

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

*О. Р. ВЕРХОВСКАЯ, М. В. ДОРОХИНА*  
*Высшая школа менеджмента СПбГУ*

В статье рассматриваются основные результаты исследования предпринимательской активности в России на основе методики проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM), реализованного в 2006 г. Приводится сравнительный анализ уровня предпринимательской активности в странах-участницах проекта для ранних и устоявшихся предпринимателей. Дается социально-демографическая характеристика предпринимателя, описывается уровень инновационности предпринимательских фирм, оценивается влияние структурных условий предпринимательства на активность населения.

*Ключевые слова:* предпринимательство, Глобальный мониторинг предпринимательства, индекс предпринимательской активности, нарождающиеся предприниматели, ранние предприниматели, устоявшиеся предприниматели.

Поиск путей развития экономики привел к увеличению числа исследований и публикаций, объектом которых являются предприниматель и предпринимательство. Проводимые исследования можно разделить на две группы — направленные на изучение предпринимательства изнутри и, напротив, относящиеся к изучению факторов, находящихся за пределами контроля предпринимателя [Kuratko, Hodgetts, 1998].

Исследования в рамках первого подхода выделяют такие условия, как типы

предприятий, этапы жизненного цикла, типы инноваций, положенных в основу бизнес-концепции, инструменты выхода на рынок [Bygrave, Timmons, 1992; Havenman, Khaire, 2004; McGee, Dowling, Megginson, 1995; McGrath, 1996; Morris, Kuratko, Schindehutte, 2001]. Значительное внимание в подобных исследованиях уделяется личности предпринимателя, который обладает способностью направлять и регулировать результаты всех важных действий компании [Kirzner, 1973; Wade-son, 2006; Shane, Venkataraman, 2000].

---

Статья подготовлена в рамках реализации приоритетного национального проекта «Образование» в части создания Высшей школы менеджмента СПбГУ, проект «Глобальный мониторинг предпринимательства в России».

© О. Р. Верховская, М. В. Дорохина, 2008

Различия в целях предпринимателя — обеспечение выживания, поддержание определенного стиля жизни, динамичное развитие, быстрое получение дохода — определяют различия в поведении компаний, что приводит к необходимости изучения личных качеств преуспевающих лидеров с тем, чтобы выявить у них схожие характерные черты, копирование которых увеличило бы возможности достижения успеха начинающими предпринимателями.

Исследования в рамках второго подхода рассматривают социокультурные, финансовые и структурные факторы, влияющие на предпринимательскую активность [Томилов, 2000; Van de Ven, 1993; Brophy, Shulman, 1992; Casson, 1993; Stulz, Williamson, 2003; Fogel, Hawk, Morck, 2006].

Общее состояние экономической компоненты внешней среды является стимулирующим или препятствующим развитию предпринимательства фактором. При изучении предпринимательства с данных позиций необходимо проанализировать политические и экономические условия существования общества. Государственное регулирование, лимитирование деятельности отдельных отраслей, этап экономического цикла, уровень безработицы и т. п. влияют на динамику числа самостоятельных предприятий. Широко признанным считается тот факт, что предпринимательство выступает двигателем экономики, однако механизм взаимодействия между предпринимательством и экономическим ростом полностью не изучен.

К исследованиям этого типа можно отнести международный исследовательский проект «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM), представляющий собой исследовательскую программу, которая главным образом исследует стимулы экономического роста.

## **ПРОЕКТ GEM: ПОНЯТИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ**

GEM является объединением ведущих бизнес-школ мира для организации исследований уровней развития предпринимательства в отдельных странах, обмена информацией о состоянии предпринимательской активности; в ходе его реализации создается уникальная (по сопоставимости) ежегодно обновляемая база данных, являющаяся источником информации для всестороннего анализа предпринимательства на национальном и глобальном уровнях. GEM как проект возник в 1997 г. по инициативе ведущих ученых из Великобритании, США, Финляндии и Ирландии. Институционально данный проект поддерживается двумя ведущими в области исследования предпринимательства учреждениями — Babson College (США) и London Business School (Великобритания). В 1999 г. был опубликован первый годовой отчет, в подготовке которого приняли участие 10 стран, в 2000 г. — уже 20 стран, а в 2007 г. — 42 страны, включая Россию. В настоящее время проект GEM представляет собой крупнейшее исследование в области предпринимательства по количеству наблюдений. Надежность метода тестируется стабильностью ежегодных исследований по отдельным странам, проводимых уже в течение 10 лет.

На материалах исследовательского проекта опубликовано более 60 научных статей<sup>1</sup> в реферируемых международных журналах и защищено 7 диссертаций. Были проведены три международных исследовательские конференции, участники ко-

<sup>1</sup> См., напр.: [Acs, Varga, 2005; Amorós, Criusti, 2008; Arenius, Minniti, 2005; Bueno, Salamanca, 2006; de Waal, 2004; Frederick, Bygrave, 2004; Klyver, 2007; Langowitz, Minniti, 2007; O’Gorman, Terjesen, 2006; Prebble, Kelly, 2005; van Stel, Storey, Thurik, 2007; Sternberg, 2007].

торых основывали свои выступления на анализе собранных в рамках проекта данных. В ряде стран, например в Великобритании и Испании, рекомендации, выработанные с учетом данных проекта, легли в основу изменения государственной политики регулирования предпринимательства.

С 2006 г. Высшая школа менеджмента СПбГУ выступает основным участником проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» в России (подробнее см.: [Россия в глобальном проекте..., 2007]).

Главными целями GEM выступают не простое исчисление предпринимателей, которые уже в течение нескольких лет ведут бизнес, а количественная оценка вовлеченных в предпринимательскую деятельность людей в определенный период времени и выявление факторов, которые приводят к успешному становлению бизнеса. База данных включает в себя и владельцев-управленцев уже существующих фирм, независимо от возраста фирмы. Проект GEM использует модель, которая охватывает практически все жизненные стадии фирмы, начиная от основания, через ранние стадии развития, к уже устоявшимся компаниям. Анализируя данные, полученные в рамках проекта, можно провести сравнение уровней предпринимательской активности между странами; установить факторы, влияющие на уровень предпринимательской активности (как стимулирующие, так и ограничивающие предпринимательскую деятельность); определить то, как различия в уровнях предпринимательской активности связаны с экономическим ростом.

В рамках исследования используется следующее определение. Предпринимательство — любая попытка создания нового бизнеса или предприятия, например индивидуальная трудовая деятельность, новая коммерческая организация либо расширение существующего бизнеса, пред-

принятая отдельным лицом, группой лиц либо ранее существовавшими коммерческими организациями [Reynolds, Bosma, Autio, 2005]. В проекте выделяются следующие типы предпринимателей:

- *потенциальные предприниматели* (potential entrepreneurs) — те, кто пытается начать свое дело, планируют организацию бизнеса;
- *ранние предприниматели*<sup>2</sup> (early-stage entrepreneurs), в том числе:
  - *нарождающиеся предприниматели* (nascent entrepreneurs) — те, кто в течение предыдущего года предпринимал активные действия по созданию бизнеса; они владеют долей в созданном бизнесе, однако период получения ими доходов не превышает трех месяцев;
  - *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) — те, кто владеет и управляет бизнесом и получают связанные с этим доходы более 42 месяцев (рис. 1).

В рамках проекта изучается механизм влияния предпринимательства на экономический рост и анализируются факторы внешней среды (рис. 2), которые влияют на деловую и предпринимательскую активность [Reynolds, Bosma, Autio, 2005].

В модели GEM факторы внешней среды разделены на две группы. Первая группа факторов — это общеэкономические условия, такие как открытость рынков, государственная политика в области

<sup>2</sup> В качестве синонима термина «ранний предприниматель» можно использовать термин «предприниматель на ранних стадиях». Однако термин «ранний предприниматель» чаще используется в научном сообществе.

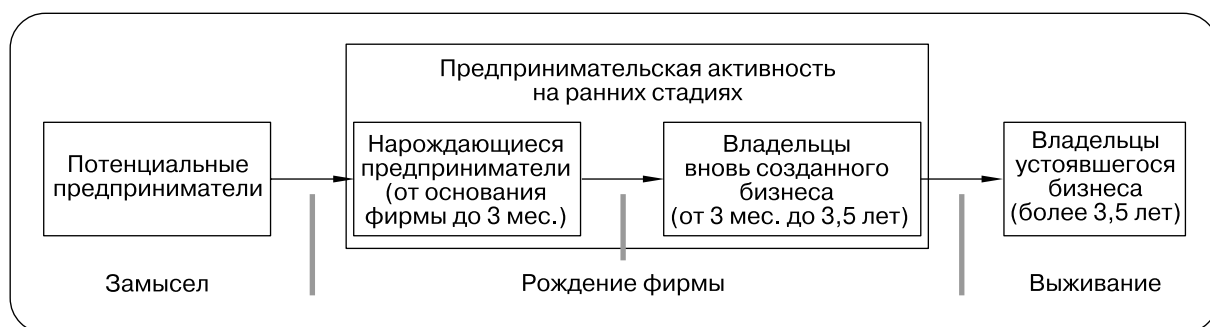


Рис. 1. Предпринимательский процесс и базовые определения GEM

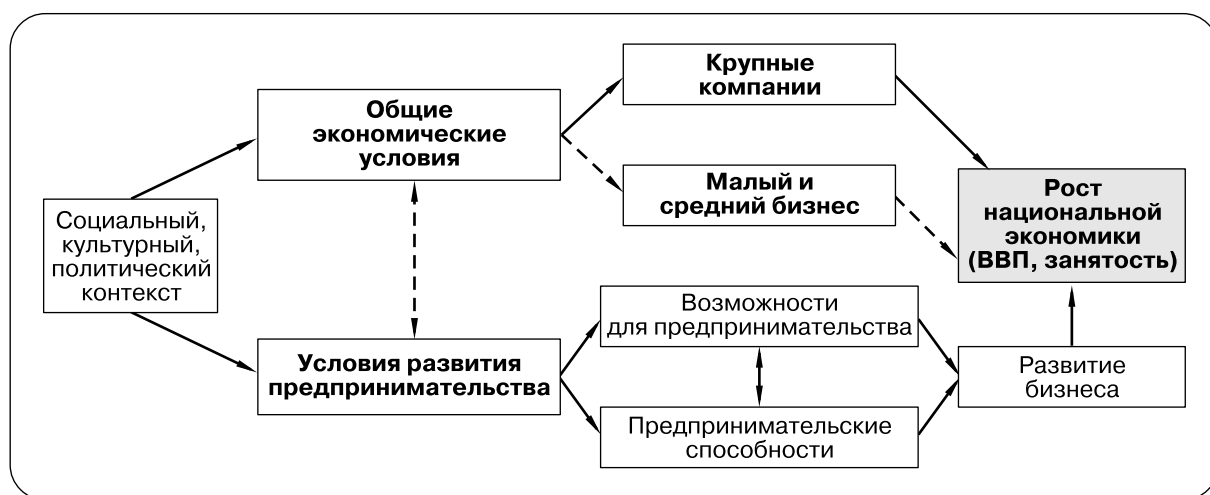


Рис. 2. Факторы, определяющие деловую и предпринимательскую активность

создания и регулирования деятельности компаний, состояние финансовых рынков, рынка труда, развитие институтов. Эти факторы в совокупности влияют на деятельность уже существующих крупных компаний и предприятий малого и среднего бизнеса. Для анализа данной группы факторов используется национальная экономическая демографическая статистика, а также другая вторичная информация о состоянии внешней среды.

Ко второй группе относятся факторы развития предпринимательства, влияющие на возможности создания компании и развития предпринимательских способностей и навыков, а также мотивирующие создание предпринимательских фирм. В соответствии с методикой проекта вы-

деляют 10 условий развития предпринимательства, среди которых наличие финансовой поддержки, политика государства, государственные программы, образование и профессиональная подготовка, внедрение научно-технических разработок, коммерческая и профессиональная инфраструктура, открытость рынка/барьеры вхождения на рынок, доступ к физической инфраструктуре, культурные и социальные нормы, а также появившийся в исследованиях 2007 г. новый фактор — защита прав интеллектуальной собственности. Данные условия были утверждены Исследовательским комитетом проекта и получили название структурных факторов предпринимательства (Entrepreneurial Framework Conditions — EFC). В сово-

купности эти факторы воздействуют на мотивацию и способности предпринимателя привлекать ресурсы, создавать ценности, влияя тем самым на экономический рост и уровень занятости в экономике.

- EFC1 Финансовая поддержка.** Доступность финансовых ресурсов и поддержка, включая гранты и субсидии новым и развивающимся фирмам. Здесь также исследуется доступность и качество финансовой поддержки — собственный, начальный и заемный капитал; понимание предпринимательства финансовым сообществом (например, знания и навыки для оценки возможностей для предпринимательства, оценки бизнес-планов и потребностей малого бизнеса в капитале, готовность к работе с предпринимателями и отношение к риску).
- EFC2 Политика государства.** Региональная и федеральная государственная политика и ее практическое применение в отношении общего налогообложения и налогов с бизнеса, государственного регулирования и управления. Их зависимость или независимость от размеров компаний, а также от того, насколько вышеупомянутые меры экономической политики поддерживают новые и развивающиеся фирмы или препятствуют им.
- EFC3 Государственные программы.** Наличие программ непосредственной поддержки новых и развивающихся фирм на всех уровнях — национальном, региональном и муниципальном. В рамках данного параметра также исследуются доступность и качество государственных программ; наличие

и качество человеческих ресурсов в государственных структурах и их способность к управлению конкретными программами; эффективность служб.

- EFC4 Образование и профессиональная подготовка.** Существующая система подготовки и обучения созданию и управлению малым, новым или растущим бизнесом включена в общую систему образования и профессиональной подготовки на всех уровнях.
- EFC5 Внедрение научно-технических разработок.** Уровень развития научных исследований и разработок, ведущих к созданию в стране новых возможностей для бизнеса, а также доступность научно-технических разработок для новых, малых и развивающихся фирм.
- EFC6 Коммерческая и профессиональная инфраструктура.** Уровень развития коммерческих, учетных и юридических служб и организаций, оказывающих поддержку новому, малому и растущему бизнесу.
- EFC7 Открытость рынка/барьеры вхождения на рынок.** Стабильность торговых взаимоотношений и возможность для новых и растущих фирм свободно конкурировать с существующими поставщиками, субподрядчиками и консультантами и занимать их место. Можно выделить две составляющие в оценке данного структурного условия: во-первых, открытость рынку; во-вторых, степень изменений рынка.
- EFC8 Доступ к физической инфраструктуре.** Доступность и качество физических ресурсов, включая: средства связи — телефон, почту, Интернет; основные коммунальные

услуги; транспорт (дороги, воздушные/морские перевозки); землю, офисные помещения, места для парковки, арендную плату; доступность и качество сырья и природных ресурсов, которые могут являться преимуществом для потенциального роста и развития предпринимательства.

**EFC9 Культурные и социальные нормы.** Существующие социально-культурные нормы, поддерживающие действия индивидуумов, которые приводят к возникновению новых способов ведения деловой и экономической деятельности, а также общее отношение к предпринимательству и предпринимателям.

**EFC10 Защита прав интеллектуальной собственности.** Уровень правовой защиты новых и растущих фирм.

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

Еще одним источником информации в проекте является опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Surveys — APS) с помощью специально разработанных анкет. GEM использует для проведения обследования

анкету, содержащую вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респондента к организации предпринимательской деятельности. Минимальный размер выборки для проведения исследования составляет 2 тыс. человек.<sup>3</sup> Вопросы анкеты объединены в блоки, первый из которых направлен на выявление факта вовлеченности респондента в предпринимательскую деятельность и подразделяется на две группы (А и В). Вопросы группы А касаются индивидуального отношения к предпринимательству, вопросы группы В связаны с некоторыми национальными особенностями отношения к предпринимательству. Организация исследований подобным образом позволяет не только получить ответы на поставленные вопросы, но и сравнить индивидуальные особенности и взгляд на национальные характеристики предпринимательства самих предпринимателей и тех, кто непосредственно не вовлечен в предпринимательскую деятельность.

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

Четвертый блок анкеты предназначен для тех, кто инвестировал в создание некоего предприятия. Вопросы связаны с объемом инвестиций, характером бизнеса, связью между инвестором и тем, в чье дело он инвестировал, ожидаемой отда-

<sup>3</sup> В 2006 г. опрос взрослого трудоспособного населения по методике GEM проводила исследовательская группа под руководством д. э. н. А. Ю. Чепуренко (ГУ-ВШЭ, Москва).

чей инвестиций. Этот блок позволяет оценить уровень неформальных инвестиций. Вопросы пятого блока касаются выхода из бизнеса.

Полученные в ходе опроса ответы могут использоваться при расчете различных показателей предпринимательской активности. В проекте GEM основным показателем, характеризующим предпринимательскую активность населения, является индекс предпринимательской активности (Total Entrepreneurial Activity — ТЕА), отражающий долю трудоспособного взрослого населения (от 18 до 64 лет) либо активно участвующего в создании нового предприятия, либо являющегося собственниками или менеджерами фирм, существующих не более 42 месяцев. Этот показатель характеризует уровень потенциального предпринимательства, т. е. склонности и способности населения страны к предпринимательству в существующих социальных, культурных и экономических условиях существования. Кроме того, можно оценить интенсивность нарождающегося предпринимательства, определив процент тех, кто вовлечен в создание нового бизнеса; раннего предпринимательства, а также устоявшегося бизнеса.

Определение численности и структуры предпринимателей в современной России является одним из широко обсуждаемых в деловой литературе [Дыльнова, 2007; Радаев, Шкаратан, 1996; Чепуренко, 2004]. Приводятся различные данные: от 3 до 12% от экономически активного населения.

Согласно проведенному исследованию, индекс предпринимательской активности в России на ранних стадиях в 2006 г. был равен 4,9%, что составляет более 6 млн человек. Приблизительно 70% от этого числа (практически 3,5 млн человек) — нарождающиеся предприниматели, в то время как 30% (более 2,5 млн человек) — предприниматели, которые

организовали новые компании. Доля устоявшихся предпринимателей составила 1,2% взрослого населения в возрасте от 18 до 64 лет.

Национальные команды проекта GEM проводят исследования с использованием общих вопросов и единой методики формирования выборки. Полученные от национальных команд данные нормализуются Исследовательским комитетом проекта GEM, что обеспечивает межстрановую сопоставимость и позволяет проводить сравнительные исследования в странах — участницах проекта. Как видно из табл. 1, индекс предпринимательской активности существенно варьируется по странам: от 2,7% в Бельгии до 40,2% — в Перу.

Индекс предпринимательской активности имеет различную динамику по годам. В европейских странах с высоким уровнем ВВП на душу населения он варьируется незначительно, в странах с переходной экономикой индекс существенно изменяется по годам. Так, в 2007 г. индекс предпринимательской активности составил 2,7%, а для устоявшегося бизнеса — 1,7%.

В исследованиях GEM 2006 г. страны были разделены на две группы, исходя из уровня ВВП на душу населения. К странам со средним уровнем дохода (ВВП составил менее 20 тыс. долл. США на душу населения) отнесены: Аргентина, Бразилия, Венгрия, Индия, Индонезия, Китай, Колумбия, Латвия, Малайзия, Мексика, Перу, Россия, Таиланд, Турция, Уругвай, Филиппины, Хорватия, Чехия, Чили, ЮАР, Ямайка.

Страны с высоким уровнем дохода (ВВП — более 20 тыс. долл. США на душу населения) представляют: Австралия, Бельгия, Великобритания, Голландия, Греция, Дания, Исландия, Испания, Ирландия, Италия, Канада, Норвегия, ОАЭ, Сингапур, Словения, США, Финляндия, Франция, ФРГ, Швеция, Япония.

Таблица 1

Уровень предпринимательской активности в странах — участницах проекта GEM в 2006 г.,  
% от взрослого населения

Страна	Нарождающиеся предприниматели	Владельцы вновь созданного бизнеса	Ранние предприниматели	Владельцы устоявшегося бизнеса
1	2	3	4	5
Австралия (AU)	7,3	5,7	12,0	9,1
Аргентина (AR)	6,4	4,1	10,2	7,0
Бельгия (BE)	1,8	1,1	2,7	2,1
Бразилия (BR)	3,5	8,6	11,7	12,1
Великобритания (UK)	3,2	2,8	5,8	5,4
Венгрия (HU)	3,2	3,0	6,0	6,7
Германия (DE)	2,9	1,7	4,2	3,0
Голландия (NL)	3,6	1,9	5,4	6,6
Греция (GR)	5,7	2,3	7,9	8,2
Дания (DK)	2,9	2,8	5,3	5,3
Индия (IN)	5,4	5,3	10,4	5,6
Индонезия (ID)	9,6	11,5	19,3	17,6
Ирландия (IE)	4,5	2,9	7,4	7,8
Исландия (IS)	8,1	3,8	11,3	7,4
Испания (ES)	3,0	4,4	7,3	5,5
Италия (IT)	2,2	1,4	3,5	3,0
Канада (CA)	4,1	3,2	7,3	5,1
Китай (CN)	6,7	10,5	16,2	9,0
Колумбия (CO)	10,9	12,6	22,5	10,4
Латвия (LV)	4,0	2,7	6,6	5,7
Малайзия (MY)	4,9	6,2	11,1	7,3
Мексика (MX)	4,1	1,2	5,3	2,3
Норвегия (NO)	5,3	4,3	9,1	6,0
ОАЭ (AE)	1,7	2,2	3,7	1,4
Перу (PE)	30,0	15,1	40,2	12,4
Россия (RU)	3,5	1,7	4,9	1,2
Сингапур (SG)	2,7	2,5	4,9	3,4
Словения (SI)	2,9	1,8	4,6	4,4
США (US)	7,5	3,3	10,0	5,4
Таиланд (TH)	4,1	11,5	5,2	17,4

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5
Турция (TR)	2,2	4,0	6,1	11,5
Уругвай (UY)	8,4	4,6	12,6	6,9
Филиппины (PH)	5,0	15,6	20,4	19,7
Финляндия (FI)	2,9	2,4	5,0	8,2
Франция (FR)	3,8	0,7	4,4	1,3
Хорватия (HR)	6,4	2,5	8,6	4,1
Чехия (CZ)	6,4	2,0	7,9	5,4
Чили (CL)	5,7	3,9	9,2	6,8
Швеция (SE)	2,2	1,4	3,5	5,0
ЮАР (SA)	3,6	1,7	5,3	1,7
Ямайка (JA)	11,6	9,2	20,3	10,3
Япония (JP)	1,6	1,4	2,9	4,8

Из рис. 3 видно, что выделяются два кластера стран, отличающихся по уровню ВВП на душу населения. Для стран первого кластера характерно то, что по

мере увеличения ВВП активность на ранних стадиях предпринимательства уменьшается. Для второй группы стран по мере роста ВВП происходит увеличение

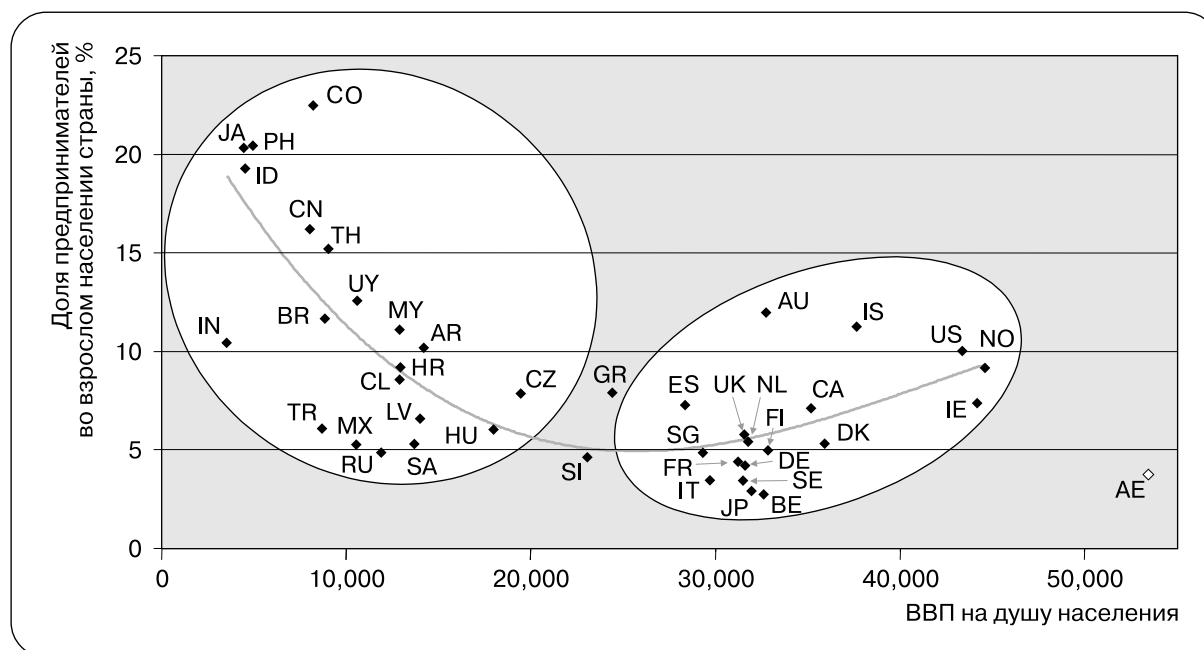


Рис. 3. Уровень предпринимательской активности на ранних стадиях и ВВП на душу населения  
Примечание: коды стран см. в табл. 1.

индекса предпринимательской активности.

При низком уровне ВВП на душу населения отраслевая структура характеризуется превалированием значительного числа малых предприятий. По мере роста доходов индустриализация и экономия на масштабе позволяют существующим большим фирмам удовлетворять возрастающий спрос на растущих рынках и повышать их относительную роль в экономике. Увеличение роли больших фирм обычно сопровождается сокращением числа новых предприятий. Это объясняется тем, что все больше людей находит стабильную занятость на крупных промышленных предприятиях. По мере дальнейшего увеличения доходов роль предпринимательского сектора снова возрастает, так как люди получают ресурсы, позволяющие им самостоятельно заниматься бизнесом и использовать открывающиеся возможности. В странах с высоким уровнем дохода, где значительна доля рынка услуг, существуют дифференциация потребительских предпочтений и ускоренное технологическое развитие, а предпринимательство получает условия для завоевания конкурентного преимущества. Безусловно, уровень предпринимательской активности зависит от демографических, культурных и институциональных характеристик страны. В глобальном отчете 2007 г. страны со средним и низким уровнем дохода были разделены на две группы: европейские и азиатские страны, а также страны Латинской Америки и Карибского бассейна [Vosma et al., 2007].

Если межстрановое сравнение расширить, добавив к показателям предпринимательской активности и уровня доходов данные о мотивах предпринимателей, организовывающих новый бизнес, то выявляется интересная закономерность (рис. 4). GEM различает два типа предпринимателей в зависимости от мотивов деятельности:

1. Предприниматели «по необходимости»<sup>4</sup> (necessity entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются начать свое дело в силу того, что у них нет иных лучших возможностей для получения дохода.
2. Предприниматели «по возможности» (opportunity entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются использовать открывающиеся возможности и получать преимущества от предпринимательской деятельности.

Предприниматели из стран с низким и средним уровнем дохода чаще организуют новый бизнес в результате обстоятельств и реже мотивируют свое решение наличием нереализованной возможности или уникальной бизнес-идеи. Тем не менее уровень предпринимательской активности в этих странах очень высок, что объясняется в большей степени отсутствием альтернатив, чем исключительно развитой культурой предпринимательства.

По мере роста доходов количество альтернативных предпринимательству видов деятельности увеличивается. Люди, ранее вынужденные заниматься предпринимательством в силу внешних обстоятельств, находят новую работу и уходят из малого и среднего бизнеса, вследствие чего уровень предпринимательской активности заметно снижается. Этому снижению также способствует неразвитость предпринимательства, основанного на уникальных бизнес-идеях, когда предприниматели решают организовать собственное дело, выбирая его из альтернативных вариантов занятости в силу его перспективности и возможной прибыльности.

Когда страны достигают высокого уровня дохода, ситуация меняется. В развитии предпринимательства значительную

<sup>4</sup> В литературе для характеристики данного феномена используется также термин «вынужденный предприниматель».

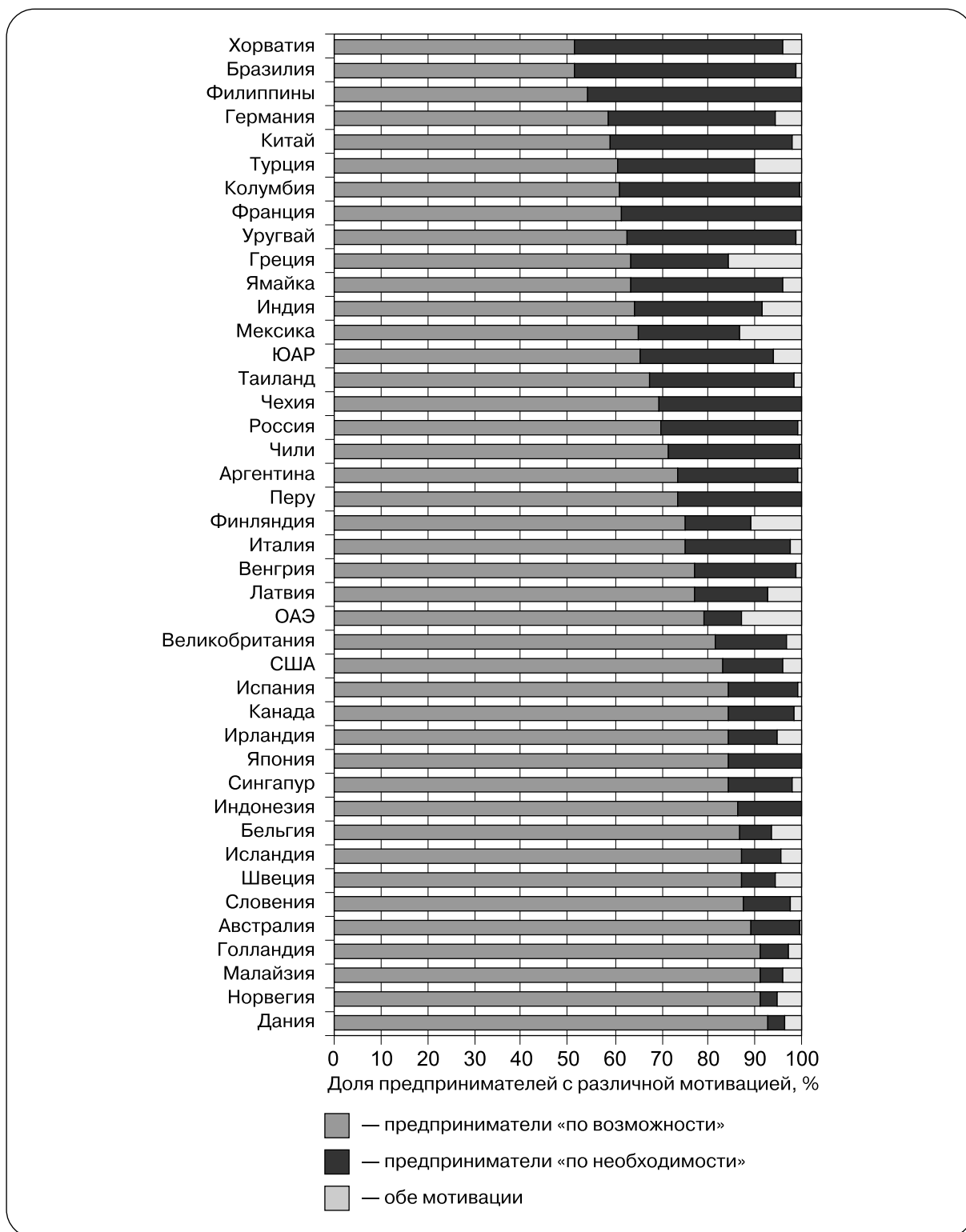


Рис. 4. Доли предпринимателей «по возможности» и «по необходимости»

роль начинает играть наличие бизнес-возможностей, больше фирм основывается как результат наличия потенциально прибыльных идей. И хотя уровень предпринимательской активности в этих странах ниже, чем таковой в странах с более низкими доходами, здесь можно говорить о большей целенаправленности и более высоком качестве предпринимательства. В условиях развитой экономики с установившимися игроками в отдельных отраслях предприниматели могут извлекать прибыль, в первую очередь определив и заполнив существующие ниши производственной цепочки. И хотя рост в таких нишах достаточно ограничен, заняв их, предприниматели обеспечивают стабильный доход на определенный период времени.

Анализируя данную закономерность более детально, следует отметить, что не во всех странах с высокими доходами существует одинаковый уровень предпринимательства, базирующегося на возможностях, так же как и не во всех странах с низкими и средними доходами предприниматели вынуждены открывать свой бизнес в силу внешних обстоятельств. Описанная закономерность, безусловно, справедлива для большинства изученных стран (рис. 4), однако феномен предпринимательства остается гораздо более сложным и многослойным, чем выбранный набор из трех показателей. Поэтому в ряде стран, где исследуемые показатели отличаются от выявленной закономерности, присутствуют другие факторы, заметно влияющие на предпринимательскую активность.

Свыше половины (68%) российских ранних предпринимателей (54% нарождающихся предпринимателей и около 30% владельцев вновь созданного бизнеса) могут быть охарактеризованы как предприниматели, пытающиеся использовать новые возможности: их стремление начать свое дело обусловлено поиском преимуществ, которые дает занятие

бизнесом, т. е. большинством российских ранних предпринимателей двигали неэкономические мотивы. Среди нарождающихся предпринимателей доля тех, кто рассматривает приход в бизнес как сознательный шаг, связанный с использованием открывающихся возможностей бизнеса, еще выше и составляет 78%. Однако для 30% ранних предпринимателей начинание своего дела является вынужденным шагом, связанным с отсутствием других вариантов трудоустройства либо неудовлетворенностью ими.

## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА GEM В 2006 г.

### Социально-демографический портрет российского предпринимателя

Данные проекта GEM показывают, что не существует серьезных различий в возрасте предпринимателей в странах с высоким и низким уровнем дохода. Наиболее типичными представителями ранних предпринимателей являются люди в возрасте 25–34 лет. В среднем мужчины значительно чаще вовлечены в создание нового бизнеса, чем женщины; ни в одной из стран — участников GEM в 2006 г. женщины не опередили мужчин по этому показателю.

Средний возраст российского раннего предпринимателя составляет 34 года. 34% ранних предпринимателей — это респонденты в возрасте от 25 до 34 лет. Чуть менее 28% — возрастная группа «от 35 до 44 лет». Возрастное распределение устоявшихся предпринимателей существенно отличается. В 2006 г. около 60% устоявшихся предпринимателей составили респонденты в возрасте от 35 до 44 лет, что превышает долю данной возрастной группы среди ранних предпринимателей более чем в два раза. Доля предпринимателей в возрастной группе

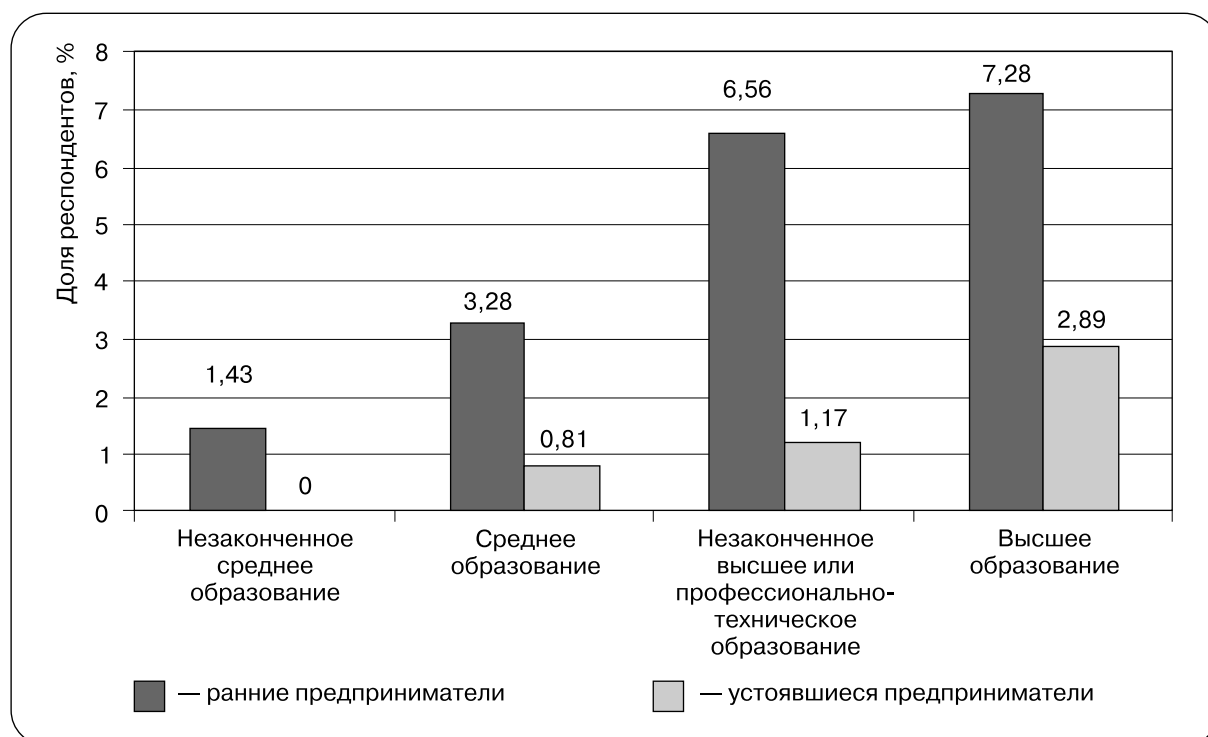


Рис. 5. Предпринимательская активность среди респондентов с различным уровнем образования

от 25 до 34 лет на 12% меньше аналогичного показателя для ранних предпринимателей. Стоит отметить значительно бóльшую вовлеченность молодежи (от 18 до 24 лет) в раннее предпринимательство. Среди ранних предпринимателей доля этой возрастной группы составляет 22%, а среди устоявшихся — лишь 2,6%. Данные показатели свидетельствуют, с одной стороны, о желании молодежи создавать новые компании, а с другой — об отсутствии достаточных знаний и навыков развития бизнеса.

Характеристики типичного возраста предпринимателей существенно различаются для мужчин и женщин (по ранним предпринимателям женщины старше на 11 лет). В целом мужчины больше вовлечены в предпринимательство. Среди ранних предпринимателей мужчин можно встретить в 2,9 раза чаще, чем женщин, среди устоявшихся предпринимателей этот разрыв несколько меньше.

Таким образом, женщины реже рассматривают предпринимательскую деятельность как возможное развитие карьеры; на ранних этапах они менее успешны, чем мужчины.

Распределение по уровню образования ранних предпринимателей и устоявшихся предпринимателей имеет общую тенденцию. Среди людей с высшим образованием доля вовлеченных в предпринимательство выше, чем в других категориях. Это справедливо как для ранних, так и для устоявшихся предпринимателей. Предпринимательская активность ранних предпринимателей среди респондентов с незаконченным средним и средним образованием выше, чем для аналогичных групп устоявшихся предпринимателей. Из рис. 5 видно, что среди устоявшихся предпринимателей нет людей с незаконченным средним образованием, хотя среди ранних предпринимателей доля этой образовательной группы

составляет 1,43% (создать предприятие представители данной образовательной группы могут, однако недостаток знаний, скорее всего, приводит к выходу из бизнеса).

### **Характеристики предпринимательской активности**

Усиление конкуренции заставляет предпринимателей искать новые пути освоения рынка, предлагая новые продукты и услуги, используя новые методы работы. При определении предпринимательской организации важнейшее значение имеет не то, что она производит, какие технологии и организационные структуры использует, а тип поведения, действия, осуществляемые для поддержки предпринимательства. Предпринимательские организации отличают активный поиск новых путей, способность к изменениям, открытость для инноваций, гибкость.

В рамках проекта GEM для измерения инновационности используются три индикатора:

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

Оценка новизны продуктов и услуг незначительно различается по странам (рис. 6, 7). Большинство предпринимателей занимается производством продуктов, уже известных на рынке, и только некоторые предприниматели заявляют о том, что их продукт является абсолютно новым. В странах со средним уровнем дохода предприниматели в большей степени уверены в том, что предлагаемый ими продукт нов для всех потребителей. При этом среди устоявшихся предпринимателей тех, кто считает свой продукт инновационным, значительно меньше, чем среди ранних предпринимателей.

В странах с высоким уровнем дохода предприниматели более склонны оценивать свой продукт как уже существующий на рынке. Это справедливо как для ранних, так и для устоявшихся предпринимателей.

В России доля устоявшихся предпринимателей, охарактеризовавших свой продукт как инновационный, составила менее 7%; среди ранних предпринимателей эта доля несколько выше — около 10%. Однако для обеих категорий предпринимателей доля считающих свой продукт новым для всех потребителей ниже, чем соответствующие доли в странах с высоким и средним уровнем дохода.

Исследование показывает, что большинство предпринимателей сталкиваются с серьезной конкуренцией на рынке (рис. 8, 9). Среди устоявшихся предпринимателей в странах с высоким и средним уровнем дохода нет существенных различий в оценке уровня конкуренции.<sup>4</sup>

Независимо от группы стран, около 50% ранних предпринимателей ожидают столкновения с большим числом конкурентов (51% — в странах с высоким уровнем дохода, 57% — в странах со средним уровнем дохода). Среди российских ранних предпринимателей тех, кто оценивает конкуренцию как интенсивную, еще больше — около 60%. Только 11% ранних предпринимателей в странах с высоким уровнем дохода и 9% в странах со средним уровнем дохода предполагают, что не столкнутся с конкурентами вообще. Доля российских ранних предпринимателей, оценивающих конкурентную ситуацию подобным образом, составляет 7,4%. Этот факт может объясняться особенностями секторального распределения предпринимателей.

Еще меньше различий в оценке конкурентного окружения как благоприятного

<sup>4</sup> Сравнительный анализ по странам с высоким и средним уровнем дохода основывается на данных, приведенных в [Bosma, Harding, 2007].

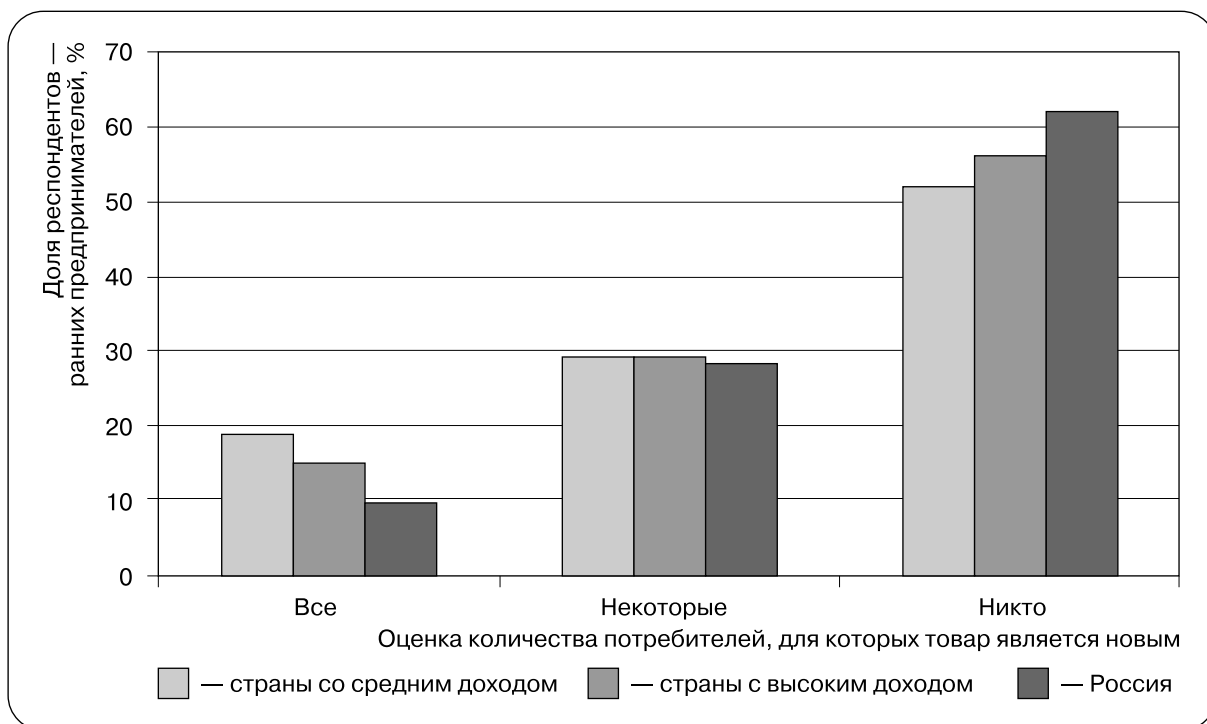


Рис. 6. Новизна продукции ранних предпринимателей для потребителей

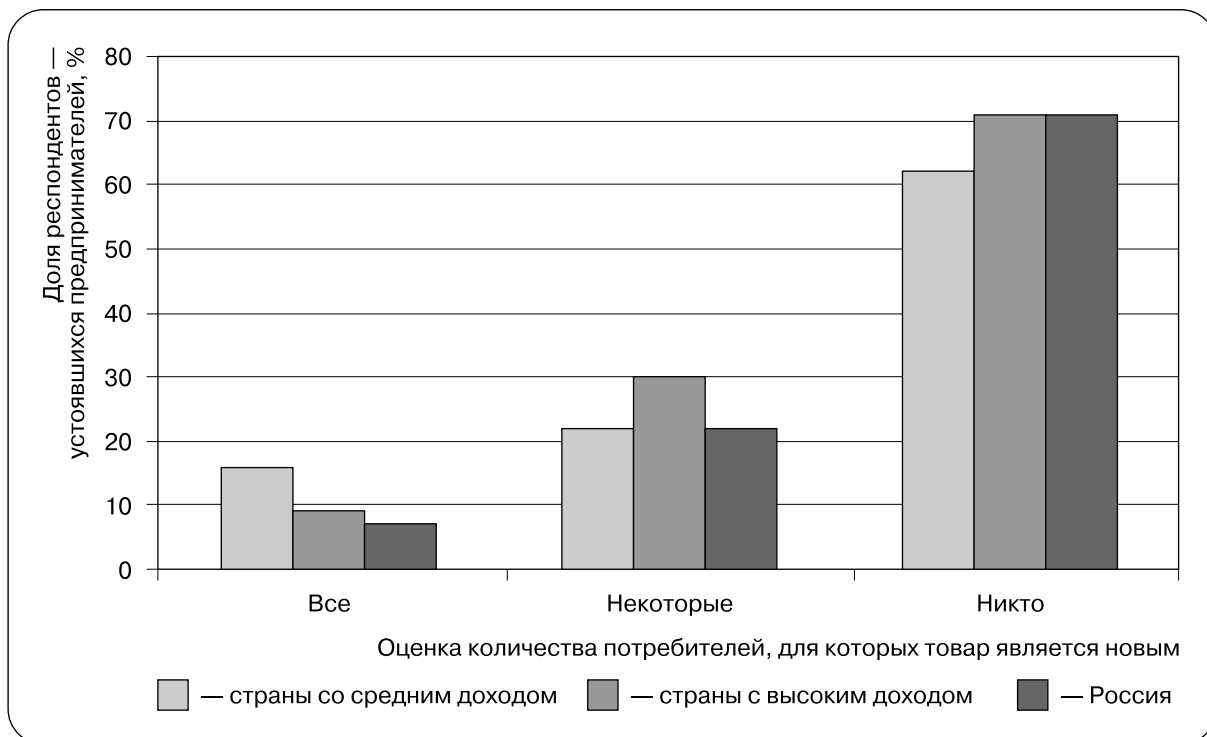


Рис. 7. Новизна продукции устоявшихся предпринимателей для потребителей

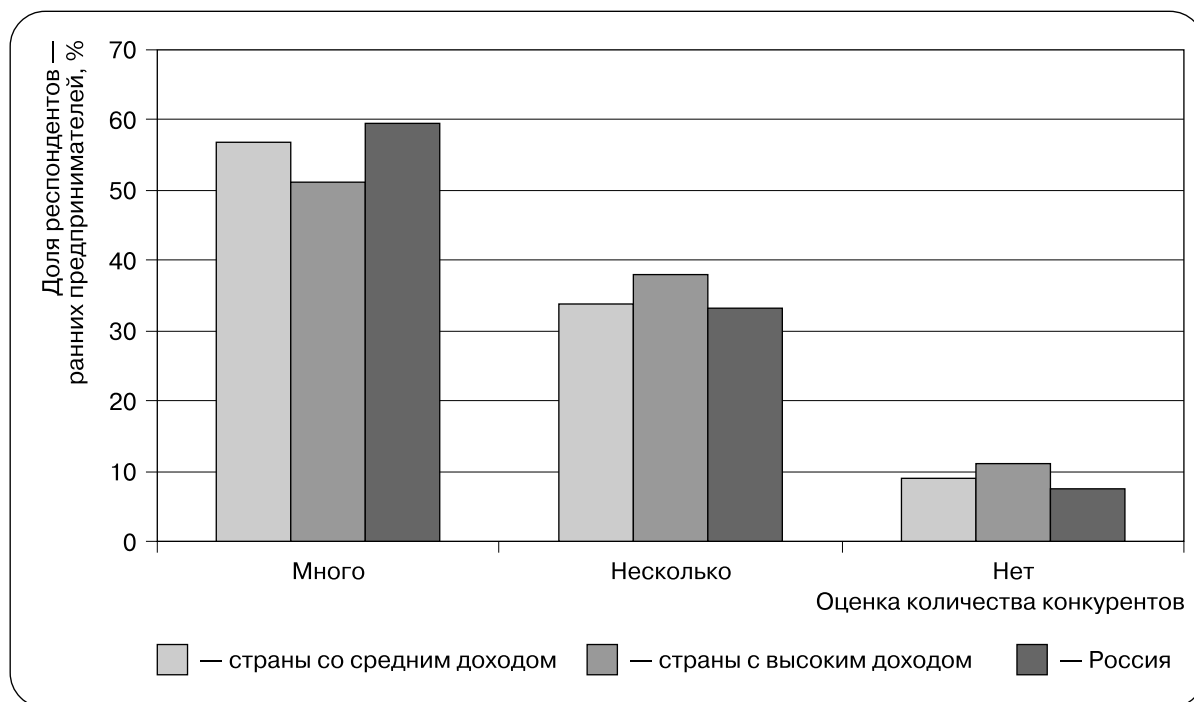


Рис. 8. Конкурентное окружение ранних предпринимателей

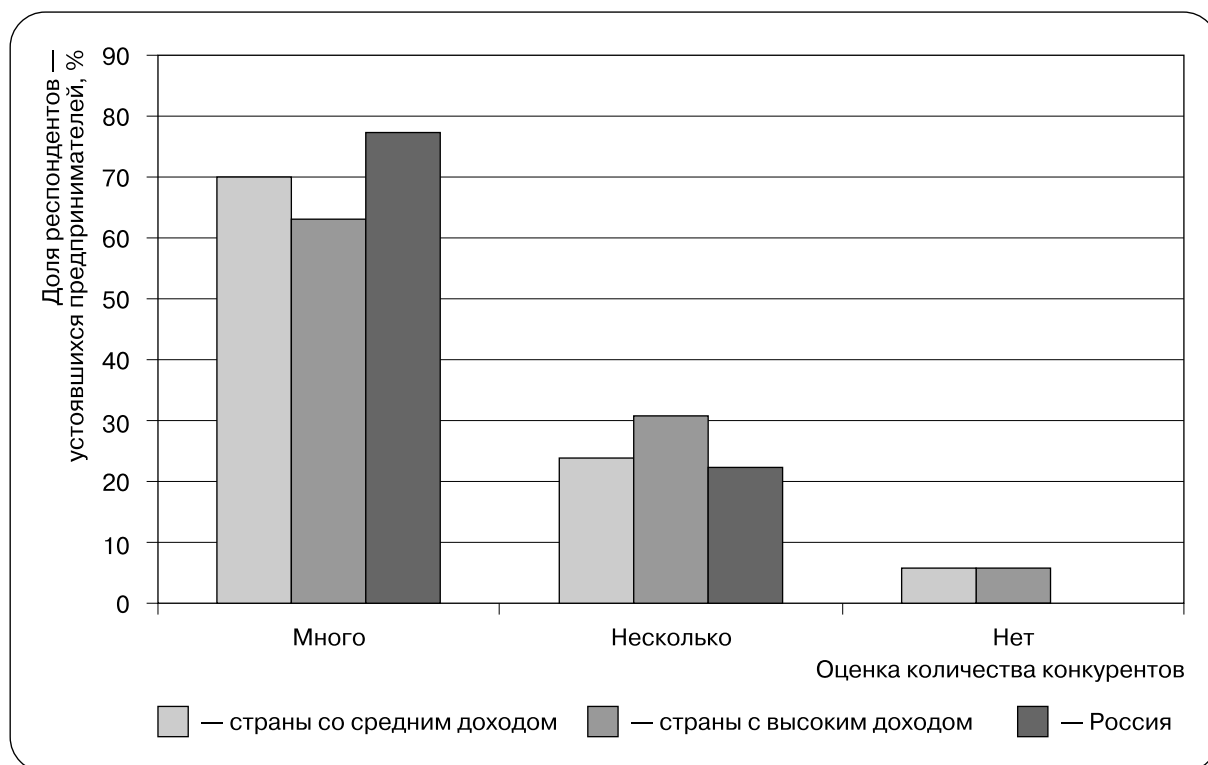


Рис. 9. Конкурентное окружение устоявшихся предпринимателей

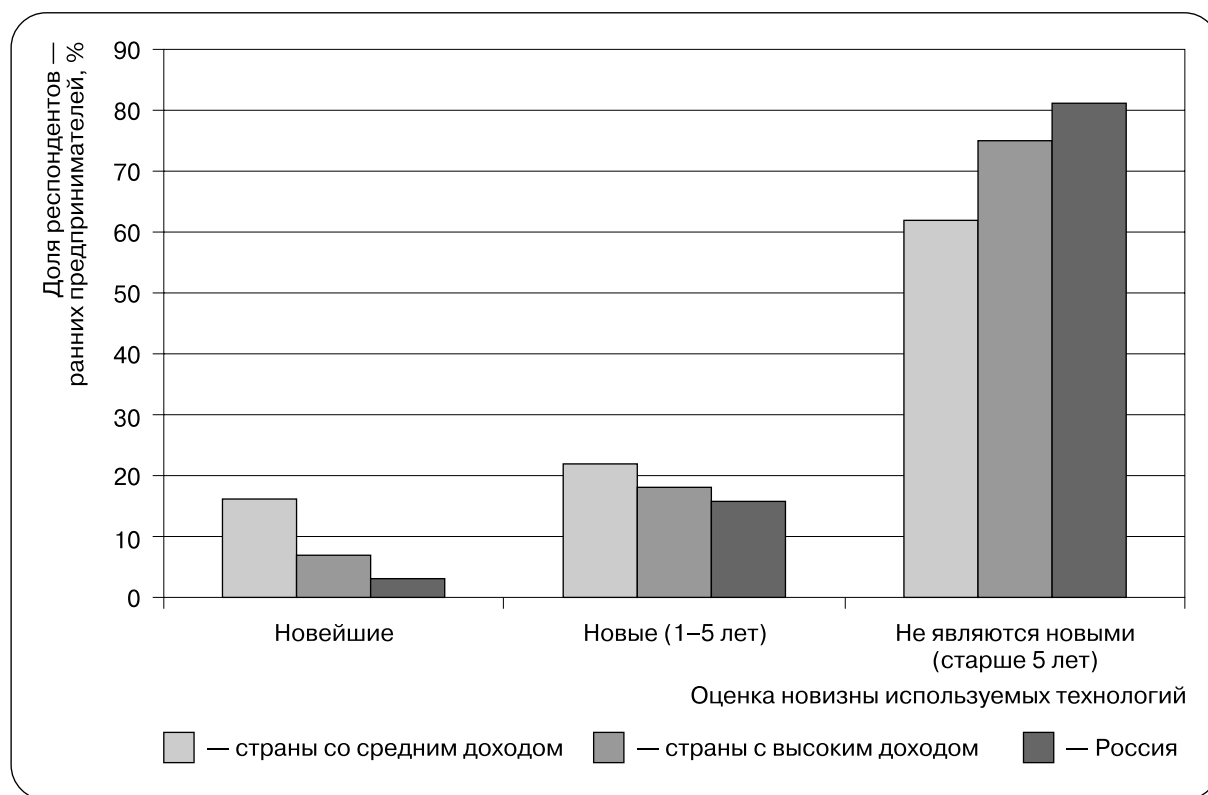


Рис. 10. Новизна технологий, используемых ранними предпринимателями

для них демонстрируют устоявшиеся предприниматели. 6% устоявшихся предпринимателей в странах как с высоким, так и со средним уровнем дохода считают, что нет других предприятий, предоставляющих аналогичный продукт. В России никто из опрошенных устоявшихся предпринимателей не оценил конкурентную ситуацию подобным образом. В целом устоявшиеся предприниматели, по сравнению с ранними предпринимателями, описывают конкуренцию как более интенсивную. Эта тенденция справедлива и в отношении России.

Третьим важным индикатором инновационности бизнеса являются используемые технологии (рис. 10, 11).

Для обеих групп стран доля устоявшихся предпринимателей, отмечающих, что используемые технологии не являются новыми, выше в сравнении с долей ранних предпринимателей.

Ранние предприниматели в странах со средним уровнем дохода более склонны применять новые технологии, чем их коллеги в развитых странах. Возможно, это объясняется тем, что технологии, рассматриваемые как новые в странах со средним уровнем дохода, не считаются таковыми в развитых странах.

В России на всех этапах, кроме стадии нового бизнеса, около 70% предпринимателей используют технологии, существующие более 5 лет. Это справедливо в отношении нарождающихся и устоявшихся предпринимателей. Опрошенные владельцы вновь созданного бизнеса, не используя новейшие технологии (до 1 года), считают, что применяют новые технологии. Среди этой группы респондентов доля тех, кто полагает, что используемые технологии являются новыми, значительна в странах как с высоким, так и со средним уровнем дохода. Более

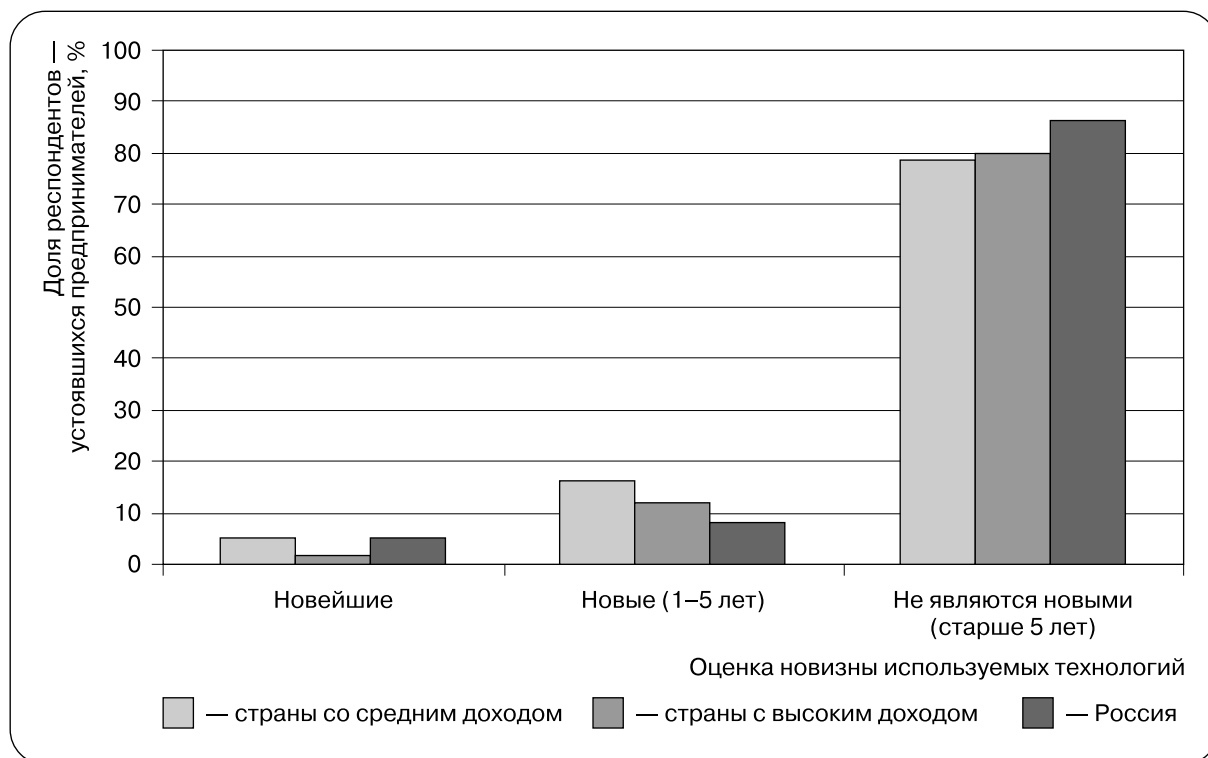


Рис. 11. Новизна технологий, используемых устоявшимися предпринимателями

60% опрошенных заявили, что возраст используемых ими технологий составляет от 1 до 5 лет. Это скорее можно объяснить не инновационным характером российского раннего предпринимательства, а низкой информированностью значительного числа предпринимателей, начинающих свое дело, о современных технологиях производства. В целом в России 81% ранних предпринимателей используют технологии старше 5 лет.

На долю устоявшихся предпринимателей, применяющих новые и новейшие технологии, приходится всего 13,5%, т. е. эта группа предпринимателей менее оптимистична в оценке инновационности используемых технологий.

### Секторальное распределение

GEM анализирует сектора народного хозяйства, в которых заняты предприниматели, используя Международный стан-

дарт отраслевой классификации экономической активности (International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities — ISIC). Все сектора разделены на потребительски ориентированные отрасли; отрасли, занятые оказанием бизнес-услуг; производство и строительство, а также добывающий сектор. Согласно исследованиям, большая часть как ранних, так и устоявшихся предпринимателей наиболее активны в потребительски ориентированных видах деятельности, т. е. в торговле, общественном питании, гостиничном бизнесе, здравоохранении, образовании и т. п. При этом доля предпринимателей, вовлеченных в оказание услуг населению в странах со средним уровнем дохода, значительно превышает подобный показатель для стран с высоким уровнем дохода (на 14% для ранних предпринимателей и на 15% для устоявшихся предпринимателей).

На втором месте в распределении секторов находятся виды деятельности, в которых основным потребителем выступает другой бизнес, например, строительство, производство, транспорт, дистрибьюторская деятельность. При этом не наблюдается серьезных различий в зависимости от группы стран.

Предприниматели (как ранние, так и устоявшиеся) в странах с высоким уровнем дохода в значительно большей степени вовлечены в сектор оказания бизнес-услуг. На их долю приходится 25% против 9% в странах с низким уровнем дохода. Иными словами, в странах со средним уровнем дохода ранние предприниматели в большей степени ориентированы на выпуск товаров и оказание услуг населению, а сектор бизнес-услуг играет большую роль в структуре стран с высоким уровнем дохода.

Для обеих групп стран доля ранних предпринимателей, занятых в добывающих отраслях, существенно ниже в сравнении с устоявшимся бизнесом.

Следует отметить, что данные GEM не являются лучшим источником информации для секторального описания существующих фирм, за исключением тех стран (например, Великобритании и Испании), в которых выборка составляет свыше 15 тыс. респондентов. В соответствии с данными государственной статистики среди малых предприятий на долю торговли и общественного питания приходится около 50% компаний, промышленных — 13%, строительных — 12%, транспорта и связи — 3%, науки и информационных технологий — 12%. Данные GEM могут быть использованы в большей степени для сравнения секторального распределения ранних и устоявшихся предпринимателей.

В соответствии с полученными в 2006 г. результатами в России структура предпринимательства по видам деятельности значимо изменяется по мере развития бизнеса. Например, доля устоявшихся

предпринимателей, вовлеченных в производство и строительство, на 12% выше, чем аналогичная доля ранних предпринимателей. Негативным фактором, характеризующим развитие предпринимательства в России, является то, что среди производственных видов деятельности практически не упоминаются виды деятельности, относящиеся к инновационным, в том числе не требующим значительного стартового капитала.

В оказании бизнес-услуг доля ранних предпринимателей составила 14%, что практически в 4 раза больше, чем доля устоявшихся предпринимателей. Доля предпринимателей в добывающем секторе незначительна и достигает 4,8% для ранних и 3,8% для устоявшихся предпринимателей.

В целом в странах со средним уровнем дохода предприниматели в большей степени ориентированы на работу с конечным потребителем. Находясь в последнем звене производственной цепочки, они имеют несколько больше свободы и не ограничены рамками определенной производственной ниши. Как правило, в этой группе стран в экономической деятельности представлены не все наиболее современные технологии, и предприниматели имеют возможность использовать данные прорехи и расширять за счет этого свой бизнес, вводя инновационные методы и технологии, уже используемые в развитых странах.

### **Факторы, способствующие и препятствующие развитию предпринимательства в России (по результатам экспертных интервью NES)**

Для характеристики структурных условий развития предпринимательства в стране в качестве источника информации, как отмечалось, используются экспертные интервью. Выборка респондентов включает в себя «предпринимателей» и «профессионалов».

«Предприниматели» — респонденты с опытом практической предпринимательской деятельности, в том числе в рамках одного и более структурного условия. Они отбираются прежде всего на основе активного опыта предпринимательской деятельности в стране. Например, это учредители компаний или организаций.

«Профессионалы» — респонденты, непосредственно вовлеченные в реализацию либо оценку какого-либо структурного условия для предпринимательства в стране. В качестве экспертов могут выступать политики, ученые, предприниматели, правительственные чиновники или другие профессионалы, работающие в сфере предпринимательства.

Для отбора экспертов была разработана полустандартизованная процедура. В выборке должно было быть представлено не менее 36 экспертов. Выборки экспертов, составленные национальными командами, должны включать: участников разного пола; лиц, обладающих различным опытом в отношении структурных условий; лиц из различных географических областей, покрывающих национальные, региональные и местные области.

Для получения широкой палитры мнений профессионалов и предпринимателей о различных аспектах предпринимательства требуется отобрать экспертов, обладающих знаниями об одном из 9 структурных условий. Эксперты должны подбираться таким образом, чтобы их знания и опыт минимальным образом пересекались со знаниями экспертов, представляющих другие условия функционирования внешней среды (только с 1 по 9).

Оба типа экспертов должны рекрутироваться для интервью согласно следующим квотам:

- минимум 50% выборки должны быть профессионалами;
- минимум 25% и максимум 50% выборки должны быть предпринимателями;

- каждое структурное условие должно быть представлено по крайней мере одним профессионалом.

В 2006 г. в рамках проекта было проведено 36 интервью с экспертами. Выборка соответствует требованиям проекта. Специализация по факторам рамочных условий предпринимательства представлена в табл. 2.

Итак, 34% выборки составили предприниматели и, соответственно, 66% — профессионалы. Каждое структурное условие было представлено по крайней мере одним профессионалом. Выборкой экспертов было охвачено 4 российских региона: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Ярославль.

Исследование показало, что все респонденты (и действующие предприниматели и «теоретики», не занимающиеся практической предпринимательской деятельностью) осознают, что в настоящее время есть проблемы, сдерживающие развитие предпринимательства в России.

Несмотря на наличие сходства в оценках разных категорий респондентов по большинству обсуждаемых вопросов, существует разрыв между восприятием основных проблем среди предпринимателей с одной стороны, и профессионалов, не занимающихся практической предпринимательской деятельностью, — с другой. Обе стороны понимают значимость проблемы, но наполняют ее разным содержанием. Профессионалы говорят о более частных вопросах, предприниматели же склонны комментировать имеющиеся проблемы и пути их решения с помощью более общих замечаний.

В качестве основной причины, оказывающей отрицательное воздействие на развитие предпринимательства, эксперты назвали существующую политику государства, причем предприниматели выбирали ее в качестве основной в два раза чаще, чем профессионалы (рис. 12).

Таблица 2

Выборка экспертов 2006 г.

Структурные факторы предпринимательства	Предприниматели		Профессионалы	
	Количество	Процент*	Количество	Процент*
Наличие финансовой поддержки	1	2	3	8
Политика государства	1	2	3	8
Государственные программы	2	5	2	5
Образование и профессиональная подготовка	1	2	3	8
Внедрение научно-технических разработок	1	2	3	8
Коммерческая и профессиональная инфраструктура	2	5	2	5
Открытость рынка/барьеры вхождения на рынок	0	0	4	11
Доступ к физической инфраструктуре	2	5	2	5
Культурные и социальные нормы	2	5	2	5
<b>Итого</b>	<b>12</b>	<b>34</b>	<b>24</b>	<b>66</b>

Примечание: \* в таблице представлены округленные значения.

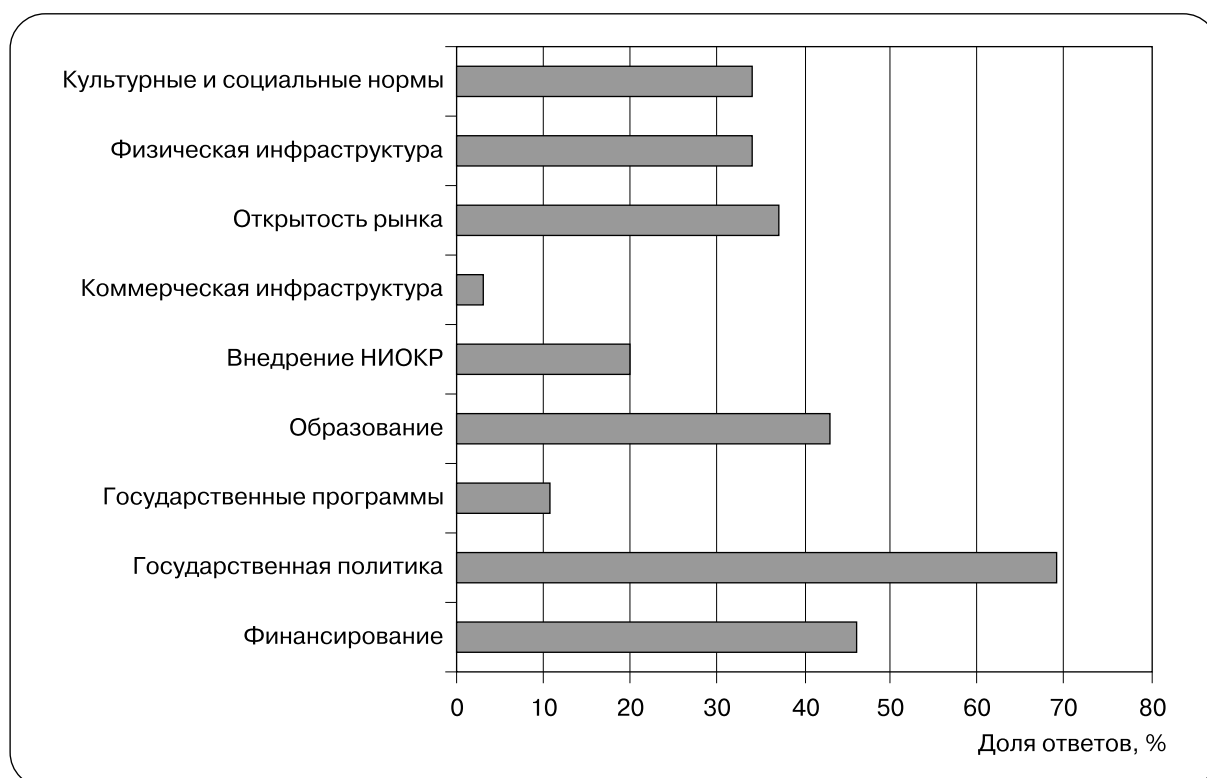


Рис. 12. Факторы, состояние которых отрицательно влияет на предпринимательство (данные 2006 г.)

Эксперты отмечали:

- отсутствие эффективной, четкой и последовательной политики;
- непредсказуемость и непоследовательность действий государства в отношении бизнеса, что приводит к отсутствию уверенности в завтрашнем дне и невозможности долгосрочного планирования;
- факты массового злоупотребления должностными полномочиями и коррупции.

Второй причиной, сдерживающей развитие предпринимательства, эксперты назвали отсутствие финансовой поддержки. Финансовая поддержка практически недоступна вновь создаваемым предприятиям. Многие предприниматели имеют хорошие бизнес-идеи, обладают способностями к ведению собственного бизнеса, однако не имеют стартового капитала. Без сторонней финансовой поддержки бизнес практически не развивается либо закрывается, а предприниматели уходят в наемные работники.

Третье место в списке причин, оказывающих отрицательное воздействие на развитие предпринимательства, заняли проблемы в области образования и профессиональной подготовки, причем на них в основном указывали профессионалы. По их мнению, сложившаяся система профессиональной подготовки не направлена на формирование определенных личностных качеств, способствующих управлению бизнесом. В высших учебных заведениях отсутствуют специализированные факультеты, занимающиеся комплексной подготовкой предпринимателей, направленной на обучение основным навыкам ведения предпринимательской деятельности. Образовательная проблема в качестве основной называлась только профессионалами, один из респондентов отметил, что предприниматели сами не заинтересованы в получении знаний, когда начинают собственное дело, а осознание необходимости специальных знаний приходит только тогда, когда

предприниматель сталкивается с проблемами. Предприниматели, напротив, отметили достаточно высокий уровень базовой подготовки, хорошие возможности для получения специального бизнес-образования, наличие специальных обучающих программ в зависимости от конкретных целей и задач обучения, доступность услуг консультационных и обучающих центров. По мнению ряда экспертов-предпринимателей, общий образовательный уровень повышается, управление бизнесом становится более грамотным и научным, «ласточники» уходят в прошлое.

Концепция предпринимательской культуры в России остается неопределенно сформулированной, часто неоднозначно трактуемой, а иногда и противоречивой. У существенной доли населения до сих пор имеется представление о том, что личная выгода аморальна, а распределение благосостояния в капиталистическом обществе несправедливо. В то же время исторически российское предпринимательство было связано с такими понятиями, как справедливость, изобретательство и интерес к прогрессу.

В настоящее время социальная база, на которой может развиваться свободное предпринимательство, остается крайне слабой. Как следствие, предпринимательство не воспринимается обществом как особый и независимый тип экономической деятельности, а предприниматели не обладают достаточной политической силой и организационными возможностями для лоббирования своих интересов.

Оценивая культурные нормы, принятые в обществе, респонденты отмечали действующие стереотипы и предубеждения в отношении предпринимательской и коммерческой деятельности. Общество воспринимает предпринимателей как «волков», обирающих «честных граждан». Во многом этому способствует государство, устанавливая высокие налоговые ставки. Это ведет к тому, что предпринимателям приходится оптимизировать

свои платежи в бюджет. В отрицательном отношении общества к предпринимателям существует и их вина. Так, по мнению одного из экспертов-профессионалов, 15 лет назад предприниматели установили сомнительные моральные стандарты деятельности, в соответствии с которыми для передела собственности возможны любые действия, вплоть до криминальных. В предпринимательской среде преобладают люди, которые ориентированы на достижение собственных коммерческих целей и не заинтересованы в каком-либо развитии государства и общества.

Как полагают эксперты, проблемы лежат не только в плоскости отношения к предпринимателям со стороны общества. Они связаны с тем, что многие люди боятся заниматься собственным бизнесом, не уверены в собственных силах, не способны творчески мыслить, работать в условиях неопределенности и постоянного риска.

Барьеры вхождения на рынок связаны с тенденциями монополизации рынка, отсутствием факторов, сдерживающих данную тенденцию. По мнению профессионалов, сферы влияния поделены, реальной рыночной конкуренции нет, налицо «олигархическая экономика».

Доступ к физической инфраструктуре затруднен в первую очередь высокими арендными ставками и государственным контролем основных средств связи и природных ресурсов. При этом процент экспертов, упомянувших данную причину в качестве сдерживающей, практически одинаков у предпринимателей и профессионалов. Трудность доступа к помещениям отметили представители всех городов, в которых проводилось исследование.

Научно-технические разработки, государственные программы и коммерческая инфраструктура практически не упоминались экспертами в качестве факторов, препятствующих развитию предпринимательства.

Следовательно, мнения респондентов относительно сдерживающих факторов во многом сходятся. Более 80% предпринимателей отметили государственную политику, 60% — отсутствие финансовой поддержки в качестве причин, отрицательно влияющих на предпринимательство.

В отношении факторов, стимулирующих предпринимательскую деятельность, наблюдается большой разброс точек зрения (рис. 13).

По сравнению с действующими предпринимателями среди экспертов-«теоретиков» чаще встречаются более позитивные оценки происходящего в стране с точки зрения содействия развитию предпринимательства на уровне объективных факторов. Профессионалы считают, что нет внешних факторов, сдерживающих развитие предпринимательства. Государство, несмотря на все проблемы, обеспечивает тот уровень контроля над рынком в рамках правового регулирования бизнеса, который позволяет вести экономическую деятельность. Существует возможность получения кредитов, являющаяся стержневым стимулом, оказывающим позитивное влияние на предпринимательство в России. В целом государство ориентировано на поддержку предпринимателей, работающих в соответствии с законодательством, занимающихся производством и инновационной деятельностью. По мнению профессионалов, наметилась положительная тенденция и в изменении отношения общества к предпринимателям.

Для предпринимателей же, напротив, не очевидна ориентация государства на поддержку и развитие малого и нового бизнеса на разных уровнях. Они полагают, что государственные программы поддержки (финансовые, образовательные и пр.) адресованы уже действующим предпринимателям. В качестве положительно влияющих факторов отмечены образовательный уровень, возможность получения

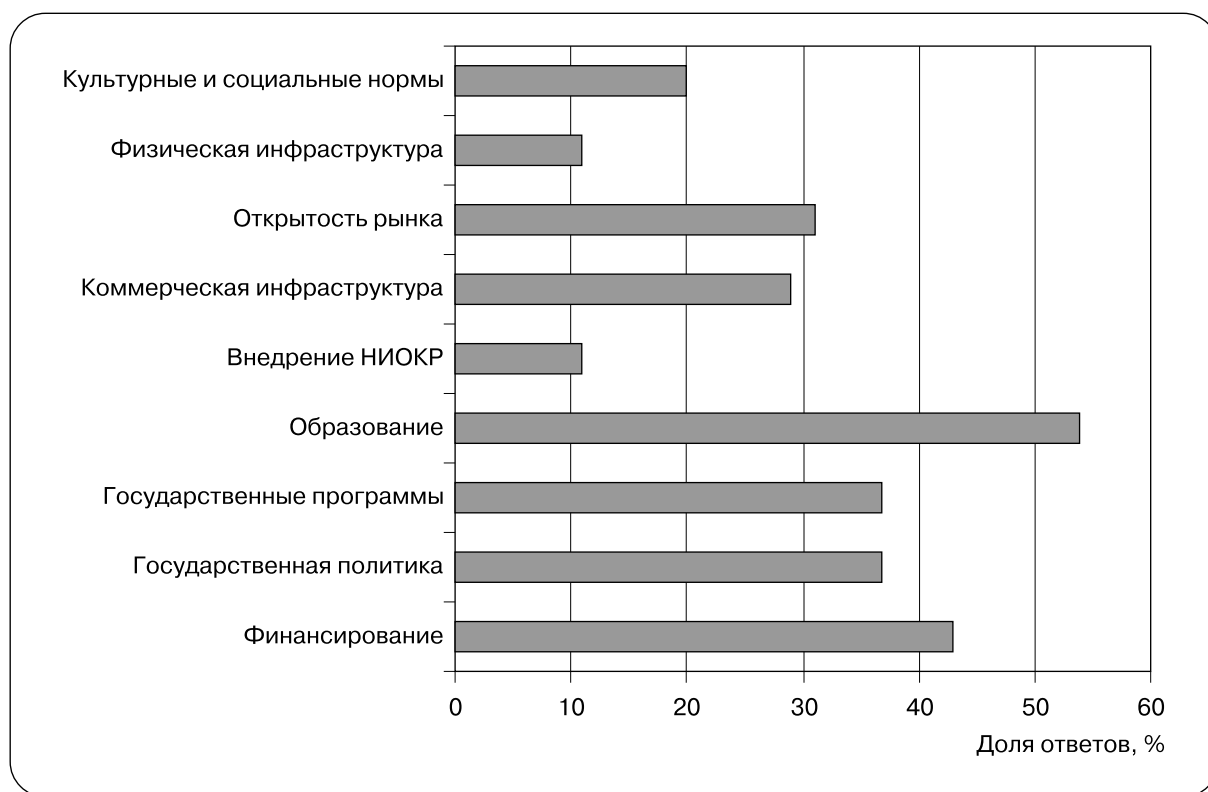


Рис. 13. Факторы, состояние которых способствует развитию предпринимательства (данные 2006 г.)

доступа к физической инфраструктуре. Государственная политика рассматривалась ими не столько как стимулирующий, сколько как устанавливающий определенные рамки ведения бизнеса фактор.

Анализ восприятия респондентами различных факторов, стимулирующих и препятствующих развитию предпринимательства в России, продемонстрировал наличие серьезных противоречий как на уровне взаимодействия между государством и предпринимателями, так и в самой предпринимательской среде.

При рассмотрении мер, способных стимулировать предпринимательскую активность, в качестве основной как профессионалы, так и предприниматели назвали деятельность государства. Ответы профессионалов в основном касались возможных программ по развитию предпринимательства, практики же акцентиро-

вали внимание на необходимости более интенсивной государственной поддержки бизнеса за счет предоставления различных льгот, совершенствования законодательства и правовой базы. Среди полученных ответов практически не упоминаются те меры, которые обозначены в программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу в качестве шагов по развитию предпринимательства, таких как создание бизнес-инкубаторов, формирование благоприятных условий и поддержка институтов микрофинансирования, формирование законодательной базы для деятельности семейных предприятий. По-видимому, это может являться свидетельством отсутствия диалога между государством и предпринимателями, необходимость которого отмечалась рядом экспертов.

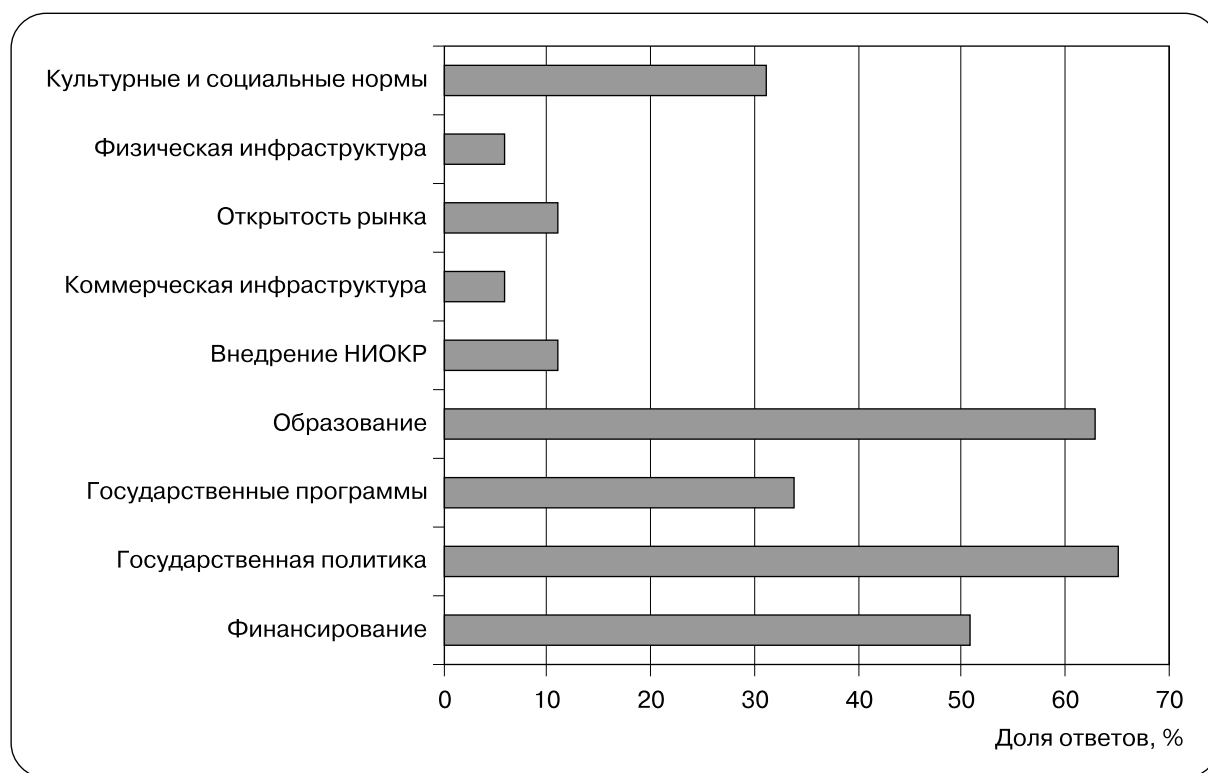


Рис. 14. Направления мер по увеличению предпринимательской активности (данные 2006 г.)

Помимо мер государственного развития, эксперты отмечали действия по развитию образования и изменению культурных ценностей (рис. 14). Совершенствование образования, по их мнению, должно затрагивать не только профессиональную, но и общую подготовку. Если еще в средней школе преподавать основы предпринимательской деятельности, то количество людей, потенциально готовых и заинтересованных в собственном бизнесе, будет увеличиваться, что положительно скажется на предпринимательской активности. Пропаганда предпринимательства будет также способствовать изменению социальных норм, повышению престижности подобной деятельности, будет стимулировать людей более активно выдвигать новые бизнес-идеи и стараться реализовывать их на практике.

В 2007 г. общие тенденции оценки структурных факторов экономики в це-

лом не изменились. Среди факторов, оказывающих наибольшее негативное воздействие, эксперты по-прежнему чаще всего называют государственную политику. Но в 2007 г. предприниматели продемонстрировали больший оптимизм, характеризуя направленность государственной политики на поддержку предпринимательства. Как и в 2006 г., проблемы с финансированием заняли второе место среди факторов, отрицательно влияющих на развитие предпринимательства. На третье место в этой группе факторов вышло состояние физической инфраструктуры, причем его негативное влияние в первую очередь отмечают предприниматели, указывающие на растущую дороговизну офисных и производственных площадей. Следует отметить, что уровень образования, в первую очередь профессионального, в 2007 г. не был отмечен экспертами как фактор, оказывающий существенное

отрицательное влияние на развитие предпринимательства. Более оптимистичны были предприниматели и в отношении культурных и социальных норм.

При формулировании мер по улучшению условий развития предпринимательства эксперты были единодушны в необходимости реформирования государственной политики в области предпринимательства. Эту меру в качестве основной назвало большинство и предпринимателей, и экспертов-профессионалов. Несмотря на декларирования необходимости создания инновационной экономики, никто из экспертов не отметил этот фактор в качестве меры по улучшению предпринимательского потенциала страны. Таким образом, переход на инновационное развитие требует не только новых разработок и внедрения их в производство, но и формирования у предпринимательского сообщества отношения к научным разработкам как к способу улучшения конкурентоспособности российских компаний.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время проект GEM является наиболее авторитетным исследованием в области изучения предпринимательства. Использование общей методики исследования предпринимательского потенциала общества позволяет проводить межстрановые сравнения и формулировать предложения на основе лучшей практики. Проект GEM имеет положительный опыт в разработке рекомендаций по совершенствованию программ поддержки предпринимательства. Проведенный анализ позволяет выявить наиболее болезненные точки в развитии общих социально-экономических условий и условий развития предпринимательства, отрицательно влияющие на предпринимательский потенциал российского общества.

Участие российской команды в данном проекте дает возможность анализировать данные, полученные в ходе исследований с использованием проверенной десятилетним опытом методики более чем в 40 странах мира. При осознании необходимости увеличения вклада предпринимательства в экономику России данные, описывающие предпринимательскую активность населения и характеризующие предпринимательский потенциал фирм, а также рассматривающие предпринимательство в контексте общих структурных условий развития экономики, могут быть использованы для выработки мер по улучшению предпринимательского климата.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

- Уровень предпринимательской активности и характер предпринимательства различаются в странах с высоким и низким уровнем дохода. Более высокий уровень предпринимательской активности в странах с низким и средним уровнем дохода частично объясняется отсутствием лучших возможностей, чем открытие собственного дела. По мере роста доходов в стране все большее количество фирм основывается в результате реализации потенциально прибыльной бизнес-идеи, т. е. можно говорить о более высоком качестве предпринимательства в странах с высоким уровнем дохода.
- Индекс предпринимательской активности в России в 2006 г. являлся одним из самых низких среди стран-участниц проекта и составил 4,9%, т. е. менее 5% населения вовлечено в создание нового бизнеса либо управляют уже созданной компанией, существующей менее 3,5 лет. 1,2% трудоспособного взрослого населения (в возрасте от 18 до 64 лет) может быть охарактеризован как устоявшиеся предприниматели.
- Типичный российский ранний предприниматель — это мужчина в возра-

сте 35 лет, имеющий среднее профессиональное или высшее образование.

- Сравнивая инновационность ранних предпринимателей и устоявшихся предпринимателей, можно отметить, что устоявшиеся предприниматели более пессимистичны в отношении оценки новизны продуктов для потребителей и интенсивности конкуренции. В России доля предпринимателей, охарактеризовавших свой продукт как инновационный, ниже, чем в целом по кластерам стран как с высоким, так и с низким уровнем дохода. Кроме того, они демонстрируют меньший, чем их зарубежные коллеги, оптимизм и в оценке количества компаний, выпускающих аналогичный продукт.
- Анализ показал, что предприниматели и эксперты, не занимающиеся практической предпринимательской деятельностью, наполняют разным содержанием формулировки проблем, стимулирующих и сдерживающих развитие предпринимательства в России. Среди экспертов-теоретиков чаще встречаются более позитивные оценки происходящего в отношении развития предпринимательского сообщества, чем среди действующих предпринимателей. По мнению предпринимателей, не очевидна ориентация государства на поддержку и развитие малого и нового бизнеса на уровне как политики, так и государственных программ поддержки предпринимательства.

## ЛИТЕРАТУРА

- Россия в глобальном проекте изучения предпринимательства: итоги 2006 г. 2007. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент* (1): 185–191.
- Радаев В. В., Шкаратан О. И. 1996. *Социальная стратификация*. М.: Аспект-Пресс.
- Томилов В. В. 2000. *Культура предпринимательства*. СПб.: Питер.
- Чепуренко А. Ю. 2004. *Малое предпринимательство в социальном контексте*. М.: Наука.
- Acs Z. J., Varga A. 2005. Entrepreneurship, agglomeration and technological change. *Small Business Economics* 24 (3): 323–334.
- Amorós J. E., Cristi O. 2008. Entrepreneurship and competitiveness development: A longitudinal analysis of Latin American countries. *International Entrepreneurship and Management Journal* (forthcoming).
- Arenius P., Minniti M. 2005. Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics Journal* 24 (3): 233–247.
- Bosma N., Harding R. 2007. *GEM 2006 Summary Results Report*.
- Bosma N., Jones K., Autio E., Levie J. 2007. *Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Executive Report*.
- Brophy D. J., Shulman J. M. 1992. A Finance Perspective on Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice* 17 (2): 16–71.
- Bueno E., Salmador M. P. 2006. Exploring new directions for research and practice in technology management: An overview. *International Journal of Technology Management* (forthcoming).
- Bygrave W. D., Timmons J. F. 1992. *Venture Capitals at the Cross Roads*. Harvard Business School Press: Boston, MA.
- Casson M. 1993. Entrepreneurship. In: Henderson D. R. (ed.). *The Fortune Encyclopedia of Economics*. Warner Books: N. Y.
- de Waal A. 2004. Business start-ups and early-stage entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 1 (3/4): 223–229.
- Fogel K., Hawk A., Morck R. 2006. Institutional obstacles to entrepreneurship. In:

- Casson M., Yeung B., Basu A., Wadeson N. (eds.). *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford University Press: Oxford.
- Frederick H., Bygrave W. 2004. How we finance our new and growing firms. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 1 (3/4): 287–293.
- Haveman H. A., Khaire M. V. 2004. Survival beyond succession? The contingent impact of founder succession on organizational failure. *Journal of Business Venturing* 19 (3): 437–463.
- Kirzner I. M. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press: Chicago, IL.
- Klyver K. 2007. The shifting family involvement during the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 13 (5): 258–277.
- Kuratko D. F., Hodgetts R. M. 1998. *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. The Dryden Press.
- Langowitz N., Minniti M. 2007. Gender differences and early-stage entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 31 (3): 341–364.
- McGee J. E., Dowling M. A., Megginson W. L. 1995. Cooperative strategy and new venture performance: The role of business strategy and management experience. *Strategic Management Journal* 16 (7): 565–580.
- McGrath R. G. 1996. *Options and the Entrepreneur: Toward a Strategic Theory of Entrepreneurial Behavior*. Working Paper Columbia University. N. Y.
- Morris M., Kuratko D., Schindehutte M. 2001. Towards integration: Understanding entrepreneurship through frameworks. *Entrepreneurship and Innovation* 2 (1): 35–49.
- O’Gorman C., Terjesen S. 2006. Financing the Celtic Tigress: Venture financing and informal investment in Ireland. *Venture Capital* 8 (1): 69–88.
- Prebble D. R., Kelly S. J. 2005. Entrepreneurs and venture capital: Attitudes and understanding in New Zealand and Australia. *Journal of Applied Business Research* 4 (2): 79–90.
- Reynolds P., Bosma N., Autio E. 2005. Global Entrepreneurship Monitor: Data collection, design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics* 24 (3): 205–231.
- Shane S., Venkataraman S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review* 26 (1): 217–226.
- Sternberg R. 2007. Innovative new firms, embeddedness, and regional development. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management* 7 (2/3/4/5): 445–461.
- Stulz R., Williamson R. 2003. Culture, openness and finance. *Journal of Finance* 70 (3): 313–349.
- Van de Ven A. H. 1993. The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 8 (4): 211–230.
- van Stel A. J., Storey D. J., Thurik A. R. 2007. The effect of business regulations on nascent and young business entrepreneurship. *Small Business Economics* 28 (2–3): 171–186.
- Wadeson N. 2006. Cognitive aspects of entrepreneurship: Decision-making and attitudes to risk. In: Casson M., Yeung B., Basu A., Wadeson N. (eds.). *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford University Press: Oxford.

Статья поступила в редакцию  
18 февраля 2008 г.