

Быстрова Ю. Е., аспирант ВШМ СПбГУ, г. Санкт-Петербург, [juliatunis@mail.ru](mailto:juliatunis@mail.ru)

Широква Г. В., доктор экономических наук, профессор ВШМ СПбГУ, г. Санкт-Петербург, [shirokova@gsom.spbpu.ru](mailto:shirokova@gsom.spbpu.ru)

# Что мы знаем о молодых предпринимательских фирмах?

## Определения, характеристики и факторы, влияющие на их рост

В статье предпринята попытка систематизировать существующие знания о факторах, оказывающих влияние на рост молодых предпринимательских фирм, путем анализа 56 исследований в данной области. В рамках данной работы обсуждены основные определения и характеристики молодых фирм.

На основе проведенного анализа литературы выделены следующие ключевые факторы влияния: бизнес-среда, включающая переменные отрасли и географические особенности; стратегия молодой компании и внутриорганизационные элементы, такие как характеристики, опыт и уровень компетенций предпринимателя или предпринимательской команды; ресурсы организации, ее способности и организационная структура. Безусловно, сила и характер воздействия каждого из них могут отличаться время от времени и зависеть от определенных обстоятельств, но факт их влияния очевиден по результатам изученных работ.

В результате проведенного анализа определены имеющиеся пробелы в эмпирических исследованиях, что позволило сформулировать перспективные направления будущих исследований.

**Ключевые слова:** молодая предпринимательская фирма, рост, факторы роста, результаты деятельности фирмы.

### Введение

Н еотъемлемой и характерной чертой отечественной экономики последних двух десятилетий стало формирование нового высококонкурентного кластера новых предпринимательских фирм (*new ventures*), демонстрирующего свое динамическое развитие. Данные фирмы, как правило, имеют высокие темпы роста, в несколько раз превосходящие среднеотраслевые показатели национальной экономики [Колодня, 2008]. Пример многих стран показывает значение молодых предпринимательских фирм, в особенности инновационных, для развития экономики и безграничность их возможностей в случае правильного выбора товаров, продуктов, технологий или услуг, которые они будут развивать, а также грамотного подхода к управлению, учитывая как технические, так и финансовые аспекты [Мотовилов, 2012].

Несмотря на многочисленные истории успеха предпринимательских фирм, результаты большинства исследований показывают, что в первые годы существования фирма подвержена риску неудачи и даже преждевременной смерти [Chaganti, Chaganti, 2012; Timmons et al., 2008; Song et al., 2008]. Так, по мнению Timmons и Spinelli, примерно одна из пяти молодых организаций терпит неудачу, а в работе [Chaganti, Chaganti, 2012] показано, что 2/3 молодых предприятий умирают в течение первых семи лет. Результаты другого исследования [Song et al., 2008] показали, что в первые четыре года существования 36% молодых компаний удастся выжить, а после достижения ими пятилетнего возраста лишь 22% продолжают свою деятельность.

Почему же одни молодые предпринимательские фирмы успешно развиваются и преуспевают в своем деле, в то время как другие терпят неудачу? Данный во-