



**Высшая  
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского  
государственного университета

# РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СОЗДАНИИ И РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ФИРМ: РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Г.В. Широкова

Центр предпринимательства, ВШМ СПбГУ

Круглый стол «Инновационное предпринимательство как  
дизайн-процесс»

Москва, 22 апреля 2011 года





# Мотивация исследования

- Актуальность темы предпринимательства
- Активный интерес к теме социальных сетей в мире
- Проект Глобальный мониторинг предпринимательства и его возможности



## Цель исследования

- Определение того, каким образом социальные сети основателя предпринимательской фирмы оказывают влияние на фирму на разных этапах её становления и развития



## Направления исследований взаимосвязи социальных сетей и предпринимательства

1. Предприниматель как часть социальной сети; воздействие плотности и характера связей сети на процесс предпринимательства
2. Социальные сети в обеспечении доступа предпринимателю к ресурсам
3. Социальные сети как источник поиска и развития предпринимательских возможностей
4. Культурные аспекты связи предпринимательства и социальных сетей



## Формулирование гипотез исследования

- Личное знакомство с предпринимателем будет повышать вероятность того, что этот человек сам является предпринимателем [Morales-Gualdron, Roig, 2005; Arenius, Kovalainen, 2006; De Clercq, Arenius, 2006; Klyver, Hindle, Meyer, 2008]
- Важные свойства сети с точки зрения предпринимателя: размер, позиционирование в сети, структура отношений.



Высшая  
школа менеджмента

Санкт-Петербургского  
государственного университета

# Гипотеза 1

Увеличение числа людей, лично знакомых с предпринимателем, положительно влияет на увеличение числа людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность на ранних стадиях развития бизнеса



# Типы предпринимателей

## Предпринимательская активность на ранних стадиях

Потенциальные  
предприни-  
матели

Нарождающиеся  
предприни-  
матели  
(от основания  
фирмы до 3 мес.)

Владельцы вновь  
созданного  
бизнеса  
(от 3 мес. до 3,5  
лет)

Владельцы  
устоявшегося  
бизнеса (более  
3,5 лет)

TEA

Замысел

Рождение фирмы

Выживание



Высшая  
школа менеджмента

Санкт-Петербургского  
государственного университета

# Новая формулировка гипотезы 1

Увеличение числа людей, лично знакомых с предпринимателем, положительно влияет на индекс предпринимательской активности





## Формулировка гипотез исследования

- Социальные сети предпринимателя имеют динамичный характер и эволюционируют и меняются по мере эволюции и развития бизнеса [Steier, Greenwood, 2000; Batjargal, 2006; Klyver, Hindle, Meyer, 2008].
- На стадии создания бизнеса – инвесторы и бизнес-ангелы, менее формальные отношения [Steier, Greenwood, 2000]
- На стадии роста – клиенты и поставщики, более формальные отношения [Batjargal, 2006].



## Формулировка гипотез исследования

- Структурное разнообразие — знакомство в людьми в течение последних двух лет, которые создали свой бизнес — имеет наибольшее значение на стадии поиска и разработки идеи, менее важно на стадии открытия бизнеса и снова приобретает значимость на стадии становления бизнеса [Klyver, Hindle, 2007]
- В нашем исследовании рассматриваются две стадии развития бизнеса — стадия рождения фирмы, которая объединяет нарождающихся предпринимателей и владельцев вновь созданного бизнеса, и стадия выживания, которая включает в себя владельцев устоявшегося бизнеса согласно модели Глобального мониторинга предпринимательства [GEM, 2008]



Высшая  
школа менеджмента

Санкт-Петербургского  
государственного университета

## Гипотеза 2

Социальные сети предпринимателя будут оказывать большее влияние на стадии рождения фирмы и меньшее влияние на стадии выживания бизнеса



# Методы исследования

- База исследования - опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Survey, APS), 5493 анкеты (2006-2008 гг., Россия)



## Зависимые переменные

- **Стадия рождения фирмы:** индекс предпринимательской активности, обозначенный в анкете переменной **TEA**. Характеризует уровень предпринимательской активности на ранних стадиях. Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющимися нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса
- **Стадия выживания бизнеса:** Переменная **ESTBVBU** — процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими устоявшегося бизнеса. Компания выплачивает заработную плату собственнику более 42 месяцев.



# Независимые переменные

- **Вовлеченность в социальные сети (KNOENT)** — количество людей (в %), которые знакомы с людьми, создавшими свой бизнес в течение двух последних лет.
- **Готовность использовать новые возможности (OPPORT)** - показывает процент людей, полагающих, что следующие полгода будут благоприятны для создания бизнеса.
- **Компетентность (SUSKIL)** - процент людей, которые считают, что обладают достаточными знаниями, навыками и опытом для открытия собственного бизнеса.
- **Страх провала (FRFAIL).** — процент людей, которых останавливает страх провала.
- **Возраст** - для первого этапа будет использоваться процент людей, вовлеченных в ТЕА. Для второго — процент людей, вовлеченных в устоявшийся бизнес. **AC1** — процент людей в возрасте 18–34 лет от общей выборки. **AC2** — процент людей в возрасте 35–64 лет от общей выборки.
- **Пол** - Переменная **Genm** — процент мужчин, вовлеченных в ТЕА/ESTBBU, от общей выборки, переменная **Genf** — процент женщин, вовлеченных в ТЕА/ESTBBU, от общей выборки.



# Математическая модель

- Использование нейросетевых алгоритмов: возможность прогнозирования и работы в условиях дефицита информации при недостатке данных для использования статистических элементов

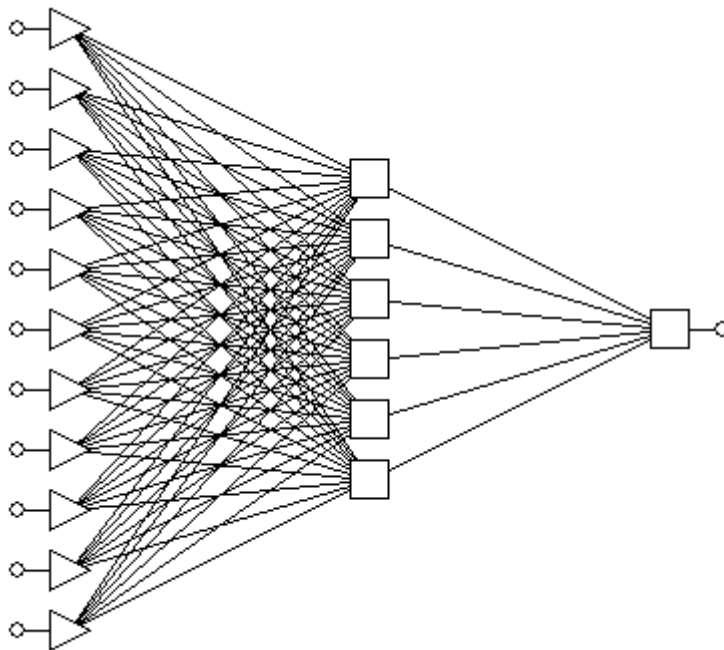


Высшая  
школа менеджмента

Санкт-Петербургского  
государственного университета

# Структура нейронной сети

Двухслойный персептрон:







# Алгоритм построения графиков

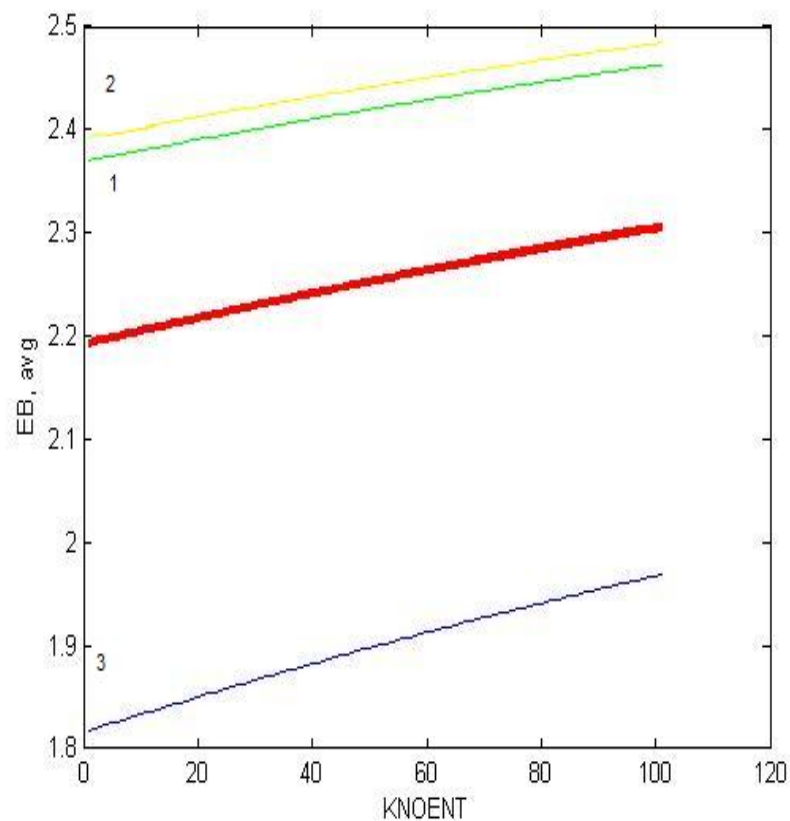
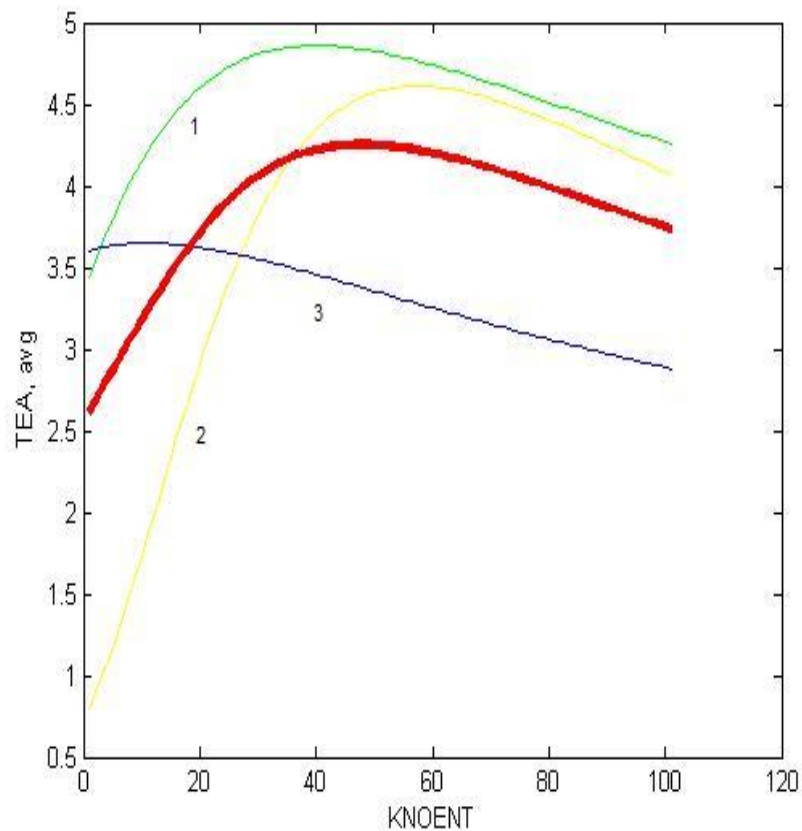
- Производится обучение сети
- Строятся новые входные векторы: последовательно меняется одна из независимых переменных при неизменных остальных
- По выходам сети строятся графики зависимости по каждой из переменных



Высшая  
школа менеджмента

Санкт-Петербургского  
государственного университета

# Зависимость Tea и Estbbu от переменной Knoent

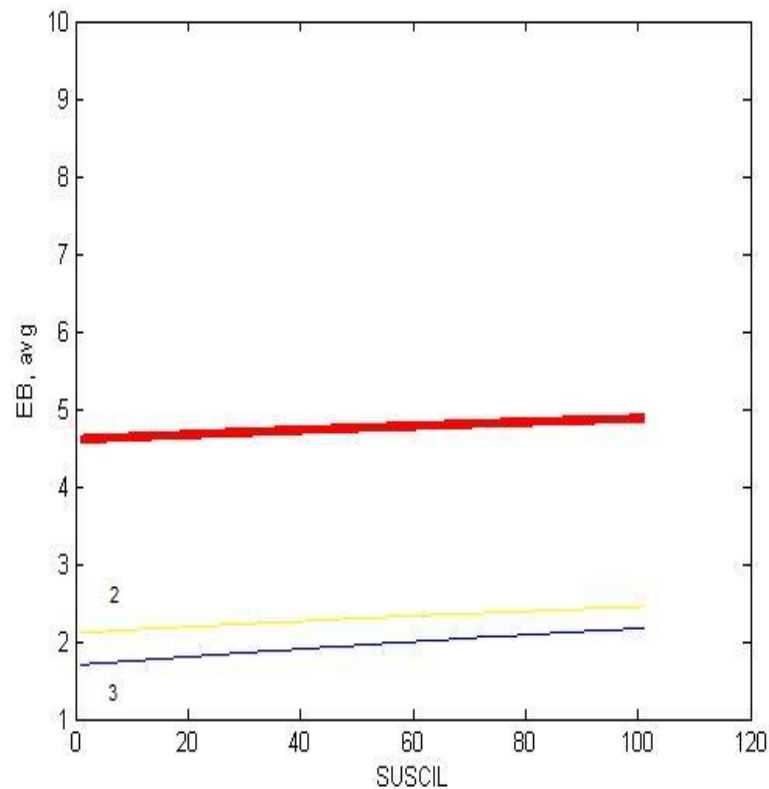
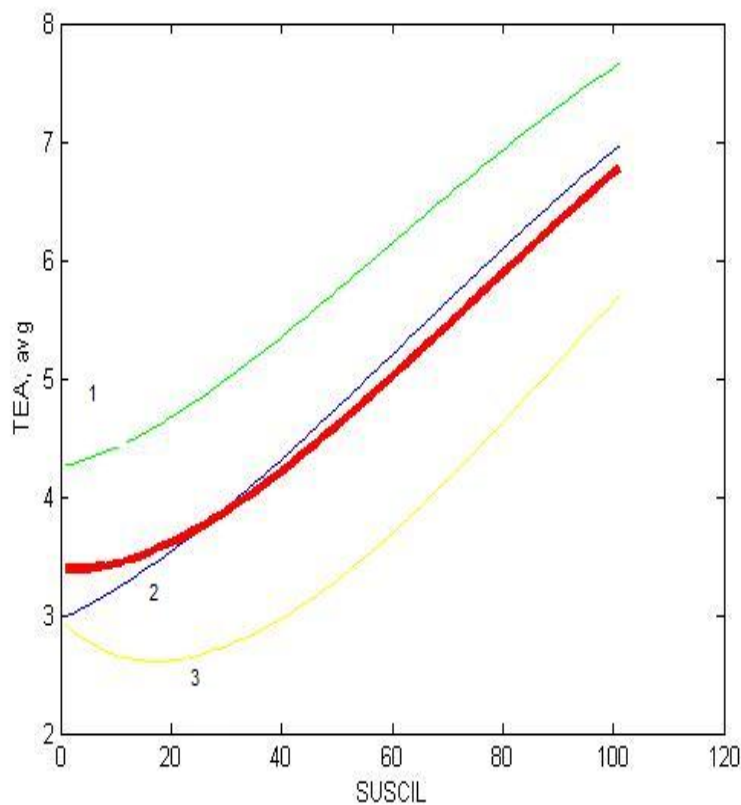




Высшая  
школа менеджмента

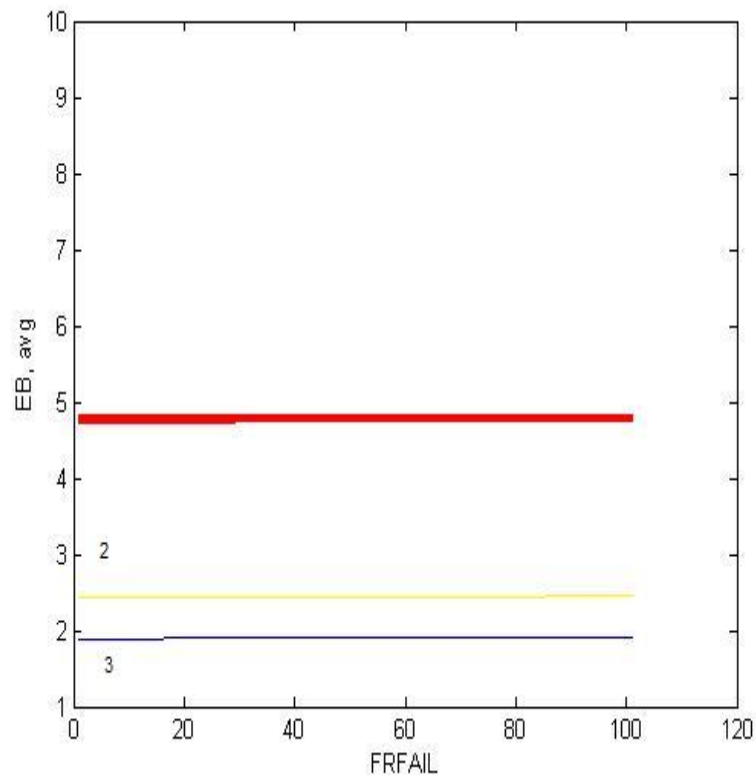
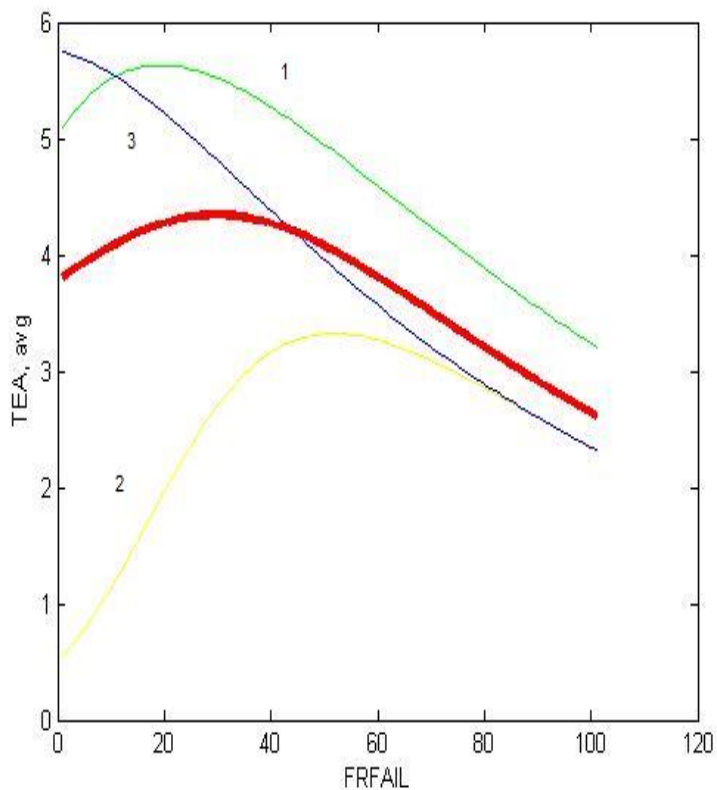
Санкт-Петербургского  
государственного университета

# Зависимость Tea и Estbbu от переменной Suskil





# Зависимость Tea и Estbbu от переменной Frfail

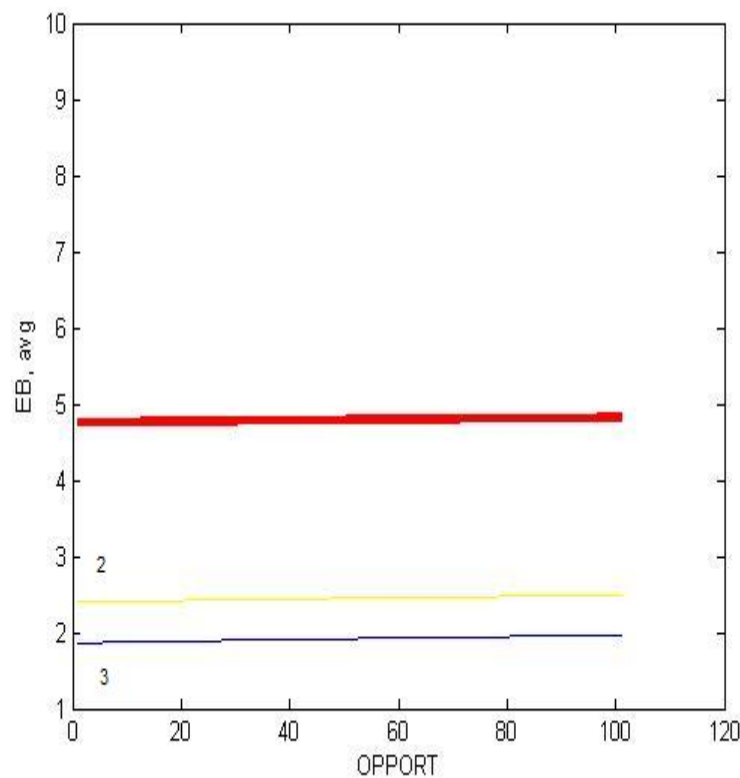
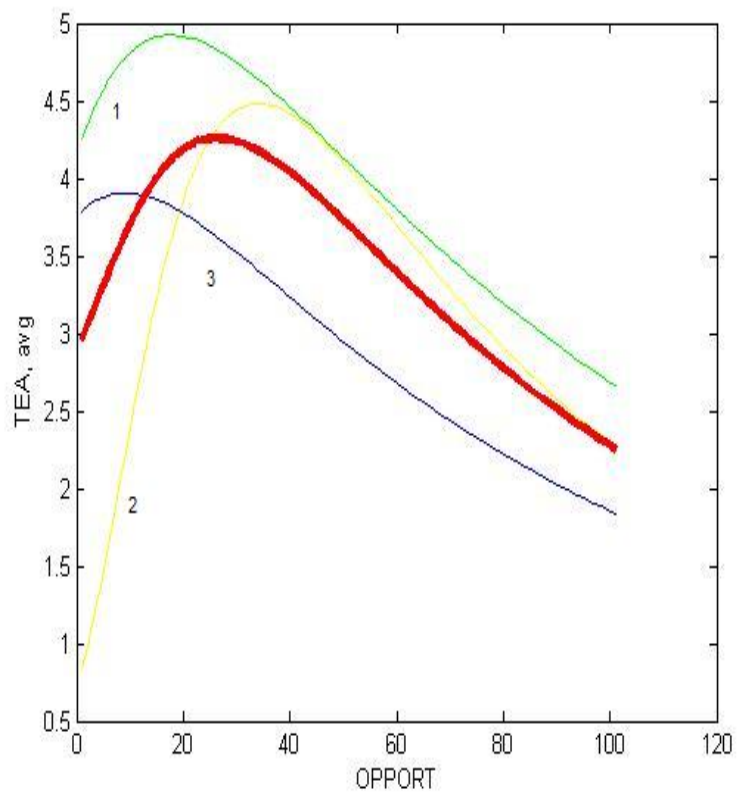




Высшая  
школа менеджмента

Санкт-Петербургского  
государственного университета

# Зависимость Tea и Estbbu от переменной Opport





## Результаты

- Знакомство с предпринимателями оказывает значимое влияние на создание бизнеса (важность создания Ассоциаций предпринимателей и др.)
- Социальные сети оказывают разное влияние на уровень предпринимательской активности на разных стадиях. Для стадии рождения фирмы практически все переменные имеют критически важное значение и оказывают значимое влияние. На стадии выживания это влияние либо отсутствует, либо не является существенным



# Результаты

- Важность уверенности в знаниях и навыках для создания нового бизнеса (роль обучения)
- Негативное влияние восприятия бизнес-среды как благоприятной на создание нового бизнеса
- Разные типы сетей для различных стадий бизнеса



## Ограничения исследования

- База GEM – ограниченность данных
- Модель будет улучшаться по мере накопления данных
- Один аспект социальных сетей – структурное разнообразие





# Роль социальных сетей в процессе интернационализации

- Кейс-стади (3 компании средних размеров)
- Производственные компании (более 5 лет на международном рынке)
- Социальные сети только источник маркетинговой информации
- Роль честной практики ведения бизнеса в партнерских отношениях



**Высшая  
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского  
государственного университета

**Спасибо за внимание!**