2% всей ВДС [Small and Medium..., 2010]. Каким образом компании с минимальным потенциалом могут получать такую результативность? Прогнозируема ли она на уровне отдельной компании? Какие критерии целесообразно использовать для определения перспектив выживаемости для каждой компании? Какие задачи решает микро-бизнес?

Если посмотреть на динамику удельного веса малых и микро предприятий в основных общероссийских экономических показателях (табл.5), то видно, что вес микро-предприятий выше. За три года доля количества микро-предприятий увеличилась в 2,8 раз, а малых предприятий практически не изменилась. В то же время доля микро-предприятий в обороте предприятий и организаций страны увеличилась всего лишь на 0,37%, а малых предприятий - на 2,%. При этом наблюдается непрерывное увеличение численности работников, занятых на микро-предприятиях, с 6,83% до 11,85%.

Таблица 5

Удельный вес малых и микро предприятий в основных экономических показателях предприятий и организаций страны (в процентах)

	Значения по годам и предприятиям					
	2008 год		2009 год		2010 год	
	Малые	Микро	Малые	Микро	Малые	Микро
Число предприятий (на конец года)	5,92	22,32	4,64	28,01	5,56	59,83
Среднегодовая численность работников	9,84	6,83	9,17	7,42	12,37	11,85
Оборот предприятий	13,61	11,64	13,06	11,96	21,51	12,01

В 2008 году осуществляло предпринимательскую деятельность 1065 тыс. микро-предприятий (79,03% от числа малых и микро предприятий), а в 2010 году микро-предприятия составляли уже 91,5% от малых и микро предприятий (рис. 2).

Изучение отечественных демографических тенденций в сфере малого предпринимательства показывает, что самая большая проблема – это прекращение по разным причинам деятельности субъектов малого и среднего бизнеса (юридически это может быть ликвидация либо приостановление деятельности без последующего ее возобновления). Так, по результатам сплошного обследования малых и средних предприятий, которое прошло в 2010г., на каждую сотню факти-

чески осуществляющих предпринимательскую деятельность юридических лиц приходится 130 недействующих, а на 100 работающих индивидуальных предпринимателей 152 зарегистрированных, но не действующих [Предварительные итоги...]. Очевидно, компании и предприниматели не могут справиться с жесткими условиями выживания, в которых они оказываются, не обладая потенциалом крупных и монопольных компаний; наличие специфических проблем, традиционных для малого бизнеса, только усугубляют положение.

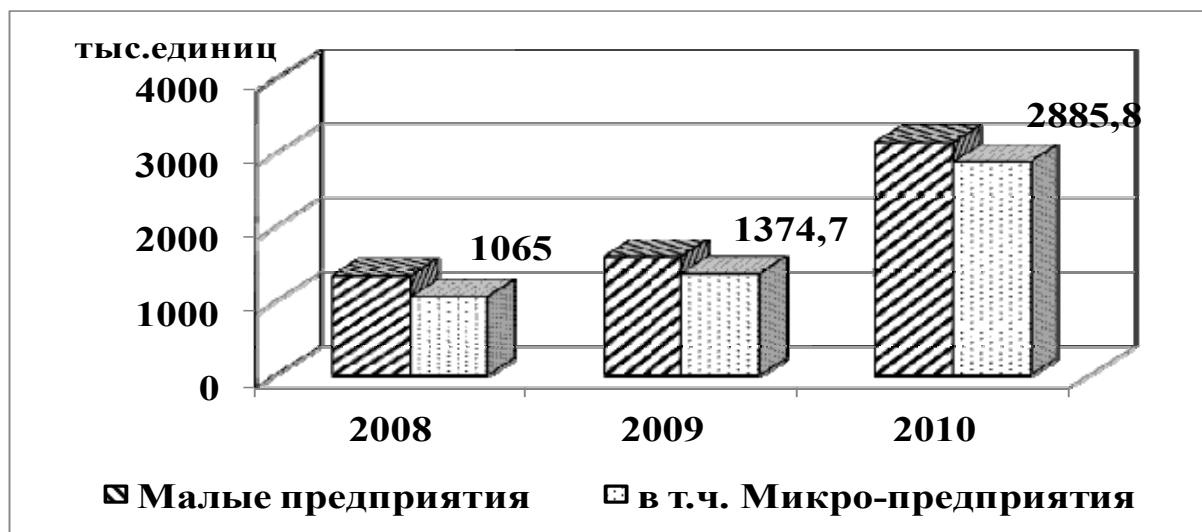


Рис. 2 Динамика роста микро-предприятий, тыс. единиц

Особенно отчетливо данная ситуация проявляется на уровне микро-предприятий. Общее число приостановивших свою деятельность микро-предприятий (юридических лиц и индивидуальные предприниматели) составляет 1 378,3 тыс. единиц, т.е. более трети зарегистрированных микро-предприятий (32, 32%) [Предварительные итоги...].

Если учесть, что ежегодно в странах ЕС появляется более 2 млн. новых компаний в секторе малого бизнеса, то очевидно, что они создаются не только с целью производства новых товаров и услуг. Мотивация собственников лишь частично лежит в экономической плоскости, например, реализация возможности быть начальником, руководить другими людьми, самый важный мотив для 74% женщин и 76% мужчин – уже далеко не экономическая категория! Зачастую будущих владельцев небольших компаний привлекает возможность сочетать работу и хобби, работу и воспитание детей, поддержать семейные традиции или застраховать себя от возможного увольнения [The profile..., 2006]. В России по данным мониторинга предпринимательской активности, в 2010г. среди открывших свой бизнес наблюдался 10% рост доли ранних предпринимателей «по необходимости», что

характерно для ресурсно-ориентированных стран. Однако 65% женщин и 70% мужчин видят в предпринимательстве источник новых возможностей и довольно высоко оценивают статус предпринимателя – 77% начинающих свой бизнес считают такое направление более успешным, нежели работу по найму. Несмотря на это, половина ранних предпринимателей и 65% устоявшихся считают, что открыть и вести бизнес в России стало значительно труднее в связи с кризисом и усилившимся административным давлением [Верховская, Дорохина, 2011].

Представители микро-предприятий — самая многочисленная категория предпринимательства. Это в основном семейный бизнес, сельхозпроизводители, предприятия без образования юридического лица. По своей природе микро-предприятия призваны решать не только и не столько экономические, сколько социальные проблемы. Самозанятость людей, потерявших работу на крупных предприятиях, получение небольших, но устойчивых доходов, совмещение работы с поиском более оплачиваемого рабочего места, поиск наиболее доходных видов деятельности при отсутствии собственного капитала — все это базовые функции микро-предприятия. Анализируя деятельность микро-предприятий нельзя не сказать о социальном портрете предпринимателя, в частности возрасте и уровне образования. Распределение численности индивидуальных предпринимателей по возрасту приведено на рис. 3.



Рис. 3 Распределение численности индивидуальных предпринимателей по возрасту в 2009 г.

Самая большая доля предпринимателей в возрасте от 45-49 лет (16,6%). Почти 50% предпринимателей относятся к возрастной группе от 35 до 49 лет.

Если рассмотреть предпринимателей с точки зрения их образования, то лидируют предприниматели со средним (полным) общим образованием (28,8%), затем следуют предприниматели со средним профессиональным образованием (24,6%) и замыкают «тройку» лидеров предприниматели с высшим профессиональным образованием – 23,8%.

Структурная характеристика микро-предприятий

Малый бизнес и микро-предприятия присутствуют во всех регионах страны, во всех сферах и областях экономики. Сегодня преимущества малого бизнеса по сравнению с другими секторами экономики выражены намного ярче, чем недостатки. Анализ структурной организации микро-предприятий позволяет оценить уровень создания на конкретной территории страны и в конкретной области ее экономической деятельности благоприятного предпринимательского климата и всемерного содействия развитию предпринимательства.

Ниже на рис 4. и 5 приведена структура распределения численности микро-предприятий по видам экономической деятельности в 2008 году в странах Евросоюза и России².

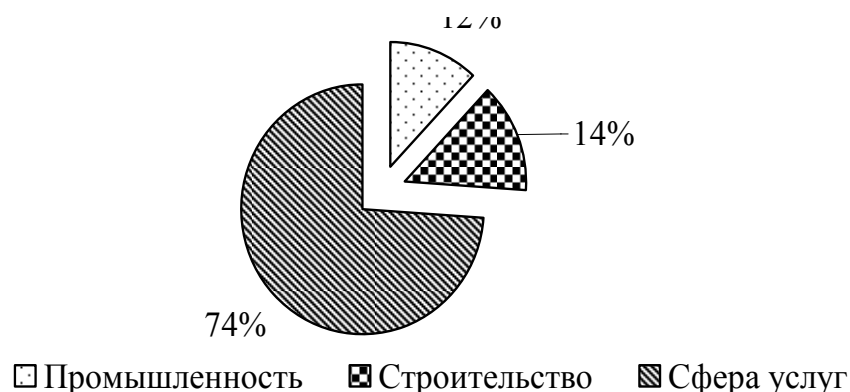


Рис. 4. Структура численности микро-предприятий нефинансового сектора стран Евросоюза по видам деятельности, 2008 г.

² Статистические данные по микро-предприятиям стран Евросоюза доступны только за 2008 год, поэтому, для сравнения, отраслевая структура (по видам экономической деятельности) микро-предприятий России также рассматривается за 2008г.

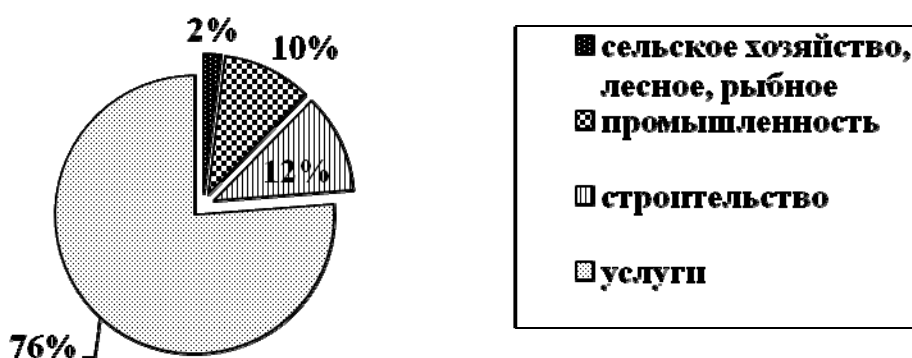


Рис. 5. Структура численности микро-предприятий России по видам деятельности, 2008г.

На рис. 4 и 5 видно, что основная деятельность микро-предприятий России в 2008 году (на конец года) так же, как и в странах ЕС, приходилась на сферу услуг. Около 77% численности микро-компаний действует именно в сфере услуг здесь в России и около 74% - в странах ЕС.

За два года ситуация практически не изменилась. В 2010 году [Предварительные итоги...], как и прежде, микро-предприятий больше всего в сфере услуг (74%), из них в сфере торговли, ремонта автотранспорта и бытовых изделий 38%, операций в сфере недвижимости и услуг 21%, строительства 11%. Достаточно велика доля микро-предприятий юридических лиц в сфере добычи полезных ископаемых, производстве и распределении электроэнергии газа и воды - 11%.

Индивидуальные предприниматели (ИП) работают, в основном, в сфере торговли, ремонта автотранспорта и бытовых изделий, в сфере услуг и в сельском хозяйстве. Более половины ИП — 53% — занимаются оптовой и розничной торговлей, ремонтом автотранспорта и бытовых изделий, 11% — транспортной деятельностью, столько же (11%) — операциями с недвижимым имуществом, предоставлением услуг. Почти 7% ИП работают в сельском и лесном хозяйстве.

Интересно отметить, что доля сегмента гостиниц и ресторанов в этом секторе очень мала - лишь 3% для юридических лиц и 2% для ИП. Гостиничный и ресторанный бизнес дает весьма мало и рабочих мест — лишь 4% среди предприятий и 3% среди ИП. В целом, потенциал этого сегмента в должной мере пока не использован.

Если говорить о реально работающих мини-предприятиях, а не зарегистрированных, то среди предприятий юридических лиц больше всего рабочих мест предоставляют предприятия торговли и ремонта (25%), операций с недвижимым имуществом (21%), добычи полезных ископаемых, производства и распределения воды, электроэнергии и

газа (19%), а также строительные фирмы (13%). Предприятия сельского хозяйства предоставляют 7% всех рабочих мест.

Среди ИП, по сравнению с предприятиями, в сфере торговли, ремонта и услуг занято еще больше работников — 57% всех рабочих мест. Вторая и гораздо меньшая доля рабочих мест — 9% — отмечена в сфере транспорта и связи, 9% — в сфере добычи полезных ископаемых, обрабатывающих производств, производства и распределения электроэнергии, газа и воды. По 7% всех рабочих мест приходится на ИП, осуществляющих операции с недвижимым имуществом, и ИП в сельском хозяйстве.

Самая пессимистичная ситуация в сфере малого инновационного бизнеса: только 0,9% малых и микро-предприятий в России занимаются данным видом экономической деятельности.

Хочется отметить, что, с учетом важности развития предпринимательства для всего развития экономики страны, необходима целенаправленная деятельность не только федеральной власти, но и региональных властей по поддержке микро бизнеса. Региональная власть должна позиционировать себя в качестве «администрации, благожелательной к предпринимателям».

Объединение отдельных субъектов Российской Федерации, обладающих общностью географических, политических и социально-экономических факторов, в одну структуру — Федеральный округ, рассматривается как регион. Указом Президента Российской Федерации были созданы семь единиц территориального деления страны - Федеральных округов: Центральный, Северо-Западный, Южный, Приволжский, Уральский, Сибирский и Дальневосточный.

В региональном разрезе (по федеральным округам) микро-предприятия также распределены очень неравномерно (см. табл.6).

Таблица 6

Число предприятий по субъектам Российской Федерации в 2009 г.
(на конец года)

	Малые предприятия, единиц	
	Всего	в т.ч. Микро-предприятия
Российская Федерация	1602491	1374661
Центральный федеральный округ	474370	401230
г. Москва	207888	182984
Северо-Западный федеральный округ	261185	230078
г. Санкт-Петербург	168196	151530

Южный федеральный округ	170860	143368
Приволжский федеральный округ	287639	240567
Уральский федеральный округ	136102	122352
Сибирский федеральный округ	207039	181415
Дальневосточный федеральный округ	65296	55651

Менее всего микро-предприятий зарегистрировано в Дальневосточном округе (4%), больше всего в Центральном - 29%, Северо-Западном - 17% и Приволжском – 18% (Рис. 6). При этом почти 46% микро-предприятий Центрального округа расположены в г. Москве и более 65% микро-предприятий Северо-западного округа – в г. Санкт-Петербурге.

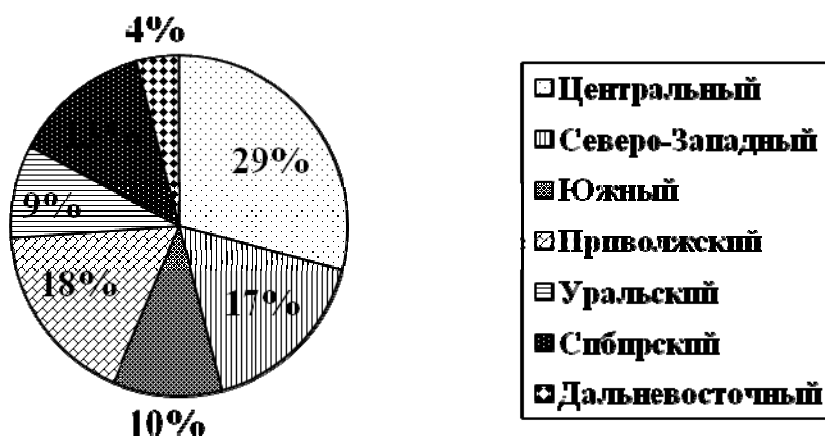


Рисунок 6. Распределение численности микро-предприятий по федеральным округам, 2009 г.

Ситуация с отраслевой структурой малого бизнеса в федеральных округах России складывается аналогичная с ситуацией в целом по России. Так, в 2009 г. оптовой и розничной торговлей было занято от 40,0% (Южный федеральный округ) до 47,3% (Уральский федеральный округ) малых и микро-предприятий, операциями с недвижимостью и арендным бизнесом — от 13,8% (Южный федеральный округ) до 17,6% (Сибирский федеральный округ). При этом в обрабатывающих отраслях функционировало всего от 8,0% (Дальневосточный федеральный округ) до 11,8% (Приволжский федеральный округ) субъектов малого предпринимательства, в строительстве — от 11,1% (Северо-Западный и Центральный федеральные округа) до 14,8% (Южный федеральный округ).

По основным показателям деятельности компаний данного вида в региональном разрезе наблюдается сильная вариация: по наличию собственных средств 125%, по инвестициям в основной капитал 139% и по выручке от реализации 182%, что характеризует региональное распределение как крайне неравномерное. И при этом распределение это имеет существенную правостороннюю асимметрию, что означает, что большинство округов по показателям деятельности микрокомпаний сосредоточено в левой части распределения в пределах значений от минимального до медианного. Более того, анализ выбросов показал, что снизу (то есть, в левой части распределения) выбросов нет, а в верхней части распределения регионов четко выделяются округа с очень высокими значениями изучаемых переменных: города Москва и Санкт-Петербург, Московская, Свердловская, Тюменская, Новосибирская области и Краснодарский край. В Москве, например, превышение выручки от реализации по сравнению с типическим значением по всей РФ составило 26 раз (Рис. 7).

Коэффициенты превышения, раз

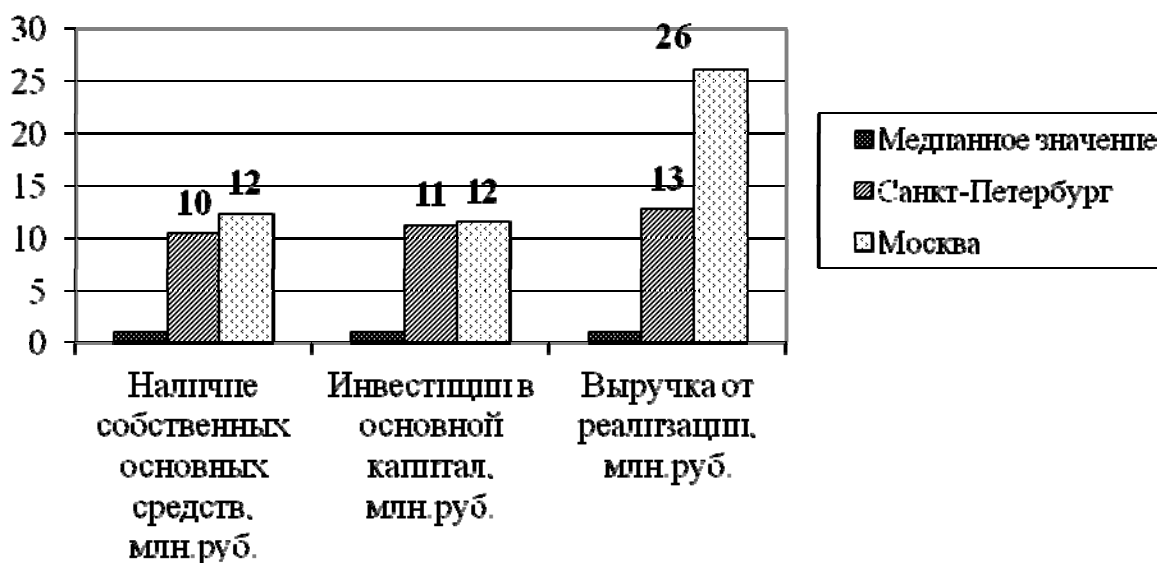


Рисунок 7. Сопоставление основных показателей деятельности микропредприятий по федеральным округам РФ с результатами в городах Санкт-Петербург и Москва

Таким образом, можно сделать вывод, что микро-предприятия действуют в совершенно разных условиях и в целом по субъектам РФ распределены крайне неравномерно, обладают различными возможностями и достигают результатов с разными затратами. И особенно привлекательны для микрокомпаний крупные города (Москва и Санкт-Петербург).

Выводы

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Формирование рынка — процесс многоплановый. Требуется взаимодействие многих составляющих, одной из которых является становление и развитие микро-предприятий.

2. Микро-предприятия представляют собой особенный класс предпринимателей, решивших вести бизнес с минимальным числом сотрудников. Отчасти такое положение дел характерно для стартапов, когда владельцы не имеют достаточно средств или умений для организации средней или крупной компании и организуют небольшое предприятие. Со временем, если бизнес-идея оказывается успешной, компания расширяется. Другой тип микро-компаний – это сложившийся круг единомышленников, занятых общим делом, либо семейный бизнес, который не желает расширяться, так как это принесет гораздо больше трудностей, чем финансовых результатов, его владельцу. Как правило, это весьма специфические компании, удовлетворяющие ограниченный рыночный спрос на немассовые, уникальные товары.

3. За три года (с 2008-2010 гг.) доля зарегистрированных микро-предприятий увеличилась в 2,68 раза, тогда как доля малых предприятий в этот период практически не изменилась.

4. В 2010 году совокупность реально осуществляющих предпринимательскую деятельность МСП – юридических лиц на 80,0% составляют микро-предприятия, каждое третье замещенное рабочее место и каждый третий рубль выручки от реализации товаров (работ, услуг) приходится на данную категорию действующих малых предприятий. Индивидуальное предпринимательство также преимущественно представлено микро-предприятиями. Они составляют 97,8% от общего количества индивидуальных предпринимателей МСП, на них занято 77,6% работников и их выручка от реализации товаров (работ, услуг) составляет 57,6%.

5. Микро-предприятия действуют в совершенно разных условиях и в целом по субъектам РФ распределены крайне неравномерно, обладают различными возможностями и достигают результатов с разными затратами. И особенно привлекательны для микро-компаний крупные города (Москва и Санкт-Петербург). Например, выручка на одно предприятие в секторе микро-компаний в среднем по России составляет около 2 млн.руб., а в Москве и Санкт-Петербурге этот показатель – 5 млн.руб.

6. Социальная функция микро-предприятий состоит в их способности в больших масштабах поглощать незанятую рабочую силу, снижать социальную напряженность. Поэтому развитие микро-предприятий — это наиболее экономичный путь к рынку, закладывающий глобальные основы ресурсосберегающего экономического роста в стране. Микро-компании замещают на сегодняшний день 8 млн. рабочих мест, то есть, являются быстрорастущим и перспективным сектором экономики.

7. Организация сплошных обследований малых и микро-предприятий — несомненное достижение отечественной статистики, однако, круг изучаемых вопросов должен быть существенно расширен. Формирование социального портрета собственника микро-компании, изучение социальных функций предприятий такого типа, анализ выживаемости — все это перспективные задачи, которые следует решить для повышения информированности участников рынка и целевой направленности услуг B2B, государственных программ и усилий потенциальных предпринимателей.

Список литературы:

1. Верховская О.В., Дорохина М.В. Глобальный мониторинг предпринимательства. Отчет Россия 2010 г. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2011.
2. Егишянц С. Россия не готова к кризису // Финансист. 2008. № 34 (269).
3. Малое и среднее предпринимательство в России. Статистический ежегодник. Издательство Росстата, 2010 г. Эл. ресурс: http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_47/Main.htm
4. Малый бизнес: шокирующее сравнение Запада с Россией и Украиной. Masterforex-V. Эл. ресурс: <http://www.profi-forex.org/news/entry1008062705.html>
5. Основные экономические показатели деятельности микропредприятий — юридических лиц в 2009 г. Эл. ресурс: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/pmikro.htm
6. Основные характеристики систем государственно-общественной поддержки и развития МСП зарубежных стран. X Всероссийская конференция представителей малых и средних предприятий / НП «Московский центр развития предпринимательства», 2009. Эл. ресурс: <http://www.giac.ru>
7. Потапенко Д. Поле для малого и среднего бизнеса будет выжжено. Секрет фирмы. 2002. № 3(317) 2002.

8. Предварительные итоги сплошного наблюдения субъектов малого и среднего предпринимательства. Эл. ресурс: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/small_business/red_itog.htm
9. Российский статистический ежегодник. 2011.
10. «Романтический миф» о малом и среднем бизнесе. Опора России. Эл. ресурс: <http://i-business.ru/blogs/15727>
11. Серова Л.С. Чуракова И.Ю. Микро-предприятие: новая единица российского бизнес-ландшафта. // Российское предпринимательство. 2012. №12 (210).
12. Серова Л.С. Чуракова И.Ю. Micro-enterprises in the Russian economy: current situation and development trends. Innovation & Entrepreneurship: Global Science and Technology Forum (GSTF), 2012.
13. Фалалеев Д. Дело за малым. Интервью // Harvard Business Review – Россия. 2009. Апрель. С.68–73.
14. Федеральный закон № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ».
15. Small and Medium Sized Enterprises: Characteristics and Performance. US Trade Commission report, November 2010, USITC Publication 4189 Washington DC, USA.
16. The profile of the successful entrepreneur. Statistics in focus, Eurostat, 2006.
17. Key figures on European business with a special feature on SMEs011 edition, ISBN 978-92-79-20422-7 European Union, 2011.

Executive summery

Analysis of demographic trends for micro-enterprises is a relevant issue in the Russian economy for several reasons:

- ♦ Russian micro-enterprises have the official status only from the 1st January, 2008. Before this date they were included in the total category “small business”, and their specific features were not clearly visible;
- ♦ Micro-enterprises are companies with a very small number of employees; also they provide a specific combination of performance criteria;
- ♦ Micro-enterprises realize not only economic but social function, which is important for the development of socially-oriented economy (declared in Russia).

In Russia, we refer to micro-companies only enterprises with a number of employees up to 15 people and turnover of 60 million rubles a year. In 2010 from the total number of legal entities 80.0% were micro-enterprises, every third ruble from the sale of goods and services was produced by the micro-company. Individual entrepreneurs and self-employed persons are also included in this category. They constitute 97.8% of the total number of individual entrepreneurs -small businesses, they employ 77.6% of workers and their sales turnover is 57,6% from the total SME turnover .

Analysis of the structural organization of micro-enterprises allows evaluating the level of a specific territory in the country and in a specific area of economic activity and a favorable business climate to promote all-round business. The main activity of micro-enterprises in Russia has been in services, 76% of the population of micro-companies operating in this sphere in Russia and almost 74% - in the EU.

Regionally micro-enterprises are distributed very unevenly. Small quantity of micro-companies is registered in the Far East District (4%), but most of all - the Volga (17%) and Northwest (31%). The main indicators of the companies of this type at a regional level provide a strong variation: number of micro-enterprises gives us coefficient of variation 125%, investments in fixed assets 139% and sales of goods and services – 182%; these values characterize the sub-regional variation as very strong. Moreover, the analysis of outliers of the variables of interest (turnover, investment in fixed assets, number of micro-enterprises) showed that there is no outliers lower than lower fence (from the left side of the distribution), but there are several extremely large values. In Moscow, for example, the turnover of micro-companies is 26 times greater than a typical value (median turnover for one region).

The proportion of small and micro enterprises is included in key economic indicators nationwide, we can see that in three years (2008-2010) the share of micro enterprises increased by 2,68 times, and small businesses (excluded micro) has not changed. At the same time, the share of micro enterprises in the turnover of enterprises and organizations in the country increased by only 0.37% and small businesses - by 2%. In this case there is a continuous increase in the number of workers employed in micro-enterprises, from 6.83% up to 11.85%.

The biggest problem of small and medium business is termination of operations for various reasons (it could be closing of business or suspension of work without further its renewal). Thus, the results of the continuous survey, fore very hundred actually engaged in business entities in have 130 inactive; and for each 100 active entrepreneurs are 152 entrepreneurs registered, but not operating. Companies and entrepreneurs can not survive in hard conditions, not having a large capacity as monopolistic companies.

Conclusions:

1. Micro-enterprises represent a special class of entrepreneurs who have decided to do business with the minimum number of employees.

2. They operate in quite different conditions and on the subjects of the Russian Federation are very unevenly distributed, have different capabilities and achieve results with different costs.

3. Particularly attractive for micro-companies are large cities (Moscow and St. Petersburg).

4. Social function of micro-enterprises is shown in their ability to absorb free labor force and to reduce social tensions. Micro-companies provide employment to 8 million citizens.

5. Organization of the monitoring of small and micro-enterprises is the progress of national statistics, but the range of issues should be added to the program in future. Factors of business success, social portrait of the owner of the micro-company, social functions of the enterprises of this type, survival analysis — all long-term objectives to be addressed to raise awareness of market participants and targeting services to B2B, public programs and the efforts of would-be entrepreneurs.

Опубликованные научные доклады

№ 1 (R)–2005	А. В. Бухвалов Д. Л. Волков	Фундаментальная ценность собственного капитала: использование в управлении компанией
№ 2 (R)–2005	В. М. Полтерович О. Ю. Старков	Создание массовой ипотеки в России: проблема трансплантации
# 1 (E)–2006	I. S. Merkuryeva	The Structure and Determinants of Informal Employment in Russia: Evidence From NOBUS Data
№ 2 (R)–2006	Т. Е. Андреева В. А. Чайка	Динамические способности фирмы: что необходимо, чтобы они были динамическими?
№ 3 (R)–2006	Д. Л. Волков И. В. Березинец	Управление ценностью: анализ основанных на бухгалтерских показателях моделей оценки
№ 4 (R)–2006	С. А. Вавилов К. Ю. Ермоленко	Управление инвестиционным портфелем на финансовых рынках в рамках подхода, альтернативного стратегии самофинансирования
№ 5 (R)–2006	Г. В. Широкова	Стратегии российских компаний на разных стадиях жизненного цикла: попытка эмпирического анализа
№ 6 (R)–2006	Д. В. Овсянко В. А. Чайка	Особенности организации процесса непрерывного улучшения качества в российских компаниях и его связь с процессами стратегического поведения
№ 7 (R)–2006	А. Н. Козырев	Экономика интеллектуального капитала
№ 8 (R)–2006	Н. А. Зенкевич, Л. А. Петросян	Проблема временной состоятельности кооперативных решений
№ 9 (R)–2006	Е. А. Дорофеев, О. А. Лапшина	Облигации с переменным купоном: принципы ценообразования
# 10 (E)–2006	Т. Е. Andreeva V. A. Chaika	Dynamic Capabilities: what they need to be dynamic?
№ 11 (E)–2006	G. V. Shirokova	Strategies of Russian Companies at Different Stages of Organizational Life Cycle: an Attempt of Empirical Analysis
№ 12 (R)–2006	А. Е. Лукьянова, Т. Г. Тумарова	Хеджевые фонды как инструменты снижения рисков и роста ценности компании
№ 13 (R)–2006	Л. Н. Богомолова	Применение этнографических методов для изучения процессов принятия потребительских решений

№ 14 (R)–2006	Е. К. Завьялова	Особенности профессионально-личностного потенциала и развития карьеры линейных менеджеров отечественных производственных предприятий
№ 15 (R)–2006	С. В. Кошелева	Удовлетворенность трудом как комплексный диагностический показатель организационных проблем в управлении персоналом
№ 16 (R)–2006	А. А. Румянцев, Ю. В. Федотов	Экономико-статистический анализ результатов инновационной деятельности в промышленности Санкт-Петербурга
№ 17 (R)–2006	Е. К. Завьялова	Взаимосвязь организационной культуры и систем мотивации и стимулирования персонала
№ 18 (R)–2006	А. Д. Чанько	Алгебра и гармония HR-менеджмента. Эффективность обучения персонала и диагностика организационной культуры
№ 19 (E)–2006	T. E. Andreeva	Organizational change in Russian companies: findings from research project
# 20 (E)–2006	N. E. Zenkevich, L. A. Petrosjan	Time-consistency of Cooperative Solutions
№ 21 (R)–2006	Т. Е. Андреева	Организационные изменения в российских компаниях: результаты эмпирического исследования
№ 22 (R)–2006	Д. Л. Волков, Т. А. Гаранина	Оценивание интеллектуального капитала российских компаний
№ 23 (R)–2006	А. В. Бухвалов, Ю. Б. Ильина, О. В. Бандалюк	Электронное корпоративное управление и проблемы раскрытия информации: сравнительное пилотное исследование
№ 24 (R)–2006	С. В. Кошелева	Особенности командно-ролевого взаимодействия менеджеров среднего и высшего звена международной и российских компаний
№ 25 (R)–2006	Ю. В. Федотов, Н. В. Хованов	Методы построения сводных оценок эффективности деятельности сложных производственных систем
# 26 (E)–2006	S. Kouchtch, M. Smirnova, K. Krotov, A. Starkov	Managing Relationships in Russian Companies: Results of an Empirical Study
№ 27 (R)–2006	А. Н. Андреева	Портфельный подход к управлению люксовыми брендами в фэшн-бизнесе: базовые концепции, ретроспектива и возможные сценарии

- | | | |
|---------------|--|--|
| № 28 (R)–2006 | Н. В. Хованов,
Ю. В. Федотов | Модели учета неопределенности при построении сводных показателей эффективности деятельности сложных производственных систем |
| № 29 (R)–2006 | Е. В. Соколова,
Ю. В. Федотов,
Н. В. Хованов. | Построение сводной оценки эффективности комплексов мероприятий по повышению надежности функционирования объектов электроэнергетики |
| # 30 (E)–2006 | M. Smirnova | Managing Buyer-Seller Relationships in Industrial Markets: A Value Creation Perspective |
| № 31 (R)–2006 | С. П. Куш,
М. М. Смирнова | Управление взаимоотношениями в российских компаниях: разработка концептуальной модели исследования |
| № 32 (R)–2006 | М. О. Латуха,
В. А. Чайка,
А. И. Шаталов | Влияние «жестких» и «мягких» факторов на успешность внедрения системы менеджмента качества: опыт российских компаний |
| № 33 (R)–2006 | А. К. Казанцев,
Л. С. Серова,
Е. Г. Серова,
Е. А. Руденко | Индикаторы мониторинга информационно-технологических ресурсов регионов России |
| № 34 (R)–2006 | Т. Е. Андреева,
Е. Е. Юртайкин,
Т. А. Солтицкая | Практики развития персонала как инструмент привлечения, мотивации и удержания интеллектуальных работников |
| # 35 (E)–2006 | T. Andreeva,
E. Yurtaikin,
T. Soltitskaya | Human resources development practices as a key tool to attract, motivate and retain knowledge workers |
| № 36 (R)–2006 | А. В. Бухвалов,
В. Л. Окулов. | Классические модели ценообразования на капитальные активы и российский финансовый рынок. Часть 1. Эмпирическая проверка модели CAPM. Часть 2. Возможность применения вариантов модели CAPM |
| № 37 (R)–2006 | Е. Л. Шекова | Развитие корпоративной социальной ответственности в России: позиция бизнеса (на примере благотворительной деятельности компаний Северо-Западного региона) |
| № 38 (R)–2006 | Н. А. Зенкевич,
Л. А. Петросян | Дифференциальные игры в менеджменте |

№ 39 (R)–2006	В. Г. Беляков, О. Р. Верховская, В. К. Дерманов, М. Н. Румянцева	Глобальный мониторинг предпринимательской активности Россия: итоги 2006 года
№ 40 (R)–2006	В. А. Чайка, А. В. Куликов	Динамические способности компании: введение в проблему
№ 41 (R)–2006	Ю. Е. Благов	Институционализация менеджмента заинтересованных сторон в российских компаниях: проблемы и перспективы использования модели «Арктурус»
№ 42 (R)–2006	И. С. Меркурьева, Е. Н. Парамонова, Ю. М. Битина, В. Л. Гильченко	Экономический анализ на основе связанных данных по занятым и работодателям: методология сбора и использования данных
# 43 (E)–2006	I. Merkuryeva, E. Paramonova, J. Bitina, V. Gilchenok	Economic Analysis Based on Matched Employer-Employee Data: Methodology of Data Collection and Research
№ 44 (R)–2006	Н. П. Дроздова	Российская «артельность» — мифологема или реальность' (Артельные формы хозяйства в России в XIX — начале XX в.: историко-институциональный анализ)
№ 1 (R)–2007	Е. В. Соколова	Бенчмаркинг в инфраструктурных отраслях: анализ методологии и практики применения (на примере электроэнергетики)
№ 2 (R)–2007	С. П. Кущ, М. М. Смирнова	Управление поставками в российских компаниях: стратегия или тактика
№ 3 (R)–2007	Т. М. Скляр	Проблема ленивой монополии в российском здравоохранении
№ 4 (R)–2007	Т. Е. Андреева	Индивидуальные предпочтения работников к созданию и обмену знаниями: первые результаты исследования
№ 5 (R)–2007	А. А. Голубева	Оценка порталов органов государственного управления на основе концепции общественной ценности
№ 6 (R)–2007	С. П. Кущ, М. М. Смирнова	Механизм координации процессов управления взаимоотношениями компании с партнерами
# 7 (E)–2007	D. Volkov, I. Berezinets	Accounting-based valuations and market prices of equity: case of Russian market

№ 8 (R)–2007	М. Н. Барышников	Баланс интересов в структуре собственности и управления российской фирмы в XIX – начале XX века
# 9 (E)–2007	D. Volkov, T. Garanina	Intellectual capital valuation: case of Russian companies
№ 10 (R)–2007	К. В. Кротов	Управление цепями поставок: изучение концепции в контексте теории стратегического управления и маркетинга.
№ 11 (R)–2007	Г. В. Широкова, А. И. Шаталов	Характеристики компаний на ранних стадиях жизненного цикла: анализ факторов, влияющих на показатели результативности их деятельности
№ 12 (R)–2007	А. Е. Иванов	Размещение государственного заказа как задача разработки и принятия управленческого решения
№ 13 (R)-2007	О. М. Удовиченко	Понятие, классификация, измерение и оценка нематериальных активов (объектов) компании: подходы к проблеме
№ 14 (R)–2007	Г. В. Широкова, Д. М. Кнатько	Влияние основателя на развитие организации: сравнительный анализ компаний управляемых основателями и наемными менеджерами
# 15 (E)–2007	G. Shirokova, A. Shatalov	Characteristics of companies at the early stages of the lifecycle: analysis of factors influencing new venture performance in Russia
# 16 (E)–2007	N. Drozdova	Russian “Artel’nost” — Myth or Reality? Artel’ as an Organizational Form in the XIX — Early XX Century Russian Economy: Comparative and Historical Institutional Analysis
# 1 (E)–2008	S. Commander, J. Svejnar, K. Tinn	Explaining the Performance of Firms and Countries: What Does the Business Environment Play'
№ 1 (R)–2008	Г. В. Широкова, В. А. Сарычева, Е. Ю. Благоев, А. В. Куликов	Внутрифирменное предпринимательство: подходы к изучению вопроса
№ 1A(R)–2008	Г. В. Широкова, А. И. Шаталов, Д. М. Кнатько	Факторы, влияющие на принятие решения основателем компании о передаче полномочий профессиональному менеджеру: опыт стран СНГ и Центральной и Восточной Европы

№ 2 (R)–2008	Г. В. Широкова, А. И. Шаталов	Факторы роста российских предпринимательских фирм: результаты эмпирического анализа
№ 1 (R)–2009	Н. А. Зенкевич	Моделирование устойчивого совместного предприятия
№ 2 (R)–2009	Г. В. Широкова, И. В. Березинец, А. И. Шаталов	Влияние организационных изменений на рост фирмы
№ 3 (R)–2009	Г. В. Широкова, М. Ю. Молодцова, М. А. Арепьева	Влияние социальных сетей на разных этапах развития предпринимательской фирмы: результаты анализа данных Глобального мониторинга предпринимательства в России
# 4 (E)–2009	N. Drozdova	Russian Artel Revisited through the Lens of the New Institutional Economics
№ 5 (R)–2009	Л. Е. Шепелёв	Проблемы организации нефтяного производства в дореволюционной России
№ 6 (R)–2009	Е. В. Соколова	Влияние государственной политики на инновационность рынков: постановка проблемы
№ 7 (R)–2009	А. А. Голубева, Е. В. Соколова	Инновации в общественном секторе: введение в проблему
# 8 (E)–2009	A. Damodaran	Climate Financing Approaches and Systems: An Emerging Country Perspective
№ 1 (R)–2010	И. Н. Баранов	Конкуренция в сфере здравоохранения
№ 2 (R)–2010	Т. А. Пустовалова	Построение модели оценки кредитного риска кредитного портфеля коммерческого банка (на основе методологии VAR)
№ 3 (R)–2010	Ю. В. Лаптев	Влияние кризиса на стратегии развития российских МНК
№ 4 (R)–2010	А. В. Куликов, Г. В. Широкова	Внутрифирменные ориентации и их влияние на рост: опыт российских малых и средних предприятий
# 5 (E)–2010	M. Storchevoy	A General Theory of the Firm: From Knight to Relationship Marketing
№ 6 (R)–2010	А. А. Семенов	Появление систем научного менеджмента в России
# 7 (E)–2010	D. Ivanov	An optimal-control based integrated model of supply chain scheduling
№ 8 (R)–2010	Н. П. Дроздова, И. Г. Кормилицына	Экономическая политика государства и формирование инвестиционного климата: опыт России конца XIX — начала XX вв.

№ 9 (R)–2010	Д. В. Овсянко	Направления применения компонентов менеджмента качества в стратегическом управлении компаниями
# 10 (E)–2010	V. Cherenkov	Toward the General Theory of Marketing: The State of the Art and One More Approach
№ 11 (R)–2010	В. Н. Тишков	Экономические реформы и деловая среда: опыт Китая
№ 12 (R)–2010	Т. Н. Клёмина	Исследовательские школы в организационной теории: факторы формирования и развития
№ 13 (R)–2010	И. Я. Чуракова	Направления использования методик выявления аномальных наблюдений при решении задач операционного менеджмента
№ 14 (R)–2010	К. В. Кротов	Направления развития концепции управления цепями поставок
№ 15 (R)–2010	А. Г. Медведев	Стратегические роли дочерних предприятий многонациональных корпораций в России
№ 16 (R)–2010	А. Н. Андреева	Влияние печатной рекламы на восприятие бренда Shalimar (1925 – 2010)
№ 17 (R)–2010	В. Л. Окулов	Ценность хеджирования для корпорации и рыночные ожидания
№ 1 (R)–2011	А. А. Муравьев	О российской экономической науке сквозь призму публикаций российских ученых в отечественных и зарубежных журналах за 2000–2009 гг.
№ 2 (R)–2011	С. И. Кирюков	Становление и развитие теории управления маркетинговыми каналами
№ 3 (R)–2011	Д. И. Баркан	Общая теория продаж в контексте дихотомии «развитие – рост»
# 4 (E)–2011	K. V. Krotov, R. N. Germain	A Contingency Perspective on Centralization of Supply Chain Decision-making and its Role in the Transformation of Process R&D into Financial Performance
№ 5 (R)–2011	А. В. Зятчин	Сильные равновесия в теоретико-игровых моделях и их приложения
№ 6 (R)–2011	В. А. Ребязина	Формирование портфеля взаимоотношений компании с партнерами на промышленных рынках
№ 1 (R)–2012	А. Л. Замулин	Лидерство в эпоху знаний

2 (E)–2012

I.N. Baranov

Quality of Secondary Education in Russia:
Between Soviet Legacy and Challenges of
Global Competitiveness