

<https://doi.org/10.17073/2072-1633-2023-4-1205>

Социально-экономическая система регионального предпринимательства как объект стратегирования

И.В. Корчагина¹  , К.В. Пытченко^{1,2} 

¹ Кемеровский государственный университет,
650000, Кемерово, ул. Красная, д. 6, Российская Федерация

² Министерство экономического развития Кузбасса,
650000, Кемерово, Советский просп., д. 63, Российская Федерация

 korchagina-i@mail.ru

Аннотация. Реализация потенциала регионального предпринимательства как системы, состоящей из малых и средних предприятий (МСП) региона, требует разработки успешной победной стратегии, которая ориентирована на быстрое использование новых возможностей. Для этого необходимо уточнение сущности, границ, структуры, функций объекта стратегирования. Работа основана на общей теории стратегии и методологии стратегирования, теориях предпринимательства, системном подходе. Исследованы подходы и теории, объясняющие сущность, функции структуру системы регионального предпринимательства, для чего применялись методы систематизации и контент-анализа. В ходе анализа теорий предпринимательства выделены четыре составляющие стратегической миссии МСП – предоставление гарантий партнерам, перемещение и продуктивное использование факторов производства, реализация инноваций, создание компаний-газелей (со среднегодовым приростом выручки или занятости более, чем на 20 % в течение трех лет). Показано, что они выполняются в неполной мере, что требует разработки новой или совершенствования существующей стратегии. При этом стратегия развития предпринимательства в регионе должна способствовать реализации вышестоящих стратегий (региональных и отраслевых). Далее, эта стратегия должна задавать основные установки для стратегирования компонентов регионального предпринимательства – отдельных предприятий, кластеров, разных видов деятельности. В исследовании предложена структурно-логическая схема взаимосвязи стратегии развития предпринимательства региона (на примере Кемеровской области – Кузбасса) с другими документами стратегического планирования. Также обоснована целесообразность дифференциации стратегических приоритетов традиционного и инновационного предпринимательства в регионе. Анализ теоретических основ исследования предпринимательства как объекта стратегирования позволил уточнить основные компоненты его миссии, а также обосновать место соответствующей стратегии в общей системе документов стратегического планирования. Уточнение границ и состава исследуемой системы позволяет далее перейти к стратегическому OTSW-анализу. Результаты работы могут быть использованы при обосновании стратегических решений предпринимателями и региональными органами власти.

Ключевые слова: общая теория стратегии, методология стратегирования, региональное предпринимательство, миссия малого и среднего предпринимательства, компании-газели, стратегические приоритеты, отраслевые стратегии, региональные стратегии, системный подход

Для цитирования: Корчагина И.В., Пытченко К.В. Социально-экономическая система регионального предпринимательства как объект стратегирования. *Экономика промышленности*. 2023;16(4):361–371. <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2023-4-1205>

Social and economic system of regional entrepreneurship as the object of strategizing

I.V. Korchagina¹  , K.V. Pytchenko^{1,2} 

¹ Kemerovo State University, 6 Krasnaya Str., Kemerovo 650000, Russian Federation

² Ministry of Economic Development of Kuzbass, 63 Sovetskiy Ave., Kemerovo 650000, Russian Federation

 korchagina-i@mail.ru

Abstract. To realize the potential of regional entrepreneurship as a system of small and medium-sized enterprises (SMEs) of the region it is essential to develop a successful winning strategy oriented towards rapid exploitation of new opportunities. To this end, it is necessary to clarify the essence, boundaries, structure, and functions of the object of strategizing. The research is based on the general theory of strategy and methodology of strategizing, the theories of entrepreneurship, the systematic approach. The authors study approaches and theories that explain the essence, the functions and the structure of the system of regional entrepreneurship by applying systematization and content analysis methods. While analyzing the theories of entrepreneurship four components of the strategic mission of SMEs have been defined as follows: providing guarantees to partners, movement and productive use of factors of production, implementation of innovation, creation of gazelle companies (with the average annual increase in revenue or employment of more than 20% over 3 years). The study has shown that they are not fully implemented, and so the situation requires developing a new strategy or improving the old one. And the strategy of development of entrepreneurship in the region should contribute to the implementation of higher-level strategies (regional and sectoral). Moreover, the strategy should define the basic policies for strategizing the components of regional entrepreneurship – individual enterprises, clusters, different types of activities. The study offers a structural and logical scheme of relationship of the strategy of development of regional entrepreneurship (on the example of Kemerovo region – Kuzbass) with other strategic planning documents. Also, the authors justify the expediency of differentiation of strategic priorities of traditional and innovative entrepreneurship in the region. The analysis of theoretical foundations of exploring entrepreneurship as the object of strategizing has made it possible to clarify the basic components of its mission and justify the place of the corresponding strategy in the general system of strategic planning documents. Clarification of the boundaries and the content of the system under study ensures moving on to the strategic OTSW-analysis. The findings of the study can be used in justification of strategic decisions of entrepreneurs and regional authorities.

Keywords: general theory of strategy, strategizing methodology, regional entrepreneurship, mission of small and medium-sized businesses, gazelle companies, strategic priorities, industry strategies, regional strategies, systems approach

For citation: Korchagina I.V., Pytchenko K.V. Social and economic system of regional entrepreneurship as the object of strategizing. *Russian Journal of Industrial Economics*. 2023;16(4):361–371. (In Russ.). <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2023-4-1205>

区域创业的社会经济体系作为战略化的对象

I.V. 克尔恰金娜¹  , K.V. 皮琴科^{1,2} 

¹ 克麦罗沃国立大学, 650000, 俄罗斯联邦克麦罗沃苏维埃大街6号

² 库兹巴斯经济发展部, 650000, 俄罗斯联邦克麦罗沃苏维埃大街63号

 korchagina-i@mail.ru

摘要: 要发挥区域创业作为一个由地区中小型企业 (SME) 组成的系统的潜力, 就必须制定成功的制胜战略, 重点是迅速利用新机遇。为此, 必须明确战略化对象的本质、边界、结构和功能。该研究以一般战略理论和战略化方法论、创业理论和系统方法为基础。采用系统化和内容分析的方法对解释区域创业系统的本质、功能和结构的方法和理论进行了研究。通过对创业理

论的分析，确定了中小企业战略使命的四个组成部分——为合作伙伴提供担保、生产要素的流动和有效利用、实施创新、创建瞪羚企业（三年内收入或就业年均增长 20%以上）。结果表明，这些目标并没有完全实现，因此需要制定新的战略或改进现有的战略。同时，区域的创业发展战略应有助于实施更高层次的战略（区域和部门战略）。此外，该战略应为区域创业的各个组成部分——个体企业、产业集群、不同类型的活动——的战略化制定基本准则。本研究提出了区域创业发展战略（以克麦罗沃州-库兹巴斯州为例）与其他战略规划文件之间关系的结构和逻辑方案。论证了区分该地区传统创业和创新创业战略优先事项的合理性。通过对作为战略化对象的创业研究的理论基础进行分析，可以明确其使命的主要组成部分，并证明相关战略在整个战略规划文件体系中的地位。明确所研究系统的边界和构成使我们可以进一步进行战略性 OTSW 分析。研究成果可用于为企业家和地区当局战略决策提供依据。

关键词：一般战略理论、战略化方法论、区域创业、中小企业使命、瞪羚企业、战略优先事项、部门战略、区域战略、系统方法

Введение

Новые реалии, в которых предстоит функционировать российской экономике, настоятельно требуют серьезного пересмотра устоявшихся в последние 20–25 лет моделей и трендов деятельности многих отраслей, компаний, предпринимателей. Уже сложился абрис таких стратегических вызовов как обеспечение экономической и социальной стабильности в условиях волатильности макроэкономических показателей, формирование технологического суверенитета, создание широкого спектра новых производств внутри страны, выхода на рынки стран Глобального Юга¹ для компенсации выпадающих экспортных доходов. По сути дела, речь идет о преобразованиях стратегического уровня, что предопределяет пересмотр существующих документов стратегического планирования и (или) разработку принципиально новых для самых разных объектов стратегирования.

Не является исключением также система малого и среднего предпринимательства (МСП) нашей страны и ее регионов. Во всей экономической истории новой России МСП оставалось сложным неоднозначным явлением, спектр оценок и ожиданий которого совершил последовательный дрейф от явной переоценки к весьма сдержанному отношению исследователей и экспертов. На первом этапе радикальных экономических реформ в 1990-х гг. малый бизнес рассматривался чуть ли не как главный и единственный фактор хозяйственного возрождения. Показательны работы тех лет Л.Б. Вардомского (с выводом о зависимости успеха адаптации региона к рыночным условиям в зависимости от предприниматель-

ской активности) [1], А.В. Виленского (положения о необходимости и важности радикального увеличения поддержки малых предприятий) [2], В.В. Радаева (значение малого предпринимательства для развития экономики в период радикальных реформ) [3] и др. Однако практика деятельности МСП в последующие годы привела к закреплению малых и средних предприятий по преимуществу в сфере потребительского рынка, бытовых услуг, а также посреднической деятельности без реального материально-вещественного наполнения (значительную долю заняли, например, операции с недвижимостью).

Это, безусловно, крайне важно с точки зрения удовлетворения различных бытовых потребностей населения, создания значительного количества рабочих мест. Тем не менее МСП даже в благоприятный период начала 2010-х годов отличались достаточно низкой инвестиционной и инновационной активностью. Сложилась картина, когда «современный металлообрабатывающий станок стоит 2–3 млн руб. (в ценах 2013 г., когда выполнено цитируемое исследование – прим. автора И.В. Корчагиной), т.е. его цена превосходит годовую прибыль типичного малого предприятия» [4, с. 37]. Подобное положение дел предопределило сравнительно скромный вклад МСП в развитие страны, поскольку низкая фондовооруженность естественным образом обуславливает недостаточную факторную производительность, т.е. меньшую продуктивность использования труда и капитала как факторов экономического роста.

В течение 2010-х гг. эти тенденции продолжались и усилились. Эмпирические исследования С.В. Ореховой и Е.В. Кислицына, относящиеся к рубежу 2010-х и 2020-х гг., показали, что «малый бизнес растет гораздо медленнее, чем промышленность в целом» [5, с. 139], «малые предприятия в промышленности России имеют гораздо более низкие показатели средней и сред-

¹ В соответствии с документами ООН, Глобальный Юг включает в себя «Африку, Латинскую Америку и Карибский бассейн, Азию без Израиля, Японии и Республики Корея, а также Океанию без Австралии и Новой Зеландии» [пер. авт]. URL: <https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.html> (дата обращения 15.11.2023).

невзвешенной совокупной производительности факторов, чем крупные и средние» [6, с. 156]. События же 2020–2021 гг., связанные с борьбой с новой инфекцией COVID-19, нанесли наибольший ущерб именно МСП, более всего пострадавшему от карантинных ограничений. Безусловно, это дает все основания для скепсиса по отношению к МСП и критического отношения к его непосредственному «фронтальному» стимулированию, которое, впрочем, по-прежнему предполагается для достижения национальной цели России до 2030 г. «Достойный эффективный труд и успешное предпринимательство»².

Так, резюмирует скептические установки О.С. Сухарев, «России требуется иная модель роста – основанного на обработке, для чего нужен крупный обрабатывающий бизнес и малый бизнес, который будет для него вспомогательным звеном» [7, с. 377]. Действительно, анализируя сложившиеся тренды, достаточно сложно не согласиться с таким видением роли и места МСП в российской экономике. Однако, учитывая новые экономические реалии и достижения теории стратегии, методологии стратегирования, вполне возможно, на наш взгляд, посмотреть на эту предметную область в несколько ином ключе.

Во-первых, эмбарго на поставки чрезвычайного широкого круга товаров. По оценкам А.Е. Цивилевой, С.С. Голубева, уже на май 2022 г. в отношении России действовало 2588 наименований санкций, что в 1,75 раза больше по сравнению с Ираном, который ранее был наиболее «подсанкционной» страной [8, с. 473]. Наряду с этим произошел также уход с рынка значительного числа иностранных товаропроизводителей. Данные тренды детерминируют возможность и необходимость создания внутри страны широкого спектра новых производств, в том числе и на малых, средних предприятиях.

Для выпуска значительной части номенклатуры продукции относительно узкого функционального назначения не обязательно требуется эффект масштаба. Кроме того, при выпуске новой продукции складываются «окна возможностей» для создания быстрорастущих компаний («компаний-газелей» в трактовке Д. Берча [9]). Они совершенно не обязаны ограничиваться только импортозамещением и при выходе на рынки Глобального Юга, азиатской части Азиатско-Тихоокеанского региона, Индии способны

придать новые мощные импульсы экономическому росту страны.

Во-вторых, для любого объекта социально-экономической системы принципиально важно радикальное изменение сложившейся траектории, выход на совершенно иной уровень и качество развития в случае разработки и последовательной реализации выверенной, мощной, успешной, победной стратегии. В настоящее время широкое признание получила общая теория стратегии и методология стратегирования, разработанная академиком В.Л. Квинтом (Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова). Она представлена в значительном числе фундаментальных трудов [10–14].

В соответствии с этими исследованиями стратегия должна сосредотачиваться на двух фундаментальных факторах – инновациях и времени. Успешно развивается тот объект стратегирования, который способен выявить перспективные инновационно-технологические тренды и возможности во внешней среде. Именно поэтому В.Л. Квинт разработал метод OTSW-анализа, в рамках которого сначала рассматривается не внутренняя среда, как в SWOT-анализе, а внешние тренды. Второе условие успеха – действовать быстрее конкурентов. Как замечает В.Л. Квинт, «прежде всего два фактора – время и инновации – придают стратегируемому объекту победные и труднопредсказуемые для конкурентов характеристики – ускорение и асимметрию» [10, с. 57].

Такой перспективный подход открывает принципиально новые горизонты будущего для формирования нового облика российского МСП, отталкиваясь не от устоявшихся модели и трендов деятельности, а от инновационных возможностей. Следует подчеркнуть также значимость для нашего исследования тезис В.Л. Квинта, определяющий важнейшее конкурентное преимущество предпринимательства по сравнению с иными типами производства и бизнеса: «отдельным предпринимателям и предприятиям малого и среднего бизнеса ... всегда легче изменять вектор развития ... осуществлять труднопредсказуемые для конкурентов и противников асимметричные экспонентные стратегии новых конфигураций» [10, с. 45].

Теория стратегии и методология стратегирования содержат определенную последовательность действий для разработки формальной стратегии как документа, первым из которых является уже упомянутый OTSW-анализ. Однако необходимо также ответить на вопрос о содержании, сущности, точных границах, структуре объекта стра-

² Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726> (дата обращения: 05.03.2023).

тегирования, т.е. провести анализ базовых теорий, объясняющих феномен предпринимательства, определить его границы и состав с точки зрения достижений системного подхода. Поэтому цель данного исследования – уточнение сущности, состава и границ регионального предпринимательства в качестве объекта стратегирования.

Объекты и методы исследования

Работа опирается на общую теорию стратегии и методологию стратегирования В.Л. Квинта, признанные научные теории предпринимательства, а также достижения системного подхода, общей теории систем. Используются методы контент-анализа и систематизации.

Исследование имело следующий алгоритм.

На первом этапе были проанализированы базовые теории предпринимательства, формирующие основные направления эмпирических исследований в данной области. Это позволило, в частности, сформулировать основные положения, влияющие на разработку миссии регионального предпринимательства в качестве самостоятельного объекта стратегирования и социально-экономической системы.

На следующем этапе систематизированы существующие представления о понятии, составе, границах такой социально-экономической системы как региональное предпринимательство. Это важно с точки зрения позиционирования его стратегии в контексте региональных и отраслевых документов стратегического планирования более высокого уровня. Кроме того, структурирование регионального предпринимательства позволяет сформировать представление о комплексе стратегий более мелких объектов, входящих в его состав.

Объектами исследования являются классические и современные работы исследователей, посвященные изучению фундаментальных и системно-структурных аспектов предпринимательства.

Результаты и их обсуждение

Экономическая наука выработала ряд теорий, объясняющих сущность, содержание, функции, роль предпринимательства как явления и как компонента национальной экономики (табл. 1). В контексте нашего исследования принципиально важно, что эти теории явным образом коррелируют с такой важной составляющей стратегии предпринимательства как миссия.

Таблица 1 / Table 1

Основные теории предпринимательства в контексте определения его миссии

The main theories of entrepreneurship in the context of defining its mission

Теория	Хронологические рамки	Ведущие исследователи	Основное содержание	Следствия для формулировки миссии предпринимательства
Рисковая	XVIII в. – настоящее время	Р. Кантильон, Т. Шульц, Ф. Найт и др.	Предприниматель – субъект, действующий в условиях неопределенности, принимающий на себя риски других агентов в расчете получить прибыль.	Предприниматель предоставляет экономические гарантии другим субъектам (например, наемным работникам).
Организационная (организационно-информационная)	XIX в. – настоящее время	Ж.-Б. Сэй, Л. Мизес, Ф. Хайек, И. Кирцнер и др.	Предприниматель организует прибыльное дело, соединяет воедино факторы экономического роста, а его деятельность снижает экономическую неопределенность, обеспечивает динамизм системы.	Предприниматель обеспечивает движение и использование факторов производства, играет роль организатора продуктивной экономической деятельности.
Управленческо-личностная	XX в. – настоящее время	П. Друкер, М. Питерс, Д. Тиммонс, Д. Аткинсон и др.	Предприниматель отличается особым гибким и динамичным стилем управления, где важную роль играет его личность (лидерство, команда, дух и др.).	Предприниматель реализует собственные интересы и ценности, а также других стейкхолдеров, быстро и гибко используя благоприятные возможности. Это особый тип экономического агента.
Теория предпринимателя как инноватора	XX в. – настоящее время	Й. Шумпетер, У. Баумоль, Д. Берч, Б. Йованович, С. Шейн, З. Акс, Д. Одретч и др.	Предприниматель – субъект внедрения инноваций, обеспечивающий экономическое развитие за счет «созидательного разрушения». Инновационный предприниматель – основной источник роста и преобразования экономики.	Предприниматель обеспечивает экономический рост и развитие, создание рабочих мест, внедрение новых технологий.

Анализ данных, представленных в табл. 1, показывает, что существующие теории имеют разный угол зрения, разное восприятие феномена предпринимательства, тем самым взаимно дополняя друг друга. Управленческо-личностная теория, в свою очередь, имеет определенную взаимосвязь с такими важнейшими категориями стратегирования как интересы и ценности (собственные предпринимателя, а также других экономических агентов).

Таким образом, можно представить основные положения, влияющие на формулировку миссии предпринимательства, которая демонстрирует «чем данный объект стратегирования уникален и ценен для потребителя» [10, с. 78].

1. Предпринимательство должно предоставлять определенные гарантии удовлетворения социально-экономических интересов в конкретных рамках широкого круга стейкхолдеров, включая работников, потребителей и деловых партнеров. Например, далеко не всё экономически активное население способно к предпринимательству, большая часть людей продолжает работать по найму. Соответственно, в обмен на свой трудовой вклад они вправе получить вознаграждение, размер или условия расчета которого известны заранее и должны соблюдаться.

2. Предпринимательство осуществляет движение части факторов производства, их перераспределение (реаллокацию), объединение для продуктивной экономической деятельности. Экономически активное население, финансовый капитал, материальные активы сами по себе еще не способны к продуктивной экономической деятельности. Необходимо объединять, комбинировать их, добиваться эффективного использования. Частично эту миссию выполняет менеджмент крупных компаний, государство, а частично – предприниматели в рамках малых и средних предприятий.

3. Самой важной составляющей миссии можно считать то, что такая часть МСП как инновационное предпринимательство обеспечивает технологические, организационные и другие инновации, которые в соответствии с современными представлениями обуславливают экономическое развитие. Интересно, что описанные на сугубо качественном уровне еще Й. Шумпетером в начале XX в. механизмы развития через «созидательное разрушение» [15] нашли убедительные количественные подтверждения в 1990-х гг. Можно сослаться, в частности, на работы Ф. Агийона и П. Хоувитта – создателей наиболее влиятельной на сегодняшний день модели экономического роста [16]. Новые технологии и человеческий

потенциал, по большому счету, выступают в ней в роли мультипликаторов, резко усиливающих или ослабляющих влияние традиционных факторов (труда и капитала). В условиях минимума возможностей для роста на экстенсивной основе потенциал экономического развития стран и регионов обусловлен именно предпринимательством как источником инноваций.

В связи с этим для понимания сущности и значимости инновационного предпринимательства в экономическом развитии страны важны положения еще двух признанных теорий.

Первая из них – разработки Д. Чесбро по «открытым инновациям». В соответствии с ними, даже самые крупные и инновационно-активные компании не могут полагаться только на собственные исследования и разработки, а должны приобретать патенты и технологические стартапы. Иными словами, масштабы и разнообразие создания новых технологий столь велики, что невозможно полагаться на традиционные источники инноваций – академическую систему и исследовательские подразделения крупного бизнеса, необходимо большое число профессиональных инновационных предпринимателей.

В свою очередь, те результаты исследований и разработок, которые не нашли коммерческого применения внутри компании, должны выноситься за ее пределы, где создаются новые технологические проекты [17]. Таким образом, инновационные процессы становятся открытыми для большого числа участников и преодолевают организационные границы. Практика свидетельствует, что такие компании, как Google или Apple, которые сами ведут исследования и разработки в огромных масштабах, ежегодно приобретают десятки стартапов, используя их инновации для создания собственных продуктов [18, с. 295]. Следовательно, важной компонентой стратегической миссии предпринимательства выступает создание большого потока инноваций, новых технологий, которые затем могут быть тиражированы на площадках крупных компаний.

Вторая из значимых теорий – это концепция «компаний-газелей» (также употребляется термин «фирмы-газели»), основанная уже упомянутым выше Д. Берчем. Он образно разделил все компании на четыре группы по аналогии с представителями животного мира. «Слоны» – это крупнейшие компании, занятые обычно традиционными видами бизнеса, нередко с государственным участием. Они образуют скелет национальной экономики, но в силу инертности, низкой гибкости ограничены в возможностях инноваций и быстрого роста. «Львы» – это те ком-

пании, которые ориентированы на поглощение более слабых соперников, т.е. по сути на перераспределение имеющегося, а не создание нового. «Мыши» представлены мелкими предприятиями, которые быстро появляются и столь же быстро гибнут. Разумеется, «мышей» на порядки больше, чем «слонов» и «львов» вместе взятых. Однако, согласно Д. Берчу, принципиально важны для экономического роста и развития «газели» – быстрорастущие компании. Так, в 1988–1992 гг. «газели» составляли только 4 % компаний США, но создавали около 70 % прироста новых рабочих мест [9]. Более поздние работы последователей Д. Берча показали, что от 1 до 4 % «газелей» от общего числа субъектов предпринимательской деятельности в стране дают до 80 % прироста валового внутреннего продукта (!) [19; 20].

По оценкам ведущих отечественных исследователей «газелей», в принципе в данную категорию следует относить компании с темпами роста выручки более 20 % в год в течение пяти лет подряд. Но в российских условиях, где инфляция сравнительно высока, эту планку нужно поднимать до 30 % [21]. В контексте стратегического развития и миссии МСП значение теории «фирм-газелей» заключается в том, что они рождаются изначально как малые предприятия, затем становятся средними и крупными благодаря быстрому росту масштабов деятельности. Кроме того, источником столь динамичного роста чаще всего являются инновации, в традиционном виде

бизнеса наращивать оборот такими темпами можно лишь при условии незначительной конкуренции, что встречается редко. Отсюда следует, что возможности создания фирм-газелей зависят от появления технологических предпринимателей, от того, насколько они будут успешны, смогут ли достичь стадии крупного бизнеса. В настоящее время субъекты предпринимательской деятельности в России исключительно редко поднимаются до «газелей» с уровня «мышей». Дефицит фирм-газелей может рассматриваться как одна из серьезных причин отсутствия выраженного экономического роста в стране (даже если не брать в расчет воздействие внешних шоков 2020–2022 гг.). Следовательно, важная часть миссии МСП в России – обеспечивать появление и развитие потенциальных «газелей», которые зарождаются именно в этой среде.

Проведенный анализ научных теорий предпринимательства и инноваций позволяет сформулировать то, чем МСП в современной России может быть уникальным и ценным для партнеров, общества, национальной экономики, т.е. основные грани его миссии (рис. 1).

Однако, как показывают представленные во введении литературные данные, современное российское предпринимательство лишь в крайне ограниченной степени выполняет такие положения миссии. Сотрудничество с МСП наиболее рискованно, в том числе в силу их малого запаса прочности и устойчивости. Появляется крайне

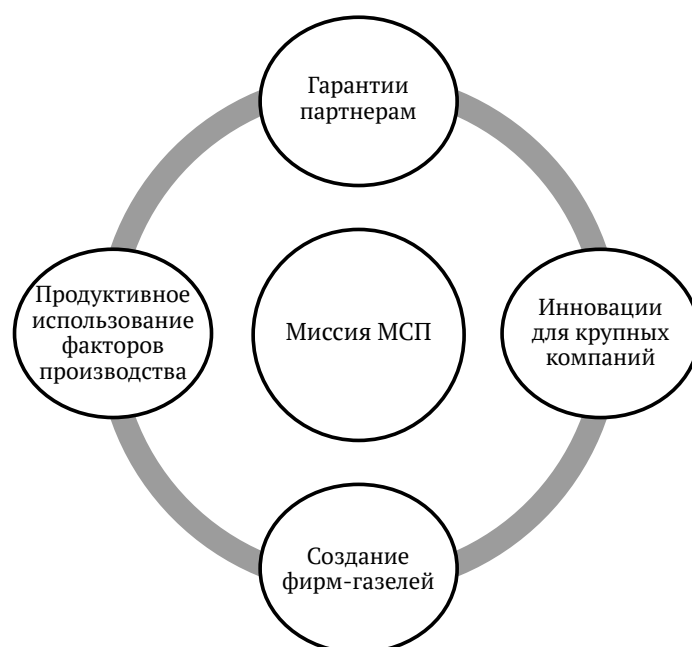


Рис. 1. Основные грани миссии МСП в современной российской экономике

Fig. 1. The main facets of the mission of SMEs in the modern Russian economy

мало компаний-газелей, абсолютное большинство малых предприятий остаются «мышьями». Факторная производительность МСП, как уже отмечалось ранее, достаточно низкая, как и инновационно-инвестиционная активность. Следовательно, наблюдается противоречие между стратегическим потенциалом МСП и его современным состоянием в отечественной экономике. Необходима разработка прорывной амбициозной стратегии, которая отталкивалась бы не от существующего положения дел, а от принципиально новых возможностей во внешней среде и технологических трендов.

В соответствии с выбранным алгоритмом исследования, рассмотрим далее системно-структурные аспекты МСП на региональном уровне, в частности то, как различные исследователи видят его дифференциацию на составные части. Следует отметить, что региональное предпринимательство как самостоятельный объект исследования часто фигурирует в научной литературе, но при этом уделяется мало внимания его структуризации, тем более в привязке к территориальным особенностям. Например, ряд авторов пишут об «арктическом предпринимательстве», отмечая такие черты, как особые условия функционирования и высокий уровень рисков [22].

В условиях Арктики МСП отличается не столько экономической, сколько социальной ролью (снабжение населенных пунктов в условиях низкой плотности населения, поддержание в них жизнедеятельности и пространственной связности). Инновационный потенциал, связанный с созданием товаров для низких температур, используется достаточно слабо [23]. Отсюда видно, что МСП с точки зрения роли в развитии Арктики дифференцируется на традиционное и инновационное, что, по-видимому, нужно учитывать в стратегировании. В исследовании Т.О. Толстых и В.С. Понкратовой [24] также отмечается важность выделения инновационного предпринимательства региона по сравнению с традиционным, в частности, в сфере информационных технологий.

Что касается определения места стратегии предпринимательства в целостной системе стратегий, то среди существующих работ присутствует подход Е.Г. Шумик и Т.В. Терентьевой [25]. Однако критический анализ приведенного подхода позволяет утверждать, что его невозможно взять за основу в силу несоответствия теории стратегии. Во-первых, вызывает удивление такой блок, как «Стратегия развития России на период до 2030 года», которая в настоящее время не существует как единый целостный документ с таким

названием. Если бы он был разработан, то не мог бы находиться на одном уровне с федеральными целевыми программами и даже подпрограммами, которые должны подчиняться ему. Аналогичное замечание можно сделать и по поводу того, что стратегии социально-экономического развития региона и предпринимательства не имеют иерархической соподчиненности. Во-вторых, программы нельзя отрывать от стратегии – каждая программа соответствует определенной стратегической цели. В-третьих, совершенно неясно, какое отношение к стратегированию имеют инвестиционные паспорта территорий, предназначенные для ознакомления потенциальных инвесторов с возможностями региона.

Исходя из достижений общей теории стратегии и методологии стратегирования, мы полагаем возможным предложить авторский подход к позиционированию стратегии развития регионального предпринимательства в системе стратегий. В России действует отраслевая стратегия федерального уровня – «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года»³. Для ее реализации разработан также Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» (где выделены такие приоритеты, как поддержка самозанятых, предакселерация, акселерация субъектов МСП, цифровая платформа МСП). Далее в каждом субъекте Российской Федерации существует своя стратегия развития.

Так, в Кемеровской области – Кузбассе коллективом сотрудников Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова и кузбасскими специалистами под руководством В.Л. Квинта разработана «Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области – Кузбасса до 2035 года»⁴. Наряду с этим, стратегия развития регионального предпринимательства является вышестоящей по отношению к стратегиям отдельных субъектов МСП, кластеров и др. (рис. 2).

³ Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1093-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года и плана мероприятий (“дорожную карту”) по реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года». URL: <https://docs.cntd.ru/document/420359173> (дата обращения: 05.02.2023).

⁴ О внесении изменений в Закон Кемеровской области «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года»: областной закон от 23 декабря 2020 № 163-ОЗ. URL: <https://кузбасс-2035.рф/upload/163-%D0%9E%D0%97.doc> (дата обращения: 05.02.2023).

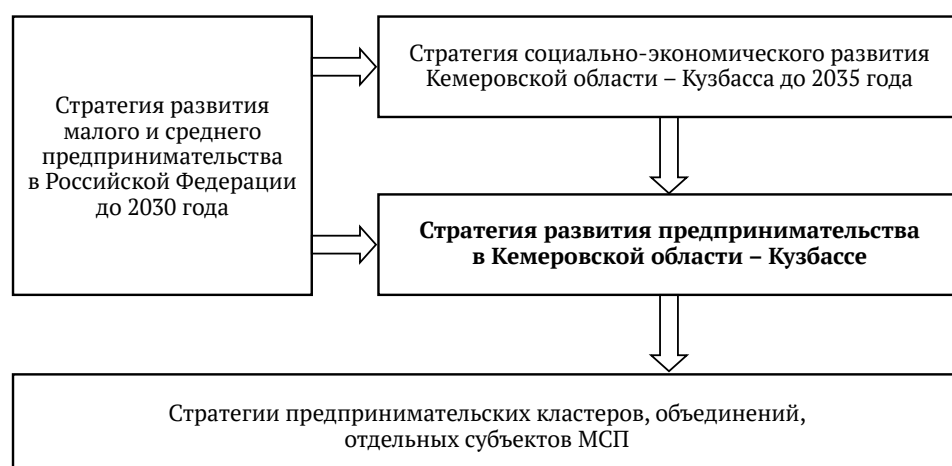


Рис. 2. Структурно-логическая схема взаимосвязи стратегии развития предпринимательства Кемеровской области – Кузбасса с другими документами стратегического планирования

Fig. 2. Structural and logical diagram of the relationship between the entrepreneurship development strategies of the Kemerovo region – Kuzbass with other strategic planning documents

Таким образом, стратегия развития регионального предпринимательства призвана опираться на стратегии более высокого уровня (региональную и отраслевую), содействуя их реализации. В свою очередь, она далее является основой для стратегирования предпринимательских кластеров, субъектов МСП и отдельных проектов. Важно в рамках соответствующих стратегий предусмотреть определенную дифференциацию подходов к традиционному и инновационному предпринимательству, учитывая их специфику, обеспечить по каждому направлению наличие стратегических приоритетов, обеспеченных конкурентными преимуществами.

Заключение

Проведенное исследование регионального предпринимательства в качестве объекта стратегирования показало, что существует серьезное противоречие между его потенциалом в современных условиях и фактическим состоянием. Соответственно, крайне необходима разработка и реализация успешной прорывной стратегии, которая отталкивалась бы не от современного состояния, а от новых возможностей во внешней среде. Первым этапом при этом должно стать уточнение содержания, структуры, функций, экономической роли объекта стратегирования, после чего станет возможным его OTSW-анализ.

Анализ четырех базовых теорий предпринимательства показал, что они достаточно четко коррелируют с различными гранями его миссии. Объяснения экономической роли и содержания деятельности предпринимательства, признан-

ные в настоящее время, позволили выделить четыре грани его миссии – предоставление гарантий партнерам, продуктивное перемещение и использование факторов производства, реализация инноваций, появление фирм-газелей. Однако в настоящее время эти составляющие миссии выполняются только в крайне ограниченной степени, соответственно, надо радикально изменять важность и ценность предпринимательства для стейкхолдеров, что возможно лишь на основе прорывной стратегии.

Также в работе показана низкая степень изученности структурных и содержательных характеристик регионального предпринимательства в качестве самостоятельного объекта стратегирования. В то же время можно считать устоявшимся подход к разделению предпринимательства на традиционное и инновационное, которое развито лишь в крайне ограниченной степени. В связи с этим авторами разработана структурно-логическая схема взаимосвязи стратегии развития регионального предпринимательства (на примере Кемеровской области – Кузбасса) с другими документами стратегического планирования, которая позволяет обеспечить координацию стратегий разного уровня и реализацию приоритетов вышестоящих стратегий. Вместе с тем само предпринимательство как система подвергается делению на более мелкие компоненты системы, разрабатывающие затем собственные стратегии. При этом целесообразна определенная дифференциация стратегических приоритетов традиционного и инновационного предпринимательства.

Список литературы / References

1. Вардомский Л.Б., Самбунова Е.Н. Предпринимательство в России: региональные различия. *Проблемы теории и практики управления*. 1996;(2):68–73.
Vardomskii L.B., Samburova E.N. Entrepreneurship in Russia: regional differences. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*. 1996;(2):68–73. (In Russ.)
2. Виленский А.В., Чепуренко А.Ю. Малое предпринимательство в России: состояние и перспективы. *Мир России. Социология. Этнология*. 1994;3(2):178–190.
Vilenskii A.V., Chepurenko A.Yu. Small business in Russia: state and prospects. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya*. 1994;3(2):178–190. (In Russ.)
3. Радаев В.В. Новое российское предпринимательство в оценках экспертов. *Мир России. Социология. Этнология*. 1994;3(1):36–54.
Radaev V.V. New Russian entrepreneurship in expert assessments. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya*. 1994;3(1):36–54. (In Russ.)
4. Акулов А.О. Роль малого бизнеса в модернизации экономики региона. *Региональная экономика: теория и практика*. 2013;11(44):34–43.
Akulov A.O. The role of small business in modernizing the regional economy. *Regional Economics: Theory and Practice*. 2013;11(44):34–43. (In Russ.)
5. Орехова С.В., Кислицын Е.В. Малый бизнес и структурные сдвиги в промышленности. *Terra Economicus*. 2019;17(4):129–147. <https://doi.org/10.23683/2073-6606-2019-17-4-129-147>
Orekhova S.V., Kislitsyn E.V. Small business and structural changes in industry. *Terra Economicus*. 2019;17(4):129–147. (In Russ.). <https://doi.org/10.23683/2073-6606-2019-17-4-129-147>
6. Орехова С.В., Кислицын Е.В. Малые предприятия в промышленности России: уровень и проблемы развития. В сб.: *Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость. Материалы XII Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 16 мая 2019 г.* Республика Беларусь: Белорусский государственный экономический университет; 2019. С. 155–156.
7. Сухарев О.С. Экономический рост в России: роль малого бизнеса. *Экономика и предпринимательство*. 2017;(1(78)):372–379.
Sukharev O.S. Economic growth in Russia: role of small business. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. 2017;(1(78)):372–379. (In Russ.)
8. Цивилева А.Е., Голубев С.С. Методология стратегического управления угледобывающими предприятиями в чрезвычайный период. *Стратегирование: теория и практика*. 2022;2(4):470–482. <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2022-2-4-470-482>
Tsivileva A.E., Golubev S.S. Methodology of strategic management of coal mining enterprises in an emergency period. *Strategizing: Theory and Practice*. 2022;2(4):470–482. (In Russ.). <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2022-2-4-470-482>
9. Birch D. *Job creation in America: how our smallest companies put the most people to work*. N.Y.: The Free Press; 1987. 244 p.
10. Квинт В.Л. Концепция стратегирования. Кемерово: КемГУ; 2022. 170 с. <https://doi.org/10.21603/978-5-8353-2562-7>
11. Квинт В.Л. Окрепилов В.В. Роль качества в зарождении и развитии глобального формирующегося рынка. СПб.: Изд-во СПбУУиЭ; 2011. 46 с.
12. Квинт В.Л. Стратегическое лидерство Амира Тимура: комментарии к уложению. М.: РАНХиГС при Президенте РФ; 2021. 204 с. <https://doi.org/10.22394/978-5-89781-696-5-1-204>
13. Квинт В.Л. Теоретические основы и методология стратегирования Кузбасса как важнейшего индустриального региона России. *Экономика промышленности*. 2020;13(3):290–299. <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2020-3-290-299>
Kvint V.L. Theoretical basis and methodology of strategizing of the private and public sectors of the Kuzbass region as a medial subsystem of the national economy. *Russian Journal of Industrial Economics*. 2020;13(3):290–299. (In Russ.). <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2020-3-290-299>
14. Квинт В.Л. (ред.). *Концептуальное будущее Кузбасса: стратегические контуры приоритетов развития до 2017 года. 50-летняя перспектива*. Кемерово: КемГУ; 283 с. <https://doi.org/10.21603/978-5-8353-2812-3>
15. Шумпетер Й. *Теория экономического развития*. М.: Прогресс; 1982. 355 с.
16. Aghion P., Akcigit U., Howitt P. The Schumpeterian growth paradigm. *Annual Review of Economics*. 2015;7(2):557–575.
17. Чесбро Г. *Открытые инновации: создание прибыльных технологий* [пер. с англ.]. М.: Поколение; 2007. 336 с. (Russ. transl. of: Chesbrough H. *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press; 2003. 227 p.)
18. Корчагин Р.Л., Плахин А.Е. Управленческая диагностика макроэкономической продуктивности технологического предпринимательства России в контексте стратегии его развития. *Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета*. 2022;2(3):294–304. <https://doi.org/10.34130/2070-4992-2022-2-3-294>
Korchagin R.L., Plakhin A.E. Management diagnostics of macroeconomic productivity of Russian technological entrepreneurship in the context of

- its development strategy. *Korporativnoe upravlenie i innovacionnoe razvitie ekonomiki Severa: Vestnik Nauchnoissledovatel'skogo centra korporativnogo prava, upravleniya i venchurnogo investirovaniya Syktyvkar'skogo gosudarstvennogo universiteta = Corporate Governance and Innovative Economic Development of the North. Bulletin of Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University*. 2022;2(3):294–304. (In Russ.). <https://doi.org/10.34130/2070-4992-2022-2-3-294>
19. Henrekson M., Johansson D. Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. *Small Business Economics*. 2010;35:227–244. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9172-z>
 20. Puente Castro R., Mora Mora J.U., Pereira Laverde F. High-growth aspirations of entrepreneurs in Latin America: do alliances matter? *Sustainability*. 2020;12(7):2867. <https://doi.org/10.3390/su12072867>
 21. Юданов А.Ю., Яковлев А.А. «Неортодоксальные» быстрорастущие фирмы-«газели» и порядок ограниченного доступа. *Вопросы экономики*. 2018;(3):80–101. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2018-3-80-101>
Yudanov A.Yu., Yakovlev A.A. “Unorthodox” fast-growing firms (gazelles) and North’s limited access order. *Voprosy Ekonomiki*. 2018;(3):80–101. (In Russ.). <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2018-3-80-101>
 22. Пилисов А.Н., Замятина Н.Ю. Арктическое предпринимательство: условия и возможности развития. *Арктика: экология и экономика*. 2016;(4(24)):4–15.
Pilyasov A.N., Zamyatina N.Yu. Arctic entrepreneurship: conditions and development opportunities. *Arctic: Ecology and Economy*. 2016;(4(24)):4–15. (In Russ.)
 23. Жура С.Е., Маркин В.В. Особенности развития предпринимательства в российской Арктике. *Социально-политические исследования*. 2020;(3(8)):97–109. <https://doi.org/10.20323/2658-428X-2020-3-8-97-109>
Zhura S.E., Markin V.V. Features of entrepreneurship development in the Russian Arctic. *Sotsial'no-politicheskie issledovaniya*. 2020;(3(8)):97–109. (In Russ.). <https://doi.org/10.20323/2658-428X-2020-3-8-97-109>
 24. Толстых Т.О., Понкратова В.С. Развитие регионального предпринимательства: проблемы, подходы, пути формирования. *Регион: системы, экономика, управление*. 2015;(4(31)):77–84.
Tolstykh T.O., Ponkratova V.S. The development of regional entrepreneurship: challenges, approaches, ways of formation. *Region: sistemy, ekonomika, upravlenie*. 2015;(4(31)):77–84. (In Russ.)
 25. Шумик Е.Г., Терентьева Т.В. Стратегия динамичного развития предпринимательства. Владивосток: Владивостокский государственный университет экономики и сервиса; 2016. 236 с.

Информация об авторах

Ирина Васильевна Корчагина – канд. экон. наук, директор Института экономики и управления, доцент кафедры бухгалтерского учета, налогообложения и финансов, Кемеровский государственный университет, 650000, Кемерово, ул. Красная, д. 6, Российская Федерация; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3297-3259>; e-mail: korchagina-i@mail.ru

Константин Владимирович Пытченко – Министр экономического развития Кемеровской области – Кузбасса, 650000, Кемерово, Советский просп., д. 63, Российская Федерация; преподаватель кафедры стратегии регионального и отраслевого развития, Кемеровский государственный университет, 650000, Кемерово, ул. Красная, д. 6, Российская Федерация; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-9394-0435>; e-mail: pytchkv@mail.ru

Information about the authors

Irina V. Korchagina – PhD (Econ.), Director of the Institute of Economics and Management, Associate Professor of the Department of Accounting, Taxation and Finance, Kemerovo State University, 6 Krasnaya Str., Kemerovo 650000, Russian Federation; <https://orcid.org/0000-0002-3297-3259>; e-mail: korchagina-i@mail.ru

Konstantin V. Pytchenko – Ministry of Economic Development of Kuzbass, 650000, Kemerovo, Sovetskii Ave., 63, Russian Federation; Lecturer at the Department of Regional and Industry Development Strategy, Kemerovo State University, 6 Krasnaya Str., Kemerovo 650000, Russian Federation; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-9394-0435>; e-mail: pytchkv@mail.ru

Поступила в редакцию 09.08.2023; поступила после доработки 23.11.2023; принята к публикации 25.11.2023
Received 09.08.2023; Revised 23.11.2023; Accepted 25.11.2023