

НОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. В. Широкова¹, К. А. Богатырева¹

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРИЕНТАЦИИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ: РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РОССИЙСКИХ ФИРМ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

¹ Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9

В статье представлены результаты исследования взаимосвязи между предпринимательской ориентацией и результатами деятельности российских фирм малого и среднего бизнеса. По итогам эмпирического анализа 305 фирм было выявлено наличие положительно направленной связи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы в долгосрочной перспективе. Установлено, что данный эффект вызван в первую очередь такой составляющей предпринимательской ориентации, как готовность к риску. В исследовании также изучается опосредующее влияние динамизма внешней среды на связь между предпринимательской ориентацией и результатами деятельности фирмы, однако в контексте российского рынка наличие такого влияния подтвердить не удалось.

Ключевые слова: предпринимательская ориентация, результаты деятельности фирмы, малый и средний бизнес.

INTERRELATIONSHIP OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND FIRM PERFORMANCE: EVIDENCE FROM STUDY OF RUSSIAN SMES

G. V. Shirokova¹, K. A. Bogatyreva¹

¹ St. Petersburg State University, 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

The article presents results of the study on the relationship between entrepreneurial orientation and performance of SMEs in the context of an emerging market. The empirical analysis of 305 Russian SMEs has revealed a positive effect of entrepreneurial orientation on firm performance in the long term. We also have found that this effect is primarily driven by risk taking. We also have studied the moderating effect of the environmental dynamism on the relationship between entrepreneurial orientation and

firm performance. However, the presence of such effect has not been confirmed in the case of Russian SMEs.

Keywords: entrepreneurial orientation, firm performance, small and medium enterprises.

ВВЕДЕНИЕ

Концепция предпринимательской ориентации (ПО) с момента своего появления более 30 лет назад остается одним из самых популярных направлений исследований в предпринимательстве и стратегическом менеджменте [Широкова, 2012; Wales et al., 2013]. ПО определяется как «практика принятия стратегических решений, философия менеджмента и поведение фирмы, предпринимательские по своей природе» [Anderson, Covin, Slevin, 2009, p.220], при этом ПО обычно проявляется через свои составляющие: инновационность, проактивность и готовность к риску [Miller, 1983; Covin, Slevin, 1989]. В рамках исследований ПО выделяются несколько ведущих тем, в частности изучение факторов формирования ПО и взаимосвязь ПО и результатов деятельности фирмы [Rauch et al., 2009].

В связи с тем, что предпринимательское поведение связано с развитием новых продуктов и услуг, наиболее пристальный интерес вызывает изучение взаимосвязи между ПО и результатами деятельности фирмы [Lumpkin, Dess, 1996]. Подавляющее количество эмпирических исследований доказывает, что фирмы с более высоким уровнем ПО демонстрируют более высокие показатели деятельности фирмы [Wiklund, Shepherd 2005; Keh, Nguyen, Hwei, 2007]. В то же время одни исследования не обнаруживают такой взаимосвязи (см., напр.: [Li, Zhang, Chan, 2005; Stam, Elfring, 2008]), а другие — доказывают, что она существует, но носит негативный характер [Hart, 1992] или является нелинейной [Tang et al., 2008; Su, Xie, Li, 2011; Wales et al., 2013]. В работе [Lumpkin, Dess, 1996] утверждается, что на взаимосвязь ПО — результаты деятельности фирмы влияет контекст, в котором фирма функционирует. Например, исследования в Китае показали, что ПО имеет позитивную взаимосвязь с результатами деятельности фирмы, если бизнес-среда является непредсказуемой и турбулентной [Li, Zhang, Chan, 2005].

Несмотря на популярность концепции ПО и растущий объем исследований на развивающихся рынках, в России таких исследований пока очень мало. Можно отметить несколько работ, посвященных изучению: различных аспектов внутрифирменного предпринимательства (см., напр.: [Широкова и др., 2009; Широкова, Ежова, 2012]); предпринимательских намерений среди сотрудников российских компаний [Croucher, Rizov, 2011]; влияния ПО, финансового и социального капитала на ожидаемые результаты деятельности фирм [Kickul et al., 2010]; факторов формирования и развития ПО в российских фирмах малого и среднего бизнеса [Широкова, Соколова, 2013].

Существуют два подхода к концептуализации ПО: *одномерный* (*unidimensional*), при котором используется композитная, или составная, шкала (см., напр.: [Miller, 1983; Covin, Slevin, 1989]), и *многомерный* (*multidimensional*), ассоциирующийся с работой [Lumpkin, Dess, 1996]. В одномерном подходе ПО рассматривается как сложная конструкция, состоящая из трех элементов, а именно: готовности к риску, инновационности и проактивности [Miller, 1983; Covin, Slevin, 1989]. Многомерный подход к определению ПО подразумевает, что ее отдельные составляющие могут меняться независимо друг от друга [Lumpkin, Dess, 1996]. Допустимость исследования составляющих ПО по отдельности или в совокупности определяется теоретической точкой зрения [Covin, Green, Slevin, 2006; Covin, Wales, 2011]. Этот выбор во многом зависит от основной цели исследования — оценки влияния отдельных составляющих ПО (см., напр.: [Лампкин, Десс, 2012]) или оценки ПО как стратегического поведения фирмы, обусловленного позитивной ковариацией этих составляющих (см., напр.: [Ковин, Слевин, 2012; Miller, 1983]). В рамках настоящего исследования используется комбинированный подход, позволяющий оценить как влияние ПО в целом на результаты деятельности фирмы, так и взаимосвязь между отдельными компонентами ПО и результатами деятельности. Кроме того, на наш взгляд, на развивающихся рынках отдельные компоненты ПО могут по-разному быть связаны с результатами деятельности фирмы, что позволяет ей адаптировать свои действия к особенностям внешней среды [Lumpkin, Dess, 1996; Kreiser, Marino, Weaver, 2002; Kreiser et al., 2010].

Принято считать, что особенности культурной, экономической, политической и институциональной среды, присущие определенной стране, оказывают влияние на предпринимательское поведение фирм (см., напр.: [Широкова, Соколова, 2013; Davidsson, Wiklund, 1997; Lee, Peterson, 2000; Hayton, George, Zahra, 2002; Kreiser, Marino, Weaver, 2002]). Однако влияние отдельных составляющих ПО на результаты деятельности фирмы на развивающихся рынках в настоящее время является недостаточно изученным. Кроме того, большинство исследований взаимосвязи между ПО и результатами деятельности фирмы носит одномоментный характер, что не позволяет отследить динамику этой взаимосвязи (см., напр.: [Hughes, Hughes, Morgan, 2007; Su, Xie, Li, 2011; Boso, Story, Cadogan, 2013]). Можно выделить несколько работ, в которых результаты приведены в динамике (см., напр.: [Madsen, 2007; Yamada, Eshima, 2009] и др.), однако исследования в контексте развивающихся рынков представлены недостаточно, особенно это касается России.

В рамках настоящего исследования предпринята попытка ответить на ряд исследовательских вопросов.

- ♦ Какую роль играет контекст развивающегося рынка в отношении между составляющими ПО и результатами деятельности фирмы в краткосрочной и долгосрочной перспективе? Какие компоненты ПО более важны в условиях развивающегося рынка для фирм малого и среднего бизнеса?
- ♦ Каким образом ПО изменяется в зависимости от характеристик внешней среды? Будут ли фирмы малого и среднего бизнеса, работающие в более динамичной среде, демонстрировать наиболее высокий уровень влияния ПО на результаты деятельности фирмы?

Данная статья имеет следующую структуру. В первом разделе раскрывается теоретическая основа исследования, формулируются гипотезы. Второй раздел посвящен описанию методов эмпирического исследования. Третий — содержит основные результаты анализа. В четвертом разделе представлено обсуждение полученных результатов. В заключении сделаны основные выводы, оговорены ограничения, а также приведены предложения для дальнейших исследований в рассматриваемой области.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА И ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предпринимательская ориентация фирмы предполагает осуществление *инноваций*, участие в *рисковых проектах*, а также проявление *проактивности* в своих действиях с целью оттеснить конкурентов [Miller, 1983; Covin, Slevin, 1989; Lumpkin, Dess, 1996]. Таким образом, ПО предполагает активную стратегическую позицию. Исследования, посвященные влиянию ПО на результаты деятельности фирмы, часто рассматривают ПО в качестве преимущества фирмы и утверждают, что данный тип стратегической ориентации оказывает положительное влияние на результаты ее деятельности [Davis et al., 2010; Sharma, Dave, 2011; Wiklund, Shepherd, 2011; Hafeez et al., 2011].

Предпринимательская ориентация и соответствующее ей поведение могут рассматриваться как особый тип ресурсов или особая способность фирмы, позволяющая достигать конкурентного преимущества, основываясь на своей ресурсной базе [Wiklund, Shepherd, 2005; Keh, Nguyen, Hwei, 2007; Hafeez et al., 2011; Campos, Parra, Parellada, 2012]. Кроме того, предпринимательская ориентация предполагает важную динамическую компоненту, позволяющую активно развивать рыночные знания [Wiklund, Shepherd, 2011]. Инновационное и проактивное мышление создает прочную основу для увеличения доли рынка и дальнейшей дифференциации продукта [Wiklund, Shepherd, 2005].

Высокий уровень проактивности зачастую позволяет компаниям использовать преимущество первого хода. Помимо этого, проактивное поведение развивает способность к предсказанию изменений, грядущих во

внешней среде, что, в свою очередь, дает возможность предпринимать своевременные меры [Lumpkin, Dess, 1996]. Фирмы, имеющие высокий уровень предпринимательской ориентации, обычно находятся в процессе постоянного отслеживания изменений во внешней среде, в поиске новых возможностей с целью укрепления своих конкурентных позиций, что оказывает положительное воздействие на результаты их деятельности [Keh, Nguyen, Hwei, 2007]. Готовность к риску предполагает вовлечение в рискованные проекты в условиях неопределенности с возможностью получения высокой прибыли или значительных выгод в долгосрочной перспективе [Martins, Rialp, 2013].

ПО является важным фактором для молодых растущих фирм малого и среднего бизнеса, которые конкурируют с крупными устоявшимися компаниями, так как ПО позволяет этим фирмам достигать необходимого темпа роста и желаемого уровня конкурентоспособности [Antoncic, Hisrich, 2003]. ПО и внутрифирменное предпринимательство позволяют компании преодолеть проблемы инерции, потери гибкости и неэффективной адаптации к изменяющимся условиям окружающей среды [Багиев, Асаул, 2001]. Внедрение внутрифирменного предпринимательства дает возможность фирмам из стран с развивающейся экономикой перераспределить ресурсы и создать бизнес, ориентированный на рынок и готовый конкурировать в глобальной экономике [Zahra et al., 2000]. Поэтому ПО и предпринимательская культура являются первичными механизмами, необходимыми в динамичной российской бизнес-среде для фирм малого и среднего бизнеса в целях достижения роста и улучшения результатов их деятельности [Ковин, Слевин, 2012; Covin, Slevin, 1991; Zahra, Covin, 1995; Covin, Lumpkin, 2011].

Несмотря на серьезный уровень изученности вопроса влияния ПО на результаты деятельности фирмы, лишь в немногих исследованиях данный вопрос рассматривается в долгосрочной перспективе. Однако существует мнение, что адаптация предпринимательской ориентации и проявление ее взаимосвязи с результатами деятельности фирмы разнесены во времени [Zahra, 1991; Zahra, Covin, 1995; Madsen, 2007]. При этом данная связь будет являться положительно направленной [Yamada, Eshima, 2009], в том числе и на развивающихся рынках [Laukkanen et al., 2013]. Предпринимательски ориентированные фирмы, используя преимущество первого хода, могут контролировать доступ к рынку. В дальнейшем такие фирмы посредством вывода на рынок собственных товаров и услуг раньше, чем это сделают конкуренты, будут способны устанавливать стандарты в отрасли. Такого рода действия помогают предпринимательским фирмам достигать устойчивого и долгосрочного конкурентного преимущества, а не временного успеха. В определенном смысле инвестиции в развитие предпринимательской ори-

ентации следует рассматривать, как и любые другие инвестиции, с точки зрения необходимости достижения момента окупаемости [Wiklund, 1999]. При этом, будучи ресурсозатратной стратегической ориентацией [Romanelli, 1987; Covin, Slevin, 1991; Wiklund, Shepherd, 2005], в краткосрочной перспективе ПО может быть отрицательно связана с результатами деятельности фирмы либо не проявляться вообще.

Таким образом, первая гипотеза данного исследования может быть сформулирована следующим образом.

H1: предпринимательская ориентация в российских фирмах малого и среднего бизнеса положительно связана с результатами деятельности фирмы в долгосрочной перспективе, тогда как в краткосрочной перспективе данная связь направлена отрицательно.

Ведя речь об отдельных составляющих ПО, необходимо отметить, что каждая из них может быть по-разному связана с результатами деятельности фирмы [Lecher, Gudmundsson, 2014]. Сила данной взаимосвязи может зависеть от особенностей бизнес-среды и институциональных установок, определяющихся в том числе и общим уровнем экономического развития страны. В исследовании [Kreiser et al., 2010] показано, что такая составляющая ПО, как готовность к риску, сильнее проявляется в странах с более низким уровнем ВВП, средним уровнем развития технологий и политического риска, а также с особо высоким уровнем экономического риска. Перечисленные характеристики применимы к большинству развивающихся стран. Сталкиваясь с динамичной, сложной и враждебной внешней средой, фирмы, работающие на развивающихся рынках, зачастую вынуждены следовать за возникающими возможностями без учета имеющихся ресурсов, брать на себя высокие риски, быстро принимать решения, даже в случаях, когда информация не полностью доступна [Tan, 1996]. Согласно работе [Wiklund, Shepherd, 2005], ПО может помочь фирмам в преодолении препятствий, связанных с особенностями внешней среды и ресурсными ограничениями. В указанных условиях более высокий уровень ПО позволит фирмам достичь лучших результатов.

Предпринимательская ориентация подразумевает инновационность, проактивность и готовность к риску. Данные способности особенно важны для фирм, работающих в условиях интенсивного роста конкуренции и активного развития новых технологий и продуктов [Laukkanen et al., 2013]. Предыдущие исследования в контексте развивающихся рынков выявили более сильную связь готовности к риску и результатов деятельности фирмы по сравнению с инновационностью и проактивностью (см., напр.: [Imran Nameed, 2011; Sharma, Dave, 2011]). В ситуации быстро меняющихся условий на развивающихся рынках фирмы, избегающие риска,

могут упустить потенциальные выгоды, связанные с использованием новых возможностей [Kreiser, Marino, Weaver, 2002]. Положительный эффект инновационности в контексте развивающихся рынков может ограничиваться за счет того, что степень инновационности фирмы зависит в том числе и от уровня развития институтов, в частности, в области защиты прав интеллектуальной собственности [Li, Atuahene-Gima, 2001; Tang, Hull, 2012].

В силу нестабильности правовой среды в области регулирования интеллектуальной собственности во враждебной и динамичной среде развивающихся рынков возникают возможности для хищения и неправомерного использования объектов интеллектуальной собственности. Существование подобных угроз накладывает значительные ограничения на стремление фирм инвестировать в инновационные проекты и развивать проактивное поведение. Кроме того, фирмы, работающие на развивающихся рынках, сталкиваясь с проблемой возрастающей конкуренции со стороны игроков из развитых стран, зачастую копируют инновационные решения конкурентов с целью достижения приемлемого уровня конкурентоспособности, что, в свою очередь, препятствует развитию собственного инновационного и проактивного мышления [Fernhaber, McDougall, Oviatt, 2007]. Таким образом, можно предположить, что на развивающихся рынках сила связи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы будет в большей степени зависеть от готовности фирм к риску. Однако инновационное и проактивное поведение также будет способствовать достижению успеха фирм на развивающихся рынках, несмотря на существующие ограничения развития этих компонентов предпринимательской ориентации. Вторая гипотеза данного исследования может быть сформулирована таким образом.

H2: каждый компонент предпринимательской ориентации (инновационность, проактивность и готовность к риску) положительно связан с результатами деятельности российских фирм малого и среднего бизнеса в долгосрочной перспективе.

Влияние внешней среды на выбор стратегического поведения фирмы изучается в предпринимательстве и стратегическом менеджменте на протяжении длительного времени (см., напр.: [Khandwalla, 1976; Miller, 1983; Covin, Slevin, 1990; Miles, Covin, Heeley, 2000; Boso, Cadogan, Story, 2012]). В частности, динамизм и враждебность внешней среды ассоциируются со склонностью фирмы к развитию предпринимательского поведения [Khandwalla, 1976; Miller, 1983]. Успешные фирмы демонстрируют более агрессивное поведение, когда внешняя среда становится более враждебной [Covin, Slevin, 1990]. Сложные условия внешней среды заставляют фирмы

развивать проактивное, инновационное и рисковое поведение, о чем свидетельствуют результаты эмпирических исследований (см., напр.: [Khan, Manopichetwattana, 1989; Tan, 1996; Miles, Covin, Heeley, 2000; Smallbone et al., 2010; Tang, Hull, 2012]). Кроме того, результаты анализа поведения китайских фирм демонстрируют, что на развивающихся рынках в условиях враждебной внешней среды предпринимательские фирмы осуществляют более рискованные действия, чем непредпринимательские фирмы [Tan, 1996].

В данной работе внимание концентрируется на одной из важнейших характеристик внешней среды — ее динамизме, который непосредственно связан с интенсивностью изменений и степенью непредсказуемости сценариев развития событий и их последствий [Khandwalla, 1972; Miller, Friesen, 1983; Rosenbusch, Rauch, Bausch, 2013]. Динамичная среда характеризуется «быстрыми, скачкообразными изменениями в спросе, поведении конкурентов, технологиях и/или регулятивных установках, в результате чего необходимая информация часто бывает неточна, недоступна либо устаревает» [Eisenhardt, Bourgeois, 1988, p. 816]. Динамизм внешней среды в сочетании с хорошим доступом к финансовым ресурсам способен усилить положительное влияние предпринимательской ориентации на результаты деятельности фирмы [Frank, Kessler, Fink, 2010].

Опосредующее влияние динамизма внешней среды на связь ПО и результатов деятельности фирмы было выявлено в ряде исследований (см., напр.: [Covin, Slevin, 1989; Wiklund, Shepherd, 2004]). Согласно [Kreiser, Davis, 2011], характеристики внешней среды могут оказывать значительное влияние на связь между предпринимательской ориентацией и результатами деятельности фирмы. С одной стороны, динамичная и благоприятная среда создает большое количество возможностей для предпринимательских фирм. С другой стороны, более стабильная среда позволяет компаниям экономить на издержках, так как отсутствует необходимость постоянно разрабатывать новые продукты и внедрять инновации с целью угнаться за быстро меняющейся внешней средой. Таким образом, можно предположить, что инновационность и проактивность будут положительно связаны с результатами деятельности фирмы в динамичной и благоприятной внешней среде. То же самое будет верно и для склонности к риску, так как в динамичной среде компании, которые не готовы брать на себя риск, вероятнее всего, потеряют свою долю рынка, так как не смогут конкурировать с более агрессивными фирмами.

Фирмы, работающие на развивающихся рынках, сталкиваются с быстро меняющейся внешней средой [Boso, Story, Candogan, 2013]. Это создает как новые возможности, так и дополнительные препятствия. Согласно [Rosenbusch, Brinckmann, Bausch, 2011, p.641], в подобной среде результаты

использования возникающих возможностей фирмами будут выше, чем у их конкурентов.

Стремление фирмы улучшить свою ресурсную базу и готовность реализовывать рискованные стратегии непосредственно связаны с уровнем ее ПО. Фирмы с высоким уровнем ПО способны активно разрабатывать новые продукты и услуги, предсказывать грядущие изменения, связанные со спросом и конкуренцией, принимать смелые решения. Следовательно, предпринимательская ориентация крайне важна для фирм, работающих на развивающихся рынках, в условиях более высокого динамизма внешней среды в сравнении с рынками развитых стран [Zhou, Li, 2007].

Таким образом, можно выдвинуть третью гипотезу.

H3: динамизм внешней среды модерирует положительную связь предпринимательской ориентации и результатов деятельности российских фирм малого и среднего бизнеса в долгосрочной перспективе.

В общем виде модель исследования взаимосвязи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы представлена на рисунке.

Одномерный подход к ПО

Многомерный подход к ПО

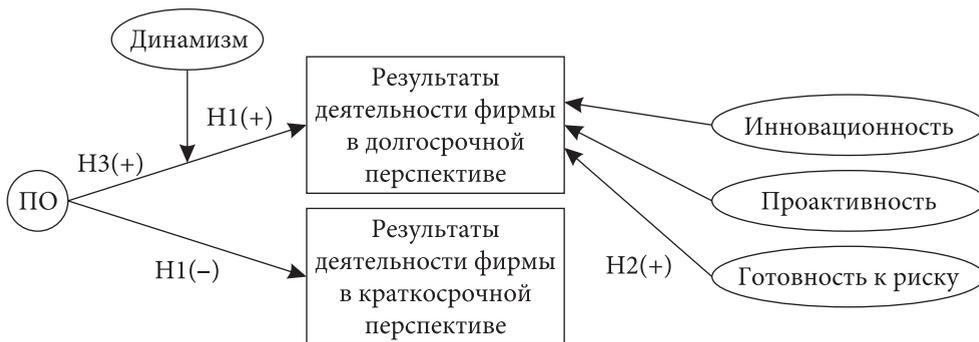


Рисунок. Модель исследования взаимосвязи ПО и результатов деятельности фирмы

Итак, предполагается, что предпринимательская ориентация положительно связана с результатами деятельности фирмы только в долгосрочной перспективе, тогда как в краткосрочной такая взаимосвязь носит отрицательный характер. Кроме того, можно предположить наличие такой взаимосвязи как в случае одномерного подхода к ПО, так и для отдельных компонентов предпринимательской ориентации. В качестве модератора положительной связи между ПО и результатами деятельности фирм малого и среднего российского бизнеса рассматривается уровень динамизма внешней среды.

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Описание выборки. Данные, используемые в исследовании, были получены путем опроса российских фирм малого и среднего бизнеса в 2007 и 2011 гг. Опрос проводился сотрудниками Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ)¹ путем личных интервью топ-менеджеров фирм, основанных на анкете, разработанной исследовательской командой, в том числе авторами настоящей статьи. Решение привлечь к опросу стороннюю организацию было продиктовано сложностью сбора данных по российским фирмам малого и среднего бизнеса, представители которых более открыты в предоставлении информации при личном интервью, чем при удаленном опросе.

Анкета включала в себя вопросы, касающиеся различных аспектов управления фирмой. Длительность интервью составляла от 60 до 90 минут. В процессе сбора данных представителям компаний гарантировались полная анонимность ответов и неразглашение полученной информации.

Под фирмами малого и среднего бизнеса в проведенном исследовании понимались фирмы с числом сотрудников от 3 до 500. Компании, представители которых проходили интервью, были отобраны методом пропорциональной выборки из базы данных «СПАРК-Интерфакс». Указанная база данных содержит информацию по более чем 5 млн компаний, зарегистрированных на территории России. В нее включены финансовые показатели деятельности фирм, а также агрегированные отраслевые показатели. В изначальную выборку вошли 500 компаний, работающих в сфере оптовой и розничной торговли, гостиничного и ресторанного бизнеса (HoReCa), информационных технологий и телекоммуникаций. Данные фирмы были зарегистрированы в двух крупнейших городах России — Москве и Санкт-Петербурге. Эти города исторически имеют наибольшую концентрацию предприятий малого и среднего бизнеса в стране: 275 предприятий — в Москве и 337 предприятий — в Санкт-Петербурге на 100 тыс. человек [Сайдуллаев, Шестоперов, 2009]. Решение сосредоточиться на двух указанных городах было принято с целью наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов в зависимости от метода сбора данных.

Фирмы были выбраны случайным образом с учетом региона, отрасли и размера. Новый сбор данных, запущенный в 2011 г., позволил повторно опросить 305 фирм из указанных 500. Сокращение объема выборки связано с закрытием ряда фирм, а также с отказом представителей ряда компаний

¹ Всероссийский центр изучения общественного мнения (<http://wciom.ru>) является старейшей и одной из ведущих маркетинговых и исследовательских компаний на постсоветском пространстве.

участвовать в опросе. Распределение фирм по отраслям, городам и размеру представлено в табл. 1.

Таблица 1

Структура выборки

Критерий	Категории	Сбор данных, 2007 г. (500 компаний), %	Сбор данных, 2011 г. (305 компаний), %
Город	Москва	71,3	69,2
	Санкт-Петербург	28,6	30,8
Отрасль	Торговля	71,8	67,8
	ИТ	13,2	15,7
	HoReCa	15,0	16,5
Размер	< 50 сотрудников	27,8	28,8
	50–100 сотрудников	31,2	29,2
	100–200 сотрудников	24,2	26,9
	200–500 сотрудников	16,6	15,1

Зависимая переменная. *Объем продаж.* Следуя логике предыдущих исследований, необходимо измерить результаты деятельности фирмы с помощью показателя годового объема продаж фирмы. Для использования в модели он измерен в 2007 и 2010 гг. Информация по объему продаж фирм была получена из базы данных «СПАРК-Интерфакс». Объем продаж в 2007 г. измеряет результаты деятельности фирмы в краткосрочной перспективе, тогда как объем продаж в 2010 г. представляет собой результаты в долгосрочной перспективе. В модели применен натуральный логарифм обоих показателей.

Независимые переменные. *Предпринимательская ориентация.* Для измерения предпринимательской ориентации использована порядковая шкала, представленная в работе [Covin, Slevin, 1989]. Топ-менеджерам было предложено дать оценку фирмам по шкале от 1 до 7 в рамках девяти вопросов по предпринимательской ориентации (см. Приложение). Данная шкала является наиболее широко используемой в исследованиях по изучению ПО. Каждой из составляющих ПО — инновационности, проактивности и склонности к риску — посвящены три вопроса. Значение коэффициента альфа Кронбаха по данной шкале в нашем случае оказалось равным 0,71, что свидетельствует о достаточном уровне надежности. Проверка отдельных составляющих ПО на надежность выявила неприемлемый уровень надежности вопросов, использованных для измерения инновационности, в связи с чем данная компонента ПО была исключена из дальнейшего анализа. Остальные

составляющие показали достаточно высокий уровень надежности. Предпринимательская ориентация и ее отдельные компоненты (готовность к риску и проактивность) входят в модель в виде средневзвешенной суммы значений составляющих шкалы [Широкова, Соколова, 2013; Li et al., 2008; Stam, Elfring, 2008; Tang et al., 2008].

Динамизм внешней среды. Данная переменная входит в модель в качестве модератора. Динамизм внешней среды измерялся по порядковой шкале, представленной в работе [Miller, 1987]. В шкалу вошли четыре вопроса относительно воспринимаемого уровня интенсивности изменений в поведении потребителей, поставщиков, конкурентов и правительства (см. Приложение). Коэффициент альфа Кронбаха по шкале измерения динамизма составил 0,79, что свидетельствует о надежности шкалы. Динамизм внешней среды входит в модель в виде бинарной переменной. Переменная равна 1 в случае, если суммированный средневзвешенный индекс значений составляющих шкалы больше или равен среднему значению (высокий уровень динамизма среды), и 0 — в противном случае (низкий уровень динамизма среды).

Контрольные переменные. Следуя логике предыдущих исследований, *размер фирмы* использован в качестве одной из контрольных переменных [Lumpkin, Dess, 1996; Madsen, 2007]. Очевидно, что результаты деятельности фирмы могут различаться в зависимости от ее размера, который зачастую определяет масштабы ее деятельности. Предполагается, что более крупные фирмы способны демонстрировать более высокие финансовые результаты. Размер фирмы в данном исследовании измерен натуральным логарифмом числа сотрудников [Широкова, Соколова, 2013; Madsen, 2007]. Помимо этого, также использован *возраст фирмы* в качестве контрольной переменной, предполагая, что с возрастом объем продаж будет повышаться. Возраст фирмы измерен числом лет с момента ее основания. Кроме того, учитывается *отраслевая специфика* и в модель включаются бинарные переменные, отражающие принадлежность к соответствующим отраслям. В модели в качестве базовой категории выбран сектор оптовых и розничных продаж. Также учитываются *географический аспект* и принадлежность фирмы к рынку каждого из двух городов, используя в качестве контрольной бинарную переменную, принимающую значение 1, если фирма из Санкт-Петербурга, и 0 — из Москвы.

Описательная статистика переменных, использованных в модели, представлена в табл. 2.

Таким образом, в модели используется как одномерный, так и многомерный подход к операционализации предпринимательской ориентации. ПО рассматривается на уровне как единого конструкта, так и отдельных составляющих, в частности готовности к риску и проактивности.

Описательная статистика переменных

Переменная	Среднее значение	Стандартное отклонение	Минимум	Максимум
Объем продаж в 2007 г., руб.	92 100 000	264 000 000	10 000	2 210 000 000
Объем продаж в 2010 г., руб.	135 000 000	313 000 000	10 000	2 020 000 000
Возраст фирмы в 2007 г.	5,79	4,66	1	16
Возраст фирмы в 2010 г.	8,68	4,80	3	19
Размер фирмы в 2007 г.	85,91	104,21	3	490
Размер фирмы в 2010 г.	92,90	95,51	3	490
Город	—	—	0	1
Оптовая и розничная торговля	—	—	0	1
HoReCa	—	—	0	1
ИТ и телекоммуникации	—	—	0	1
<i>Логарифмированные значения</i>				
Натуральный логарифм объема продаж в 2007 г.	15,90	2,42	9,21	21,51
Натуральный логарифм объема продаж в 2010 г.	16,58	2,38	9,21	21,43
Натуральный логарифм размера фирмы в 2007 г.	3,75	1,28	1,10	6,19
Натуральный логарифм размера фирмы в 2010 г.	3,99	1,14	1,10	6,19

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Как отмечалось, предпринимательская ориентация была измерена в 2007 г. (момент времени 1), тогда как зависимая переменная — объем продаж компаний — в 2007 г. (момент времени 1) и в 2010 г. (момент времени 2). На первом этапе исследования был проведен анализ надежности шкал, используемых для измерения латентных переменных. Показатель альфы Кронбаха для шкалы измерения инновационности в данном случае оказался значительно ниже допустимого. Таким образом, есть основание

утверждать, что инструмент измерения инновационности, наиболее широко используемый в исследованиях ПО на развитых рынках, не сработал в условиях развивающегося рынка. По этой причине инновационность как отдельная составляющая ПО была исключена из дальнейшего анализа.

В качестве инструмента для оценки связи уровня предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы использовалась модель множественной линейной регрессии. В общем виде взаимосвязь зависимой и независимых переменных может быть выражена следующим уравнением:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \sum_{i=2}^k \beta_i z_i + \varepsilon,$$

где y — объем продаж фирмы; x_1 — предпринимательская ориентация; z_i — контрольные переменные; $\beta_0, \beta_1, \beta_i$ — неизвестные параметры модели; ε — случайная ошибка.

Для оценки связи отдельных составляющих ПО и результатов деятельности фирмы также использовалась модель множественной линейной регрессии, которая в общем виде представлена следующим образом:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \sum_{i=3}^k \beta_i z_i + \varepsilon,$$

где y — объем продаж фирмы; x_1 — проактивность; x_2 — готовность к риску; z_i — контрольные переменные; $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_i$ — неизвестные параметры модели; ε — случайная ошибка.

Для оценки опосредующего влияния динамизма внешней среды на связь между ПО и результатами деятельности фирмы была использована модель множественной линейной регрессии, включающая в себя перекрестную переменную. В целом данная модель выглядит таким образом:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_1 x_2 + \sum_{i=4}^k \beta_i z_i + \varepsilon,$$

где y — объем продаж фирмы; x_1 — предпринимательская ориентация; x_2 — динамизм внешней среды; z_i — контрольные переменные; $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_i$ — неизвестные параметры модели; ε — случайная ошибка.

Результаты регрессионного анализа приведены в табл. 3.

В модели 1а зависимой переменной является натуральный логарифм объема продаж за 2007 г., в модели 1б — натуральный логарифм объема продаж за 2010 г. В данные модели предпринимательская ориентация входит в виде индекса, рассчитанного на основе девяти элементов. Оценка коэффициента при переменной является статистически значимой только в модели 1б. При этом она является положительной. Данный результат позволяет принять гипотезу H1: предположение о наличии прямой связи между пред-

принимательской ориентацией и результатами деятельности фирмы нашло свое подтверждение только в долгосрочной перспективе.

Таблица 3

Результаты регрессионного анализа

Переменные	Модель 1а	Модель 1б	Модель 2	Модель 3
<i>Контрольные переменные</i>				
Возраст	0,028	0,016	0,200	0,019
Размер	0,328*	0,195	0,208	0,188
Город	2,578***	1,691***	1,655***	1,825***
Отрасль ИТ	0,518	-0,085	-0,092	-0,045
HoReCa	1,338***	0,870*	0,808*	0,923*
<i>Основные переменные</i>				
Динамизм				-1,297
Проактивность			0,042	
Готовность к риску			0,264†	
ПО	0,110	0,379*		0,273
<i>Перекрестные переменные</i>				
ПО x Динамизм				0,289
Константа	13,072***	13,681***	13,927***	14,123***
F-статистика	23,27***	6,73***	5,91***	5,62***
R ²	0,321	0,143	0,144	0,157

Примечание: † — $p < 0,1$; * — $p < 0,05$; ** — $p < 0,01$; *** — $p < 0,001$.

В модели 2 зависимой переменной является натуральный логарифм объема продаж за 2010 г. Так как анализ надежности шкал измерения составляющих ПО показал низкую надежность шкалы для инновационности, было принято решение исключить данную составляющую из дальнейшего анализа. Модель 2 включает в себя проактивность и готовность к риску в качестве независимых переменных. Из тестируемых основных эффектов необходимо отметить значимость готовности к риску. При этом оценка коэффициента является положительной; следовательно, более высокий уровень готовности к риску влечет за собой улучшение результатов деятельности фирмы в долгосрочной перспективе. Оценка коэффициента при проактивности не является статистически значимой. Таким образом, данный результат позволяет принять гипотезу H2 лишь частично: было выявлено наличие прямой связи готовности к риску и результатов деятельности фирмы. При этом установить наличие связи между проактивностью и результатами деятельности не удалось.

В модели 3 зависимой переменной является натуральный логарифм объема продаж за 2010 г. Для проверки наличия опосредующего влияния динамизма внешней среды на взаимосвязь между ПО и результатами деятельности фирмы была использована перекрестная переменная. Оценка коэффициента при данной переменной является статистически незначимой. Таким образом, данный результат не позволяет сделать вывод о наличии или отсутствии опосредующего влияния динамизма внешней среды на связь ПО и результатов деятельности фирмы.

ОБСУЖДЕНИЕ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Одним из основных результатов данного исследования является вывод о том, что предпринимательская ориентация в российском контексте не является четко сформированным конструктом. В частности, вопросы вызывает измерение ПО в контексте развивающегося рынка. Данное исследование показало отсутствие необходимого уровня надежности шкалы измерения инновационности как одной из составляющих предпринимательской ориентации. Шкала измерения ПО, представленная в работе [Covin, Slevin, 1989], успешно использовалась в большом количестве исследований предпринимательской ориентации (см., напр.: [Kreiser, Marino, Weaver, 2002; Covin, Wales, 2011; George, Marino, 2011; Kreiser, Davis, 2011]). Тем не менее в последнее время в ряде исследований выдвигается тезис о том, что данная шкала, будучи разработанной в англо-саксонской стране, может неточно работать в условиях других государств [Tang et al., 2008; Runyan et al., 2012; Soininen et al., 2012]. В исследованиях ПО в контексте, отличном от англо-саксонского, встречаются модификации данной шкалы, осуществленные с целью достижения соответствия шкалы страновым особенностям [Tang, Tang, Marino, 2008; Soininen et al., 2012]. Таким образом, проблема измерения отдельных составляющих ПО может служить свидетельством необходимости пересмотра шкалы и ее адаптации к особенностям контекста развивающихся рынков.

Исследование также выявило, что предпринимательская ориентация в момент времени 1 (2007 г.) положительно связана с результатами деятельности фирмы в момент времени 2 (2010 г.), тогда как в краткосрочной перспективе найти подтверждение наличию такой связи не удалось. Такой результат может быть объяснен высокой ресурсозатратностью предпринимательской ориентации [Romanelli, 1987; Covin, Slevin, 1991; Wiklund, Shepherd, 2005]. Иными словами, инвестиции в развитие предпринимательской ориентации приносят ожидаемые выгоды не сразу, а по истечении определенного периода времени. При этом данная связь является положительно направленной, что согласуется с результатами значительного количества исследований (см., напр.: [Wiklund, Shepherd, 2005; Keh, Nguyen, Hwei, 2007]).

Еще одним итогом проведенного исследования стало выявление положительной связи готовности к риску и результатов деятельности ПО, тогда как подтвердить наличие такой связи для проактивности не удалось. Полученный вывод свидетельствует о том, что отдельные составляющие ПО могут быть по-разному связаны с результатами деятельности фирмы. Также это может свидетельствовать о доминирующей роли готовности к риску в структуре предпринимательской ориентации фирм в российском контексте. Данное предположение может послужить основой дальнейших исследований структуры ПО на развивающихся рынках. Кроме того, важно отметить, что в целом российские фирмы ведут себя достаточно консервативно и стремятся к сохранению отработанных практик ведения бизнеса. Это может быть связано с общей тенденцией к избеганию риска, берущей начало в советском прошлом, ознаменованном плановым экономическим строем, гарантией рабочих мест и социальными льготами [Kickul et al., 2010]. В таких условиях фирмы, готовые принять на себя риск, получают преимущества, используя новые возможности, возникающие во внешней среде [Kreiser, Marino, Weaver, 2002], и, как следствие, добиваются более высоких результатов деятельности.

Проведенное исследование не подтвердило наличия опосредующего влияния динамизма на связь ПО и результатов деятельности фирмы. Этот результат в целом противоречит идее о влиянии характеристик внешней среды на степень зависимости результативности бизнеса от предпринимательской ориентации [Covin, Slevin, 1989; Frank, Kessler, Fink, 2010; Boso, Cadogan, Story, 2012]. Однако существуют исследования, авторы которых эмпирическим путем подтверждают отсутствие опосредующего влияния динамизма внешней среды на связь между определенными компонентами ПО (в частности, инновационности и склонности к риску) и финансовыми результатами деятельности фирм в контексте развивающихся рынков [Imrad Nameed, 2011]. Таким образом, можно предположить необходимость рассмотрения зависимости ПО от динамизма внешней среды с другой точки зрения. В контексте развивающейся экономики динамизм внешней среды может играть роль антецедента предпринимательской ориентации [Antoncic, 2007; Jalali, 2012]. Данное предположение может послужить основой дальнейших исследований связи между динамизмом внешней среды, предпринимательской ориентацией и результатами деятельности фирмы в российском контексте.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель настоящего исследования заключалась в оценке взаимосвязи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирм малого и среднего бизнеса в контексте развивающегося рынка. Для ее достиже-

ния предпринимательская ориентация была операционализована согласно модели, представленной в работе [Covin, Slevin, 1989]. В ходе анализа данных по 305 российским фирмам малого и среднего бизнеса была выявлена положительная взаимосвязь ПО и результатов деятельности бизнеса в долгосрочной перспективе, наличие которой обусловлено в первую очередь такой составляющей ПО, как готовность к риску. Опосредующего влияния динамики внешней среды на связь между предпринимательской ориентацией и результатами деятельности фирм установлено не было.

Результаты данного исследования могут быть полезны для исследователей предпринимательства в контексте развивающихся рынков, а также для проведения сравнительного анализа особенностей предпринимательской ориентации фирм, работающих на разных типах рынков. Теоретический вклад работы связан с тестированием модели взаимосвязи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы в контексте развивающегося рынка на уровне как одномерного, так и многомерного подхода. Что касается практической значимости исследования, то оценка уровня влияния предпринимательской ориентации на результаты деятельности фирмы и выявление наиболее значимых составляющих ПО могут быть полезны предпринимателям и руководителям бизнеса с точки зрения разработки конкретных моделей предпринимательского поведения.

Безусловно, данное исследование должно рассматриваться в контексте имеющихся ограничений. Во-первых, следует учитывать тот факт, что выборка фирм, использованных в качестве основы для исследования, относится только к двум крупнейшим российским городам — Москве и Санкт-Петербургу — и трем отраслям (оптовая и розничная торговля, гостиничный и ресторанный бизнес, информационные технологии и телекоммуникации). Это существенно ограничивает возможность распространения выводов, полученных в ходе исследования, как на фирмы малого и среднего бизнеса из других регионов России, так и на фирмы, работающие на других развивающихся рынках. Во-вторых, в проведенном исследовании внимание сфокусировано только на объективном абсолютном показателе результатов деятельности фирмы — годовом объеме продаж. Однако очевидно, что выручка фирмы не является единственным измерителем результативности бизнеса. Например, в случае изучения влияния предпринимательской ориентации на рост фирм или на относительные показатели результативности организации, которые будут учитывать не только положительные, но и отрицательные финансовые потоки, результаты могут значительно отличаться от полученных в ходе исследования.

Ведя речь о направлениях дальнейших исследований, безусловно, хотелось бы отметить более детальную оценку применимости шкалы измерения

предпринимательской ориентации, представленной в работе [Covin, Slevin, 1989], на развивающихся рынках в целом и в российском контексте в частности. Кроме того, безусловный интерес вызывают лонгитюдные исследования со значительным временным лагом. Помимо этого, в качестве еще одного направления исследований можно выделить сравнительный анализ взаимосвязи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирм, работающих на развитых и развивающихся рынках.

Литература

- Багиев Г., Асаул А. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие. СПб.: СПбГУЭФ, 2001.
- Лампкин Дж. Т., Десс Г. Дж. Уточнение концепции предпринимательской ориентации и ее связи с результативностью // Российский журнал менеджмента. 2012. Т. 10. № 3. С. 73–90.
- Ковин Дж. Г., Слевин Д. П. Стратегический менеджмент в малых фирмах в условиях враждебной и благоприятной внешней среды // Российский журнал менеджмента. 2012. Т. 10. № 3. С. 91–126.
- Сайдуллаев Ф., Шестоперов А. Оценка уровня развития малого предпринимательства в регионах России в 2008 году. Ежеквартальный информационно-аналитический доклад. М.: АНО «НИСИПП», 2009.
- Широкова Г. В. Предпринимательская ориентация: истоки концепции и основные подходы к исследованию // Российский журнал менеджмента. 2012. Т. 10. № 1. С. 55–72.
- Широкова Г. В., Ежова Я. С. Становление внутрифирменного предпринимательства в российской компании: формирование, развитие и перспективы // Российский журнал менеджмента. 2012. Т. 10. № 1. С. 117–140.
- Широкова Г. В., Сарычева В. А., Благов Е. Ю., Куликов А. В. Внутрифирменное предпринимательство: подходы к исследованию феномена // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2009. Вып. 1. С. 3–32.
- Широкова Г. В., Соколова Л. С. Формирование предпринимательской ориентации в российских фирмах малого и среднего бизнеса: роль институциональной среды исследованию // Российский журнал менеджмента. 2013. Т. 11. № 2. С. 25–50.
- Anderson B. S., Covin J. G., Slevin D. P. Understanding the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Strategic Learning Capability: An Empirical Investigation // Strategic Entrepreneurship Journal. 2009. Vol. 3. N 3. P. 219–241.
- Antoncic B. Intrapreneurship: A Comparative Structural Equation Modeling Study // Industrial Management & Data Systems. 2007. Vol. 107. N 3. P. 309–325.
- Antoncic B., Hisrich R. Clarifying the Intrapreneurship Concept // Journal of Small Business and Enterprise Development. 2003. Vol. 10. N 1. P. 7–24.
- Boso N., Cadogan J. W., Story V. M. Complementary Effect of Entrepreneurial and Market Orientations on Export New Product Success under Differing Levels of Competitive Intensity and Financial Capital // International Business Review. 2012. Vol. 21. N 4. P. 667–681.

- Boso N., Story V.M., Cadogan J.W. Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Network Ties, and Performance: Study of Entrepreneurial Firms in a Developing Economy // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol.28. N 6. P.708–727.
- Campos H., Parra J., Parellada F. The Entrepreneurial Orientation-Dominant Logic Performance Relationship in New Ventures: an Explanatory Quantitative Study // *Brazilian Administration Review*. 2012. Vol.9. Special Issue. P.60–77.
- Covin J.G., Green K.M., Slevin D.P. Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation-Sales Growth Rate Relationship // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2006. Vol.30. N 1. P.57–81.
- Covin J., Lumpkin G. Entrepreneurial Orientation Theory and Research: Reflections on a Needed Construct // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2011. Vol.35. N 5. P.855–872.
- Covin J.G., Slevin D. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments // *Strategic Management Journal*. 1989. Vol.10. N 1. P.75–87.
- Covin J.G., Slevin D.P. New Venture Strategic Posture, Structure, and Performance — an Industry Life-Cycle Analysis // *Journal of Business Venturing*. 1990. Vol.5. N 2. P.123–135.
- Covin J., Slevin D.A. Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 1991. Vol.16. N 1. P.7–25.
- Covin J.G., Wales W.J. The Measurement of Entrepreneurial Orientation // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2011. Vol.35. N 5. P.1–26.
- Croucher R., Rizov M. Employees' Entrepreneurial Contributions to Firms in Russia, 1995–2004 // *Human Resource Management Journal*. 2011. Vol.21. N 4. P.415–431.
- Davidsson P., Wiklund J. Values, Beliefs and Regional Variations in New Firm Formation Rates // *Journal of Economic Psychology*. 1997. Vol.18. N 2/3. P.179–200.
- Davis J., Bell R., Payne G., Kreiser P. Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Moderating Role of Managerial Power // *American Journal of Business*. 2010. Vol.25. N 2. P.41–54.
- Eisenhardt K.M., Bourgeois L.J. Politics of Strategic Decision Making in High-Velocity Environments: Toward a Midrange Theory // *Academy of Management Journal*. 1988. Vol.31. N 4. P.737–770.
- Fernhaber S.A., McDougall P., Oviatt B. Exploring the Role of Industry Structure in New Venture Internationalization // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2007. Vol.31. N 4. P.517–542.
- Frank H., Kessler A., Fink M. Entrepreneurial Orientation and Business Performance — a Replication Study // *Schmalenbach Business Review*. 2010. Vol.62. P.175–198.
- George B., Marino L. The Epistemology of Entrepreneurial Orientation: Conceptual Formation, Modeling and Operationalization // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2011. Vol.35. N 5. P.989–1024.
- Hafeez S., Chaudhry R., Siddiqui Z., Rehman K. The Effect of Market and Entrepreneurial Orientation on Firm Performance // *Information Management and Business Review*. 2011. Vol.3. N 6. P.389–395.
- Hart S.L. An Integrative Framework for Strategy-Making Processes // *Academy of Management Review*. 1992. Vol.17. N 2. P.327–351.

- Hayton J. C., George G., Zahra S. National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research // *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2002. Vol. 26. N 4. P. 33–53.
- Hughes M., Hughes P., Morgan R. E. Exploitative Learning and Entrepreneurial Orientation Alignment in Emerging Young Firms: Implications for Market and Response Performance // *British Journal of Management*. 2007. Vol. 18. N 4. P. 359–375.
- Jalali S. H. Environmental Determinants, Entrepreneurial Orientation and Export Performance: Empirical Evidence from Iran, Serbian // *Journal of Management*. 2012. Vol. 7. N 2. P. 245–255.
- Imrad Hameed B. A. Impact of Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Management and Environmental Dynamism on Firm's Financial Performance // *Journal of Economics and Behavioral Studies*. 2011. Vol. 3. N 2. P. 101–114.
- Keh H. T., Nguyen T. M., Hwei P. N. The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs // *Journal of Business Venturing*. 2007. Vol. 22. N 4. P. 592–611.
- Khan A., Manopichetwattana V. Innovative and Noninnovative Small Firms: Types and Characteristics // *Management Science*. 1989. Vol. 35. N 5. P. 597–606.
- Khandwalla P. N. Environment and its Impact on the Organization // *International Studies of Management & Organization*. 1972. Vol. 2. N 3. P. 297–313.
- Khandwalla P. Some Top Management Styles, their Context and Performance // *Organization and Administrative Sciences*. 1976. Vol. 7. N 4. P. 21–51.
- Kickul J., Liao J., Gundry L., Iakovleva T. Firm Resources, Opportunity Recognition, Entrepreneurial Orientation and Performance: The Case of Russian Women-Led Family Businesses // *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*. 2010. Vol. 12. N 1. P. 52–69.
- Krauss S. I., Frese M., Friedrich C., Unger J. M. Entrepreneurial Orientation: A Psychological Model of Success Among Southern African Small Business Owners // *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2005. Vol. 14. N 3. P. 315–344.
- Kreiser P. M., Davis J. Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Unique Impact of Innovativeness, Proactiveness, and Risk-Taking // *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. 2011. Vol. 23. N 1. P. 39–51.
- Kreiser P., Marino L., Weaver K. Reassessing the Environment-EO Link: The Impact of Environmental Hostility on the Dimensions of Entrepreneurial Orientation // *Academy of Management Proceedings & Membership Directory*. 2002. P. 1–6.
- Kreiser P. M., Marino L., Dickson P., Weaver M. Cultural Influences on Entrepreneurial Orientation: The Impact of National Culture on Risk Taking and Proactiveness in SMEs // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2010. Vol. 34. N 5. P. 959–983.
- Laukkanen T., Nagy G., Hirvonen S., Reijonen H., Pasanen M. The Effect of Strategic Orientation on Business Performance in SMEs: A Multigroup Analysis Comparing Hungary and Finland // *International Marketing Review*. 2013. Vol. 30. N 6. P. 510–535.
- Lecher C., Gudmundsson S. V. Entrepreneurial Orientation, Firm Strategy and Small Firm Performance // *International Small Business Journal*. 2014. Vol. 32. N 1. P. 36–60.
- Lee S. M., Peterson S. I. Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness // *Journal of World Business*. 2000. Vol. 35. N 4. P. 401–417.

- Li H., Atuahene-Gima K. Product Innovation Strategy and the Performance of New Technology Ventures in China // *Academy of Management Journal*. 2001. Vol. 44. N 6. P. 1123–1134.
- Li H., Zhang Y., Chan T.S. Entrepreneurial Strategy Making and Performance in China's New Technology Ventures — the Contingency Effect of Environments and Firm Competences // *Journal of High Technology Management Research*. 2005. Vol. 16 N 1. P. 57–67.
- Li Y., Zhao Y., Tan J., Liu Y. Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation-Performance Linkage: Evidence from Chinese Small Firms // *Journal of Small Business Management*. 2008. Vol. 46. N 1. P. 113–133.
- Lumpkin G.T., Dess G.G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance // *Academy of Management Review*. 1996. Vol. 21. N 1. P. 135–172.
- Madsen E. The Significance of Sustained Entrepreneurial Orientation on Performance of Firms — A Longitudinal Analysis // *Entrepreneurship & Regional Development*. 2007. Vol. 19. N 2. P. 185–204.
- Martins I., Rialp A. Entrepreneurial Orientation, Environmental Hostility and SME Profitability: a Contingency Approach // *Cuadernos de Gestión*. 2013. Vol. 13. N 2. P. 67–88.
- Miles M., Covin J., Heeley M. The Relationship between Environmental Dynamism and Small Firm Structure, Strategy, and Performance // *Journal of Marketing Theory and Practice*. 2000. Vol. 8. N 2. P. 63–78.
- Miller D. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms // *Management Science*. 1983. Vol. 29. N 7. P. 770–791.
- Miller D. The Structural and Environmental Correlates of Business Strategy // *Strategic Management Journal*. 1987. Vol. 8. N 1. P. 55–76.
- Miller D., Friesen P.H. Strategy-Making and Environment: The Third Link // *Strategic Management Journal*. 1983. Vol. 4. N 3. P. 221–235.
- Rauch A., Wiklund J., Lumpkin G., Frese M. Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2009. Vol. 33. N 3. P. 761–787.
- Romanelli E. New Venture Strategies in the Microcomputer Industry // *California Management Review*. 1987. Vol. 30. N 1. P. 160–175.
- Rosenbusch N, Brinckmann J, Bausch A. Is Innovation Always Beneficial? A Meta-Analysis of the Relationship between Innovation and Performance in SMEs // *Journal of Business Venturing*. 2011. Vol. 26. N 4. P. 441–457.
- Rosenbusch N, Rauch A., Bausch A. The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation in the Task Environment–Performance Relationship: A Meta-Analysis // *Journal of Management*. 2013. Vol. 39. N 3. P. 633–659.
- Runyan R. C., Ge B., Dong B., Swinney J.L. Entrepreneurial Orientation in Cross-Cultural Research: Assessing Measurement Invariance in the Construct // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2012. Vol. 36. N 4. P. 819–836.
- Sharma A., Dave S. Entrepreneurial Orientation: Performance Level // *Journal of Indian Management*. 2011. Vol. 8. N 4. P. 43–52.
- Smallbone D., Welter F., Voytovich A., Egorov I. Government and Entrepreneurship in Transition Economies: the Case of Small Firms in Business Services in Ukraine // *The Service Industries Journal*. 2010. Vol. 30. N 10. P. 655–670.

- Soininen J., Puumalainen K., Sjögrén H., Syrjä P.* The Impact of Global Economic Crisis on SMEs: Does Entrepreneurial Orientation Matter? // *Management Research Review*. 2012. Vol.35. N 10. P.927–944.
- Stam W., Elfring T.* Entrepreneurial Orientation and New-Venture Performance: the Moderating Role of Intra- and Extraindustry Social Capital // *Academy of Management Journal*. 2008. Vol.51. N 1. P.97–111.
- Su Z., Xie E., Li Y.* Entrepreneurial Orientation and Firm Performance in New Ventures and Established Firms // *Journal of Small Business Management*. 2011. Vol.49. N 4. P.558–577.
- Tan J.* Characteristics of Regulatory Environment and Impact on Entrepreneurial Strategic Orientations: an Empirical Study of Chinese Private Entrepreneurs // *Academy of Management Best Papers Proceedings, Entrepreneurship Division*. 1996. P.106–110.
- Tang Z., Hull C.* An Investigation of Entrepreneurial Orientation, Perceived Environmental Hostility, and Strategy Application among Chinese SMEs // *Journal of Small Business Management*. 2012. Vol.50. N 11. P.132–158.
- Tang J., Tang Z., Marino L., Zhang Y., Li Q.* Exploring an Inverted U-shape Relationship between Entrepreneurial Orientation and Performance in Chinese Ventures // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2008. Vol.32. N 1. P.219–239.
- Wales W.J., Patel P.C., Parida V., Kreiser P.M.* Nonlinear Effects of Entrepreneurial Orientation on Small Firm Performance: The Moderating Role of Resource Orchestration Capabilities // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2013. Vol.7. N 2. P.93–121.
- Wiklund J.* The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation — Performance Relationship // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 1999. Vol.24. N 1. P.37–48.
- Wiklund J., Shepherd D.A.* Building an Integrative Model of Small Business Growth. Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting. 6–11 August, 2004. New Orleans, LA, 2004.
- Wiklund J., Shepherd D.* Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach // *Journal of Business Venturing*. 2005. Vol.20. N 1. P.71–89.
- Wiklund J., Shepherd D.A.* Where to from Here? EO-as-Experimentation, Failure, and Distribution of Outcomes // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2011. Vol.35. N 5. P.925–946.
- Yamada K., Eshima Y.* Impact of Entrepreneurial Orientation: Longitudinal Analysis of Small Technology Firms in Japan // *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*. 2009. P.1–6.
- Zahra S.A.* Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study // *Journal of Business Venturing*. 1991. Vol.6. N 4. P.259–285.
- Zahra S., Covin J.* Business Strategy, Technology Policy and Firm Performance // *Strategic Management Journal*. 1995. Vol.14. N 6. P.451–478.
- Zahra S., Ireland D., Gutierrez I., Hitt M.* Privatization and Entrepreneurial Transformation: Emerging Issues and a Future Research Agenda // *The Academy of Management Review*. 2000. Vol.25. N 3. P.509–524.
- Zhou K.Z., Li C.B.* How Does Strategic Orientation Matter in Chinese Firms? // *Asia Pacific Journal of Management*. 2007. Vol.24. N 4. P.447–466.

ШКАЛЫ ИЗМЕРЕНИЯ ЛАТЕНТНЫХ ПЕРЕМЕННЫХ**Предпринимательская ориентация**

Ответьте, в какой степени утверждение соответствует ситуации в вашей компании:

1 — наибольшее соответствие утверждению слева; 4 — среднее значение; 7 — наибольшее соответствие утверждению справа.

Предпринимательская ориентация*Инновационность*

Обычно топ-менеджмент нашей компании одобряет решения, в которых...		
...ставится акцент на вывод на рынок проверенных, уже существующих продуктов или услуг	от 1 до 7	...ставится акцент на исследования и разработки, технологическое лидерство и инновации
Сколько новых линий продуктов и услуг ваша фирма выпустила за последние 5 лет?		
Ни одного продукта или услуги	от 1 до 7	Очень много продуктов или услуг
Изменения в продуктах или услугах были в основном незначительными	от 1 до 7	Изменения в продуктах или услугах были обычно значительными

Проактивность

По отношению к конкурентам наша компания...		
...обычно отвечает на действия, которые инициируют конкуренты	от 1 до 7	...обычно инициирует действия, на которые отвечают конкуренты
...очень редко является первой компанией на рынке, которая вводит новые продукты/услуги, техники управления, технологии и т. д.	от 1 до 7	...очень часто является первой компанией, которая вводит новые продукты/услуги, техники управления, технологии и т. д.
...обычно пытается избежать столкновения с конкурентами, занимая позицию «живите и дайте другим жить»	от 1 до 7	...обычно занимает позицию «уничтожить всех конкурентов»

Готовность к риску

Как правило, топ-менеджмент нашей компании...		
...склонен осуществлять проекты с низким уровнем риска (с низкой или средней нормой доходности)	от 1 до 7	...склонен к реализации высокорискованных проектов (с возможностью получения очень высокой нормы доходности)

Топ-менеджмент считает, что...		
...учитывая природу рынка и поведение конкурентов, лучше действовать медленно, осуществляя постепенные незначительные действия для достижения задач компании	от 1 до 7	...учитывая природу рынка и поведение конкурентов, необходимо осуществлять смелые широкомасштабные действия для достижения задач компании
Что касается ситуаций с высокой степенью неопределенности, компания обычно...		
...ведет осторожную политику, занимает выжидательную позицию для минимизации вероятности принятия высокозатратных решений	от 1 до 7	...занимает смелую активную позицию для максимизации вероятности использования потенциальных возможностей

Динамизм внешней среды

Оцените, пожалуйста, динамику изменений на рынке, где работает ваша компания (под изменениями подразумеваются: изменения во вкусах клиента, производственных или сервисных технологиях, а также в способах конкуренции в основных отраслях деятельности фирмы).

№ п/п	Аспекты для оценки	Очень низкий темп изменений	Скорее низкий темп изменений	Средний темп изменений	Скорее высокий темп изменений	Очень высокий темп изменений
1	Поведение поставщиков сырья и материалов	1	2	3	4	5
2	Поведение конкурентов	1	2	3	4	5
3	Поведение потребителей	1	2	3	4	5
4	Поведение регулирующих органов и ведомств	1	2	3	4	5

Статья поступила в редакцию 31 января 2014 г.

Контактная информация

Широкова Галина Викторовна — доктор экономических наук; shirokova@gsom.pu.ru

Богатырева Карина Александровна — аспирант; shishkova.phd2015@ledu.gsom.pu.ru

Shirokova Galina V. — Doctor of Sciences in Economics; shirokova@gsom.pu.ru

Bogatyreva Karina A. — Doctoral Student; shishkova.phd2015@ledu.gsom.pu.ru