

О. Р. Верховская, М. В. Дорохина

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ И ПОТЕНЦИАЛ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ (по материалам проекта  
«Глобальный мониторинг предпринимательства», 2006–2010 гг.)**

В статье исследуется предпринимательская активность и анализируется влияние факторов восприятия населением предпринимательства на потенциал его развития. Рассматривается отношение к предпринимательству в обществе как один из факторов формирования предпринимательских намерений, описываются мотивы предпринимательской деятельности, изучаются основные причины выхода из бизнеса. Эмпирической основой анализа явились данные опроса взрослого населения, проводившегося в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM) в 2006–2010 гг.

*Ключевые слова:* глобальный мониторинг предпринимательства (GEM), индекс предпринимательской активности, нарождающиеся предприниматели, ранние предприниматели, устоявшиеся предприниматели, потенциальные предприниматели, предпринимательские намерения, потенциал предпринимательства.

В настоящее время процветание экономики во многом связывается с развитием предпринимательского сектора. Изучение вклада предпринимательства в создание ВВП, новых рабочих мест, поступлений в бюджет подразумевает выявление факторов, лежащих в основе предпринимательской активности. Для формирования политики в области предпринимательства необходимо изучать причины, влияющие на активность создания бизнеса, а также оценивать имеющийся потенциал предпринимательства.

В России вклад предпринимательского сектора в создание ВВП незначителен по сравнению не только с развитыми экономиками, но и со странами, близкими ей по уровню экономического развития.<sup>1</sup> Это может быть

---

<sup>1</sup> По данным общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России», вклад малого и среднего бизнеса в ВВП в России составляет 20–25%, в Китае — 75%, а в экономически развитых странах — 50–70% (<http://opora.ru/news/visitors/23062/>).

© О. Р. Верховская, М. В. Дорохина, 2011

связано и с развитием институциональной среды, и с микроэкономическими факторами.

Целью данной статьи является описание предпринимательской активности в России, а также анализ влияния характеристик восприятия предпринимательства на потенциал его развития. Сопоставление России со странами с развитой культурой предпринимательства позволяет определить точки роста предпринимательской активности. При этом авторы не ставят задачу разработки многофакторной модели взаимосвязи предпринимательской активности, предпринимательских намерений и макроэкономических факторов.

Информационной базой исследования выступают данные проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM), основная задача которого — установление характера связи между предпринимательской активностью и экономическим ростом. В настоящее время исследователями проекта GEM накоплена крупнейшая база данных о предпринимательстве. Количество стран-участниц постоянно расширяется. В 2010 г. в исследовании было задействовано более 175 тыс. человек из 59 стран. Россия принимает участие в проекте с 2006 г.

Основным источником информации об уровне предпринимательской активности и предпринимательских предпочтениях выступает опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Survey — APS). Все страны — участницы проекта используют для проведения исследования анкету, содержащую вопросы, ответы на которые характеризуют отношение респондентов к организации предпринимательской деятельности и включенность индивидов в предпринимательский процесс. Репрезентативная выборка составляет не менее 2 тыс. респондентов. Уникальной особенностью исследования является возможность исчисления тех, кто еще не создал свою компанию и в силу этого не регистрируются органами государственной статистики.

В рамках проекта GEM предпринимательская активность рассматривается как динамический процесс. Методология проекта предполагает анализ различных стадий развития предпринимательства: от потенциальных и нарождающихся предпринимателей к ранним и устоявшимся компаниям [Reynolds, Bosma, Autio, 2005].

Статья начинается с обзора литературы, посвященной исследованию влияния характеристик восприятия на уровень предпринимательской активности. Затем, на основе данных проекта GEM за 2006–2010 гг., анализируется динамика основных показателей предпринимательской активности и факторов восприятия населением предпринимательства, которые могут оказать положительное влияние на развитие предпринимательского потенциала страны.

## ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

В исследованиях предпринимательства значительное количество работ посвящено установлению связи между предпринимательской активностью и факторами, оказывающими на нее влияние [Arenius, Minniti, 2005; Audretsch, Kleinbach, Lehmann, 2006; Carree, Thurik, 2006; Stel, Carree, Thurik, 2005; Acs, Szerb, 2007; 2010; Koellinger, Thurik, 2009]. Одни характеристики связаны с социально-экономическим развитием страны и описываются такими макроэкономическими индикаторами, как ВВП, уровни безработицы и инфляции. Другие зависят от личностных характеристик и лучше описываются микроэкономическими индикаторами. Среди последних можно выделить как объективные, так и субъективные показатели: к объективным относятся такие экономико-демографические характеристики, как пол, возраст, образование, тип занятости; к субъективным — характеристики восприятия и предпочтений. Безусловно, макро- и микроэкономические индикаторы тесно взаимосвязаны [Minniti, 2010].

Изучение предпринимательской активности предполагает выявление личностных характеристик восприятия возможностей и способностей к созданию бизнеса, а также исследование отношения к предпринимательству в обществе. Одним из изучаемых параметров выступает доля людей, уверенных в возможности создания успешного бизнеса. Уверенность объясняется восприятием индивида своих знаний и навыков как достаточных для создания собственного дела, а также степенью неприятия риска.

Исследования показывают, что существует положительная связь между самооценкой предпринимательских навыков и решением о создании компании. При этом на начинающих предпринимателей восприятие достаточности навыков оказывает большее мотивирующее воздействие, чем на опытных предпринимателей [Kollingeretal, Minniti, Schade, 2007], так как у первых еще нет результатов, подтверждающих успешность их бизнес-идеи. Понимание того, что индивид обладает способностью выполнить поставленную задачу, влияет как на предпринимательские намерения, так и на действия по их реализации [Boyd, Vozikis, 1994].

Исследовательский интерес к такой категории, как риск, исходит из предположения о том, что решение в небольшой предпринимательской фирме, как правило, принимается собственником единолично, в отличие от крупной компании с несколькими заинтересованными сторонами. Поэтому уровень неприятия риска, проявляющийся в решениях фирмы, главным образом зависит от уровня неприятия риска самим предпринимателем [Kok, Verheul, van Praag, 2011].

Начало собственного дела неизбежно связано с неопределенностью и соответствующим риском, который предприниматель осознанно берет на

себя для реализации поставленной цели. Способность принимать на себя риски составляет социально-экономическую функцию предпринимателя и отличает его от наемного менеджера [Knight, 1971; Kihlstrom, Laffont, 1979]. Однако эмпирические исследования не всегда подтверждают предположение о том, что предприниматели и непредприниматели отличаются по этому параметру [Brockhaus, 1980; Masters, Meier, 1988; Stewart, Roth, 2001; Miner, Raju, 2004]: часто, наоборот, предприниматели демонстрируют большее неприятие риска, чем наемные служащие. Одной из причин этого, вероятно, выступает различная трактовка понятия «риск» [Wu, Knott, 2006].

Толерантность к риску является важным вопросом, требующим эмпирической верификации. В работе [Wu, Knott, 2006] показано, что следует проводить различия между выбором вынужденного предпринимательского риска и способностью рисковать. Кроме того, субъективное восприятие риска во многом зависит от накопленного опыта, связанного с предпринимательской деятельностью [Weber, Milliman, 1997]. Несмотря на различия в подходах, существует общее понимание того, что индивиды, не готовые взять на себя риск и опасющиеся быть неуспешными, с меньшей вероятностью создадут собственный бизнес [Minniti, 2010].

Как субъективное восприятие знаний и навыков, так и степень неприятия рисков оказывают воздействие на способность идентифицировать и использовать открывающиеся бизнес-возможности. Ряд исследователей (см., напр.: [Kirzner, 1979; Casson, 1982]) рассматривают предпринимательство как выявление и реализацию возможностей. В работе [Harper, 1998] отмечается, что если индивид свободен в реализации открывающихся возможностей и может контролировать изменения, то это способствует его решению о создании собственного дела. Таким образом, можно предположить, что чем больше людей положительно оценивают условия для создания бизнеса, тем выше уровень предпринимательской активности. На восприятие бизнес-возможностей влияет множество факторов, включая общеэкономические условия развития страны/региона, развитость культуры предпринимательства, исторический опыт, образование.

Совокупность описанных выше факторов не только оказывает влияние на предпринимательскую активность, но и дает возможность оценить предпринимательский потенциал страны. При определении современного предпринимателя ведущие школы бизнеса в области обучения предпринимательства делают акцент на то, что предприниматель стремится воспользоваться открывающейся возможностью без учета того, имеются ли у него для этого необходимые ресурсы. Поэтому стремление использовать существующие возможности является характеристикой предпринимателя

и отличает его от непредпринимателя. Среди мотивированных возможностью можно выделить тех, кто использовал ее, и тех, кто только планирует это сделать. Вероятность открытия собственного дела тем выше, чем выше оценивает индивид собственные знания и навыки, необходимые для этого, и чем выше у него склонность к риску. Таким образом, предпринимательским потенциалом страны можно считать количество людей, которые видят возможности, считают себя способными к созданию собственного бизнеса и не испытывают страха провала своих начинаний.

Важной характеристикой потенциального предпринимательства является количество людей, планирующих открыть свой бизнес. Рост уровня предпринимательской активности в стране зависит от роста численности жителей, обладающих предпринимательскими намерениями, т. е. желанием создать собственный бизнес [Krueger, Reilly, Carsrud, 2000].

В ряде работ, посвященных предпринимательским намерениям, устанавливается значимая связь между предпринимательской активностью и личным знакомством с предпринимателем [Klyver, Schott, 2011]. Исследователи указывают, что дети, чьи родители имеют собственную компанию, чаще становятся предпринимателями [Aldrich, Cliff, 2003; Mueller, 2006]. 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]. Особенное значение создание социальных связей приобретает в бедных странах [Yunus, 2007; Minitti, 2010].

Личные характеристики восприятия лишь частично объясняют различия в предпринимательской активности в стране, на которую также влияет сложившееся отношение к предпринимательской деятельности. Оценить его можно такими индикаторами, как привлекательность карьеры предпринимателя и статус предпринимателя в обществе. В случае если население рассматривает предпринимательскую деятельность как экономически значимую, существует большая вероятность того, что предприниматели пользуются уважением в обществе и имеют высокий социальный статус. Это, в свою очередь, приводит к тому, что в таких странах будет более высокий уровень предпринимательской активности [Jackson, Rodkey, 1994].

Привлекательность карьеры предпринимателя зависит от желания повысить свою роль в обществе и быть признанным, стремления к финансовому успеху, независимости и самореализации [Carter et al., 2003]. Выбор карьеры предпринимателя способствует удовлетворению потребности в личностном развитии, позволяет создавать новые продукты, использовать передовые технологии [Shane, Kolvereid, Westhead, 1991], продолжать процесс обучения [Birley, Westhead, 1994]. Интерес к карьере предпринимателя

может также зависеть от спроса на труд в крупных компаниях, способных предоставить привлекательную работу при высокой оплате труда.

Общественное признание связано с достижением более высокого положения и получением большего влияния в обществе, уважением друзей [Schienberg, MacMillan, 1988; Shane, Kolvereid, Westhead, 1991].

Таким образом, исследования показывают, что характеристики восприятия оказывают воздействие на создание новых компаний, однако даже при схожих их уровнях предпринимательская активность в разных странах различна. Влияние на предпринимательскую активность оказывают одни и те же факторы, вместе с тем при их комбинациях уровень активности может существенно варьироваться.

Несмотря на практическую значимость определения факторов, оказывающих положительное влияние на предпринимательскую активность, в России этой теме посвящено незначительное количество публикаций. Основное внимание российских исследователей уделяется количественному исчислению малых предприятий и их отношениям с государством (см., напр.: [Блинов, 1995; Архипов, 1997] и др.), изучению существующих фирм [Муравьев, Игнатъев, Крутик, 1999; Широкова, Шаталов, 2009; Широкова, Куликов, 2010], а также анализу места и роли предпринимателей в социальной иерархии общества [Заславская, 1995; Радаев, 1993; Шкаратан, 1994].

Непосредственное изучение предпринимательской активности в России и ее связи с предпринимательскими намерениями стало темой небольшого количества работ [Тихонова, Чепуренко, 2004; Верховская, Дорохина, 2008а; 2008б; Алимова, Образцова, Чепуренко, 2010; Djankov, Migueletal, 2005; Zhuplev, Shtykho, 2009; Obratsova, Chepurenko, 2010]. Это можно объяснить тем, что существующие статистические данные не дают возможности оценить эту взаимосвязь.

Использование данных международных исследований, основанных на изучении предпринимательской активности взрослого трудоспособного населения, в значительной степени позволяет преодолеть указанные ограничения. Изучение предпринимательства в России в рамках исследовательского проекта GEM дает возможность количественно оценить предпринимательскую активность и измерить потенциал российского предпринимательства.

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ**

**Индексы предпринимательской активности.** Для оценки предпринимательской активности в стране используется ряд показателей (Приложении 1). Данные GEM свидетельствуют о различиях как в предпринимательском потенциале, так и в процессе создания новых компаний в странах

с разным уровнем экономического развития<sup>2</sup>. В Приложении 2 приведены данные о предпринимательской активности стран — участниц GEM в 2010 г. Страны сгруппированы по стадиям экономического развития, каждая из них обладает уникальным набором социально-экономических условий, влияющих на уровень предпринимательской активности. Однако можно вести речь как об общих характеристиках каждой группы стран, так и о существовании региональных особенностей. Различия в уровнях предпринимательской активности в странах, характеризующихся разным уровнем экономического развития, наблюдаются на протяжении всего периода существования проекта.

Значения индексов ранней предпринимательской активности и активности устоявшихся предпринимателей в России на протяжении периода участия в проекте относительно устойчивы (рис. 1). Самый высокий индекс ранней предпринимательской активности был зафиксирован в 2006 г. — 4,9%. В 2007 г. этот показатель сократился, одной из причин мог быть рост спроса на труд со стороны крупных компаний, предлагающих привлекательный уровень заработной платы. Кризис 2008–2009 гг. привел к сокращению персонала в крупных компаниях, что могло вынудить людей заняться предпринимательством. Тем не менее, несмотря на ожидания роста предпринимательской активности, индекс ТЕА в России не вырос ни в 2009 г., ни в 2010 г., оставшись на уровне 3,9%.

Уровень активности устоявшихся предпринимателей имеет еще более низкие значения и колеблется в диапазоне от 2,1% в 2007 г. до 2,8% в 2010 г. Эти данные позволяют говорить о том, что в России не только низкая вовлеченность в создание бизнеса, но и низкая его выживаемость.

Доля устоявшихся предпринимателей в России в 2010 г. составила 42% от числа общей предпринимательской активности населения, что характерно для эффективно-ориентированных экономик, где уровень выжива-

---

<sup>2</sup> GEM использует классификацию стран, предложенную Global Competitiveness Report [Porter, Sachs, McArthur, 2002]. Среди стран — участниц проекта в 2011 г. к инновационно-ориентированным экономикам (Innovation-driven economies) были отнесены: Австралия, Бельгия, Великобритания, Германия, Голландия, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Исландия, Испания, Италия, Норвегия, Португалия, Республика Корея, Словения, США, Финляндия, Франция, Швейцария, Швеция, Япония; к эффективно-ориентированным экономикам (Efficiency-driven economies) — Аргентина, Босния и Герцеговина, Бразилия, Венгрия, Китай, Колумбия, Коста-Рика, Латвия, Македония, Малайзия, Мексика, Черногория, Перу, Россия, Румыния, Тайвань, Тринидад и Тобаго, Тунис, Турция, Уругвай, Хорватия, Чили, Эквадор, Южная Африка; к ресурсно-ориентированным экономикам (Factor-driven economies) — Ангола, Боливия, Вануату, Гана, Гватемала, Египет, Замбия, Иран, Пакистан, Саудовская Аравия, сектор Газа, Уганда, Ямайка.

емости компании достаточно невысок; в среднем только 40% всех предпринимателей удается достичь определенной устойчивости в бизнесе.

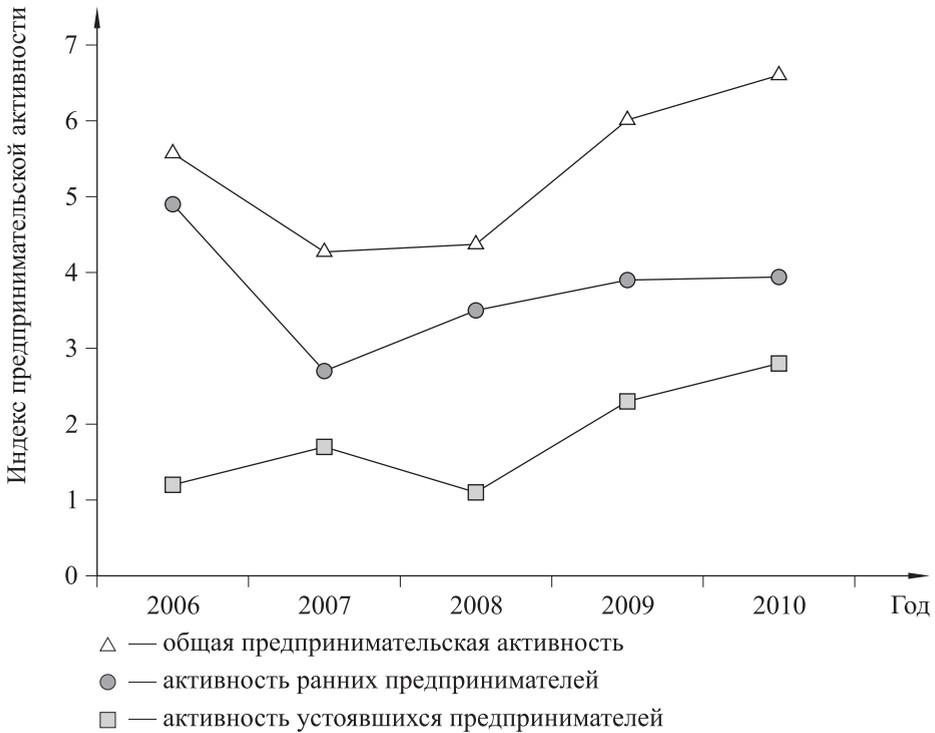


Рис. 1. Динамика индексов предпринимательской активности в России, 2006–2010 гг., %

Источник: APS Russia 2006–2010.

Данные GEM свидетельствуют о том, что в экономически развитых странах число компаний, работающих дольше 3,5 года, значительно превышает количество вновь создаваемых компаний. Если в среднем доля устоявшегося бизнеса в структуре всех предпринимателей в ресурсно-ориентированных экономиках составляет около 35%, в эффективно-ориентированных — 40%, то в инновационно-ориентированных — 56% (рис. 2). Лидеры по этому показателю — Греция, Япония, Испания, Швейцария и Финляндия, где более 60% предпринимателей выступают владельцами компаний, которые существуют на рынке дольше 3,5 года.

Таким образом, необходимым условием развития предпринимательского сектора в России является не только стимулирование открытия новых фирм, но и создание условий для выживания устоявшихся компаний.

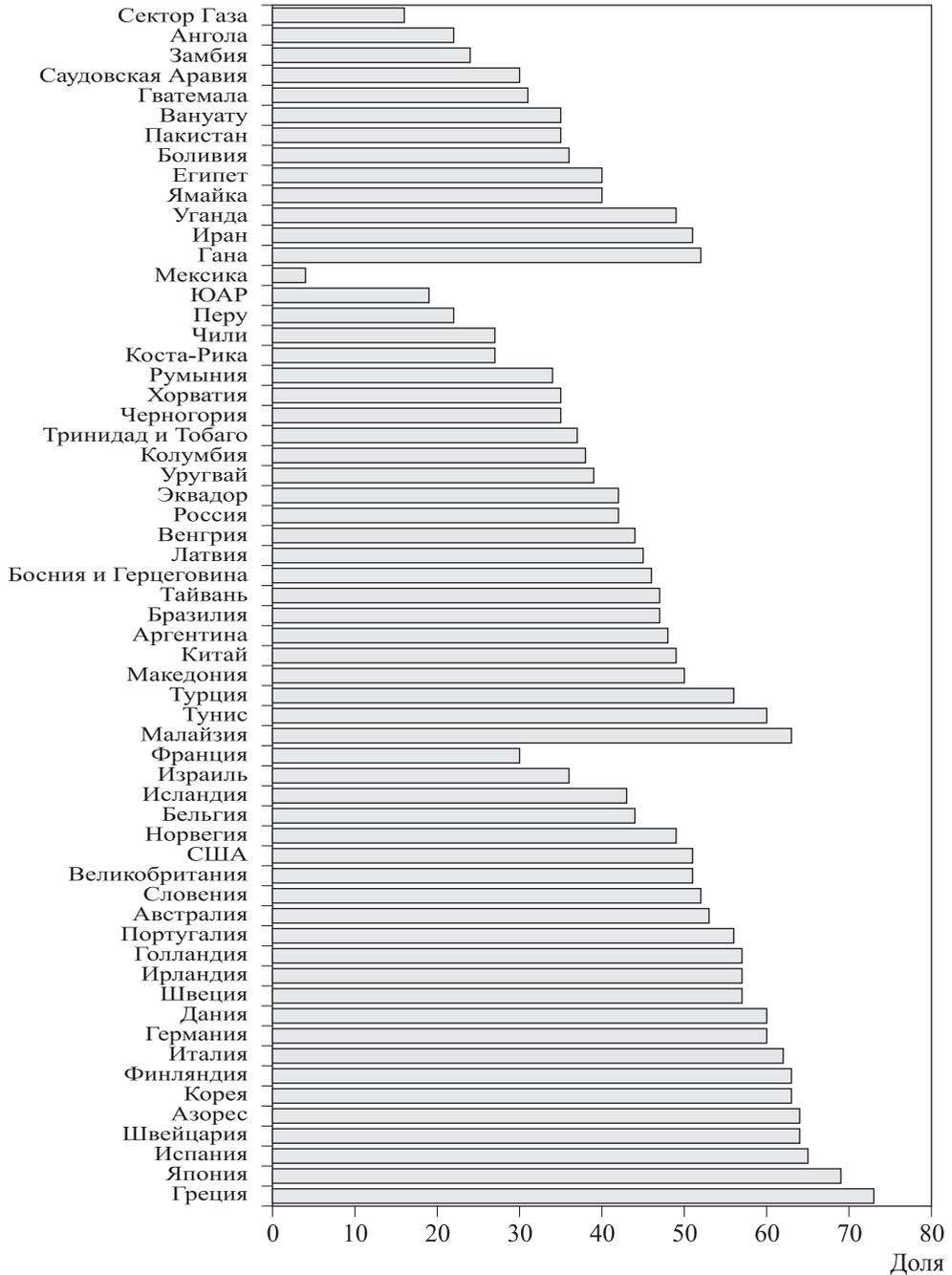


Рис. 2. Доля устоявшихся предпринимателей в общем числе предпринимателей, 2010 г., %

Источник: APS 2010.

**Закрытие бизнеса.** Предпринимательская активность измеряется количеством не только вновь созданных, но и вышедших из бизнеса компаний. В ряде стран уровень выхода из бизнеса сопоставим, а иногда и превышает уровень ранней предпринимательской активности (Приложение 2). В инновационно-ориентированных экономиках уровень выхода из бизнеса существенно ниже (средний уровень составляет 2,3%), чем в ресурсно- (12,5%) и эффективно-ориентированных (4,4%). Наряду с показателями ранней и устоявшейся предпринимательской активности, уровень выхода из бизнеса может рассматриваться как показатель динамики предпринимательства в обществе. Однако сравнение уровня раннего предпринимательства и показателя смертности компании не дает полного представления о расширении предпринимательства.

Отношение индекса нарождающегося предпринимательства к индексу выхода из бизнеса позволяет оценить степень расширения предпринимательского сектора. В более трети стран — участниц проекта значение этого коэффициента в 2010 г. составляло меньше 1. При этом связи между коэффициентом расширения предпринимательства и уровнем экономического развития не наблюдается (рис. 3).

В России в 2010 г. количество начинающих свое дело предпринимателей существенно превысило число выбывших из бизнеса. Значение коэффициента расширения предпринимательства составило 2,84, что существенно превышает показатели 2008 и 2009 гг. — 1,5 и 0,8 соответственно. Безусловно, это демонстрирует положительную динамику развития предпринимательского сектора.

Необходимо отметить, что выход из бизнеса не всегда сопряжен с закрытием компании. Предпринимательская фирма, в случае если ее собственники покинули компанию, может продолжить функционирование с другими собственниками или в другой форме. В России в 2010 г. прекратили существование практически 90% бизнесов. Причем это одно из самых высоких значений данного показателя среди стран — участниц проекта. Причины прекращения деятельности, вероятно, кроются во внешних условиях развития предпринимательства в стране.

На протяжении последних трех лет исследований во всех типах экономик при ответе на вопрос о мотивах выхода из бизнеса респонденты указывают на возрастание роли финансовых причин, включающих нерентабельность бизнеса и трудности с доступом к финансированию. И хотя в среднем нерентабельность предприятий в инновационно-ориентированных странах послужила причиной закрытия большего числа фирм, чем в других типах экономик, в совокупности финансовые мотивы закрытия бизнеса (60%) отмечались чаще в ресурсно- и эффективно-ориентированных экономиках (рис. 4). В экономически менее развитых странах отсутствие доступа к финансированию занимает важное место в структуре причин выхода.

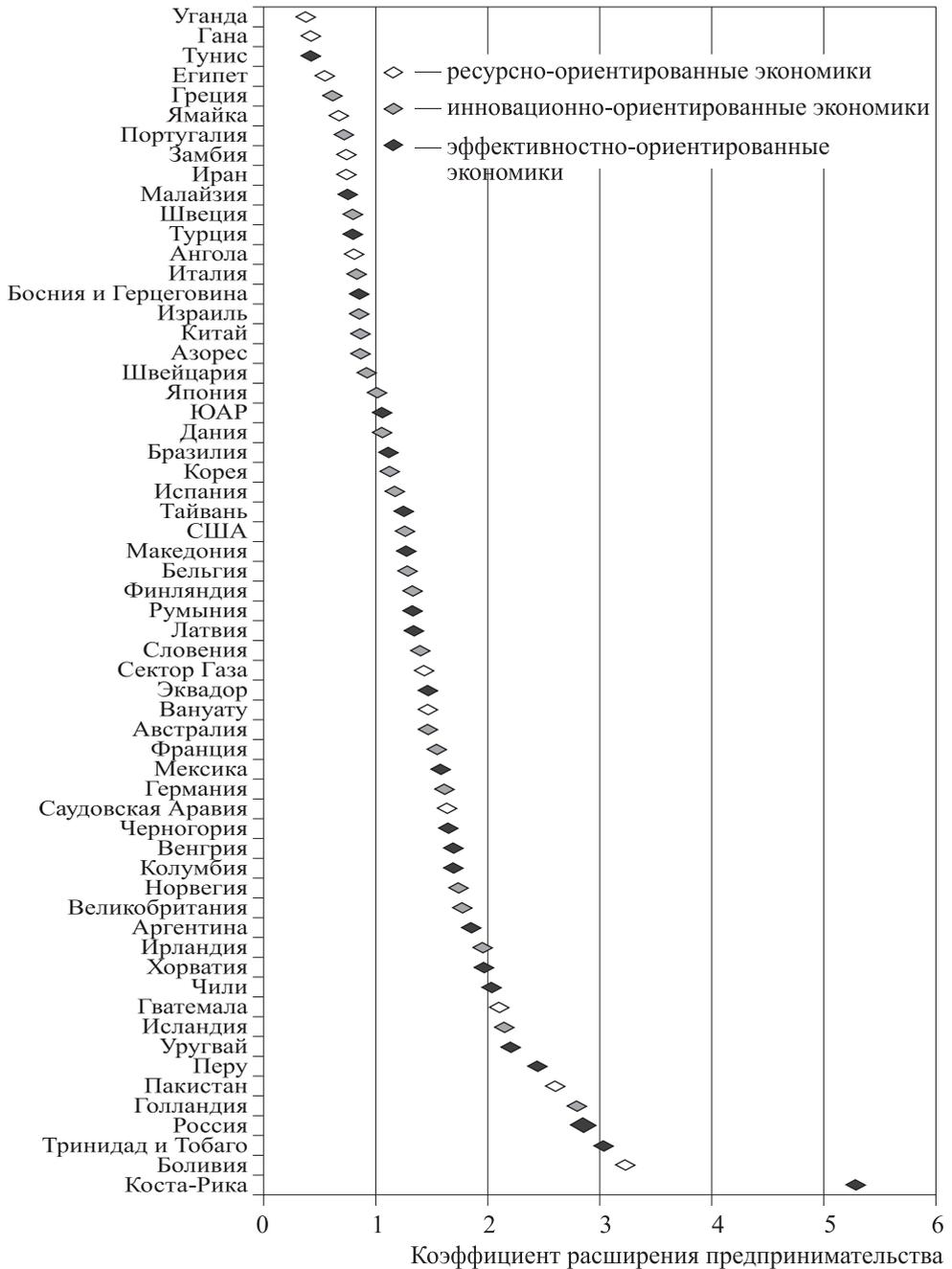


Рис. 3. Значение коэффициента расширения предпринимательства в различных типах экономик, 2010 г., %

Источник: APS 2010.

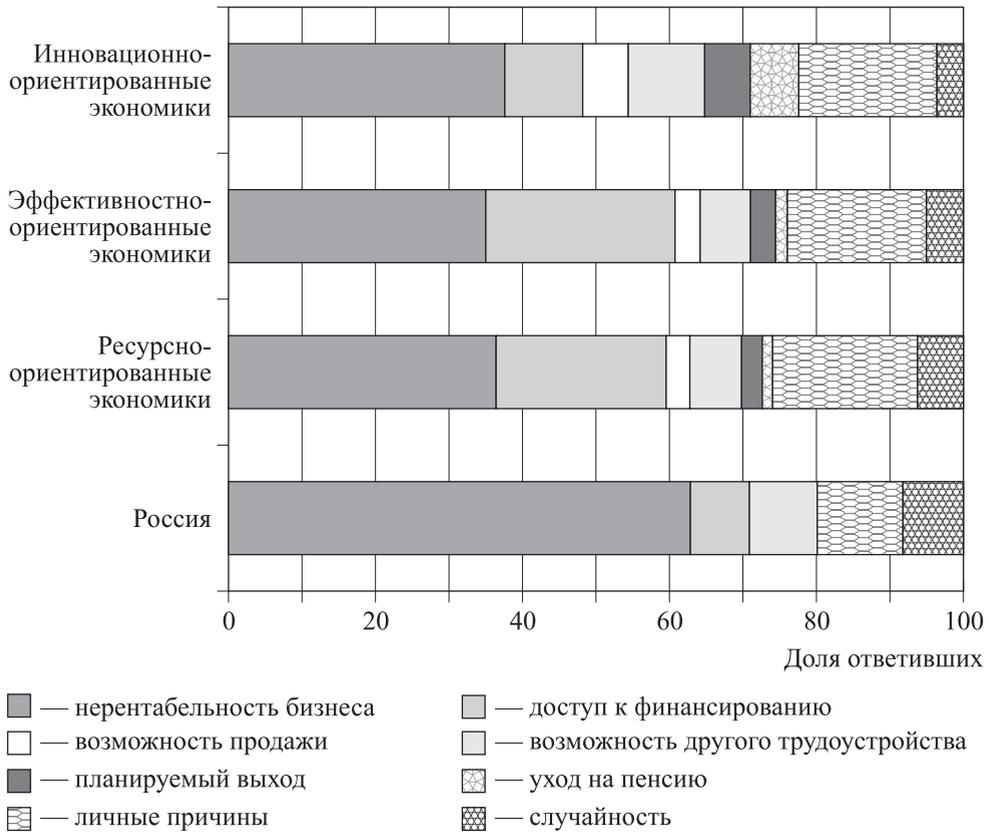


Рис. 4. Причины выхода из бизнеса в странах — участницах GEM и России, 2010 г., %  
Источник: APS 2010.

Анализ мотивов выхода из бизнеса позволяет сделать вывод о том, что в среднем в инновационно-ориентированных экономиках доля таких причин, как «возможность другого трудоустройства», «возможность продажи» и «планируемый выход», несколько выше, чем в других странах. Это можно объяснить более высокой степенью развитости рынка, на котором существует больше возможностей и для предпринимательского выбора.

В России основной причиной закрытия бизнеса была названа убыточность компании, доля этого мотива очень высока — 63% от числа всех выходов. Нерентабельность бизнеса в совокупности со сложностями привлечения финансирования в 2010 г. стала толчком для прекращения деятельности 73% предпринимателей. Это существенно выше, чем в 2009 г., когда 45% предпринимателей вышли из бизнеса по финансовым причинам.

**Мотивы предпринимательской деятельности.** Для оценки характера предпринимательской активности важное значение имеет понимание побу-

дительных мотивов создания бизнеса. Методика проекта GEM предполагает выделение двух типов предпринимателей: предпринимателей «по необходимости», или вынужденных предпринимателей, и предпринимателей «по возможности», или добровольных предпринимателей. Последние в свою очередь разделены на три группы. К первой группе относятся те, кто в качестве основного мотива называет увеличение дохода. Для представителей второй группы главный мотив — независимость. Третью группу составляют те, кто использует возможности предпринимательства для поддержания дохода; фактически данная группа предпринимателей близка к предпринимателям «по необходимости».

Методика GEM основывается на предположении о наличии связи между уровнем развития экономики и мотивацией предпринимателей. На протяжении ряда лет существования проекта в инновационно-ориентированных экономиках большинство респондентов отмечали, что вовлечены в предпринимательскую деятельность, потому что видят перед собой открывающиеся возможности. В 2010 г. в среднем по этой группе стран доля предпринимателей «по возможности» составила 75%.

В ресурсно-ориентированных экономиках предпринимательство — чаще вынужденный шаг, тем не менее различия в средних значениях между ресурсно- и эффективно-ориентированными странами не столь велики (34 и 31% соответственно). Различия же внутри групп достаточно существенны.

На протяжении периода исследований в России соотношение вынужденных предпринимателей и предпринимателей, использующих возникающие возможности, было устойчиво, и доля предпринимателей «по возможности» составляла более 70%. Тем не менее в 2010 г. наблюдался 10%-й рост числа вынужденных предпринимателей. Относительно выравнялось число мужчин и женщин, вовлеченных в раннее предпринимательство «по возможности». Если в 2009 г. 73% мужчин и 61% женщин, вовлеченных в раннюю предпринимательскую активность, видели новые возможности и поэтому занимались предпринимательством, то в 2010 г. доля женщин сохранилась, а доля мужчин — снизилась до 65%.

На рис. 5 представлена динамика численности вынужденных ранних предпринимателей в 2009–2010 гг. в различных странах. Можно отметить, что страны, участвующие в этих исследовательских циклах, неодинаково отреагировали на изменяющиеся внешние условия. Наиболее существенно выросла доля вынужденных предпринимателей во Франции и Норвегии, где увеличение составило более 40%, и в Швейцарии — более 50%. Позитивную тенденцию снижения числа предпринимателей «по необходимости» и, соответственно, увеличения доли предпринимателей «по возможности» продемонстрировали Малайзия, Гватемала и Великобритания.

Предпринимательская активность и потенциал предпринимательства в России...

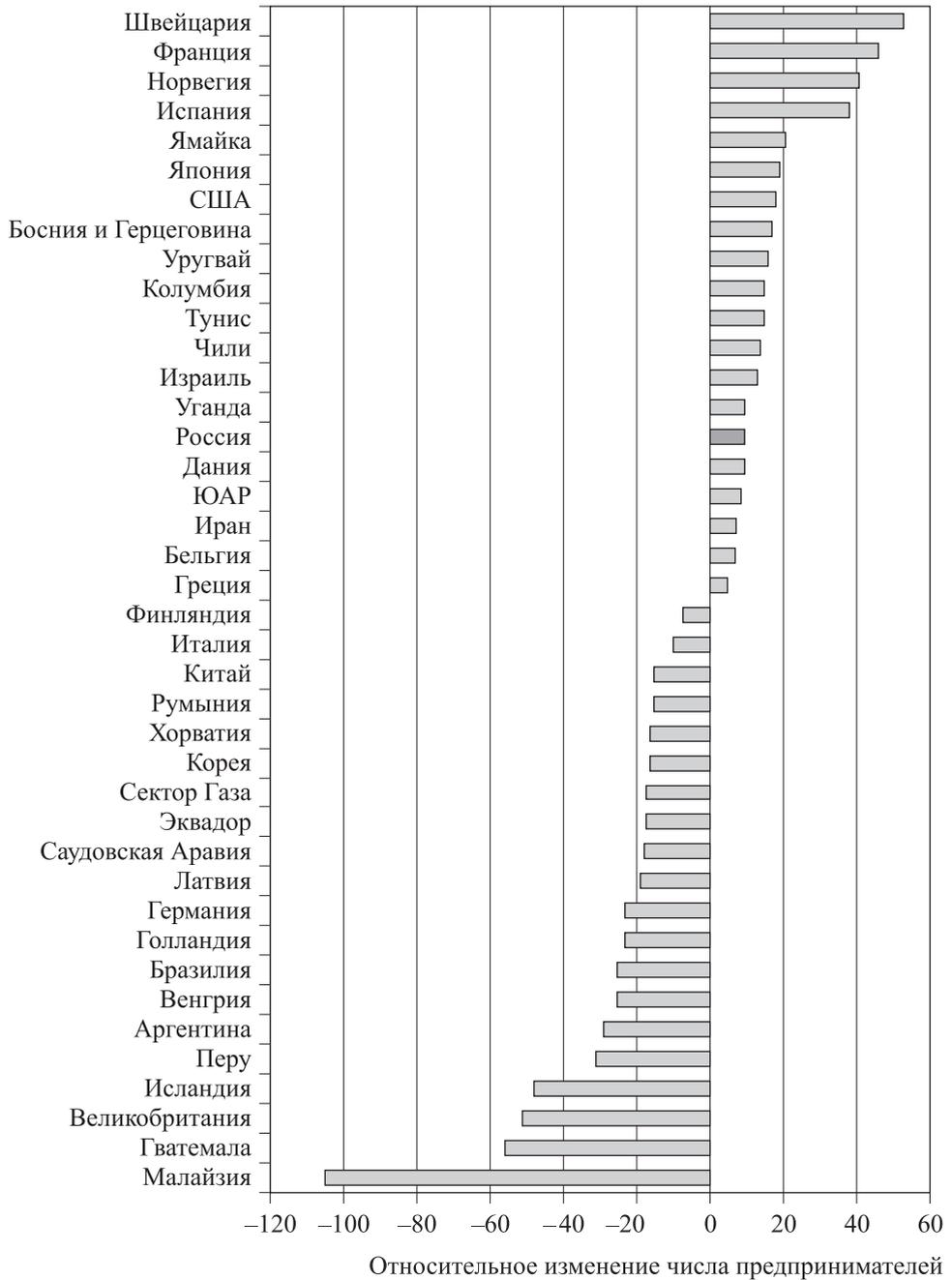


Рис. 5. Динамика численности ранних предпринимателей «по необходимости», 2009–2010 гг., %

Источник: APS 2009–2010.

Существенные различия между странами можно увидеть при анализе мотивации «по возможности». Большинство предпринимателей в инновационно-ориентированных экономиках нацелены в большей мере на независимость, т. е. они рассматривают свою деятельность как предоставляющую необходимую свободу. Напротив, в ресурсно- и эффективно-ориентированных странах наблюдается тенденция к более низкому влиянию мотива независимости и сравнительно более высокому — мотива поддержания определенного уровня дохода. Исключение среди инновационно-ориентированных экономик составляют Ирландия, Португалия и Греция, в которых в большей степени проявилось влияние прошедшего экономического кризиса.

Распределение ранних предпринимателей «по возможности», мотивированных увеличением дохода и получением независимости в работе (высокопритязательные предприниматели), представлено на рис. 6. Можно заметить, что страны с более развитыми экономиками демонстрируют высокую долю высокопритязательных ранних предпринимателей. В России, несмотря на высокую долю добровольных ранних предпринимателей, только 30% из них отметили, что в предпринимательской деятельности мотивированы желанием увеличить доход и получить независимость в работе, что является одним из самых низких значений данного показателя среди стран — участниц проекта.

Описанная структура мотивации может частично объяснять низкую выживаемость российских компаний. Ориентация на увеличение дохода и независимость свидетельствует об осознанности выбора предпринимательской карьеры. Те, кто вовлечен в предпринимательство вынужденно или по причине необходимости поддержания дохода, скорее всего, при появлении возможности трудоустройства с сопоставимым заработком предпочтут работу в качестве наемного служащего. Низкая доля высокопритязательных предпринимателей в России (около 20%) и высокая совокупная доля вынужденных предпринимателей и предпринимателей, мотивированных необходимостью поддержания уровня дохода (около 80%), приводит к сокращению предпринимательской активности при стабилизации экономики.

## ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Индивидуальные характеристики восприятия предпринимательской деятельности.** Как отмечалось, на уровень предпринимательской активности оказывает влияние восприятие населением привлекательности предпринимательской деятельности. Факторы, значимые для начала предпринимательской деятельности, включают в себя как индивидуальные характеристики, так и национальные особенности развития предпринимательства. К индивидуальным характеристикам в модели GEM относятся следующие индикаторы: оценка индивидами благоприятности внешней среды для начала бизнеса; оценка

Предпринимательская активность и потенциал предпринимательства в России...

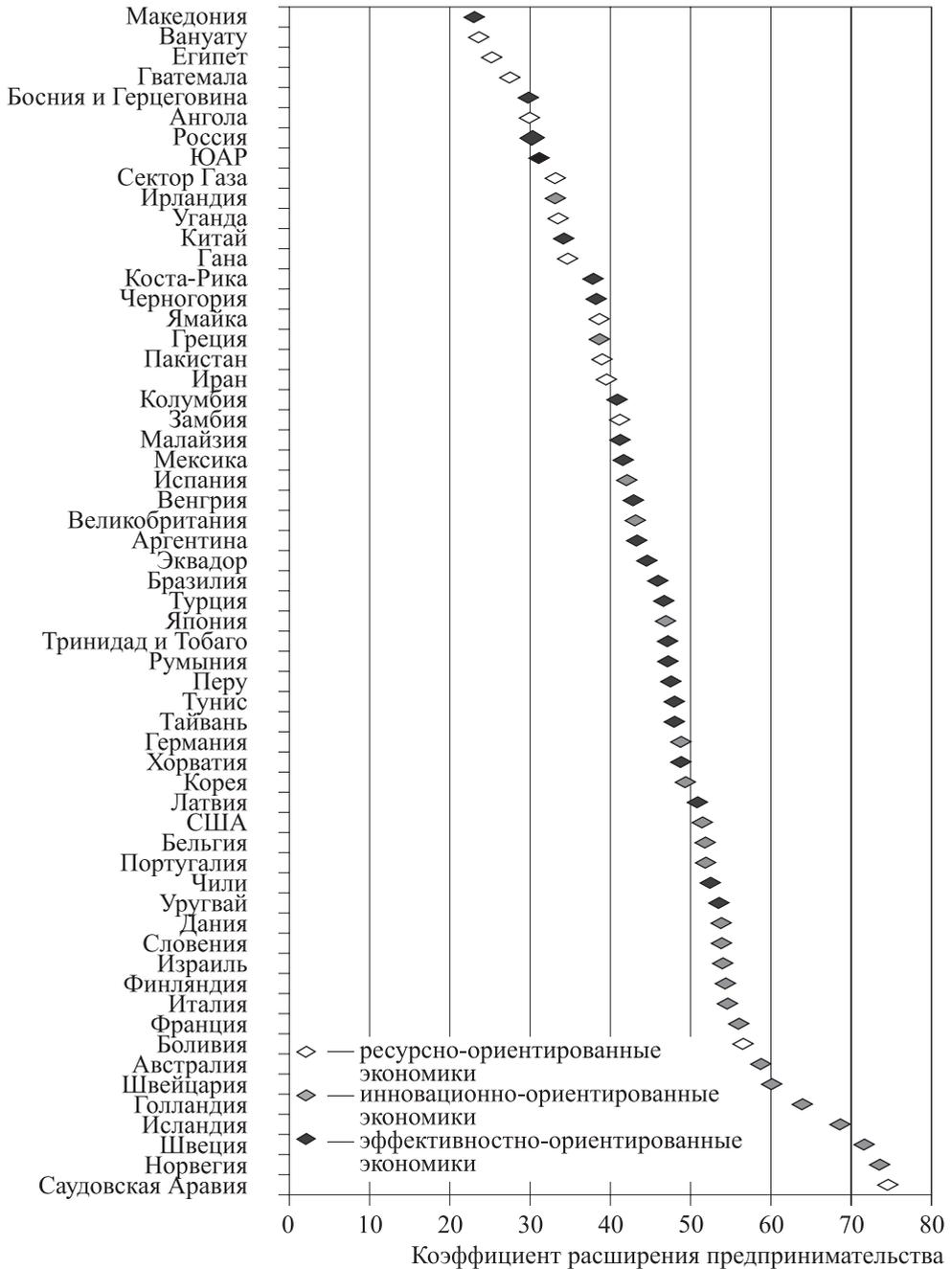


Рис. 6. Распределение высокопритязательных предпринимателей «по возможности», 2010 г., %

Источник: APS 2010.

предпринимательских способностей, зависящих от необходимых для начала предпринимательской деятельности знаний и навыков; оценка уровня риска, с которым индивид может столкнуться при создании собственного дела.

Для оценки восприятия предпринимательства в стране респондентам предлагалось ответить на ряд вопросов (Приложение 3). Первый из них касался оценки того, насколько благоприятные условия для создания бизнеса будут сформированы в стране/регионе в ближайшие полгода. В целом благоприятная оценка внешних возможностей положительно влияет на уровень предпринимательской активности, однако речь идет не столько о фактическом состоянии среды, сколько о том, как население воспринимает открывающиеся перспективы создания бизнеса.

В России в 2010 г. лишь 21,7% респондентов (рис. 7) оценили условия для развития бизнеса как благоприятные, что существенно ниже, чем в среднем по эффективно-ориентированным экономикам (42,9%). Если рассматривать данный показатель в динамике, то можно отметить, что до начала экономического кризиса в 2008 г. практически треть населения оценивала эти условия как удачные, а в 2009 г. наблюдалось резкое сокращение (до 17%) доли тех, кто положительно оценивал состояние внешней среды. Поэтому даже некоторое увеличение этого индикатора можно рассматривать как позитивную тенденцию.

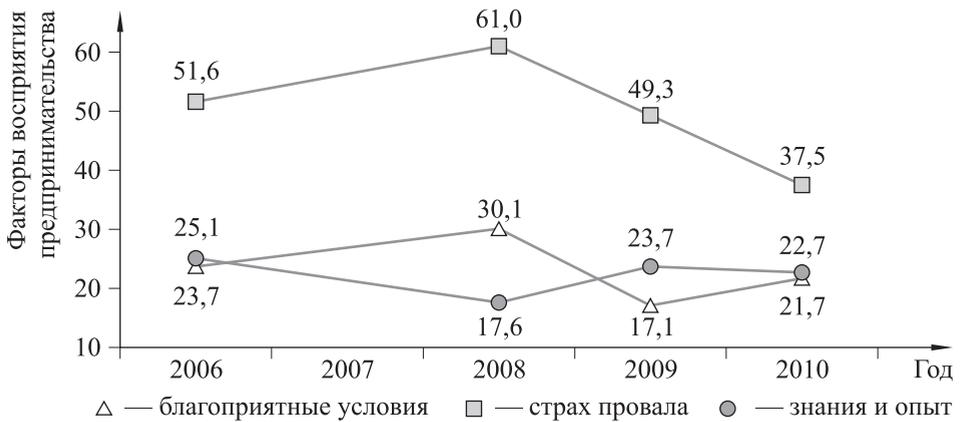


Рис. 7. Динамика индивидуальных характеристик восприятия предпринимательской деятельности в России, 2006–2010 гг., %

Источник: APS Russia 2006, 2008–2010.

Данные GEM показывают, что по мере экономического развития оценка благоприятности условий внешней среды для создания бизнеса снижается: в ресурсно-ориентированных странах среднее значение этого показателя составило 62%, в эффективно-ориентированных — 43%, а в инноваци-

онно-ориентированных — 33%. Это, вероятно, связано с тем, что на разных стадиях социально-экономического развития люди имеют в виду различные по сложности бизнесы [Kelly, Vosma, Amoros, 2011].

Показателем, находящимся в обратной зависимости от уровня экономического развития, выступает оценка уровня личной компетенции для создания бизнеса. Это объясняется тем, что открытие и развитие бизнеса в ресурсно-ориентированных экономиках требует меньших навыков в силу простоты ведения там бизнесов. При интерпретации данного показателя речь идет не об уровне образования предпринимателей как таковом, а о восприятии индивидом уровня своей подготовленности и компетентности для открытия и развития бизнеса.

Россия на протяжении периода проведения наблюдений занимает последние места по этому критерию. Так, в 2010 г. при среднем уровне в 55,9% среди эффективно-ориентированных экономик в России только 22,7% респондентов полагают, что обладают необходимыми знаниями и опытом для построения собственного бизнеса. В группе, где менее трети респондентов оценивают положительно свои компетенции для создания бизнеса, наряду с Россией оказались также Япония, Малайзия, Тайвань и Корея.

Еще одним индикатором, отражающим личностные оценки факторов развития предпринимательства в стране/регионе, является оценка уровня риска, с которым индивид предполагает столкнуться при создании предприятия. Принятие риска оказывается значимым для респондентов, которые рассматривают возможность в ближайшем будущем стать действующими бизнесменами. Согласно результатам описанных выше исследований, высокий уровень индикатора «страх провала» приводит к более низкой предпринимательской активности в стране. В странах, где большинство населения боится оказаться неуспешным в бизнесе, уровень предпринимательской активности будет невысоким.

В целом в течение трех лет в России наблюдается снижение уровня страха провала, что, вероятно, связано с отсутствием альтернативных возможностей на рынке труда, несмотря на декларируемую стабилизацию экономики. Так, данный индикатор сократился в 2010 г. на 60% по сравнению с уровнем 2008 г. Такую динамику следует рассматривать как позитивную, поскольку она может быть следствием целенаправленной политики государства по улучшению предпринимательского климата в стране. В целом страх быть неуспешным меньше в тех странах, где больше респондентов видят потенциальные возможности для создания собственного дела в регионе. В России на протяжении нескольких лет более 45% респондентов, которые видят новые возможности, опасаются провала в создании собственного бизнеса.

Как показывает динамика показателей, в России наблюдаются низкие уровни не только ранней и устоявшейся, но и потенциальной активности.

При формировании мер по увеличению предпринимательского потенциала необходимо обратить внимание на ту часть населения, которая видит благоприятные условия для развития бизнеса в регионе, но считает, что не обладает необходимыми знаниями для организации собственного дела. Способствовать увеличению потенциальной предпринимательской активности и количеству вовлеченных в создание новых компаний призваны программы по управлению проектами.

Значительные различия в оценках потенциала внешней среды, личной компетенции и возможности принимать предпринимательские риски предпринимателями и различными типами предпринимателей свидетельствуют о значимости этих факторов для повышения предпринимательской активности. Как видно из рис. 8, более 80% предпринимателей, начавших свое дело в 2010 г., отметили, что для создания нового предприятия обладают необходимыми и достаточными знаниями и опытом. Среди тех, кто не является предпринимателем, значение этого показателя составляет 18,1%. Кроме того, предприниматели видят существенно больше благоприятных возможностей для создания компаний (82 против 18,9% у непредпринимателей). Предпринимательские риски также не останавливают большинство начинающих предпринимателей в деле создания бизнеса.

Поскольку одним из факторов, негативно характеризующих потенциал российского предпринимательства, является неуверенность потенциальных предпринимателей в своей компетенции, наличие программ, направленных на формирование специфических знаний для начала собственного бизнеса, может создать необходимый импульс для развития предпринимательского сектора. При этом такие программы должны реализовываться не только для повышения квалификации взрослого населения, но и для учащихся средних школ. Отсутствие подготовленных учителей может компенсировать приглашение предпринимателей, готовых поделиться историями успеха.

**Предпринимательские намерения.** При оценке предпринимательского потенциала страны важной составляющей выступает предпринимательская активность не только тех людей, которые уже осуществляют конкретные шаги по созданию бизнеса, но и тех, кто только тяготеет к его созданию, т. е. имеет предпринимательские намерения. Для измерения предпринимательских намерений в проекте GEM используется ответ на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие три года открыть свое дело?»

Уровень предпринимательских намерений в России является самым низким среди стран — участниц проекта. В 2010 г. только 4,3% респондентов отметили, что планируют открыть собственное дело в ближайшие три года. Снижение уровня предпринимательских намерений в России — продолжение отрицательной динамики, наметившейся в 2007 г. В 2010 г. многие страны, относящиеся к инновационно-ориентированным, столкнулись с со-

кращением группы людей, имеющих предпринимательские намерения, которые в будущем могли бы обеспечить прирост предпринимательских сил.



Рис. 8. Характеристики восприятия предпринимательской деятельности предпринимателями и непредпринимателями в России, 2010 г., %  
Источник: APS Russia 2010.

Следует отметить, что в России среди респондентов, имеющих предпринимательские намерения, больше трети составляют уже действующие предприниматели, планирующие открыть новый бизнес. Например, в 2010 г. всего лишь 2,6% россиян могли составить свежий приток в российское предпринимательство. Индекс предпринимательских намерений сократился более чем вдвое по сравнению с индексом 2006 г. (рис. 9).

Анализ социально-демографических характеристик респондентов, имеющих предпринимательские намерения в 2010 г., позволил сделать ряд наблюдений. Наибольшую заинтересованность в создании фирмы в будущем выражают респонденты моложе 45 лет (свыше 80%). Приблизительно равно-

мерно высказывают желание стать в будущем предпринимателями мужчины и женщины (53 и 47% соответственно). 83% респондентов, имеющих предпринимательские намерения, обладают образованием выше среднего. Среди планирующих открыть свой бизнес наиболее активны те люди, которые уже имеют бизнес. Среди наемных работников только 3,8% готовы открыть свое дело. Несмотря на достаточно высокую долю безработных респондентов в выборке, проявить активность в создании бизнеса готовы лишь 3,8% из них. На этом фоне наиболее оптимистично настроены студенты, 8,5% которых выразили готовность стать предпринимателями в ближайшие три года, причем предпринимательская активность студентов устойчива по годам. Поскольку лишь 2,5% студентов являются нарождающимися предпринимателями, можно предположить, что студенты могут обеспечить рост предпринимательской активности. В этой связи разработка программ поддержки, направленных на вовлечение студентов в создание новых компаний, представляет интерес для стимулирования предпринимательской активности.



Рис. 9. Динамика предпринимательских намерений в России, 2006–2010 гг., %  
 Источник: APS 2006–2010.

**Национальные особенности восприятия предпринимательства.** При анализе национальных особенностей восприятия предпринимательства выделяются: существующая в обществе система ценностей, включающая в себя ценность предпринимательства для развития карьеры, престижность предпринимательства в обществе; сформировавшееся бизнес-сообщество; общественное мнение о предпринимательстве, которое во многом формируется посредством участия СМИ в создании успешного образа предпринимателя.

Личное знакомство с предпринимателем, как отмечалось, влияет на предпринимательские намерения и становится важным фактором при принятии решения о создании собственной компании. Данные 2010 г. о личном знакомстве с предпринимателем свидетельствуют о том, что среди непредпринимательских слоев населения доля тех, кто лично знаком с предпринимателей, составляет 31% (рис. 8). Вместе с тем как среди тех, кто планирует открыть свое дело в ближайшие три года, так и среди ранних бизнесменов лично знакомы с предпринимателями около 80% респондентов. Существенные различия в показателях свидетельствуют о необходимости развития предпринимательских сетей.

Значимым фактором для развития предпринимательства в стране является сложившаяся система ценностей. В проекте GEM социально-культурные ожидания отражаются в таких индикаторах, как ценность предпринимательства для развития карьеры, престижность предпринимательства в обществе, а также формирование образа успешного бизнесмена в средствах массовой информации.

Основной тенденцией для стран — участниц проекта GEM является общее снижение значений первых двух индикаторов: от ресурсно-ориентированных — к эффективностно-ориентированным и от эффективностно-ориентированных — к инновационно-ориентированным экономикам. Так, в Гане более 90% населения видят в предпринимательстве желаемый карьерный путь и высоко оценивают статус предпринимателя в обществе. В Финляндии же только 46% населения считают карьеру предпринимателя желаемой. Это связано, скорее всего, с различиями в структуре экономик и отсутствием или наличием крупных предприятий, обеспечивающих предложения рабочих мест с привлекательными условиями оплаты труда.

В России 65% респондентов отметили, что предпринимательство — желательный выбор карьеры. Значение данного показателя остается стабильным в течение последних лет. Это может оказывать положительное влияние на уровень предпринимательской активности, так как свидетельствует о потенциальной привлекательности создания собственного дела для большей части трудоспособного населения даже при существующей структуре экономики, в которой занятость в основном обеспечивают крупные предприятия.

Россияне полагают, что предприниматели обладают высоким статусом в обществе. Такого мнения придерживались более 60% респондентов на протяжении трех лет. Для начинающих бизнес предпринимателей характерны более высокие оценки и общественного статуса предпринимателя (77%), и предпочтительного выбора карьеры (80%).

Популяризация идей предпринимательства и внимание со стороны СМИ могут способствовать повышению привлекательности карьеры предпринимателя и статуса бизнесмена в обществе. Активность средств мас-

совой информации в освещении успешных бизнес-историй в России оценивают не слишком высоко — только 46% респондентов отметили, что встречают в СМИ кейсы о предпринимателях.

Следует отметить, что даже при достаточно благоприятном отношении к предпринимательству в обществе во многих европейских странах лишь некоторые стремятся открыть собственное дело [Kelly, Bosma, Amoros, 2011]. Это может быть связано как с высокими издержками и барьерами входа, так и с политикой всеобщего благосостояния, приводящей к снижению готовности к предпринимательским рискам. Несмотря на то что в России сформировалось в достаточной мере благоприятное общественное мнение, количество вовлеченных в предпринимательскую деятельность остается небольшим.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рост численности вовлеченных в предпринимательскую деятельность в России и повышение роли предпринимательского сектора в экономике требуют как формирования благоприятного предпринимательского климата, так и существенного изменения других факторов, стимулирующих создание бизнеса.

Проведенный анализ предпринимательской активности на основе «Глобального мониторинга предпринимательства» показал, что, несмотря на разрабатываемые и реализуемые меры поддержки малого бизнеса, только 4% взрослого трудоспособного населения вовлечено в создание новых компаний. Это один из самых низких показателей предпринимательской активности среди всех стран — участниц проекта.

Активность владельцев устоявшихся компаний составляет около 2%, что является свидетельством того, что преодолеть препятствия, связанные с начальным этапом развития фирмы, удается далеко не всем предприятиям. Доля устоявшихся предпринимателей в общей предпринимательской активности составляет 40%, что говорит о невысокой выживаемости бизнеса, в то время как в экономически развитых странах при схожем уровне ранней предпринимательской активности этот показатель составляет в среднем 56%. Основной причиной закрытия бизнеса выступает его нерентабельность, что связано с неспособностью предпринимателей на начальном этапе объективно оценить перспективы дальнейшей деятельности.

Низкая выживаемость российских компаний частично может объясняться структурой мотивации. Для большинства российских предпринимателей открытие собственного дела является добровольным шагом, однако мотивированы они желанием поддержать уровень своего дохода, а не увеличить его или получить независимость, и при появлении возможности трудоустройства с сопоставимым заработком могут предпочесть работу в качестве наемных служащих.

Потенциал развития предпринимательства в России по результатам проведенного исследования можно охарактеризовать следующим образом. Для России характерен не только низкий уровень предпринимательской активности, но и незначительное количество тех, кто планирует открыть свое дело в ближайшие годы. Их доля среди трудоспособного населения в 2010 г. равна 4%. При этом доля имеющих предпринимательские намерения среди непредпринимателей составляет 2,6%, в то время как в среднем по группе эффективно-ориентированных экономик значение этого показателя составляет 23%, а по группе инновационно-ориентированных экономик — 8,2%. Частично это может объясняться структурой экономики России, существенную роль в которой играют крупные сырьевые компании, а также отсутствием предпринимательской культуры у большинства населения. Изменение указанных характеристик возможно только в долгосрочной перспективе.

На более коротком временном горизонте предпринимательская активность может быть простимулирована через изменение восприятия привлекательности предпринимательства населением. Наиболее значимыми параметрами такого восприятия в России являются оценка знаний и навыков, необходимых для начала собственного дела, оценка благоприятности внешней среды и степень неприятия риска. По перечисленным параметрам наблюдаются существенные различия между предпринимательским и непредпринимательским слоями населения.

Критическим фактором для российских предпринимателей становится личное знакомство с человеком, имеющим опыт предпринимательской деятельности. Таким образом, стимулирующее воздействие на уровень предпринимательской активности могло бы оказать создание предпринимательских социальных сетей.

И, наконец, низкая предпринимательская активность в России связана с неуверенностью потенциальных предпринимателей в наличии у них необходимых компетенций для начала собственного дела. Поэтому требуется внедрение в образовательный процесс специализированных курсов, направленных на формирование навыков предпринимательской деятельности.

## **Литература**

- Архипов А.* Государство и малый бизнес: финансирование, кредитование и налогообложение // Вопросы экономики. 1997. № 4. С. 141–151.
- Алимова Т. А., Образцова О. И., Чепуренко А. Ю.* Предпринимательская активность россиян в условиях кризиса // Мир перемен. 2010. № 3. С. 147–162.
- Блинов А.* Государственная политика развития и поддержки малого предпринимательства // Бизнес и политика. 1995. № 2. С. 22–26.
- Верховская О. Р., Дорохина М. В.* Предпринимательская активность в современной России // Российский журнал менеджмента. 2008а. Т. 6. № 1. С. 25–52.

- Верховская О. Р., Дорохина М. В. Предпринимательская активность в современной России // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2008б. Вып. 3. С. 33–60.
- Заславская Т. И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социологические исследования. 1995. № 3. С. 3–12.
- Муравьев А. И., Игнатьев А. М., Крутик А. Б. Малый бизнес: Экономика, организация, финансы. СПб.: Бизнес-пресса, 1999.
- Радаев В. В. Российские предприниматели: Кто они? // Вестник статистики. 1993. № 9. С. 3–14.
- Тихонова Н. Е., Чепуренко А. Ю. Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. 2004. № 1. С. 116–145.
- Широкова Г. В., Шаталов А. И. Факторы роста российских предпринимательских фирм: результаты эмпирического анализа // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2009. Вып. 2. С. 3–31.
- Широкова Г. В., Куликов А. В. Внутрифирменные ориентации и их влияние на рост: опыт российских малых и средних предприятий // Российский журнал менеджмента. 2010. Т. 8. № 3. С. 3–34.
- Шкаратан М. О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий // Мир России. 1994. Т. 3. № 2. С. 149–177.
- Acs Z., Szerb L. Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy // Small Business Economics. 2007. Vol. 28. N 2–3. P. 109–122.
- Acs Z. J., Szerb L. Global Entrepreneurship and Development Index 2011. Edward Elgar Publishing Ltd, 2010. P. 266–269.
- 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. P. 233–247.
- Audretsch D., Keilbach M., Lehmann E. Entrepreneurship and Economic Growth. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- 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.
- Boyd N. G., Vozikis G. S. The Influence of Self-efficacy on the Development of Entrepreneurs // Entrepreneurship Theory and Practice. 1994. Vol. 18. N 4. P. 63–77.
- Brockhaus R. H. Risk Taking Propensity of Entrepreneurs // Academy of Management Journal. 1980. Vol. 23. N 3. P. 509–520.
- Carree M. A., Thurik A. R. Entrepreneurship and Economic Growth. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2006.
- Casson M. The Entrepreneur: An Economic Theory. Oxford: Martin Robertson, 1982.
- 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.
- Djankov S., Miguel E., Quin Y., Roland G., Zhuravskaya E. Who Are Russia's Entrepreneurs? // Journal of the European Economic Association. 2005. Vol. 3. N 2–3. P. 587–597.
- Harper D. Institutional Conditions for Entrepreneurship // Advances in Austrian Economics. 1998. Vol. 5. P. 241–275.

- Jackson J. E., Rodkey G. R.* Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs' Success // *Public Opinion Quarterly*. 1994. Vol. 58. Fall. N 3. P. 358–380.
- Kelly D., Bosma N., Amoros J. E.* Global Entrepreneurship Monitor. 2010 Global Report. GERA, 2011.
- Kihlstrom R. E., Laffont J. J.* A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion // *Journal of Political Economy*. 1979. Vol. 87. N 4. P. 719–748.
- Kirzner I. M.* Perception, Opportunity and the Profit: Studies in the Series of Entrepreneurship. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1979.
- Klyver K., Schott T.* How Social Network Structure Shapes Entrepreneurial Intentions? // *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 2011. Vol. 1. N 1.
- Knight F.* Risk Uncertainty and Profit. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1971.
- Koellinger P., Thurik R.* Entrepreneurship and the Business Cycle. Tinbergen Institute Discussion Paper, TI 2009-032/3. Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam: EIM Business and Policy Research; Zoetermeer, The Netherlands: Tinbergen Institute, 2009.
- Koellinger P., Minniti M., Schade C.* I Think I Can, I Think I Can: Overconfidence and Entrepreneurial Behavior // *Journal of Economic Psychology*. 2007. 28: 502–527.
- Kok J. de, Verheull, van Praag M.* Gender, Risk Aversion and Remuneration Policies of Entrepreneurs // *Scales Research Reports H201105*. EIM Business and Policy Research. 2011.
- Krueger N. F., Jr., Reilly M. D., Carsrud A. L.* Competing Models of Entrepreneurial Intentions // *Journal of Business Venturing*. 2000. Vol. 15. N 5/6. P. 411–432.
- Masters R., Meier R.* Sex Differences and Risk Taking Propensity of Entrepreneurs // *Journal of Small Business Management*. 1988. Vol. 26. N 1. P. 31–35.
- Miner J. B., Raju N. S.* Risk Propensity Differences between Managers and Entrepreneurs and between Low and High Growth Entrepreneurs; a Reply in a More Conservative Vein // *Journal of Applied Psychology*. 2004. Vol. 89. N 1. P. 3–13.
- Minniti M.* Female Entrepreneurship and Economic Activity // *The European Journal of Development Research*. 2010. Vol. 22. N 3. P. 294–312.
- Mueller P.* Entrepreneurship in the Region: Breeding Ground for Nascent Entrepreneurs // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. N 1. P. 41–58.
- Obraztsova O., Chepurenko A.* Entrepreneurship and Socio-Economic Development in Cross-Countries Analysis // *Strategic Entrepreneurship — The Promise for Future Entrepreneurship, Family Business and SME Research? / Hrsg/Eds. U. Fueglistaller, T. Volery, W. Weber*. St. Gallen: KMU-Verlag, HSG, 2010.
- Porter M. E., Sachs J. J., McArthur J.* Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development // *The Global Competitiveness Report 2001–2002 / Eds. M. E. Porter, J. J. Sachs, P. K. Cornelius, J. W. McArthur, K. Schwab*. N. Y., NY: Oxford University Press, 2002. P. 16–25.
- Reynolds P., Bosma N., Autio E.* Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection, Design and Implementation // *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., 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.
- Stel A., van, Carree M., Thurik R. The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth // *Small Business Economics*. 2005. Vol. 24. N 3. P. 311–321.
- Stewart W. H., Roth P. L. Risk Propensity Differences between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review // *Journal of Applied Psychology*. 2001. Vol. 86. N 1. P. 145–153.
- Weber E. U., Millman R. Perceived Risk Attitudes: Relating Risk Perception to Risky Choice // *Management Science*. 1997. Vol. 43. N 2. P. 123–144.
- Wu B., Knott A. M. Entrepreneurial Risk and Market Entry // *Management Science*. 2006. Vol. 52. N 9. P. 1315–1330.
- Yunus M. The Nobel Peace Prize 2006 Nobel Lecture // *Law and Business Review of the Americas*. 2007. Vol. 13. N 2. P. 267–275.
- Zhuplev A., Shtykhno D. Motivations and Obstacles for Small Business Entrepreneurship in Russia: Fifteen Years in Transition // *Journal of East-West Business*. 2009. Vol. 15. N 1. P. 25–49.

**Латинская транслитерация литературы, набранной на кириллице**  
**The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet**

- Arkhipov A. Gosudarstvo i malyj biznes: finansirovanie, kreditovanie i nalogooblozhenie // *Voprosy ekonomiki*. 1997. № 4. S. 141–151.
- Alimova T. A., Obraztsova O. I., Chepurenko A. Yu. Predprinimatel'skaya aktivnost' rossiyan v usloviyakh krizisa // *Mir peremen*. 2010. № 3. S. 147–162.
- Blinov A. Gosudarstvennaya politika razvitiya i podderzhki malogo predprinimatel'stva // *Biznes i politika*. 1995. № 2. S. 22–26.
- Verkhovskaya O. R., Dorokhina M. V. Predprinimatel'skaya aktivnost' v sovremennoj Rossii // *Rossijskij zhurnal menedzhmenta*. 2008a. T. 6. № 1. S. 25–52.
- Verkhovskaya O. R., Dorokhina M. V. Predprinimatel'skaya aktivnost' v sovremennoj Rossii // *Vestn. S.-Peterb. un-ta. Ser. Menedzhment*. 2008b. Vyp. 3. S. 33–60.
- Zaslavskaya T. I. Biznes-sloj rossijskogo obshhestva: sushhnost', struktura, status // *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 1995. № 3. S. 3–12.
- Murav'ev A. I., Ignat'ev A. M., Krutik A. B. Malyj biznes: Ekonomika, organizatsiya, finansy. SPb.: Biznes-pressa, 1999.
- Radaev V. V. Rossijskie predprinimateli: Kto oni? // *Vestnik statistiki*. 1993. № 9. S. 3–14.
- Tikhonova N. E., Chepurenko A. Yu. Predprinimatel'skij potentsial rossijskogo obshhestva // *Mir Rossii*. 2004. № 1. S. 116–145.
- Shirokova G. V., Shatalov A. I. Faktory rosta rossijskikh predprinimatel'skikh firm: rezul'taty empiricheskogo analiza // *Vestnik S.-Peterb. un-ta. Ser. Menedzhment*. 2009. Vyp. 2. S. 3–31.
- Shirokova G. V., Kulikov A. V. Vnutrifirmennye orientatsii i ikh vliyanie na rost: opyt rossijskikh malykh i srednikh predpriyatij // *Rossijskij zhurnal menedzhmenta*. 2010. T. 8. № 3. S. 3–34.
- Shkaratan M. O. Fenomen predprinimatel'ya: interpretatsiya ponyatij // *Mir Rossii*. 1994. T. 3. № 2. S. 149–177.

Основные показатели предпринимательской активности проекта GEM

Показатель	Описание
Уровень активности нарождающихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент нарождающимися предпринимателями, вовлеченными в создание бизнеса, выступающими владельцами или совладельцами. Компания существует более трех месяцев, при этом заработная плата или другие виды вознаграждения не выплачивались
Уровень предпринимательской активности владельцев вновь созданного бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими нового бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более трех, но менее 42 месяцев
Индекс предпринимательской активности (Total Entrepreneurship Activity index, TEA)	Характеризует уровень предпринимательской активности на ранних стадиях. Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса. Это не простая сумма двух первых показателей. Если респондент вовлечен в оба вида предпринимательской деятельности, то его предпринимательская деятельность учитывается только один раз
Уровень активности устоявшихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент 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, являющегося ранними и устоявшимися предпринимателями
Уровень выхода из бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, в последние 12 месяцев прошедшего, закрывшего или каким-либо иным способом переставшего являться владельцами и управляющими бизнеса

Предпринимательская активность в странах — участницах GEM в 2010 г.,  
по стадиям экономического развития

Страна	Уровень активности начинающих предпринимателей, %	Уровень активности владельцев вновь созданных дел, %	Индекс ранней предпринимательской активности (TEA), %	Уровень устойчивости предпринимателей, %	Уровень выхода из бизнеса, %	Вынужденные предприниматели, % от TEA	Высокопритязательные предприниматели, % от TEA
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Ресурсно-ориентированные экономики</b>							
Ангола	13,6	19,1	32,4	8,6	19,9	35,8	29,8
Боливия	28,8	14,0	38,6	18,2	9,0	16,8	56,5
Вануату	31,2	28,2	52,2	23,2	22,0	37,8	23,9
Гана	10,7	24,6	33,9	35,5	25,7	36,9	34,7
Гватемала	8,3	8,4	16,3	6,6	3,9	15,0	27,5
Египет	2,1	4,9	7,0	4,5	3,8	53,0	25,2
Замбия	17,3	17,1	32,6	9,6	23,5	32,2	41,2
Иран	4,8	7,8	12,4	12,2	7,3	37,7	39,3
Пакистан	6,6	2,7	9,1	4,7	2,6	40,6	39,0
Саудовская Аравия	5,9	3,5	9,4	3,9	3,8	9,6	75,0
Сектор Газа	7,9	2,6	10,4	2,0	5,7	32,0	33,0
Уганда	10,6	22,0	31,3	27,7	27,4	49,8	33,5
Ямайка	5,5	5,1	10,5	6,9	8,1	42,2	38,6
В среднем по выборке	11,8	12,3	22,8	12,6	12,5	33,8	38,2

Продолжение прил. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Эффективно-ориентированные экономики</b>							
Аргентина	7,0	7,4	14,2	12,4	3,8	36,3	43,3
Босния и Герцеговина	4,1	4,1	7,7	6,6	4,7	46,5	29,8
Бразилия	5,8	11,8	17,5	15,3	5,3	31,1	45,9
Венгрия	4,6	2,6	7,1	5,4	2,9	19,6	42,9
Китай	4,6	10,0	14,4	13,8	5,6	41,7	34,3
Колумбия	8,6	12,7	20,6	12,2	5,1	39,6	40,8
Коста-Рика	10,4	3,6	13,5	4,8	2,0	31,7	38,0
Латвия	5,6	4,2	9,7	7,6	4,2	26,8	50,8
Македония	4,4	3,6	8,0	7,6	3,7	58,7	22,8
Малайзия	1,4	3,6	5,0	7,9	1,9	12,4	41,2
Мексика	8,6	2,0	10,5	0,4	5,9	19,0	41,5
Перу	22,1	6,0	27,2	7,2	9,2	21,3	47,4
Россия	2,1	1,9	3,9	2,8	0,8	32,0	30,3
Румыния	3,3	1,1	4,3	2,1	2,6	31,1	47,2
Тайвань	4,7	3,8	8,4	7,2	3,7	30,4	48,0
Тринидад и Тобаго	8,9	6,4	15,1	8,5	2,9	14,3	47,3
Тунис	1,7	4,4	6,1	9,0	4,1	23,7	48,0
Турция	3,7	5,1	8,6	10,7	4,6	37,3	46,7
Уругвай	7,8	4,1	11,7	7,2	3,5	26,0	53,5
Хорватия	3,8	1,9	5,5	2,9	4,5	32,3	48,8
Черногория	12,0	3,1	14,9	7,8	7,3	37,1	38,2
Чили	11,1	6,1	16,8	6,0	5,6	29,3	52,6
Эквадор	10,4	11,5	21,3	14,7	7,2	27,6	44,7
ЮАР	5,1	3,9	8,9	2,1	4,8	36,0	31,1
В среднем по выборке	6,7	5,2	11,7	7,6	4,4	30,9	42,3

Окончание прил. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Инновационно-ориентированные экономики							
Австралия	3,9	4,0	7,8	8,5	2,7	18,5	58,7
Бельгия	2,3	1,4	3,7	2,7	2,0	9,9	53,5
Великобритания	3,2	3,3	6,4	6,4	1,8	10,6	43,1
Германия	2,5	1,8	4,2	5,7	1,5	25,7	48,5
Голландия	4,0	3,4	7,2	9,0	1,4	8,4	63,9
Греция	2,0	3,5	5,5	14,8	3,4	27,8	38,6
Дания	1,8	2,2	3,8	5,6	1,7	8,0	53,8
Израиль	3,2	2,6	5,7	3,1	3,8	28,8	54,0
Ирландия	4,4	2,6	6,8	8,6	2,3	30,8	33,1
Исландия	7,4	3,3	10,6	7,4	3,4	6,8	68,3
Испания	2,2	2,1	4,3	7,7	1,9	25,4	42,1
Италия	1,3	1,0	2,3	3,7	1,6	13,4	54,6
Норвегия	4,4	3,4	7,7	6,7	2,6	15,4	73,5
Португалия	1,8	2,8	4,5	5,4	2,6	21,8	51,8
Республика Корея	1,8	4,8	6,6	11,2	1,6	38,9	49,0
Словения	2,2	2,4	4,7	4,9	1,6	16,2	53,8
США	4,8	2,8	7,6	7,7	3,8	28,5	51,5
Финляндия	2,4	3,4	5,7	9,4	1,8	18,1	54,3
Франция	3,7	2,3	5,8	2,4	2,5	25,2	56,0
Швейцария	2,0	3,1	5,0	8,7	2,4	14,1	60,1
Швеция	2,3	2,6	4,9	6,4	2,9	13,4	71,6
Япония	1,5	1,8	3,3	7,4	1,5	36,4	46,9
В среднем по выборке	3,0	2,8	5,6	7,0	2,3	20,1	53,7

Источник: APS 2010.

**Фрагмент анкеты APS**

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

Статья поступила в редакцию 13 декабря 2011 г.