

Р.Р. Сидорчук

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА



Москва 2012

Р.Р. Сидорчук

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Монография



Москва 2012

УДК 334.012.64+334.012.63:339.138
ББК 65.290.31-32
С 34

Рецензенты:
доктор экономических наук, заслуженный деятель науки РФ, профессор
Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ
Е.П. Гурбева;

доктор экономических наук, кандидат технических наук,
генеральный директор НИИ «КОИЦ ЕЭС»,
председатель Президиума ЗАО «УК КСЭУ»
С.В. Мещеряков

С 34 **Скворцов Р.Р.**
Маркетинговое управление деловой активностью предприятий
малого и среднего бизнеса: Монография. – М.: Издательство «Ступица»,
2012. – 237 с.

ISBN 978-5-9973-1782-9

В монографии приводятся результаты исследования, главная цель которого – выявить влияние маркетинга на деловую активность малых предприятий. В работе проанализированы влияние и взаимосвязанности маркетинга и предпринимательства. Определены роль и особенности маркетинга в малом предпринимательстве. Приведена авторская классификация малых предприятий для целей маркетинга. Проведены авторские исследования о влиянии маркетинга на жизненный цикл малых предприятий. Сформулированы выводы о существующей роли маркетинга, влияющей на деловую активность малых предприятий, и как следствие – на его деловую активность. Рассмотрены возможные институциональные аспекты маркетинговой поддержки малых предприятий для повышения их деловой активности.

Монография предназначена для государственных служащих, предпринимателей, преподавателей вузов, научных работников, аспирантов, магистрантов и студентов, занимающихся проблемами малого бизнеса и маркетинга. Структура и содержание монографии позволяют использовать её в качестве учебного пособия по курсам «Маркетинг», «Маркетинговая исследования», «Управление маркетингом», «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом», «Управление торговлей и управление маркетингом», «Маркетинговые исследования», «Участие в государственном и муниципальном управлении», «Управление малым предпринимательством».

УДК 334.012.64+334.012.63:339.138
ББК 65.290.31-32

Отпечатано в готовом оригинал-макет автора.

ISBN 978-5-9973-1782-9

© Скворцов Р.Р., 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	5
Глава 1. Проблемы и задачи развития малого и среднего предпринимательства	9
1.1. Дефиниция понятия «малое предпринимательство»	9
1.2. Некоторые результаты деятельности МСП в России	16
1.3. Задачи, проблемы и барьеры в малом бизнесе	23
Глава 2. Деловая активность и жизненный цикл малого предприятия	30
2.1. Понятие деловой активности предприятия	30
2.1.1. Классические подходы к анализу деловой активности предприятий	30
2.1.2. Комплексный подход к оценке деловой активности предприятия	37
2.2. Влияние цикличности на деловую активность предприятий	49
2.3. Модели жизненного цикла предприятия	52
2.3.1. Модель жизненного цикла Л. Грейнера	55
2.3.2. Модель жизненного цикла И. Адизеса	60
Глава 3. Маркетинг в малом и среднем предпринимательстве	75
3.1. Маркетинг и предпринимательство	75
3.1.1. Развитие теории предпринимательства	75
3.1.2. Взаимосвязь маркетинга и предпринимательства	79
3.2. Особенности маркетинга малых предприятий	83
3.3. Классификация малых предприятий для целей маркетинга	92
Глава 4. Маркетинговое влияние на жизненный цикл малых предприятий	102
4.1. Методика выборочного обследования и характеристика выборки	102
4.2. Описание полученных результатов	106
4.3. Анализ связи маркетинга и стадий жизненного цикла малого предприятия	111
Глава 5. Маркетинговый аспект институциональной поддержки малых и средних предприятий	139
5.1. Роль маркетинга в системе государственной поддержки МСП	139

5.2. Кластеры малых предприятий	148
5.2.1. Определение понятия «кластер»	150
5.2.2. Типы кластеров	153
5.2.3. Создание кластеров	154
5.2.4. Кластеры и конкурентные преимущества	158
5.2.5. Кластеры и инновации	161
5.2.6. Привлекательность кластеров для организации малых предприятий	164
5.2.7. Метод выявления кластеров с участием малых предприятий	166
5.3. Франчайзинг для МСП	170
5.3.1. Определение франчайзинга	170
5.3.2. Классификация франчайзинга	175
5.3.3. Франчайзинг и конкурентоспособность	179
5.3.4. Франчайзинг и инновации	182
5.3.5. Франчайзинг и патчрайтер-предприниматель	184
5.3.6. Франчайзинг и частно-государственное партнерство	185
Заключение	191
Библиография	198
Приложение 1	225
Приложение 2	234

Р.Р. Сидорчук

**МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**

Монография

Москва 2012

В монографии приводятся результаты исследования, главная цель которого – выявить влияния маркетинга на деловую активность малых предприятий. В работе проведен анализ взаимосвязи и взаимозависимости понятий маркетинг и предпринимательство. Определена роль и особенности маркетинга в малом предпринимательстве. Приведена авторская классификация малых предприятий для целей маркетинга. Проанализированы авторского исследования о влияния маркетинга на жизненный цикл малого предприятия. Сформулированы сделать выводы о существенной роли маркетинга, влияющей на стадию жизненного цикла малого предприятия и как следствие на его деловую активность. Рассмотрены возможные институциональные аспекты маркетинговой поддержки малых предприятий для повышения их деловой активности.

Монография предназначена для государственных служащих, предпринимателей, преподавателей вузов, научных работников, аспирантов, магистрантов и студентов, занимающихся проблемами малого бизнеса и маркетинга. Структура и основные материалы монографии позволяют её использовать в качестве учебного пособия по курсам «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Управление маркетингом», «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом», «Экономика города и управление муниципальным социально-экономическим развитием», «Государственное и муниципальное управление», «Управленческое консультирование».

© Сидорчук Р.Р., 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	7
Глава 1. Проблемы и задачи развития малого и среднего предпринимательства	11
1.1. Дефиниция понятия «малое предпринимательство»	11
1.2. Некоторые результаты деятельности МСП в России	18
1.3. Задачи, проблемы и барьеры в малом бизнесе	25
Глава 2. Деловая активность и жизненный цикл малого предприятия	32
2.1. Понятие деловой активности предприятия	32
2.1.1. Классические подходы к анализу деловой активности предприятий.....	32
2.1.2. Комплексный подход к оценке деловой активности предприятия	39
2.2. Влияние цикличности на деловую активность предприятий	51
2.3. Модели жизненного цикла предприятия	54
2.2.1. Модель жизненного цикла Л. Грейнера.....	57
2.2.2. Модель жизненного цикла И. Адизеса.....	62
Глава 3. Маркетинг в малом и среднем предпринимательстве	77
3.1. Маркетинг и предпринимательство	77
3.1.1. Развитие теории предпринимательства	77
3.1.2. Взаимосвязь маркетинга и предпринимательства	81
3.2. Особенности маркетинга малых предприятий	85
3.3. Классификация малых предприятий для целей маркетинга	94
Глава 4. Маркетинговое влияние на жизненный цикл малых предприятий	104
4.1. Методика выборочного обследования и характеристика выборки	104
4.2. Описание полученных результатов.....	108
4.3. Анализ связи маркетинга и стадий жизненного цикла малого предприятия	113
Глава 5. Маркетинговый аспект институциональной поддержки малых и средних предприятий	141
5.1. Роль маркетинга в системе государственной поддержки МСП.....	141

5.2. Кластеры малых предприятий	150
5.2.1. Определение понятия «кластер»	152
5.2.2. Типы кластеров	155
5.2.3. Создание кластеров	156
5.2.4. Кластеры и конкурентные преимущества	160
5.2.5. Кластеры и инновации	163
5.2.6. Привлекательность кластеров для организации новых предприятий.....	166
5.2.7. Метод выявления кластеров с участием малых предприятий.....	168
5.3. Франчайзинг для МСП	172
5.3.1. Определение франчайзинга.....	172
5.3.2. Классификации франчайзинга.....	177
5.3.3. Франчайзинг и конкурентоспособность	181
5.3.4. Франчайзинг и инновации.....	184
5.3.5. Франчайзинг и начинающий предприниматель	186
5.3.6. Франчайзинг и частно-государственное партнерство ...	188
Заключение	193
Библиография	200
Приложение 1.	227
Приложение 2	236