

O. P. Верховская, M. V. Дорохина

**ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В РОССИИ В РАМКАХ ГЛОБАЛЬНОГО МОНИТОРИНГА
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:
ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 2006–2007 гг.**

В статье рассматривается методология проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), анализируется предпринимательская активность в странах — участницах проекта и определяется характер предпринимательства, включающий мотивы предпринимательства, инновационность предпринимательской деятельности, экспортную ориентацию, ожидаемый рост бизнеса. Описывается предпринимательский климат российского общества и социально-демографический портрет российского раннего и устоявшегося предпринимателя. Эмпирической основой анализа явились данные опроса взрослого населения в 42 странах — участницах проекта в 2006–2007 гг.

Ключевые слова: глобальный мониторинг предпринимательства, индекс предпринимательской активности, нарождающиеся предприниматели, ранние предприниматели, владельцы вновь созданного бизнеса, устоявшиеся предприниматели, предприниматели «по необходимости», предприниматели «по возможности».

ВВЕДЕНИЕ

Развитие предпринимательства рассматривается в практике хозяйствования и политики государства как один из необходимых инструментов экономического роста. При этом сама предпринимательская активность во многом определяется экономическими, политическими, социальными и культурными факторами внешней среды.

Конкретный механизм взаимодействия представляется малоизученным. Существует несколько направлений в исследовании связи между предпринимательством и экономическим ростом. Первое из них связано с изучением роли предпринимательства в современной экономике. Его основы были заложены такими исследователями, как Шумпетер и Кирцнер [Schumpeter, 1934; Kirzner, 1973]. На сегодняшний день оно остается достаточно влия-

тельным и концентрирует свое внимание на роли малого бизнеса и предпринимательских фирм в стимулировании экономического роста [Acs, 1992; Thurick, Wennekers, Uhlaner, 2002; Audretsch, Keilbach, 2002; Berchicci, Tucci, 2006].

Второе направление связано с математическим моделированием экономического роста. В неоклассических моделях роста (например, в модели Соллоу) факторам, определяющим экономический рост, не уделялось большого внимания. Основной акцент делался на выявление факта роста, а технологический прогресс рассматривался как экзогенный фактор. Однако в последнее время в ряде эндогенных моделей предпринимательство стало рассматриваться как значимая характеристика [Aghion, Howitt, 1998; Gancia, Zilibotti, 2005].

Третье направление связано с эмпирическим моделированием и измерением связи между предпринимательством и экономическим ростом. Изучение влияния предпринимательства на экономическую эффективность породило большое количество публикаций [Carree, Thurick, 2003] и исследований. Одним из наиболее влиятельных проектов является «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM).

Цель статьи — описание связи между предпринимательством и экономическим ростом, определение предпринимательского потенциала России и его сравнение с предпринимательским потенциалом других стран — участниц проекта GEM. Эмпирической базой является исследование предпринимательства, проведенное в рамках проекта GEM в 2006–2007 гг. Полученные данные позволяют не только проанализировать количество вовлеченных в создание компаний предпринимателей, но и выявить мотивы, которые побуждают их начать свое дело, а также различия в мотивации предпринимателей в странах с разным уровнем экономического развития.

Термин «предпринимательство» в проекте связан с понятием инновационности, способностью создавать новые продукты и технологии. Поэтому можно говорить о различном «качестве» предпринимательства, в зависимости от новизны предлагаемых продуктов и используемой технологии, а именно определить инновационность российских предпринимателей.

Описание личности предпринимательства играет существенную роль как в научных исследованиях, так и при построении эффективной политики поддержки предпринимательства. В статье предпринимается попытка представить социально-демографический портрет российских ранних предпринимателей, владельцев вновь созданного бизнеса и устоявшихся предпринимателей.

В первой части описывается концептуальная модель исследовательского проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства», рассматривается U-образная связь между предпринимательской активностью и уровнем экономического развития стран. Во второй части описываются основные результаты проводимого в рамках проекта исследования и проводится сравнительный анализ результатов, характеризующих предпринимательство, личность предпринимателя и отношение населения к предпринимательству в России и странах — участницах проекта.

ПРОЕКТ «ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

«Глобальный мониторинг предпринимательства» представляет собой крупнейший исследовательский проект¹, направленный на формирование базы данных о предпринимательстве. База данных обновляется ежегодно и является источником информации для всестороннего анализа предпринимательства на национальном и глобальном уровнях.

GEM как проект возник в 1997 г. по инициативе ведущих ученых из Великобритании, США, Финляндии и Ирландии. Основателями проекта выступили ведущие в области исследования предпринимательства институты — Babson College (США) и London Business School (Великобритания). В 1999 г. был опубликован первый годовой отчет, в подготовке которого приняли участие 10 стран, в 2000 г. — уже 20 стран, а в 2007 г. — 42 страны, включая Россию. Всего с момента основания в проекте участвовало более 50 стран. С 2006 г. Высшая школа менеджмента СПбГУ выступает основным участником проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» в России.

В проекте GEM проводится количественная оценка вовлеченных в предпринимательскую деятельность людей в определенный период времени и выявляются факторы, которые приводят к успешному становлению бизнеса. Используемая модель GEM охватывает все жизненные стадии фирмы, начиная от основания через ранние стадии развития к уже устоявшимся компаниям.

В рамках исследования используется следующее определение: предпринимательство — любая попытка создания нового бизнеса или предприятия, таких как индивидуальная трудовая деятельность, новая коммерческая организация либо расширение существующего бизнеса, предпринятая отдельным лицом, группой лиц либо ранее существовавшими коммерческими организациями [Davidsson, 2005]. Для измерения предпринимательской активности используются следующие показатели (табл. 1).

¹ На основе материалов исследовательского проекта опубликовано более 60 научных статей в реферируемых международных журналах.

Таблица 1

Основные показатели предпринимательской активности

Показатель предпринимательской активности	Описание
Уровень активности на рождающихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, которые в настоящий момент являются нарождающимися предпринимателями, т. е. вовлечены в создание бизнеса, выступая владельцами или совладельцами. Компания существует более 3 месяцев, при этом заработка плата или вознаграждения владельцам не выплачиваются
Уровень предпринимательской активности владельцев вновь созданного бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, которые в настоящий момент являются владельцами и управляющими нового бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более 3, но менее 42 месяцев
Индекс предпринимательской активности (Total Entrepreneurship Activity, TEA)	Характеризует уровень предпринимательской активности на ранних стадиях. Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющихся нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса. Это не простая сумма двух первых показателей. Если респондент вовлечен в оба вида предпринимательской деятельности, то он засчитывается только один раз
Уровень активности устоявшихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, которые в настоящий момент являются владельцами и управляющими устоявшегося бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более 42 месяцев
Общий уровень предпринимательской активности	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющихся ранними и устоявшимися предпринимателями
Уровень выхода из бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, которые в течение последних 12 месяцев либо продали, закрыли или каким-либо иным способом перестали являться владельцами и управляющими бизнеса

Составлено по: [Bosma et al., 2007].

На рис. 1 приведены типы предпринимателей в зависимости от стадий предпринимательского процесса. Следует отметить, что под потенциальными предпринимателями понимаются те, кто в ближайшие три года в одиночку или с партнерами предполагают начать новый бизнес, включая любые виды индивидуального частного предпринимательства.

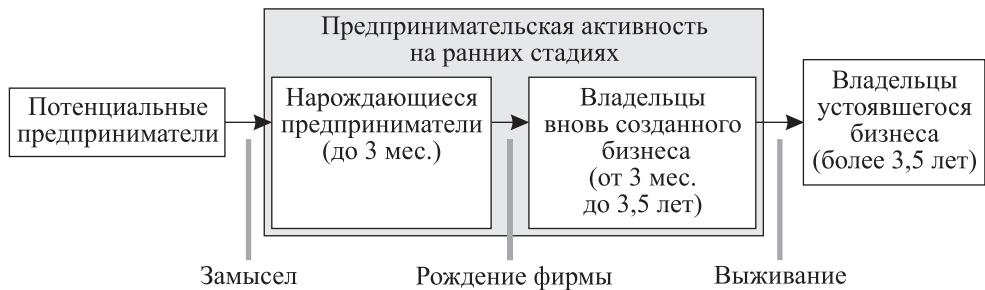


Рис. 1. Предпринимательский процесс и базовые определения GEM

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ GEM

В рамках проекта изучается механизм влияния предпринимательства на экономический рост. Концептуальная модель GEM [Reynolds et al., 2005], представленная на рис. 2, предполагает разделение социально-культурных, экономических и политических факторов.

Первая группа факторов — это общеэкономические условия, такие как открытость рынков, государственная политика в области создания и регулирования деятельности компаний, состояние финансовых рынков, рынка труда, развитие институтов. Эти факторы в совокупности влияют на деятельность уже существующих крупных компаний и предприятий малого и среднего бизнеса. Для анализа данной группы факторов используется национальная экономическая демографическая статистика, а также другая вторичная информация о состоянии внешней среды.

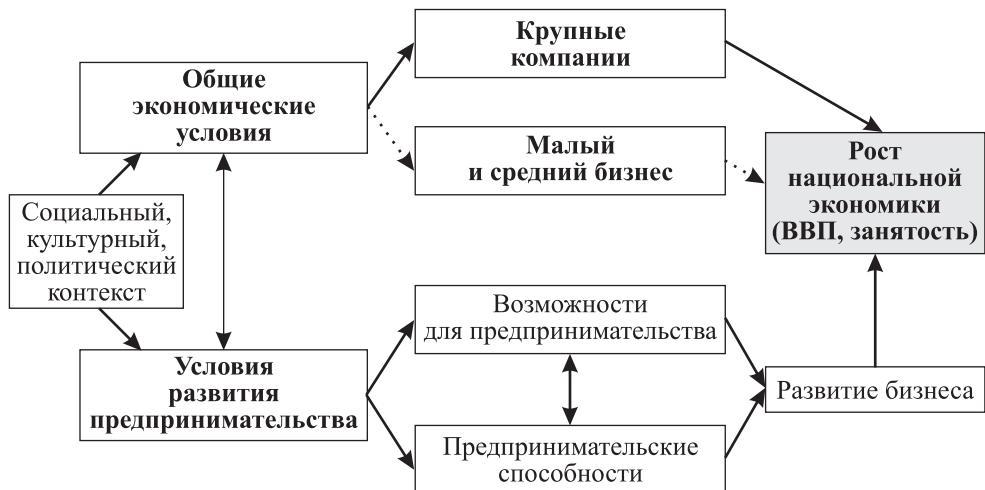


Рис. 2. Факторы, определяющие деловую и предпринимательскую активность

Ко второй группе факторов относятся факторы развития предпринимательства, влияющие на возможности создания компании и развития предпринимательских способностей и навыков, а также мотивирующие создание предпринимательских фирм. В соответствии с методикой проекта выделяют 10 условий развития предпринимательства, среди которых — наличие финансовой поддержки, политика государства, государственные программы, образование и профессиональная подготовка, внедрение научно-технических разработок, коммерческая и профессиональная инфраструктура, открытость рынка/барьеры вхождения на рынок, доступ к физической инфраструктуре, культурные и социальные нормы, а также появившийся в исследованиях 2007 г. новый фактор — защита прав интеллектуальной собственности. Данные условия были утверждены Исследовательским комитетом проекта и получили название структурных факторов предпринимательства — Entrepreneurial Framework Conditions (EFC)². В совокупности эти факторы воздействуют на мотивацию и способности предпринимателя привлекать ресурсы, создавать ценности, влияя тем самым на экономический рост и уровень занятости в экономике.

При различных социальных, культурных и экономических условиях существования, влияющих на склонности и способности населения страны к предпринимательству, уровень раннего предпринимательства будет различным.

Наблюдаются определенные различия между данными проекта GEM и данными по регистрации фирм [Bosma et al., 2008]. В последнее время появились инициативы по оценке конкурентоспособности стран, среди которых наиболее известны индексы конкурентоспособности, однако процесс гармонизации национальных данных еще не завершен. С этой точки зрения данные GEM уникальны. Полученные от Национальных команд данные нормализуются Исследовательским комитетом проекта GEM, что обеспечивает межстрановую сопоставимость и позволяет проводить сравнительные исследования в странах — участницах проекта.

При анализе числа зарегистрированных предприятий в различных странах используются различные подходы. Существующие в стране законодательства в области регулирования предпринимательской активности могут не нуждаться в государственной регистрации, и, наоборот, в некоторых странах компании регистрируются для оптимизации налогового бремени без фактического ведения предпринимательской деятельности. Это может приводить к искажениям данных о предпринимательской активности и затруднять проведение исследований на межстрановом уровне. GEM анализирует тех, кто вовлечен в процесс создания или управления бизнесом,

² Подробнее см.: [Верховская, Дорохина, 2008].

а также предпринимателей, не нуждающихся в регистрации. Также модель проекта позволяет учитывать потенциальных и нарождающихся предпринимателей. Данные об этих категориях предпринимателей не попадают в официальные регистры, однако имеют большое значение для характеристики предпринимательского климата в стране.

Отличительной особенностью проекта является то, что его задача — не простой подсчет числа фирм, а оценка предпринимательского духа и предпринимательской активности на различных стадиях развития фирмы. При использовании данных проекта необходимо учесть, что для измерения ряда показателей, например секторального распределения, база GEM не является лучшим источником информации. В то же время некоторые данные, которые не могут быть получены из официальных источников, доступны с помощью проекта GEM, например: мотивация предпринимателей, уровень инновационности фирм и уровень планируемого роста.

Первым источником информации в проекте является исследование взрослого трудоспособного населения с помощью специально разработанных анкет — Adult Population Surveys (APS). GEM использует для проведения обследования анкету, содержащую вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респондента к организации предпринимательской деятельности. Минимальный размер выборки для проведения исследования составляет 2 тыс. человек³. Вопросы анкеты объединены в блоки, первый из которых направлен на выявление факта вовлеченности респондента в предпринимательскую деятельность и подразделяется на две группы. Вопросы группы А касаются индивидуального отношения к предпринимательству, вопросы группы В связаны с некоторыми национальными особенностями отношения к предпринимательству. Организация исследований подобным образом позволяет не только получить ответы на поставленные вопросы, но и сравнить индивидуальные особенности и взгляд на национальные характеристики предпринимательства самих предпринимателей и тех, кто не вовлечен непосредственно в предпринимательскую деятельность.

Вопросы второго и третьего блоков обращены ко всем предпринимателям и направлены на более детальное изучение бизнеса: инновационности компаний; экспортной ориентации; возможности роста; мотивов создания предприятия; затрат на создание предприятий и выход из бизнеса. Повторение части вопросов относительно инновационности, экспертной ориентации, мотивов создания предприятия позволяет оценить различия в поведении ранних и устоявшихся предпринимателей.

³ В 2007 г. обследования взрослого трудоспособного населения по методике GEM проводила исследовательская группа под руководством А.Ю. Чепуренко (ГУ-ВШЭ, Москва).

Четвертый блок анкеты предназначен для тех, кто инвестировал в создание некоего предприятия. Вопросы касаются объема инвестиций, характера бизнеса, связи между инвестором и тем, в чье дело он инвестировал, ожидаемой отдачей инвестиций. Этот блок позволяет оценить уровень неформальных инвестиций. Вопросы пятого блока связаны с выходом из бизнеса.

В качестве второго источника информации для оценки структурных условий предпринимательства используются экспертные оценки — National Expert Surveys (NES) — опрос по специально разработанным анкетам и глубинные интервью с предпринимателями и экспертами в области предпринимательства. Согласно методологии GEM, выборка при экспертных интервью должна составлять не менее 36 интервью. Ответы объединены в 9 групп в соответствии с классификацией, предлагаемой методикой GEM, в которой определены основные показатели внешней среды, влияющие на предпринимательскую активность и экономический рост.

Получаемые на протяжении существования проекта данные APS позволяют говорить о наличии U-образной связи между уровнем экономического развития и уровнем и типом предпринимательской активности (рис. 3). В странах с низким уровнем дохода на душу населения структура экономики характеризуется доминированием большого числа малых фирм. По мере увеличения доходов индустриализация и экономия на масштабе позволяют большим и существующим фирмам удовлетворять растущий спрос на большинстве рынков. Рост роли крупных компаний сопровождается уменьшением темпов роста малого и среднего бизнеса, так как все большее количество людей находит стабильную работу на крупных предприятиях.

В России индекс предпринимательской активности в 2007 г. составил 2,7% и существенно сократился по сравнению с прошлым годом (4,9%). Теоретически можно говорить, что снижение уровня предпринимательской активности, сопровождающееся экономическим ростом и политической стабильностью, является позитивным изменением, так как по мере дальнейшего увеличения доходов роль предпринимательского сектора может возрасти. Предприниматели могут получить доступ к ресурсам, необходимым для организации бизнеса, и попытаться использовать открывающиеся во внешней среде возможности. Однако это утверждение не всегда справедливо для всех стран, так как на предпринимательскую активность влияют различия в социально-экономических, политико-правовых и культурных факторах внешней среды.

Как видно из рис. 3, индекс предпринимательской активности в странах с высоким уровнем дохода в большинстве стран Евросоюза приблизи-

тельно одинаков. В странах с низким и среднем уровнем дохода существуют серьезные различия в уровнях предпринимательской активности. Можно говорить, что в странах Латинской Америки доля вовлеченных в предпринимательскую активность на ранних стадиях выше, чем в странах Восточной Европы и Центральной Азии, при близких значениях ВВП на душу населения. Выявленные закономерности привели к тому, что в 2007 г. было выделено три кластера стран: страны с высоким уровнем дохода (Австрия, Бельгия, Великобритания, Голландия, Гонконг, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Исландия, Испания, Италия, Норвегия, ОАЭ, Португалия, Пуэрто Рико, Словения, США, Финляндия, Франция, Швеция, Швейцария, Япония); европейские и азиатские страны со средним и низким уровнем дохода (Венгрия, Индия, Латвия, Казахстан, Китай, Россия, Румыния, Сербия, Таиланд, Турция, Хорватия); страны с низким и среднем уровнем дохода Латинской Америки и Карибского бассейна (Аргентина, Бразилия, Венесуэла, Доминиканская Республика, Колумбия, Перу, Уругвай, Чили).

Данные GEM широко использовались для объяснения различий в предпринимательском потенциале стран, таких как институциональное развитие в стране и существующие системы регулирования создания и развития компаний, демографические характеристики, в частности возрастная структура населения и миграционные процессы, предпринимательская культура, общий уровень экономического благосостояния и технологическое развитие [Bosma et al., 2007].

ХАРАКТЕР ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Страны различаются между собой не только по уровню предпринимательской активности, но и по характеру предпринимательства. Для характеристики предпринимательства могут быть использованы такие показатели, как мотивация, инновационность предпринимательской деятельности, экспортная ориентация и ожидаемый рост бизнеса.

GEM различает два типа предпринимателей в зависимости от мотивов деятельности:

1. Предприниматели «по необходимости»⁴ (Necessity Entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются начать свое дело в силу того, что у них нет иных возможностей для получения дохода.
2. Предприниматели «по возможности» (Opportunity Entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются использовать открывающиеся возможности и получать преимущества от предпринимательской деятельности.

⁴ В литературе для характеристики данного феномена используется термин «вынужденный предприниматель».

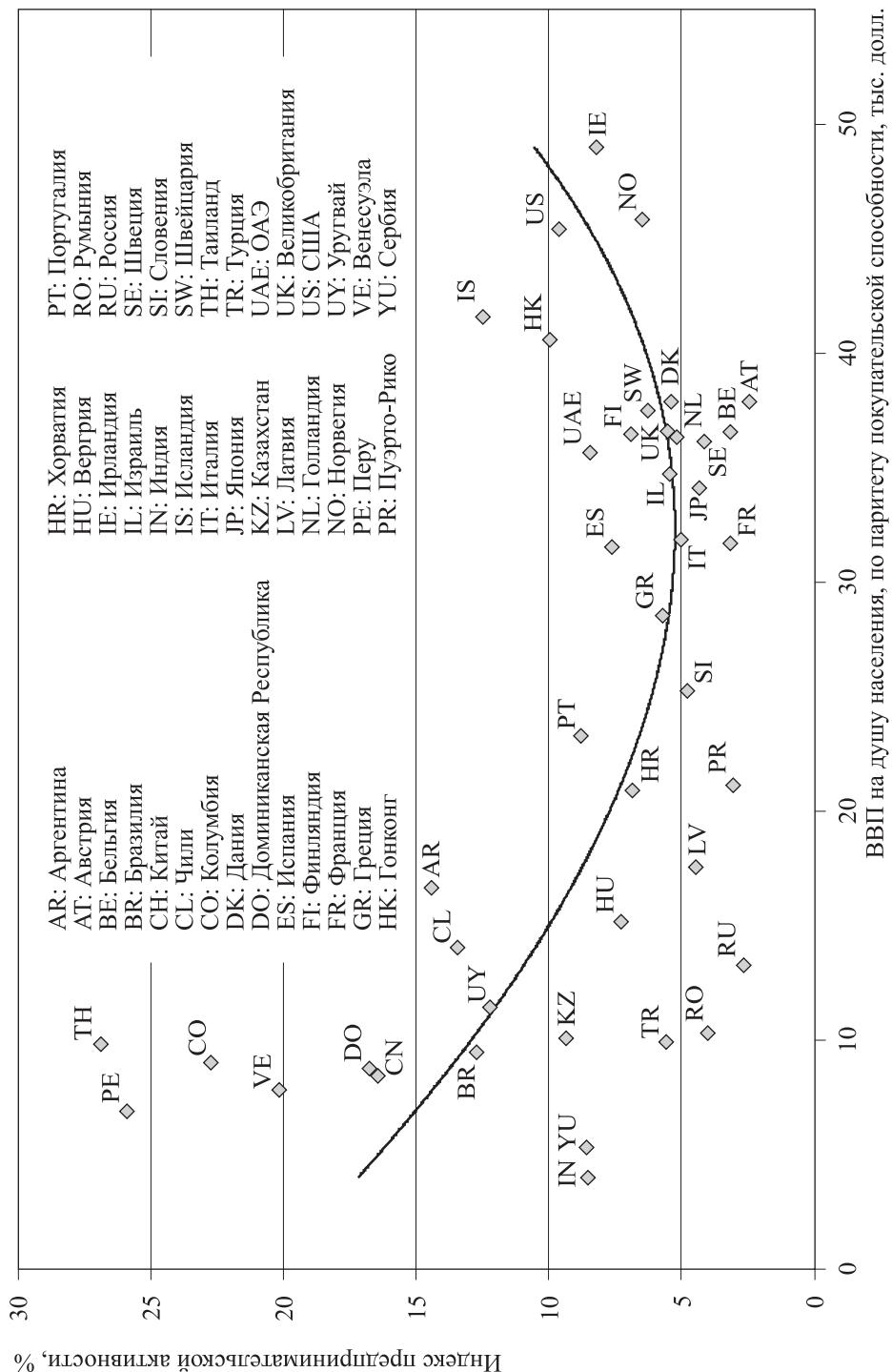


Рис. 3. Индекс предпринимательской активности и ВВП на душу населения

В 2007 г. предприниматели «по возможности» были разделены на три группы. К первой группе были отнесены те, которые в качестве основного мотива назвали увеличение дохода. Для представителей второй группы главным мотивом является независимость. Третью группу составили те, кто использует возможности предпринимательства для поддержания дохода. Фактически это группа предпринимателей близка к предпринимателям «по необходимости». На рис. 4 представлено распределение стран в зависимости от доли ранних предпринимателей «по возможности», мотивами деятельности которых являются увеличение дохода либо независимость. Как видно из рис. 4, в большинстве стран со средним и низким уровнем дохода на душу населения основным мотивом выступает поддержание дохода. Исключение составляют лишь Чили и Уругвай. В странах с высоким уровнем дохода, напротив, преобладают предприниматели, мотивированные возможностью увеличения дохода и получения независимости.

В России доля предпринимателей «по возможности» составила в 2007 г. 71% от общего числа предпринимателей. Однако большинство из них (41%) вовлечены в предпринимательскую деятельность для того, чтобы поддержать имеющийся уровень дохода, что не говорит о высоком качестве предпринимательства.

Анализируя далее два типа мотивации «по возможности», можно установить закономерность, что в большинстве стран с высоким уровнем доходов мотив независимости является основным (рис. 5). Предположительно, что, несмотря на существование альтернативных путей получения дохода, население рассматривает предпринимательскую деятельность как привлекательную и предоставляющую необходимую свободу. Естественно, это свидетельствует, с одной стороны, о благосостоянии населения, а с другой — о привлекательности данной деятельности в глазах большинства населения, хотя нельзя не учитывать такие факторы, как различия в налогообложении предпринимателей и наемных работников.

В странах Латинской Америки наблюдается обратная ситуация — мотив увеличения дохода превалирует над мотивом независимости. В странах Восточной Европы и Азии единой тенденции не наблюдается.

В России соотношение этих мотивов предпринимателей «по возможности» приблизительно одинаковое.

Еще одной важной характеристикой предпринимательства является его инновационность. В рамках проекта GEM для измерения инновационности используются три индикатора:

- 1) оценка новизны продукта/услуги, который производит или будет производить предприятие;
- 2) оценка конкурентного окружения данного предприятия;
- 3) оценка новизны используемых технологий.

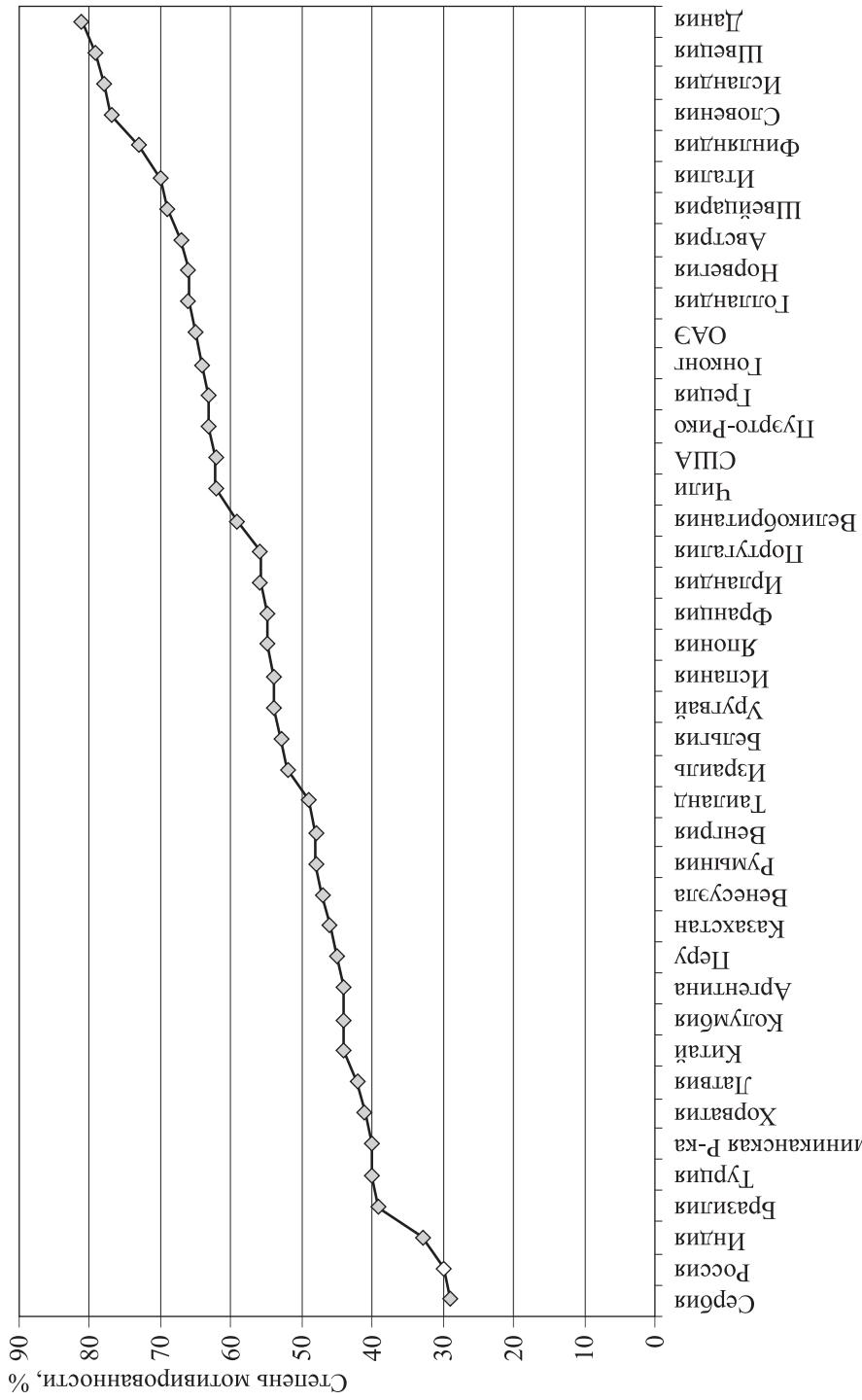


Рис. 4. Мотивы независимости и увеличения доходов у предпринимателей «по возможности»

Источник: GEM Adult Population Survey (APS 2007).

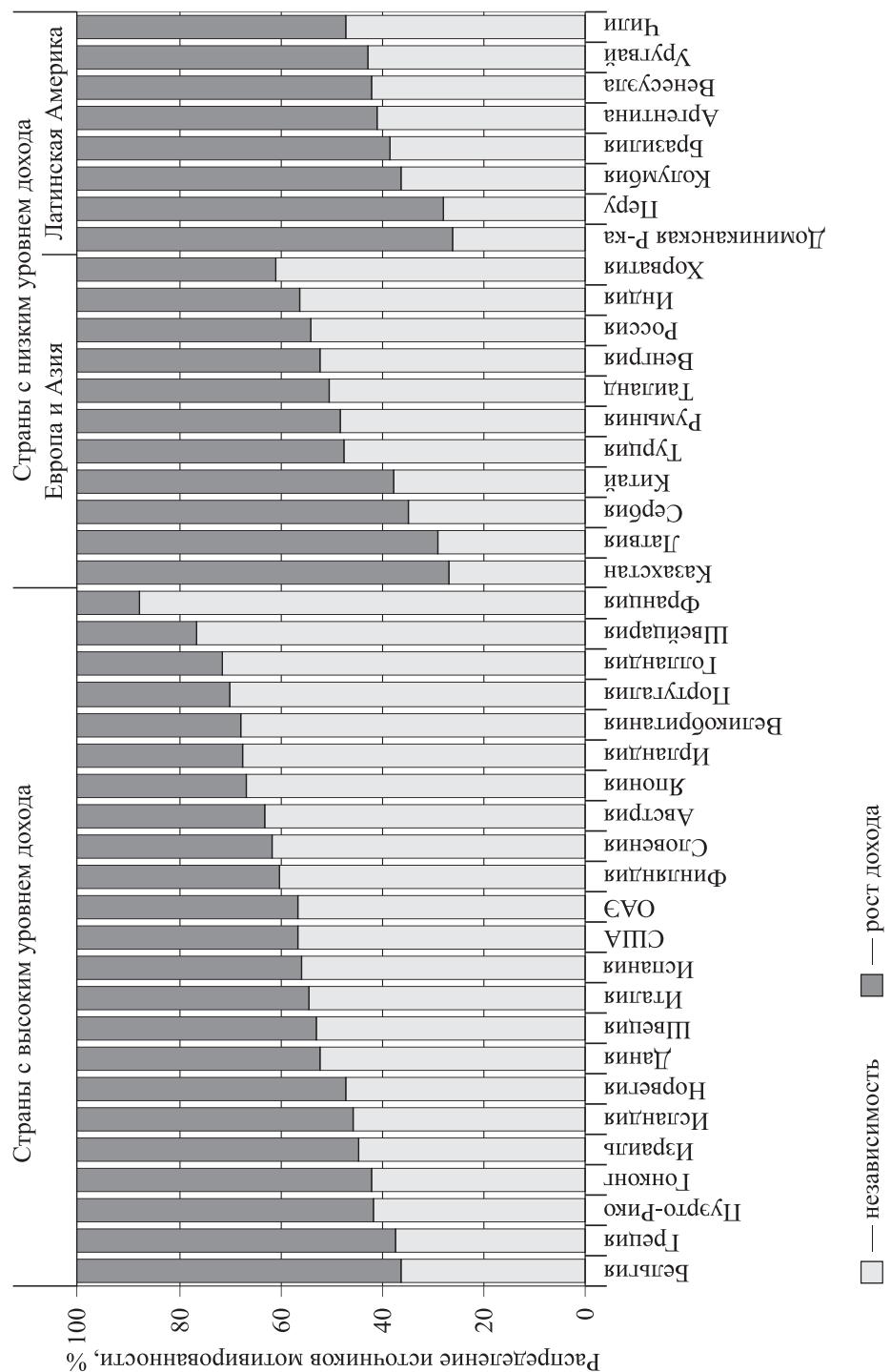


Рис. 5. Соотношение ранних предпринимателей по «возможности» в зависимости от мотивов

При оценке инновационности существуют общие тенденции для стран с высоким и низким уровнем дохода. Так, устоявшиеся предприниматели реже оценивают свой продукт как новый, чем ранние предприниматели. При этом страны с низким и среднем уровнем дохода Восточной Европы и Центральной Азии демонстрируют наименьший оптимизм по сравнению с другими группами стран в оценке новизны своей продукции. 72% ранних предпринимателей в этих странах считают, что нет потребителей, для которых их продукт был бы новым, по сравнению с 54% в странах с высоким уровнем дохода и 51% — в странах со среднем уровнем дохода Латинской Америки и Карибского бассейна.

Схожая ситуация наблюдается и при оценке второго показателя инновационности — количества конкурентов, предлагающих аналогичный продукт. Устоявшиеся предприниматели во всех группах стран оценивают конкуренцию как более интенсивную, причем разрыв в оценках устоявшихся и ранних предпринимателей, считающих, что существует много компаний-конкурентов, по всем группам превышает 12%. Предприниматели в странах с высоким уровнем доходов чаще заявляли о том, что у них не будет или будет мало конкурентов. Это, скорее всего, объясняется секторальным распределением. В странах с низким и средним уровнем дохода предприниматели в большей степени ориентированы на оказание услуг населению и выпуск недифференцированных потребительских товаров. В странах с высоким уровнем дохода предприниматели в большей мере вовлечены в сектор оказания бизнес-услуг и изготовление товаров производственного значения. Они занимают узкие ниши в производственной цепочке и чаще предлагают уникальный товар.

Третьей характеристикой инновационности выступает новизна технологий. Предприниматели должны оценить, используют ли они новейшие технологии, появившиеся за последний год, новые, существующие от 1 года до 5 лет, или же существующие более 5 лет. И хотя большинство предпринимателей во всех группах стран используют известные свыше 5 лет технологии и структура распределения новизны технологий одинакова, этот показатель дает искаженную картину, так как технологии, считающиеся новыми в одной стране, на самом деле могут быть устаревшими.

Данные проекта GEM позволяют рассчитать индекс, выступающий комбинацией двух показателей инновационности — новизны продукта и интенсивности конкуренции. Этот индекс отражает количество предпринимателей, считающих, что предлагаемый ими продукт (услуга) является новым для всех или нескольких потребителей и при этом у них нет либо мало конкурентов. На рис. 6 приведено значение данного индекса для четырех стран — России, США, Китая, Бразилии. Выбор этих стран для сравнения объясняется тем, что США на протяжении всего времени существования

проекта демонстрируют один из самых высоких уровней предпринимательской активности среди стран с высоким уровнем дохода, а Китай и Бразилия являются не только членами группы БРИК, но и представляют страны с низким и средним уровнем дохода двух различных региональных групп. Несмотря на то что Китай характеризуется наиболее высоким уровнем предпринимательской активности среди названных стран (16,4%), по значению индекса «новизна продукта/интенсивность конкуренции» он значительно уступает США, имеющим более низкий индекс предпринимательской активности (9,6%). В России ранние предприниматели характеризуют свою продукцию как инновационную. Они более оптимистичны в своей оценке по сравнению с Китаем и Бразилией, но уступают в значительной мере предпринимателям США. Однако среди российских устоявшихся предпринимателей не было тех, кто оценил свой продукт как инновационный для потребителей и не имеющий конкурентов.

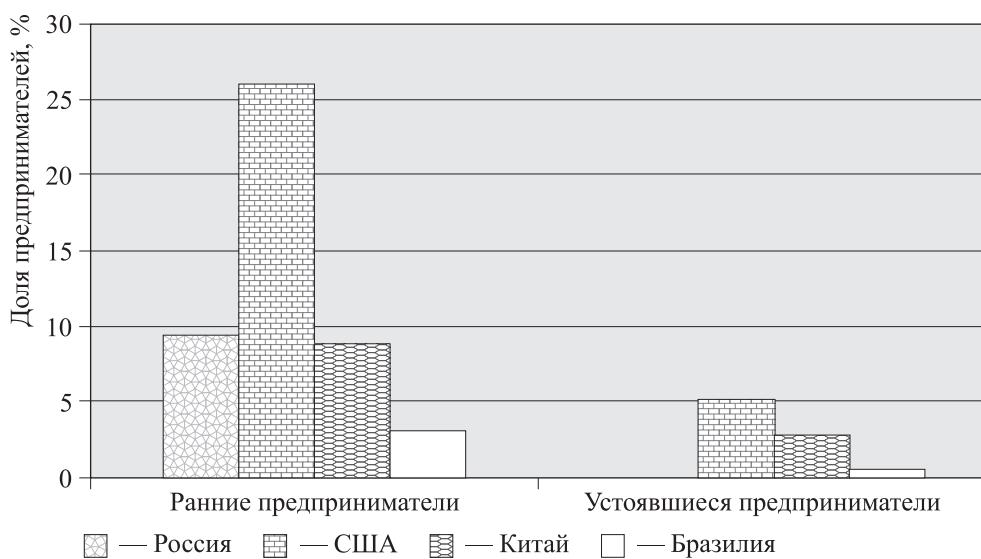


Рис. 6. Индекс новизны продукта/интенсивности конкуренции
Источник: GEM Adult Population Survey (APS 2007).

На рис. 7 отображена доля ранних и устоявшихся предпринимателей, использующих новые и новейшие технологии в выбранных странах. Построение инновационной экономики невозможно без использования предпринимательскими компаниями новых технологий. Низкая доля предпринимателей, характеризующих используемую технологию как новую, — негативное явление, причем в 2007 г. данный показатель не имел положительной динамики по сравнению с предыдущим годом.

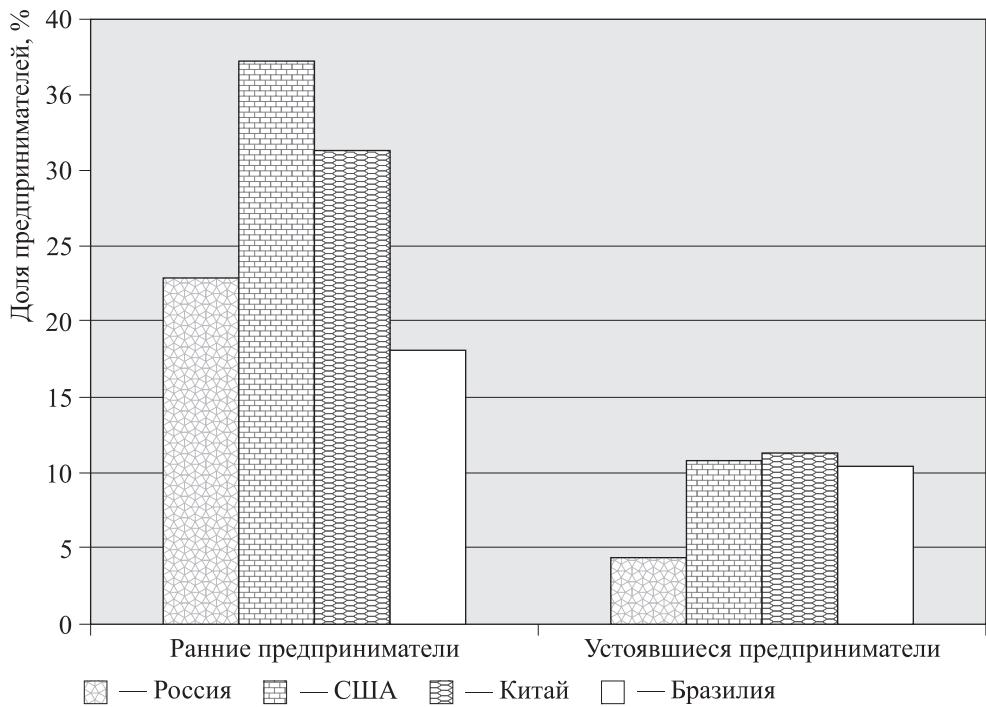


Рис. 7. Использование новых и новейших технологий
Источник: GEM Adult Population Survey (APS 2007).

Как отмечалось, одним из показателей характера предпринимателей является ожидаемый рост бизнеса. Для его характеристики в проекте GEM рассчитывается доля ранних предпринимателей, предполагающих увеличение сотрудников в течение 5 лет с начала деятельности фирмы. Выделяются два критерия оценки роста фирмы. Для вновь создаваемых фирм показателем высоких ожиданий роста выступает наличие 19 и более сотрудников. Для уже существующих фирм требуется рост числа рабочих мест более чем на 50%.

Показатель ожиданий роста сильно варьируется внутри групп стран с различным уровнем дохода, например, Франция демонстрирует самый низкий уровень оценки среди европейских стран с высоким уровнем дохода — 0,12%, в то время как в Великобритании этот показатель в 5 раз выше. Среди стран с высоким и низким уровнем дохода лидером является Китай (4,02%). Россия характеризуется средним по выборке, но наиболее высоким среди стран Восточной Европы и Центральной Азии, кроме Китая, значением ожидаемого роста бизнеса. В целом это положительно оценивает характер предпринимательства в России.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КЛИМАТ РОССИИ

Данные проекта GEM позволяют анализировать существующее в обществе отношение к предпринимательству. Среди факторов, значимых для начала предпринимательской деятельности, можно выделить:

- состояние внешней среды;
- существующую в обществе систему ценностей, включающую в том числе: ценность предпринимательства для развития карьеры, престижность успешного предпринимательства в обществе и стремление к высоким стандартам жизни;
- наличие сформировавшегося бизнес-сообщества;
- общественное мнение о предпринимательстве, которое во многом формируется за счет эффективной деятельности СМИ в создании успешного образа предпринимателя;
- наличие у граждан предпринимательских способностей, зависящих от необходимого для начала предпринимательской деятельности образования и достаточно высокой самооценки.

Для анализа предпринимательского климата в анкету включен специальный блок вопросов:

1. Вы лично знаете человека, который за последние 2 года открыл свой бизнес?
2. В последующие шесть месяцев в том регионе, где Вы живете, будут созданы благоприятные условия для начала бизнеса?
3. У Вас есть знания, навыки и опыт, необходимые для открытия бизнеса?
4. Страх провала помешал бы Вам начать свое дело?
5. В России большинство людей предпочло бы, чтобы все имели одинаковый уровень жизни?
6. В России большинство людей воспринимает открытие нового бизнеса как желательный выбор карьеры?
7. В России те люди, которые добились успеха в создании и развитии нового бизнеса, имеют высокий статус и уважение?
8. В России Вы можете часто видеть в прессе статьи о новых успешных предприятиях?

Распределение ответов на вопросы о предпринимательском климате представлено на рис. 8. Сравнение произведено между Россией и США, которые демонстрируют один из самых высоких уровней предпринимательской активности в 2007 г. (9,6%). Показательно, что предпринимательский климат, по мнению респондентов, значительно более благоприятен в США по сравнению с Россией.

Как видно из рис. 8, 37% респондентов считают, что те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением

в обществе. Это самая высокая оценка из всех ответов, однако она существенно ниже, чем аналогичная оценка в США, где более половины населения выразили свое мнение подобным образом. При этом менее 30% респондентов рассматривают начало нового бизнеса как желательный выбор своей карьеры. Это может быть связано с тем, что только менее 9% опрошенных считают, что обладают необходимыми для начала нового бизнеса знаниями, квалификацией и опытом. Кроме того, большинство респондентов полагают, что наличие предпринимательского таланта и желания рискнуть — необходимый элемент организации своего нового дела, при этом только 28% считают, что обладают достаточными для этого способностями.

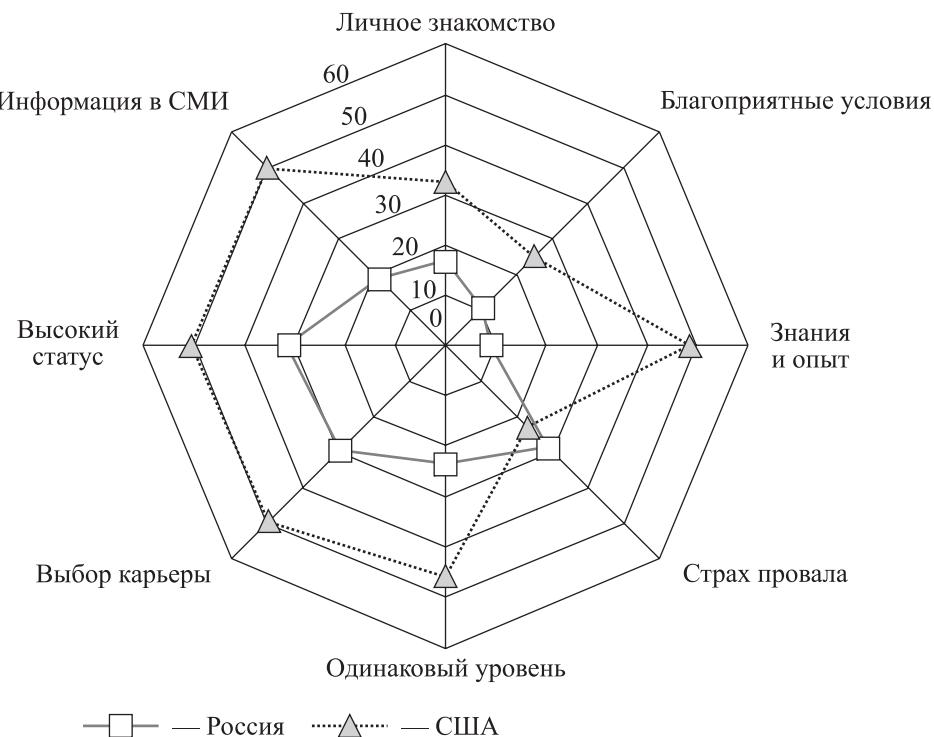


Рис. 8. Сравнительная характеристика предпринимательского климата: Россия и США, %

Помимо внутренней мотивации и специальных знаний, влияние на создание бизнеса оказывает и наличие благоприятных условий для его начала. Только 10% респондентов оценивают региональные условия для развития предпринимательства в ближайшие полгода как хорошие. Следует отметить, что более половины затруднились с ответом, характеризуя предпринимательский климат. Очевидно, что в России средства массовой информации уделяют недостаточное внимание освещению деятельности предпринимателей.

лей и описанию возможностей развития бизнеса, только 19% опрошенных узнают из СМИ о новых успешных компаниях. Недостаточно и примеров тех, кто лично создавал или участвовал в создании нового бизнеса, только каждый шестой из респондентов лично знаком с таким человеком. Таким образом, несформированность бизнес-сообщества — один из факторов, негативно влияющих на развитие предпринимательства в России.

По оценке респондентов, 23% населения привержены идеи равномерного распределения благ, при этом доля затруднившихся ответить составила 22%. Это говорит о том, что на сегодня почти половина сознательного населения страны ментально все еще не готова жить в условиях рыночной экономики. При ответе на этот вопрос респонденты демонстрируют отличное от других стран-участниц мнение. Если в большинстве стран с высоким уровнем дохода речь идет об одинаково высоком уровне жизни, то над российскими гражданами, как можно предположить, довлеют идеи всеобщего равенства, пусть и при минимальном уровне благ.

Рассматривая гендерные характеристики отношения к предпринимательству, можно говорить об отсутствии существенных различий между мужчинами и женщинами в оценке большинства описанных факторов. Исключение составляют лишь оценка знаний, квалификаций и способностей для начала бизнеса. Мужчины в два раза увереннее в себе и считают, что обладают достаточными знаниями для организации собственного дела; они в большей степени предрасположены к риску — каждый третий из них не испытывает страха перед созданием нового бизнеса. В то же время каждая четвертая женщина также считает себя способной к предпринимательской деятельности. Это отразится и на вовлеченности мужчин и женщин в предпринимательскую деятельность. Можно предположить, что среди женщин будет больше предпринимателей «по необходимости».

Помимо гендерных различий, на отношение к предпринимательству оказывает влияние образовательный уровень респондентов. Среди всех групп респондентов доля тех, кто считает, что у них недостаточно знаний и опыта для начала нового бизнеса, превышает долю тех, кто придерживается противоположного мнения. Однако по мере роста образования доля первых увеличивается.

Можно предположить, что люди, создающие или владеющие бизнесом, более позитивны в оценке предпринимательских условий. Это справедливо в отношении характеристики респондентами условий для начала бизнеса. 44% начинающих предпринимателей назвали условия благоприятными. Когда предприниматели фактически начинают свой бизнес, их оценка условий не является такой оптимистичной. Среди тех, кто уже является владельцем компаний, доля ответивших положительно составляет 33%. Как потенциальные, так и устоявшиеся предприниматели чаще оценивают име-

ющиеся у них знания, квалификацию и опыт как достаточные для начала нового бизнеса (60% опрошенных) (рис. 9).

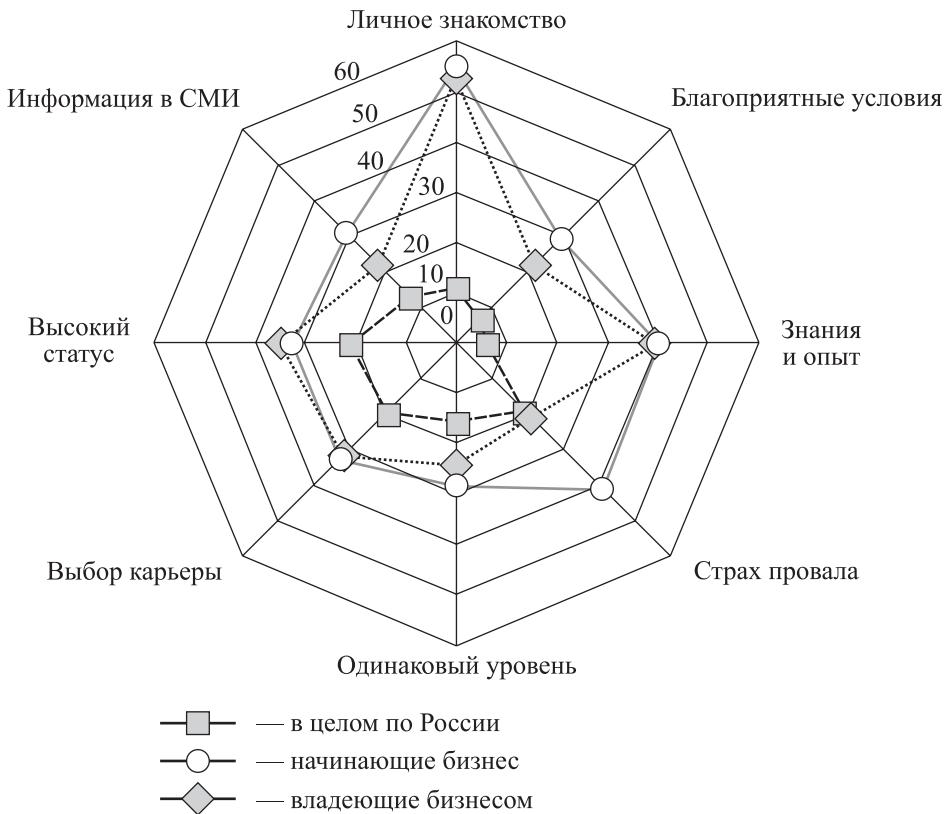


Рис. 9. Оценка предпринимательского климата населением в целом и предпринимателями в России, %

Страх и недостаточные способности к предпринимательской деятельности препятствуют 31% устоявшихся и 61% потенциальных предпринимателей. По остальным описываемым факторам не наблюдается существенных различий в оценках предпринимателей на разных стадиях.

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Возраст. Анализ половозрастной структуры предпринимателей российского общества выявил различия в возрастных характеристиках ранних и устоявшихся предпринимателей. Среди ранних предпринимателей наибольшую предпринимательскую активность демонстрируют респонденты в возрасте от 25 до 34 лет. Индекс предпринимательской активности в данной возрастной

группе составил 5,44% (в целом по выборке — 2,7%). На долю представителей данной группы приходится 46,07% предпринимателей (рис. 10).

Следует заметить, что также более высокую активность, чем в целом по выборке, показывают респонденты группы от 18 до 24 лет. Их доля составляет чуть менее 30%. В остальных группах индекс предпринимательской активности ниже 1,5%. Наиболее низкий уровень предпринимательской активности выявляется у возрастной группы от 55 до 64 лет, что соответствует возрасту выхода на пенсию и, соответственно, меньшей социальной активности. Более низкая, чем в целом по выборке, активность населения в возрасте от 35 до 44 лет, несомненно, является негативным фактором, отражающим нежелание активного трудоспособного населения создавать новые компании.

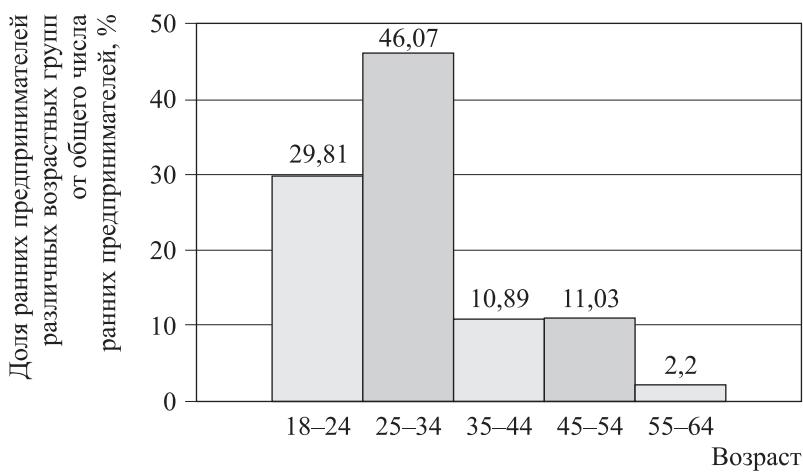


Рис. 10. Распределение ранних предпринимателей по возрастным группам (2007 г.)

Распределение устоявшихся предпринимателей по возрастным группам (рис. 11) показывает, что наиболее активной частью владельцев действующих компаний являются респонденты в возрасте от 35 до 44 лет. Предпринимательская активность этой группы в два раза выше, чем в среднем по выборке. Возрастная группа от 45 до 54 лет занимает второе место среди устоявшихся предпринимателей и составляет чуть более 30%.

В отличие от ранних предпринимателей активность устоявшихся предпринимателей возрастной группы от 25 до 34 лет относительно невысока. Если в целом индекс активности устоявшихся предпринимателей составил 1,7%, то активность данной возрастной группы была чуть более 1%. Еще ниже уровень предпринимательской активности среди наиболее молодой части населения, так как устоявшейся считается фирма, существующая бо-

лее 42 месяцев, возможности попадания в группу устоявшихся предпринимателей у респондентов в возрасте от 18 до 24 лет практически нет.

Логичным выглядит и тот факт, что среди устоявшихся предпринимателей доля респондентов в возрасте от 55 до 64 лет выше, чем среди тех, кто создает новые фирмы. Так, их доля составляет 7,39%, хотя предпринимательская активность у них относительно невысока по сравнению с другими группами.

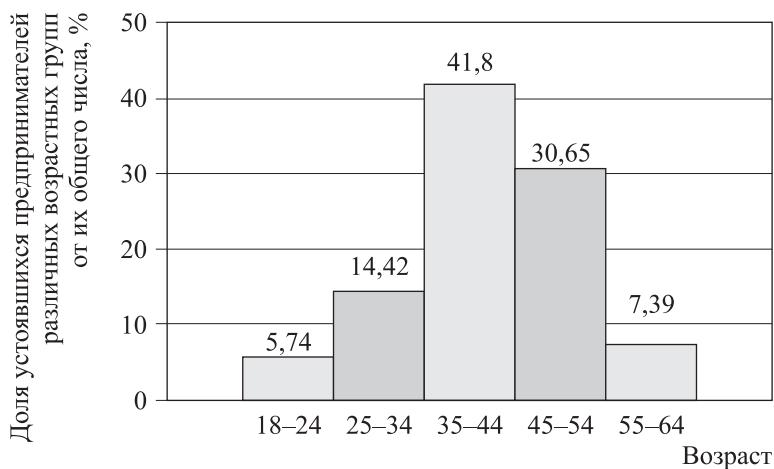


Рис. 11. Распределение устоявшихся предпринимателей по возрастным группам (2007 г.)

Сравнение возрастных характеристик с предпринимателями других стран — участниц GEM показывает, что распределение по возрасту схоже для различных групп стран. Так, для ранних предпринимателей возрастная группа от 25 до 34 лет является наиболее активной при создании предприятий. Общей тенденцией выступает и сокращение индекса предпринимательской активности по мере старения населения. Тем не менее особенность российского раннего предпринимательства — более высокая доля лиц в возрасте от 18 до 24 лет. В странах с высоким уровнем дохода и странах Латинской Америки данная группа занимает лишь четвертое место, в европейских и азиатских странах со средним и низким уровнем дохода — третье, а в России — второе. Индекс предпринимательской активности среди людей старшей возрастной группы на территории стран бывшего Советского Союза был самым низким среди стран-участниц [Bosma et al., 2008]. Это является результатом существовавшей политики государства по подавлению предпринимательской активности населения. Тем не менее индекс предпринимательской активности среди молодежи сопоставим по абсолютному значению с индексами стран с высоким уровнем дохода.

Пол. Характеризуя гендерные аспекты российского предпринимательства, можно отметить, что так же, как и во всех группах стран — участниц GEM, индекс предпринимательской активности у мужчин выше. Предпринимательская активность у мужчин и женщин в 2007 г. различалась в 2,5 раза (рис. 12). Анализируя данные опроса взрослого населения, исследовательская группа ГУ–ВШЭ выявила, что если среди потенциальных предпринимателей соотношение мужчин и женщин составляет примерно 2 : 1, то среди нарождающихся предпринимателей — уже 2,5 : 1, а среди владельцев нового бизнеса — и вовсе 4 : 1. Это означает, что женщины не только реже рассматривают для себя возможность стать предпринимателями, но и гораздо реже такую возможность реализуют, а на начальной стадии реализации оказываются менее успешными [Чепуренко, 2007].

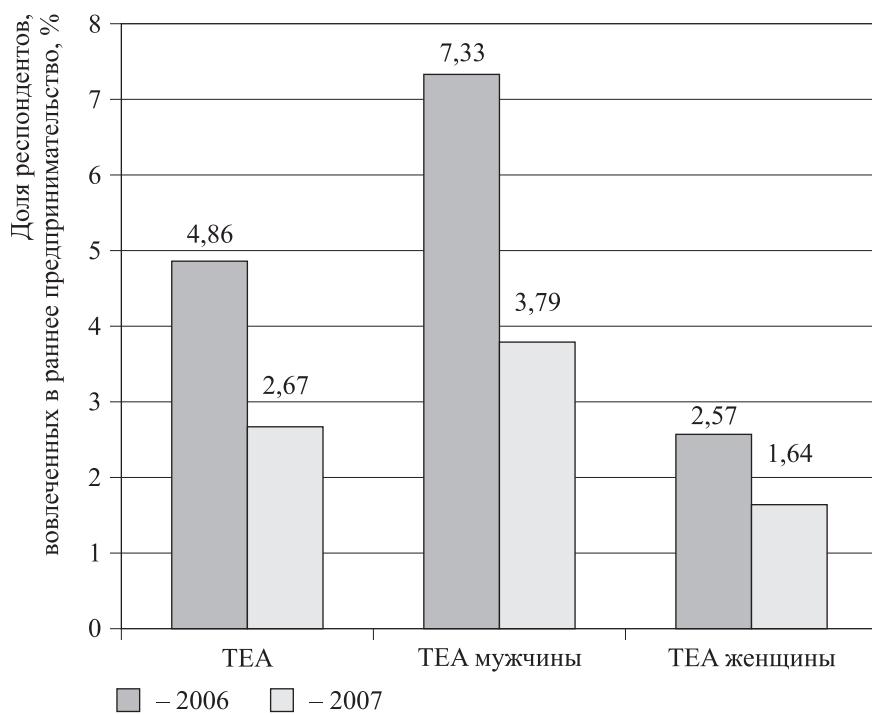


Рис. 12. Индекс предпринимательской активности ранних предпринимателей — мужчин и женщин

Сравнивая динамику мужского и женского предпринимательства, можно отметить, что в 2007 г. произошло увеличение в нем доли женщин. Если в 2006 г. соотношение индексов предпринимательской активности мужчин и женщин составляло 2,85, то в 2007 г. оно уменьшилось до 2,46.

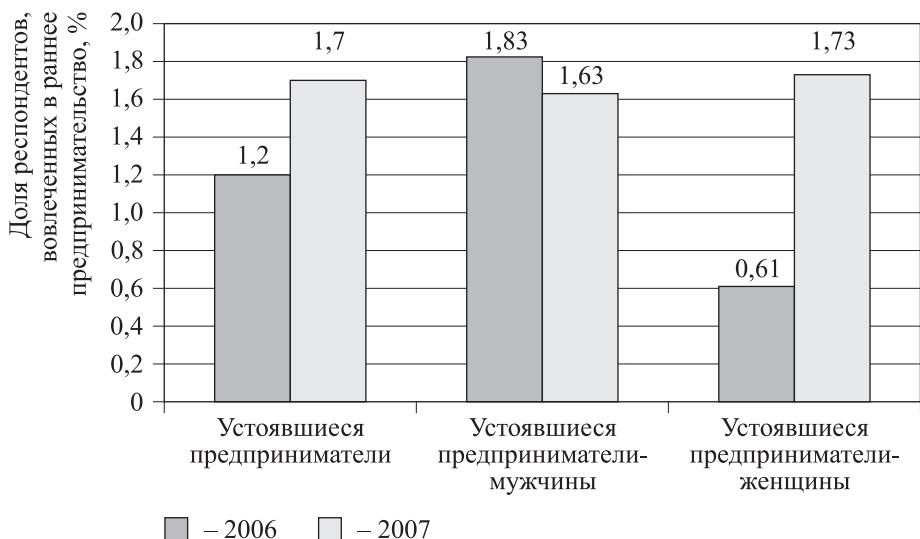


Рис. 13. Предпринимательская активность устоявшихся предпринимателей — мужчин и женщин

В 2007 г., по результатам исследования, доля устоявшихся предпринимателей-женщин незначительно превысила долю мужчин (рис. 13). Учитывая трехкратное превышение предпринимательской активности устоявшихся предпринимателей-мужчин над предпринимательской активностью женщин в 2006 г., речь скорее идет не о фундаментальном изменении гендерной структуры предпринимательства, а об особенности выборки 2007 г. В целом следует отметить, что возраст женщин-предпринимателей по всем предпринимательским группам выше, чем у мужчин.

Образование. Для характеристики уровня образования были использованы пять категорий: «без образования», «незаконченное среднее», «среднее», «незаконченное высшее или профессионально-техническое», «высшее».

Уровень образования ранних и устоявшихся предпринимателей имеет серьезные различия. Предпринимательская активность ранних предпринимателей среди респондентов с незаконченным средним и средним образованием выше, чем для аналогичных групп устоявшихся предпринимателей.

В 2007 г., по сравнению с 2006 г., произошли изменения. В структуре образования ранних предпринимателей выросла доля респондентов, имеющих незаконченное среднее и среднее образование, и сократилась доля респондентов с высшим и профессионально-техническим образованием (рис. 14). Это может свидетельствовать о росте предложения рабочих мест со стороны крупных компаний для специалистов, имеющих высшее обра-

зование, и, наоборот, люди с низким уровнем образования вынуждены самостоятельно создавать рабочие места.

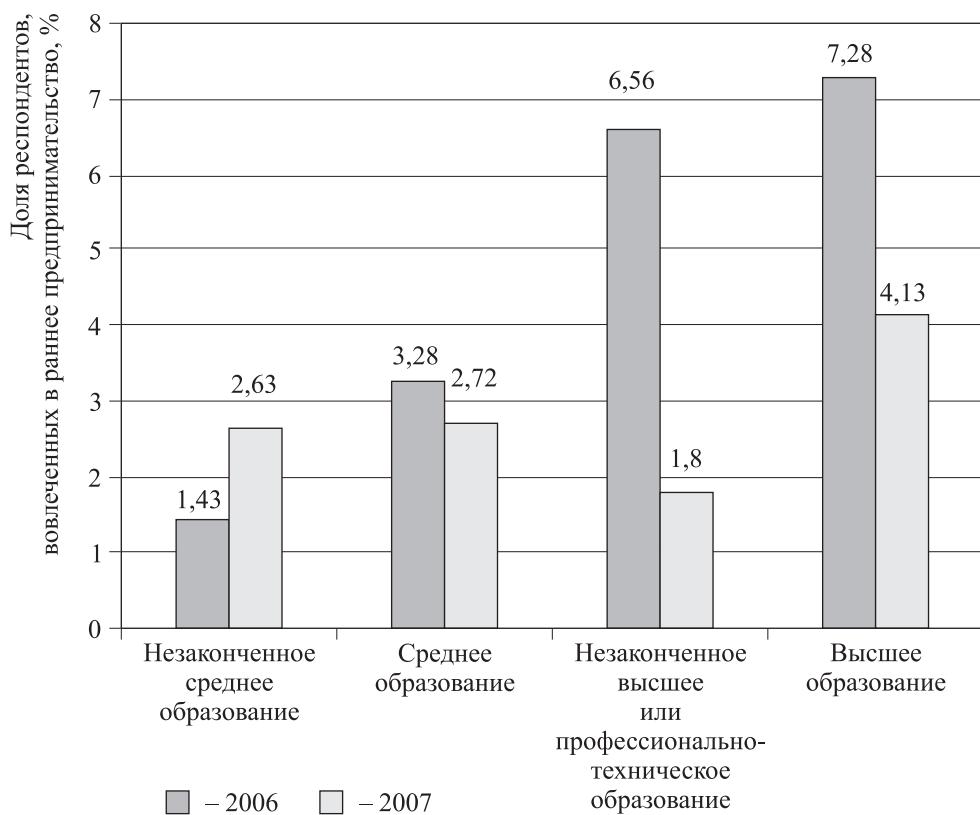


Рис. 14. Динамика предпринимательской активности ранних предпринимателей с различным уровнем образования

Среди устоявшихся предпринимателей наибольшую активность демонстрируют респонденты с высшим образованием (рис. 15). Индекс предпринимательской активности у предпринимателей с незаконченным средним образованием в 3,4 раза ниже, чем в целом по выборке. Для респондентов со средним образованием данное соотношение составляет 1,8 раза. Это может свидетельствовать о том, что уровень образования является фактором, влияющим на способности управления и развития бизнеса, т. е. для успешного функционирования фирмы необходимо наличие профессиональных навыков, в то время как процесс создания фирмы возможен при отсутствии таких навыков.

Изучение динамики предпринимательской активности устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования выявило, что во всех

группах респондентов произошло увеличение предпринимательской активности. Особенно существенные изменения произошли в группах, имеющих незаконченное среднее и профессионально-техническое образование. В них индекс вырос на 0,5%.

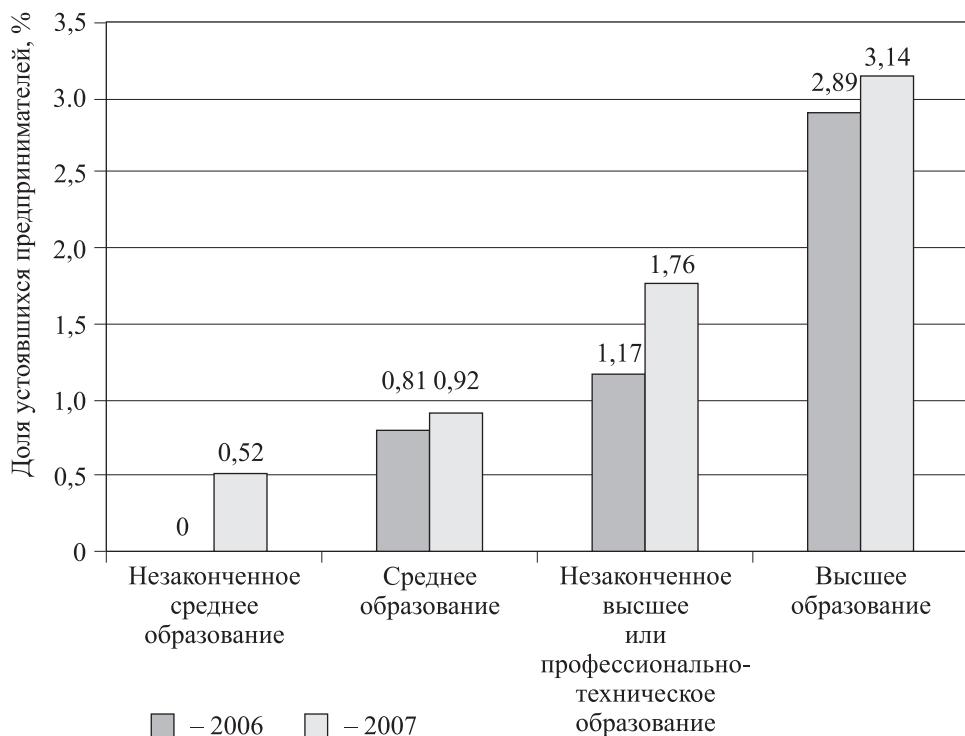


Рис. 15. Динамика предпринимательской активности устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования (2006–2007 гг.)

Рассматривая связь между уровнем образования и гендерными аспектами предпринимательства, можно отметить, что доля женщин с высшим образованием для ранних предпринимателей превышает долю мужчин, а для устоявшихся предпринимателей эти доли приблизительно равны. Доля мужчин, имеющих только среднее образование, значительно превышает аналогичную долю женщин для обеих групп предпринимателей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование зависимости предпринимательства и экономического роста в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» выявляет наличие U-образной связи между индексом предпринимательской активности и уровнем экономического развития страны. В 2007 г. Россия продемон-

стрировала один из самых низких уровней предпринимательской активности. Лишь 2,67% населения в возрасте от 18 до 64 лет оказались вовлечены в создание нового или являются владельцами вновь созданного бизнеса.

Одной из причин низкого уровня активности выступает неблагоприятный предпринимательский климат. Например, только 10% населения оценивают условия для развития предпринимательства в своем регионе как благоприятные. Такие индикаторы предпринимательского климата, как наличие сформировавшегося бизнес-сообщества, существующая в обществе система ценностей, наличие у граждан предпринимательских способностей, также говорят об отрицательном воздействии внешней среды на предпринимательскую активность.

Проведенный анализ показал, что для 71% предпринимателей основным мотивом для создания предприятия явилось использование открывающихся возможностей. Однако большинство из них (41%) вовлечены в предпринимательскую деятельность для того, чтобы поддержать имеющийся уровень дохода, что не свидетельствует о высоком качестве предпринимательства. В целом российское предпринимательство нельзя охарактеризовать как инновационное ни по новизне предлагаемой продукции, ни по использованию новых и новейших технологий. Следует отметить, что российские предприниматели характеризуются наиболее высоким среди стран Восточной и Центральной Европы значением ожидаемого роста бизнеса, что, несомненно, выступает в качестве позитивного фактора.

Данные выводы являются лишь частью результатов, полученных в ходе проведенного исследования. Использование данных проекта GEM позволяет анализировать предпринимательство по широкому спектру факторов на различных этапах развития предпринимательских фирм: от замысла создания собственной компании до выхода из бизнеса. Лонгитюдный характер проекта и участие в нем более 40 стран дают возможность проводить сравнительный анализ, вырабатывать рекомендации по повышению предпринимательского потенциала. Результаты проекта имеют научную ценность не только для вовлеченных в исследование предпринимательства специалистов, но и для органов государственного управления, которые ответственны за разработку мер по поддержке малого предпринимательства.

Литература

Верховская О. Р., Дорогина М. В. Предпринимательская активность в современной России // Российский журнал менеджмента. 2008. Т. 1. № 1. С. 25–52.

Чепуренко А. Ю. Предпринимательский потенциал российского общества: состояние, проблемы, возможности активизации: Промежуточный доклад по итогам реализации проекта Научного фонда ГУ ВШЭ «Предпринимательский потенциал общества: GEM Россия» // WP1/2007/05. М.: ГУ ВШЭ, 2007.

- Acs Z. J.* Small Business Economics: A Global Perspective // Challenge. 1992. November-December. Vol. 35. N 6. P. 38–44.
- Aghion P., Howitt P.* Endogenous Growth Theory. Cambridge, MA: MIT Press, 1998.
- Audretsch D. B., Keilbach M.* Entrepreneurship Capital and Economic Performance // Regional Studies. 2002. Vol. 36. N 2. P. 113–124.
- Berchicci L., Tucci C. L.*, Entrepreneurship, Technology and Schumpeterian Innovation: Entrants and Incumbents // Oxford Handbook of Entrepreneurship / Eds. M. Casson, B. Yeung, A. Basu, N. Wadeson. Oxford: Oxford University Press, 2006. P. 332–352.
- Bosma N., Jones K., Autio E., Levie J.* Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report. 2007.
- Carree M. A., Thurick R. A.* The Impact of Entrepreneurship // Handbook of Entrepreneur Research / Eds. Z. J. Acs, D. B. Audretsch. Boston, MA: Kluwer Academic Publishers, 2003. P. 437–471.
- Gancia G., Zilibotti F.* Horizontal Innovation in the Theory of Growth and Development // Handbook of Economic Growth. Vol. 1B. 2005. P. 111–170.
- Davidsson P.* Paul D. Reynolds: Entrepreneurship Research Innovator, Coordinator, and Disseminator // Small Business Economics. 2005. Vol. 24. N 4. P. 351–358.
- Kirzner I. M.* Competition and Entrepreneurship. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1973.
- Reynolds P., Bosma N., Autio E., De Bono N., Servais I., Lopez-Garcia P., Chin N.* Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection, Design and Implementation 1998–2003 // Small Business Economics. 2005. Vol. 24. N 3. P. 205–231.
- Schumpeter J. A.* The Theory of Economic Development. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- Thurick R. A., Wennekers A. R. M., Uhlauer L. M.* Entrepreneurship and Economic Performance: A Macro Perspective // International Journal of Entrepreneurial Education. 2002. Vol. 1. P. 157–179.

Статья поступила в редакцию 28 апреля 2008 г.