

О. Р. Верховская

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАРОЖДАЮЩЕГОСЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ОСОБЕННОСТИ РОССИИ

В статье описываются критерии принятия решения о выборе предпринимательства в качестве варианта деятельности. Критерии охватывают как индивидуальные характеристики личности, такие как пол, возраст, уровень образования, уровень дохода, общий стаж работы, предыдущий опыт предпринимательской деятельности, социальный капитал, так и условия развития внешней среды.

На основе данных проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» определяется уровень активности нарождающихся предпринимателей в России в 2006–2007 гг., анализируется влияние гендерных, возрастных, образовательных характеристик и вовлеченности в бизнес-сообщество на начало собственного дела, описывается наличие связи между характеристиками восприятия имеющихся знаний и навыков, боязнью провала, оценкой привлекательности карьеры и статуса предпринимателя и открытием бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательство, нарождающийся предприниматель, создание бизнеса, предпринимательская активность, глобальный мониторинг предпринимательства.

ВВЕДЕНИЕ

Поиск путей развития экономики привел к увеличению числа исследований и публикаций, объектами которых выступают предприниматель и предпринимательство. Стимулирование предпринимательства, провозглашаемое как одно из приоритетных направлений государственной экономической политики, ставит вопросы развития предпринимательских способностей у граждан и определения мер государственной поддержки, направленных на создание новых компаний. В экономической литературе существует научное направление, в котором предпринимательство также трактуется в терминах создания новых предприятий [Johnson, Parker, Wijbenga, 2006; Parker, Gartner, 2004]. При этом авторы указывают, что проведение эмпирических исследований процесса создания новых компаний

© О. Р. Верховская, 2009

требует адекватных баз данных, методов и определений. Информация, получаемая из органов государственной статистики, не может отразить процесс возникновения новых фирм. Основная проблема связана с тем, что не все, кто пытался создать бизнес, преуспели в этом, тогда как официальные данные фиксируют количество тех, кто зарегистрировал бизнес, а не тех, кто намеревался создать компанию. Между тем факторы, влияющие на желание создать бизнес и на его выживание, различны.

В связи с этим исследования, позволяющие анализировать поведение предпринимателей от этапа появления бизнес-идеи до выхода из бизнеса, способны дать ответы на поставленные выше вопросы. Одним из наиболее влиятельных исследовательских проектов в этой области является «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM). В проекте GEM предпринимательство определяется как любая попытка создания нового бизнеса или предприятия, например: индивидуальная трудовая деятельность, новая коммерческая организация либо расширение существующего бизнеса, предпринятая отдельным лицом, группой лиц или ранее существовавшими коммерческими организациями [Reynolds, Bosma, Autio, 2005]. В исследовании выделяются следующие типы предпринимателей:

- ◆ потенциальные предприниматели (potential entrepreneurs) — те, кто пытается начать свое дело, планирует организацию бизнеса;
- ◆ ранние предприниматели¹ (early-stage entrepreneurs), в том числе:
 - нарождающиеся предприниматели (nascent entrepreneurs) — те, кто в течение предыдущего года предпринимал активные действия по созданию бизнеса и собирается быть владельцем или совладельцем бизнеса;
 - владельцы вновь созданного бизнеса (owners of new or baby business) — те, кто управляет вновь созданным предприятием и получает доход от его деятельности более трех, но менее 42 месяцев;
- ◆ устоявшиеся предприниматели (established business owners) — те, кто владеет и управляет бизнесом и получает связанные с этим доходы более 42 месяцев.

Об увеличении интереса к нарождающемуся предпринимательству свидетельствует рост числа публикаций, а также проведение специализированной международной конференции в Великобритании в 2005 г. При всем многообразии исследовательских проблем определяющими явились два во-

¹ В качестве синонима термина «ранний предприниматель» можно использовать термин «предприниматель на ранних стадиях». Однако термин «ранний предприниматель» чаще используется в научном сообществе.

проса [Johnson, Parker, Wijbenga, 2006]. Первый из них рассматривает, почему некоторые индивидуумы вовлечены в нарождающееся предпринимательство. Второй — связан с тем, почему одна часть бизнес-идей коммерчески реализуется, а другая так и остается идеями.

Данное исследование посвящено описанию российского нарождающегося предпринимателя и выявлению факторов, влияющих на уровень его активности.

Эмпирической базой исследования явились исследования взрослого трудоспособного населения — Adult Population Surveys (APS) — в рамках проекта GEM.

ИССЛЕДОВАНИЯ НАРОЖДАЮЩИХСЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Подавляющее число исследований предпринимательства последних лет направлено на изучение возможностей занятости и мотивов индивидуумов, заставляющих заниматься предпринимательством. То, почему одни создают новые компании, в то время как другие предпочитают оставаться наемными работниками или безработными, рассматривается как рациональное решение, принимаемое на основе сравнения альтернативных видов получения дохода. Относительная привлекательность различных видов деятельности зависит от уровня предполагаемого дохода, доступности рабочих мест, затрат на создание предприятий и т. д. Кроме того, на решение будут влиять и демографические характеристики, такие как образование, возраст, уровень благосостояния, опыт работы и т. п. Результаты исследований, проводимых социологами и психологами, свидетельствуют о том, что на решение стать предпринимателем оказывают воздействие представления человека о роли предпринимателя, оценка личных навыков и умений, отношение к риску и т. д. Ряд исследователей считают необходимым дополнить подобными факторами восприятия модели принятия решений о выборе предпринимательства в качестве варианта деятельности [Arenius, Minniti, 2005]. В табл. 1 представлены работы, освещающие различные критерии принятия такого решения.

Таблица 1

Исследования, в которых изучались критерии принятия решения о выборе предпринимательства в качестве варианта деятельности

Экономические критерии	Социодемографические критерии	Критерии восприятия
[Wennekers et al., 2007; Acs, Scerb, 2007; Reynolds, Bosma, Autio, 2005]	[Davidsson, Honig, 2003; Delmar, Davidsson, 2000; Bergman, Sternberg, 2007; Shane, Venkataraman, 2000]	[Arenius, Minniti, 2005; Kim, Aldrich, Keister, 2006; Carter et al., 2003]

Персональные характеристики нарождающихся предпринимателей.
Социодемографические характеристики.

1. *Возраст.* Изучение данного параметра говорит о наличии U-образной зависимости между возрастом и началом собственного дела. С одной стороны, полученные знания и опыт, уверенность в своих силах и накопленный капитал обычно увеличиваются с возрастом и облегчают начало собственного дела, с другой — растет количество обязательств и сокращается горизонт планирования, что сказывается отрицательно [Bergman, Sternberg, 2007]. Эмпирические исследования показывают, что большинство ранних предпринимателей — люди в возрасте от 25 до 45 лет [Bosma et al., 2008]. В России люди старшего поколения выросли в условиях социалистической экономики, где инициатива была наказуема, поэтому можно предположить, что средний возраст нарождающихся предпринимателей будет тяготеть к нижней границе обозначенного диапазона.

2. *Пол.* Гендерные различия в поведении предпринимателей также являются объектом анализа. Различия связаны в основном не с желанием создать собственное дело, а с целями бизнеса и стилем управления [Langowitz, Minniti, 2005]. При этом эмпирические исследования показывают, что уровень ранней предпринимательской активности выше у мужчин [Bosma et al., 2008; Minniti, Nardone, 2007]. Равный уровень образования у российских мужчин и женщин и отсутствие существенных социальных различий будут выравнивать уровни активности нарождающихся предпринимателей — мужчин и женщин, однако наличие собственного дела по-прежнему не рассматривается большинством российских женщин как наилучшая жизненная альтернатива по сравнению с созданием семьи и воспитанием детей. В связи с этим можно предположить, что активность нарождающихся предпринимателей-мужчин будет выше, чем аналогичный показатель у женщин.

3. *Уровень образования.* Считается, что люди с более высоким уровнем образования демонстрируют большую склонность к созданию бизнеса [Davidsson, Honig, 2003]. Они более информированы о потенциально прибыльных возможностях, обладают необходимыми навыками и лучшим доступом к финансовым ресурсам, требуемым для начала собственного дела [Delmar, Davidsson, 2000; Kim, Aldrich, Keister, 2006]. Однако, несмотря на подобное мнение, эмпирические исследования свидетельствуют о наличии как позитивной, так и негативной связи [Чепуренко, 2007; Mueller, 2006]. Отсутствие четкой зависимости можно объяснить тем, что знания и навыки, полученные в процессе традиционного образования, не связаны с желанием начать собственное дело. Кроме того, высокий уровень образования является фактором успеха в ряде отраслей, например в биотехнологии, но абсолютно не обязательным в розничной торговле. Тот факт, что большинство предприятий в России создается в сфере обслуживания конечного

потребителя и не отличается высокой инновационностью, может определять отсутствие позитивной связи между уровнем образования и стремлением создать свой бизнес.

4. *Стаж работы и опыт работы на управленческих позициях.* Общий профессиональный стаж сильно коррелирует с возрастом, поэтому зависимость между общим стажем и желанием открыть свой бизнес будет аналогична возрастным зависимостям.

Наличие опыта работы на управленческих позициях позволяет облегчить начало собственного дела. Подобный опыт связан с умением устанавливать необходимые связи с поставщиками и потребителями, нанимать персонал и т. д. Эти умения необходимы для создания бизнеса [Kim, Aldrich, Keister, 2006]. Следует учесть, что навыки, приобретенные на управленческих постах в крупных компаниях, могут опираться на организационные рутины и отрицательно влиять на способности распознавать и использовать новые возможности. Кроме того, опыт, приобретенный в зрелых компаниях, не позволяет получить навыки, необходимые на этапе создания и становления компании.

Однако, на наш взгляд, можно говорить о наличии позитивной связи между управленческим опытом и уровнем активности нарождающихся предпринимателей в российских условиях.

Еще одним фактором, оказывающим, по мнению исследователей, положительное влияние на создание бизнеса, является предыдущий опыт предпринимательской деятельности [Davidsson, Honig, 2003; Mueller, 2006]. «Серийные» предприниматели имеют навыки и знания для начала нового дела. Несмотря на наличие в целом позитивной связи между опытом предпринимательской деятельности и уровнем нарождающихся предпринимателей, необходимо учитывать возможность существования отрицательной связи на примере множества предпринимателей, чей предыдущий опыт был неудачным, причем неудачи были обусловлены не личными характеристиками, а негативным влиянием внешней среды, в первую очередь государственных органов.

5. *Социальный капитал.* Помимо человеческого капитала, на стремление создать бизнес влияет социальный капитал. Социальное окружение способствует получению ресурсов, необходимых для начала собственного дела. Ресурсы могут быть как материальными, например беспроцентный кредит, выдаваемый члену семьи, так и нематериальными — информация о потенциальном заказе [Davidsson, Honig, 2003].

При определении влияния социального капитала принято рассматривать как тесные связи, т. е. наличие предпринимателей среди членов семьи [Aldrich, Cliff, 2003], так и дальние, предполагающие знакомство с предпринимателями.

Исследователи указывают, что дети, чьи родители имеют собственную компанию, чаще становятся предпринимателями [Aldrich, Cliff, 2003; Davidsson, Honig, 2003; Mueller, 2006]. Однако позитивная связь между наличием родителей-предпринимателей и желанием создать свою фирму проявляется не всегда [Kim, Aldrich, Keister, 2006]. Объяснение в большей степени связано не с негативным опытом, а с тем, что родители могут быть заинтересованы в продолжателях своего дела, поэтому дети предпринимателей вовлечены в управление существующим бизнесом, а не в создание нового.

Но не только родственные связи могут стимулировать создание собственного дела. Люди в два раза чаще становятся предпринимателями, если у них есть близкие друзья — предприниматели [Davidsson, Honig, 2003]. В российских условиях близость к бизнес-сообществу несомненно влияет на желание создать свою компанию.

6. *Уровень благосостояния.* Ограниченный доступ к получению банковского кредита, особенно в условиях финансового кризиса, приводит к тому, что высокое собственное благосостояние и благосостояние семьи облегчают начало собственного дела. Однако люди с очень высоким уровнем благосостояния могут вкладывать свои сбережения в приобретение акций, недвижимости или финансирование деятельности других в качестве неформальных инвесторов [Kim, Aldrich, Keister, 2006; Mueller, 2006]. Изучение уровня благосостояния в качестве фактора, влияющего на желание создавать бизнес, тесно связано с вопросами мотивации. Среди людей с низким уровнем достатка больше будет предпринимателей «по необходимости», т. е. тех, кто создает бизнес в силу обстоятельств, потому что у них нет других источников получения дохода. Те же, кто старается использовать открывающиеся бизнес-возможности, должны быть более обеспеченными. В целом можно предположить, что наблюдается позитивная связь между уровнем благосостояния и желанием начать свой бизнес.

Характеристики восприятия.

1. *Карьера и статус предпринимателя.* Помимо объективных характеристик на уровень активности нарождающихся предпринимателей влияет то, как индивидуумы оценивают преимущества, связанные с наличием собственного дела. Среди подобных факторов можно выделить ценность предпринимательства для развития карьеры, оценку престижности успешного предпринимательства в обществе и наличия предпринимательских способностей, зависящих от необходимого для начала предпринимательской деятельности образования и достаточно высокой самооценки.

Причины, заставляющие индивидуумов выбирать определенную карьеру, можно свести к таким факторам, как склонность к инновациям, желание повысить свою роль в обществе и быть признанным, стремление к финансовому успеху, независимости и самореализации. Предполагается, что

эти же факторы объясняют выбор карьеры предпринимателя [Carter et al., 2003]. Стремление к инновациям при выборе карьеры предпринимателя способствует удовлетворению потребности в личностном развитии, позволяет осуществлять идеи создания нового продукта, использовать передовые технологии [Shane, Venkataraman, 1991], продолжать процесс обучения [Birley, Westhead, 1994].

Общественное признание связано с достижением более высокого положения и получением большего влияния в обществе, уважением друзей [Schienberg, MacMillan, 1988; Shane, Venkataraman, 1991], а также с повышением престижа семьи [Birley, Westhead, 1994].

Финансовый успех предпринимательской деятельности связан не только с возможностью увеличения дохода, но и со стремлением финансово обезопасить себя и свою семью от потери заработка [Schienberg, MacMillan, 1988; Birley, Westhead, 1994].

Предпринимательство связано с возможностью получения независимости в работе, так как открытие собственного дела позволяет распоряжаться временем по своему усмотрению и предоставляет большую свободу в личной жизни [Schienberg, MacMillan, 1988; Shane, Kolvereid, Westhead, 1991]. Кроме того, независимость позволяет применять собственные подходы к организации деятельности компании [Birley, Westhead, 1994].

Успех или провал предстоят нарождающимся предпринимателям в будущем, поэтому оценка привлекательности собственного бизнеса в качестве карьеры отражает субъективные ожидания. При этом исследования показывают, что нарождающиеся предприниматели среди обозначенных выше факторов более значимыми считают независимость, финансовый успех и самореализацию [Carter et al., 2003].

Можно предположить, что среди нарождающихся предпринимателей доля тех, кто рассматривает предпринимательство как удачный выбор карьеры и тех, кто считает, что предприниматели обладают высоким положением в обществе, будет выше, чем в обществе в целом.

2. *Оценка наличия предпринимательских навыков.* Создание фирмы связано с намерениями осуществлять и контролировать организационные процессы для получения желаемого результата, что предполагает наличие предпринимательских навыков. На готовность начать свой бизнес влияют не только уровень образования и опыт, о чем говорилось выше, но и оценка индивидуумом своих знаний и умений как достаточных для начала собственного дела [Arenius, Minniti, 2005].

3. *Боязнь провала.* Страх провала в качестве фактора, влияющего на процесс включения в предпринимательскую деятельность, объясняется зависимостью предпринимательских решений от риска. Считается, что чем более индивидуум склонен рисковать и чем меньше он боится провала

своего начинания, тем больше вероятность того, что он станет предпринимателем [Arenius, Minniti, 2005].

Кроме описанных выше характеристик нарождающихся предпринимателей на активность создания компаний влияет ряд политико-экономических характеристик, следовательно уровень активности нарождающихся предпринимателей будет варьироваться по странам.

4. *Условия внешней среды.* Общее состояние внешней среды является стимулирующим или препятствующим развитию предпринимательства фактором. При изучении предпринимательства необходимо проанализировать политические, экономические, технологические и культурные условия, существующие в обществе.

К факторам, способным оказать воздействие на создание предприятий, можно отнести доступ к финансовым ресурсам [Kouriloff, 2000], государственное регулирование [Djankov et al., 2002; Wennekers et al., 2007], правительственные программы [Acs, Szerb, 2007] и т. д.

В результате изучения влияния условий внешней среды на бизнес было установлено, что на национальном уровне на деятельность компаний, уже присутствующих на рынке, оказывают воздействие общеэкономические условия развития, такие как открытость рынков, государственная политика в области создания и регулирования деятельности компаний, состояние финансовых рынков, рынка труда, развитие институтов. Для анализа перечисленных факторов используется национальная экономическая демографическая статистика, а также другая вторичная информация о состоянии внешней среды.

Предпринимательская активность определяется предпринимательским потенциалом общества [Reynolds, Bosma, Autio, 2005]. Возможности и мотивы создания компаний и развития предпринимательских способностей и навыков определяются:

- ♦ наличием финансовой поддержки;
- ♦ политикой государства;
- ♦ государственными программами;
- ♦ уровнем образования и профессиональной подготовки;
- ♦ простотой внедрения научно-технических разработок;
- ♦ качеством коммерческой и профессиональной инфраструктуры;
- ♦ открытостью рынка;
- ♦ доступностью физической инфраструктуры;
- ♦ культурными и социальными нормами.

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.

Данная идея легла в основу исследовательского проекта GEM, изучающего структурные условия развития предпринимательства и то, каким

образом изменение этих условий может повлиять на повышение уровня предпринимательской активности и, как результат, обеспечить более высокие темпы экономического роста.

ОПИСАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ НАРОЖДАЮЩИХСЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ПРОЕКТЕ GEM

Глобальный мониторинг предпринимательства представляет собой крупнейший исследовательский проект², направленный на формирование базы данных о предпринимательстве. База данных обновляется ежегодно и является источником информации для всестороннего анализа предпринимательства на национальном и глобальном уровнях. В 2007 г. в проекте принимали участие команды из 42 стран, включая Россию. Высшая школа менеджмента СПбГУ выступает основным участником проекта в России, в котором также принимает участие ГУ-ВШЭ (Москва).

В GEM проводится оценка количества вовлеченных в предпринимательскую деятельность людей в определенный период времени и выявляются факторы, которые приводят к успешному становлению бизнеса.

Основным источником информации в проекте является исследование взрослого трудоспособного населения с помощью специально разработанных анкет — Adult Population Surveys (APS). Репрезентативная национальная выборка должна составлять не менее 2000 человек взрослого населения и включать:

- ♦ лиц не младше возраста выпускников школы (может варьироваться от 14 до 18 лет в зависимости от страны);
- ♦ лиц не старше 64 лет;
- ♦ охватывать все географические регионы страны, включая городские и сельские территории.

В выборку могут быть включены лица, задействованные и незадействованные в трудовой деятельности (домохозяйки, пенсионеры, студенты).

Предоставляемая респондентами информация должна включать в себя такие сведения, как:

- ♦ точный возраст, в годах;
- ♦ пол;
- ♦ образование (респонденты должны быть сгруппированы в шесть категорий: «отсутствует», «незаконченное среднее», «среднее», «незаконченное высшее», «высшее», «ученая степень»);
- ♦ рабочий статус (респонденты должны быть сгруппированы в категории: «полная занятость», «частичная занятость», «безработный»,

² См. подр.: [Верховская, Дорохина, 2008].

«пенсионер или нетрудоспособный», «студент», «домохозяйка/домохозяин»);

- ♦ регион проживания респондента по усмотрению национальной команды.

ГЕМ использует для проведения обследования анкету, содержащую вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респондента к организации предпринимательской деятельности. Вопросы анкеты объединены в блоки, первый из которых направлен на выявление факта вовлеченности респондента в предпринимательскую деятельность (приложение 1).

Следующая часть вопросов данного блока связана с отношением к предпринимательству и подразделяется на две группы. Вопросы группы А касаются индивидуальных характеристик, вопросы группы В связаны с некоторыми национальными особенностями (приложение 2).

Тем, кто пытается создать новый бизнес и утвердительно ответил на вопросы *1a* и *1b* анкеты, задавались следующие вопросы:

- 2a* За последние 12 месяцев сделали ли Вы что-нибудь, что способствовало бы началу нового бизнеса? Например, искали ли Вы оборудование для предприятия или место для его расположения, создавали ли стартовую команду сотрудников или разрабатывали бизнес-план, начинали ли откладывать деньги или совершать иные действия, которые помогли бы новой компании начать работать?
- 2b* Вы лично будете владеть всем этим бизнесом, его частью или не будете владеть ничем?
- 2d* За период, превышающий три месяца, получены ли были от этой новой компании какие-нибудь денежные вознаграждения, включая и Ваши, в виде заработной платы за месяц, за неделю, или вознаграждения в натуральной форме?

Те, кто положительно ответил на вопросы *2a* и *2b* и отрицательно — на *2d*, относятся к нарождающимся предпринимателям.

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

Четвертый блок анкеты предназначен для тех, кто инвестировал в создание некоего предприятия. Вопросы связаны с объемом инвестиций, характером бизнеса, отношениями между инвестором и тем лицом, в чье дело он инвестировал, ожидаемой отдачей от инвестиций. Этот блок поз-

воляет оценить уровень неформальных инвестиций. Вопросы пятого блока связаны с выходом из бизнеса.

Ответы на поставленные вопросы позволяют сравнить индивидуальные особенности на национальные характеристики предпринимателей и тех, кто не вовлечен непосредственно в предпринимательскую деятельность.

Основным показателем, используемым для характеристики активности ранних предпринимателей, является индекс предпринимательской активности (Total Entrepreneurship Index — ТЕА). Он рассчитывается как процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса. Это не простая сумма показателей уровней активности нарождающихся предпринимателей и владельцев вновь созданного бизнеса. Если респондент вовлечен в оба вида предпринимательской деятельности, то его предпринимательская деятельность учитывается только один раз.

С 2006 г. участники российской команды GEM проводят опросы взрослого населения России по методике проекта. В 2006 г. выборка составляла 1894, в 2007 г. — 1939 человек³.

Участие в проекте стран с различными уровнями развития экономики, культурой и историей предпринимательства дает возможность говорить о серьезной дифференциации уровней предпринимательской активности (табл. 2).

Таблица 2

Уровни предпринимательской активности в странах — участницах проекта GEM в 2007 г., %

Страна	Нарождающиеся предприниматели	Владельцы вновь созданного бизнеса	Устоявшиеся предприниматели	Индекс предпринимательской активности
1	2	3	4	5
Австрия	1,50	1,00	6,00	2,36
Аргентина	7,75	7,10	9,96	14,43
Бельгия	2,71	0,44	1,40	3,15
Бразилия	4,29	8,72	9,94	12,72
Великобритания	2,92	2,70	5,01	5,53
Венгрия	3,77	3,10	4,83	6,86
Венесуэла	14,45	7,06	5,39	20,16
Голландия	2,68	2,55	6,36	5,18
Гонконг	5,71	4,29	5,57	,95

³ Сбор данных проводился группой исследователей ГУ–ВШЭ под руководством А. Ю. Чепуренко.

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5
Греция	4,58	1,13	13,31	5,71
Дания	2,34	3,11	6,00	5,39
Доминиканская Республика	9,80	7,22	7,57	16,75
Израиль	3,56	2,00	2,36	5,44
Индия	6,03	2,59	5,53	8,53
Ирландия	4,24	4,15	9,02	8,22
Исландия	8,50	4,54	8,77	12,48
Испания	3,49	4,31	6,38	7,62
Италия	3,61	1,47	5,56	5,01
Казахстан	4,32	5,25	5,77	9,36
Китай	6,89	10,01	8,39	16,43
Колумбия	8,02	15,53	11,56	22,72
Латвия	2,18	2,28	3,41	4,46
Норвегия	3,90	2,77	5,89	6,47
ОАЭ	4,60	4,09	3,38	8,44
Перу	15,11	12,22	15,25	25,89
Португалия	4,78	4,13	7,09	8,78
Пуэрто-Рико	1,59	1,65	2,40	3,06
Россия	1,33	1,34	1,68	2,67
Румыния	2,90	1,32	2,51	4,02
Сербия	4,75	4,01	5,27	8,56
Словения	30,20	1,76	4,59	4,78
США	6,48	3,42	4,97	9,61
Таиланд	9,37	18,6	21,35	26,87
Турция	1,87	3,71	5,46	5,58
Уругвай	7,37	4,97	6,57	12,21
Финляндия	4,35	2,71	7,58	6,91
Франция	2,31	0,86	1,74	3,17
Хорватия	5,31	1,96	4,22	7,27
Чили	7,28	6,53	8,73	13,43
Швеция	1,86	2,38	4,7	4,15
Швейцария	3,45	2,92	6,59	6,27
Япония	2,17	2,21	8,65	4,34

Источник: [Bosma et al., 2008, p. 16].

В 2007 г. в России уровень активности нарождающихся предпринимателей был самым низким среди стран — участниц проекта (рис. 1) и снизился по сравнению с 2006 г. более чем в 2 раза⁴.

Незначительное число нарождающихся предпринимателей в выборках 2006 и 2007 гг. не дает возможности проводить сравнение в динамике, но использование единой методики позволяет сгруппировать их в одну панель для проведения исследования. В итоге из 3833 респондентов в подвыборку нарождающихся предпринимателей было включено 92 человека.

Использование базы данных позволяет описать факторы, влияющие на желание создать бизнес, и оценить правильность предположений применительно к российскому нарождающемуся предпринимателю.

При проведении исследования анализировались:

- 1) половозрастная структура российского нарождающегося предпринимательства;
- 2) уровень образования российских нарождающихся предпринимателей;
- 3) распределение нарождающихся предпринимателей в зависимости от размера населенного пункта;
- 4) вовлеченность предпринимателей в бизнес-сообщество;
- 5) влияние индивидуального восприятия достаточности знаний и опыта, а также страха провала на выбор предпринимательства в качестве варианта карьеры;
- 6) оценка статуса предпринимателя и преимуществ карьеры предпринимателя при начале собственного дела.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ

Среди российских нарождающихся предпринимателей преобладают мужчины, их в 2,6 раза больше, чем женщин (табл. 3).

Таблица 3

Гендерная структура российских нарождающихся предпринимателей

Пол	Доля нарождающихся предпринимателей, %	Активность нарождающихся предпринимателей, %
Мужской	62,0	3,9
Женский	38,0	1,5

⁴ Уровень активности нарождающихся предпринимателей определяется как процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент нарождающимися предпринимателями, т. е. вовлеченных в создание бизнеса, выступая его владельцами или совладельцами. Компания существует более трех месяцев, при этом заработная плата или другие виды вознаграждения не выплачивались.

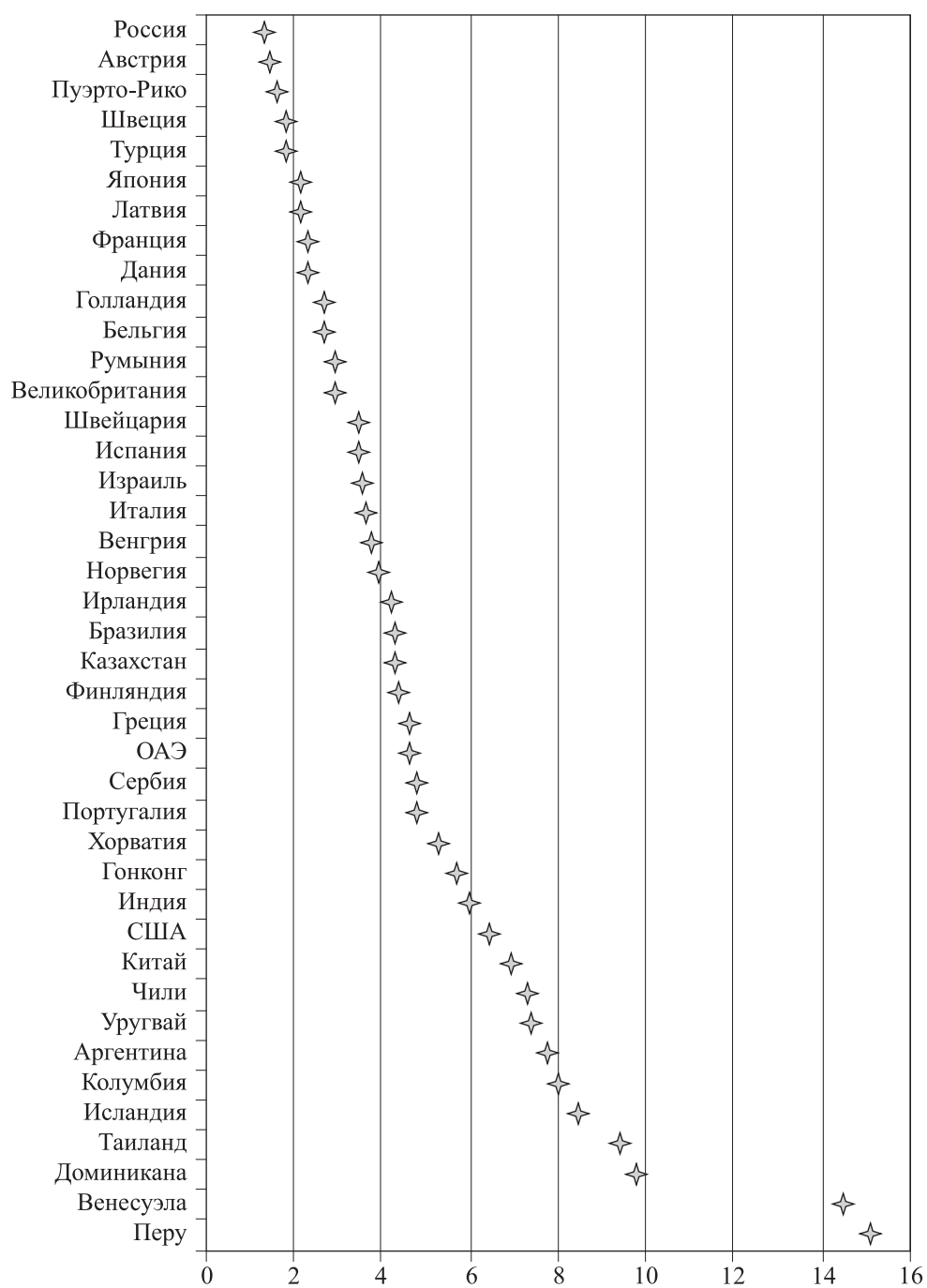


Рис. 1. Уровень активности нарождающихся предпринимателей в странах — участницах проекта GEM в 2007 г., %

Активность российских нарождающихся предпринимателей значительно различается по возрастным группам (табл. 4). Наиболее активны представители возрастной группы 25–34 года. Высокий уровень активности нарождающихся предпринимателей данной возрастной группы является типичным для стран — участниц проекта [Bosma et al., 2008].

Второе место по показателю активности в большинстве стран занимает возрастная группа 35–44 года, в России на втором месте находится наиболее молодая группа — 18–24 года. Это может рассматриваться как положительный факт, свидетельствующий о том, что молодое поколение в большей степени ориентировано на создание собственного бизнеса.

Таблица 4

Возрастная структура нарождающихся предпринимателей в России

Возрастная группа	Доля нарождающихся предпринимателей, %	Активность нарождающихся предпринимателей, %
18–24	28,3	3,6
25–34	37,0	4,0
35–44	26,1	3,1
45–54	5,4	0,6
55–64	3,3	0,5

В РФ наблюдается очень высокий разрыв между показателями активности наиболее молодых и старших возрастных групп (7–8 раз). Люди старше 45 лет в незначительной степени участвуют в создании компаний. Это можно объяснить подавлением частной инициативы на протяжении длительного времени. Воспитанные в условиях социализма люди ментально не готовы активно участвовать в создании собственного бизнеса, кроме того, большинство из них не имеют существенных накоплений, которые могли бы послужить для этого стартовым капиталом.

Наблюдаются различия активности нарождающихся предпринимателей и в зависимости от уровня образования (табл. 5). Для характеристики уровня образования были использованы шесть категорий: «незаконченное среднее», «среднее», «профессионально-техническое», «незаконченное высшее», «среднее специальное» и «высшее».

С ростом образования активность населения возрастает. Респонденты с высшим образованием в два раза чаще создают новые компании, чем выпускники профессионально-технических училищ и техникумов, и в 6 раз чаще, чем те, кто имеет только среднее образование. Таким образом, не подтвердилось предположение о том, что особенности секторального распределения российских компаний приводят к сглаживанию уровней активности разных образовательных групп. В России существует положительная

связь между полученным образованием и началом собственного дела. Решающими оказываются, скорее всего, не специальные знания, приобретенные в учебных заведениях, а общие навыки самостоятельного решения разнообразных задач.

Таблица 5

Образовательная структура нарождающихся предпринимателей в России

Образование	Доля нарождающихся предпринимателей, %	Активность нарождающихся предпринимателей, %
Начальное и незаконченное среднее	2,2	0,8
Среднее	15,2	1,7
Профессионально-техническое	8,7	1,6
Среднее специальное	26,1	2,0
Незаконченное высшее	12,0	4,8
Высшее	35,9	4,0

Равномерному развитию сельских и городских районов должна способствовать насыщенность предприятиями. Анализ предпринимательской активности респондентов в различных типах населенных пунктов выявил, что наиболее активны в создании новых бизнесов жители крупных городов с населением от 500 до 750 тыс. человек (табл. 6). В мегаполисах активность несколько ниже, что может свидетельствовать об относительной доступности работы в крупных устоявшихся компаниях. Высокая активность нарождающихся предпринимателей в сельской местности, напротив, может быть вызвана отсутствием предложения работы со стороны имеющихся компаний и сопровождаться более высокой долей вынужденных предпринимателей.

Наиболее низкий уровень активности наблюдается у жителей городов с численностью населения от 100 до 500 тыс. человек. Он на 1% ниже, чем в целом по выборке. Низкая предпринимательская активность в этом типе населенных пунктов может объясняться отсутствием в них потенциально прибыльных возможностей для создания нового бизнеса.

Как отмечалось, наличие бизнесменов среди друзей и знакомых оказывает позитивное воздействие на желание начать свое дело. Анализ показывает, что личное знакомство с предпринимателем оказывает значительное влияние на уровень активности нарождающихся предпринимателей. 95% нарождающихся предпринимателей указали, что знакомы с людьми, которые в течение последних 2 лет открыли свой бизнес, в то время как в целом по выборке об этом заявили лишь 35% респондентов. Связи с предпринимательским сообществом помогают предпринимателям-новичкам в

получении необходимой информации. Личное знакомство и возможность наблюдать за деятельностью предпринимателя, узнавать о результатах его работы снижают уровень неопределенности, ассоциирующейся с началом бизнеса [Arenius, Minniti, 2005].

Таблица 6

Распределение нарождающихся предпринимателей по типу населенных пунктов в России

Тип населенного пункта	Доля нарождающихся предпринимателей, %	Активность нарождающихся предпринимателей, %
Села и малые города (до 10 тыс. жителей)	22,8	2,4
Города от 10 до 100 тыс. жителей	15,2	2,0
Города от 100 до 500 тыс. жителей	10,9	1,5
Города от 500 до 750 тыс. жителей	18,5	3,2
Города от 750 и более тыс. жителей	32,6	2,9

Характеристики восприятия влияют на уровень предпринимательской активности (рис. 2). Существенные различия наблюдаются в оценке нарождающимися предпринимателями и населением в целом наличия у них достаточных знаний и опыта для начала нового дела (82 против 20%). Среди нарождающихся предпринимателей те, кто оценивает свои знания как достаточные для открытия бизнеса, встречаются в 4 раза чаще, чем в среднем среди россиян.

Страх провала бизнеса негативно влияет на желание стать предпринимателем. Среди нарождающихся предпринимателей тех, кому страх провала мешал открыть собственное дело, около 25%, в выборке в целом около 40% респондентов боятся неудачного исхода своего начинания, что удерживает их от выбора карьеры предпринимателя.

Можно отметить, что именно оценка своих знаний как недостаточных и боязнь провала на фоне восприятия условий внешней среды как неблагоприятных для начала нового дела обуславливают низкое значение показателей предпринимательской активности. Поэтому при достаточно высокой привлекательности предпринимательства (около 50% опрошенных считают, что большинство людей в России воспринимает открытие нового бизнеса как желательный выбор карьеры и предприниматели имеют высокий статус и пользуются уважением в обществе) индекс активности нарождающихся предпринимателей в среднем за 2006–2007 гг. составлял 2,4%.



Рис. 2. Оценка характеристик восприятия нарождающимися предпринимателями и населением в целом

Предположение о том, что среди нарождающихся предпринимателей доля тех, кто рассматривает предпринимательство как удачный выбор карьеры и считает, что предприниматели обладают высоким положением в обществе, будет выше, чем в среднем по выборке, не подтвердилось. Оценки карьеры и статуса нарождающимися предпринимателями и населением в целом различались незначительно, разрыв составлял около 3%, т. е. данные факторы незначимы при принятии решения о выборе предпринимательства в качестве варианта деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На количество вовлеченных в создание нового бизнеса людей влияют как индивидуальные характеристики, так и экономические, политические и культурные условия развития общества, обуславливающие значительные различия в уровнях активности нарождающихся предпринимателей между странами.

Количественная оценка предпринимательской активности в России свидетельствует о том, что уровень вовлеченности населения в создание новых компаний является самым низким среди экономически развитых стран. Причины низкой активности нарождающихся предпринимателей,

закрывающиеся в негативном влиянии факторов внешней среды, требуют дальнейшего изучения.

При формировании эффективной политики поддержки предпринимательской деятельности следует учитывать факторы, влияющие на выбор карьеры предпринимателя. В частности, различная степень вовлеченности мужчин и женщин в создание новых фирм требует разработки гендерных программ обучения и популяризации предпринимательства.

Наиболее существенные различия между нарождающимися предпринимателями и остальными респондентами выявлены при оценке фактора наличия личного знакомства с владельцами бизнеса, т. е. создание социальных сетей и возможностей для знакомства с предпринимателем, изучения успешного предпринимательского опыта могут оказать стимулирующее воздействие на предпринимательскую активность.

Оценка восприятия своих знаний и опыта как достаточных для создания компании играет существенную дифференцирующую роль в открытии бизнеса. Повышение предпринимательской активности может быть связано с пропагандой идей предпринимательства уже на ранних стадиях обучения (в начальной и средней школе) и развитием учебных курсов по предпринимательству.

Приложение 1

Блок анкеты APS: вовлеченность в предпринимательство

<i>1a</i>	В настоящее время Вы, в одиночку или с партнерами, пытаетесь открыть новый бизнес, включая индивидуальное предпринимательство или продажу товаров и услуг другим лицам
<i>1b</i>	В настоящее время Вы, в одиночку или с партнерами, пытаетесь открыть новый бизнес или начать какое-либо коммерческое предприятие для вашего работодателя, что является частью ваших функциональных обязанностей
<i>1c</i>	В настоящее время Вы, в одиночку или с партнерами, являетесь владельцем компании, которой Вы помогаете управлять, являетесь индивидуальным предпринимателем или занимаетесь продажей товаров и услуг другим лицам
<i>1d</i>	За последние три года Вы лично инвестировали денежные средства в новый бизнес, начатый кем-то другим, исключая покупку ценных бумаг или вложения в паевые фонды
<i>1e</i>	В ближайшие три года Вы, в одиночку или с партнерами, предполагаете начать новый бизнес, включая любой вид индивидуального частного предпринимательства
<i>1f</i>	За последние 12 месяцев Вы продали, закрыли бизнес, прервали деятельность или ушли из компании, которой владели, прекратили какой-нибудь вид деятельности индивидуального частного предпринимательства или продажу товаров и услуг другим лицам

Блок анкеты APS: отношение к предпринимательству**Группа А**

<i>Ig</i>	Вы лично знаете человека, который за последние 2 года открыл свой бизнес
<i>Ih</i>	В последующие шесть месяцев в том регионе, где Вы живете, будут созданы благоприятные условия для начала бизнеса
<i>Ii</i>	У Вас есть знания, навыки и опыт, необходимые для открытия бизнеса
<i>Ij</i>	Страх провала помешал бы вам начать свое дело

Группа В

<i>Ik</i>	В России большинство людей предпочло бы, чтобы все имели одинаковый уровень жизни
<i>Il</i>	В России большинство людей воспринимает открытие нового бизнеса как желательный выбор карьеры
<i>Im</i>	В России те люди, которые добились успеха в создании и развитии нового бизнеса, имеют высокий статус и уважение
<i>In</i>	В России Вы можете часто видеть в прессе статьи о новых успешных предпринимателях

Литература

- Верховская О. Р., Дорохина М. В.* Исследования предпринимательства в России в рамках Глобального мониторинга предпринимательства: основные результаты 2006–2007 гг. // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2008. Вып. 3. С. 33–60.
- Чепуренко А. Ю.* Социология предпринимательства: Учебник. М.: ГУ ВШЭ, 2007.
- Asc Z., Szerb I.* Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy // Small Business Economics. 2007. Vol. 27. P. 1–4.
- Aldrich H., Cliff J.* The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward a Family Embeddedness Perspective // Journal of Business Venturing. 2003. Vol. 18. N 5. P. 573–596.
- Arenius P., Minniti M.* Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship // Small Business Economics. 2005. Vol. 24. N 3. P. 233–247.
- Bergmann H., Sternberg R.* The Changing Face of Entrepreneurship in Germany // Small Business Economics. 2007. Vol. 28. N 2/3. P. 205–221.
- Birley S., Westhead P.* A Taxonomy of Business Start-up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size // Journal of Business Venturing. 1994. Vol. 9. N 1. P. 7–31.
- Bosma N., Jones K., Autio E., Levie J.* Global Entrepreneurship Monitor 2007. Executive Report. Babson Park, MA: Babson College, 2008.
- Carter N., Gartner W., Shaver K., Gatewood E.* The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs // Journal of Business Venturing. 2003. Vol. 18. N 1. P. 13–39.
- Davidsson P., Honig B.* The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs // Journal of Business Venturing. 2003. Vol. 18. N 3. P. 301–331.

- Delmar F., Davidsson P.* Where Do They Come From? Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2000. Vol. 12. N 1. P. 1–23.
- Djankov S., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A.* The Regulation of Entry // *Quarterly Journal of Economics*. 2002. Vol. 117. N 1. P. 1–37.
- Johnson P. S., Parker S. C., Wijbenga F.* Nascent Entrepreneurship Research: Achievements and Opportunities // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. N 1. P. 1–4.
- Kim P., Aldrich H., Keister L.* Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. N 2. P. 5–22.
- Kouriloff M.* Exploring Perceptions of a Priori Barriers to Entrepreneurship: A Multi-disciplinary Approach // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2000. Vol. 25. N 2. P. 59–79.
- Langowitz N., Minniti M.* Gender Differences and Nascent Entrepreneurship: Working Paper. 2005.
- Minniti M., Nardone C.* Being in Someone Else's Shoes: the Role of Gender in Nascent Entrepreneurship // *Small Business Economics*. 2007. Vol. 28. N 2/3. P. 223–238.
- Mueller P.* Entrepreneurship in the Region: Breeding Ground for Nascent Entrepreneurs // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. N 1. P. 41–58.
- Parker S. C., Gartner W. B.* Introduction to the Special Issue on Entrepreneurship and New Venture Creation // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2004. Vol. 28. N 5. P. 413–417.
- Reynolds P., Bosma N., Autio E.* Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection, Design and Implementation 1998–2003 // *Small Business Economics*. 2005. Vol. 24. N 3. P. 205–231.
- Scheinberg S., MacMillan I. C.* An 11-Country Study of Motivations to Start a Business // *Frontiers of Entrepreneurship Research* / Eds. B. A. Kirchoff, W. A. Long, W. E. McMullan, K. H. Vesper, W. E. Wetzel. Wellesley, MA: Babson College, 1988. P. 669–687.
- Shane S., Venkataraman S.* The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research // *Academy of Management Review*. 2000. Vol. 25. N 1. P. 217–226
- Shane S., Kolvereid L., Westhead P.* An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation across Country and Gender // *Journal of Business Venturing*. 1991. Vol. 6. N 6. P. 431–446.
- Wennekers S., van Stel A., Thurik R., Reynolds P.* The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship // *Small Business Economics*. 2007. Vol. 28. N 2/3. P. 171–186.

Статья поступила в редакцию 9 декабря 2008 г.