### государственный университет ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ВОЗМОЖНОСТИ АКТИВИЗАЦИИ

Промежуточный доклад по итогам реализации проекта Научного фонда ГУ ВШЭ «Предпринимательский потенциал общества: GEM Россия»

Препринт WP1/2007/05 Серия WP1 Институциональные проблемы российской экономики

> Москва ГУ ВШЭ 2007

УДК 334.7 (470+571) ББК 65.012.1 П71



Издание осуществлено в рамках Инновационной образовательной программы ГУ ВШЭ «Формирование системы аналитических компетенций для инноваций в бизнесе и государственном управлении»

#### Редактор серии WP1

### «Институциональные проблемы российской экономики» A.A.~Яковлев

Предпринимательский потенциал российского общества: состояние, проблемы, П71 возможности активизации. Промежуточный доклад по итогам реализации проекта Научного фонда ГУ ВШЭ «Предпринимательский потенциал общества: GEM Россия»: Препринт WP1/2007/05. — М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007. — 76 с.

Настоящий отчет (сокращенная версия) основывается на данных, полученных в рамках международного лонгитюдного исследования «Глобальный мониторинг предпринимательства», координируемого консорциумом GERA (подробнее см.: www.gemconsortium.org), в 2006 г., исследовательским коллективом настоящего проекта в составе: д.э.н., проф. А.Ю. Чепуренко (научный руководитель), к.э.н., доц. О.И. Образцова (зам. руководителя), к.э.н. Т.А. Алимова (ведущий исследователь), а также студенты ГУ ВШЭ А. Алиева, В. Лобачев, Д. Наумов.

В аналитической работе также принимали участие сотрудники Лаборатории социологического анализа Центра фундаментальных исследований ГУ ВШЭ ст. преподаватель М.В. Габелко и студенты ГУ ВШЭ: М. Денисова, Л. Мулукова, Е. Мурзачева, Ю. Филатова, И. Чириков, А. Шипилова.

Проект поддержан грантом «Учитель — ученики» Научного фонда ГУ ВШЭ (У-У № 06-04-0045).

Коллектив ГУ ВШЭ принимает участие в настоящем проекте в составе национальной российской исследовательской команды, включающей в себя также ученых Санкт-Петербургского государственного университета (рук. — к.э.н., проф. В.С. Катькало).

УДК 334.7 (470+571) ББК 65.012.1

Препринты ГУ ВШЭ размещаются на сайте: http://new.hse.ru/C3/C18/preprintsID/default.aspx.

- © Предпринимательский потенциал российского общества: состояние, проблемы, возможности активизации, 2007
- © Оформление. Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007

#### Содержание

EΣ	KECU	TIVE SUMMARY	4
1.	Введ	ение	5
2.	Оби	ая характеристика раннего предпринимательства в России	7
		Социально-демографическая характеристика	
		Почему респонденты начинают свой бизнес?	
		Мотивационные характеристики российского	
		раннего предпринимательства	12
		Краткие выводы	16
3.	Генд	ерный анализ структурных характеристик различных	
		горий предпринимателей	17
		Краткие выводы	24
4.	Стру	уктурная характеристика потенциального и раннего	
пр		инимательства: виды деятельности, новизна продукта	24
^	4.1.	Виды деятельности	24
		Новизна предлагаемого продукта и конкуренция	
		Краткие выводы	
5.	Oco	бенности финансовой структуры раннего	
	пред	принимательства в России	31
		Краткие выводы	
6.	Фак	торы смертности малого бизнеса	39
		Характеристика предпринимателей,	
		которые в течение последнего года бросили,	
		приостановили или закрыли свой бизнес	39
	6.2.	Экономическая активность после закрытия бизнеса	41
		Причины закрытия (приостановки) бизнеса	
		Мотивация предпринимательской деятельности	
		после первой неудачи	44
		Краткие выводы	44
7.	Пар	аллельное предпринимательство	45
	_	Методические подходы к описанию и объяснению	
		Параллельные предприниматели в выборках 2006 и 2007 гг	48
		Выводы	55
8.	Poco	ия в сопоставлении с другими странами –	
	учас	тницами проекта	56
		Краткие выводы	58
9.	Соц	иально-экономические условия и государственная	
	подд	ержка малого бизнеса	59
		Общие условия развития предпринимательской	
		активности населения	59
	9.2.	Результаты отдельных направлений поддержки	
		малого предпринимательства	63
		Краткие выводы	70
Вь	ІВОДЬ	и рекомендации в области содействия	
		бизнесу в России	71

#### **EXECUTIVE SUMMARY**

GEM research shows that the percentage of Early-Stage participation of Russia's adult population for 2006 is near 5%. That is the equivalent of more than 3,700,000 people. Approximately 3,5% (almost 2,600,000 people) of the adult population have been nascent entrepreneurs, i.e. their business have paid any salaries (or wages, or payments in kind, including their own) for less than three months, while approximately 1,7% (more than 1, 100,000 people) have been new firm entrepreneurs and had established a new business during the 42 months prior to the survey. Established business owners (EBO) are those who managed or have owned new business for more than 42 months, and the level of EBO is near 1,2% (it is approximately 886,800 people). So the Ratio EBO/TEA is near 0,5.

The rate of angel entrepreneurs is 3,12 %.

The participation of women in Early-Stage Entrepreneurial Activity is more than 36%, which is average compared to the EU members. So this rate means approximately that one in every 15 economically active men and one in every 27 economically active women have been Early-Stage entrepreneurs.

The gender gap has been noted for a belief in their own skills: more than 80% of adult men, but less than 60% of adult women have considered themselves to be able to successfully start a new enterprise.

#### 1. Введение

Программа Global Entrepreneurship Monitor (GEM) стартовала в 1999 г. в 10 странах мира, расширилась до 21 страны в 2000 г., до 29-в 2001 г. и до 37-в 2002 г., в 2003—2004 гг. она объединяла около 30 национальных команд. В 2006 г. всеобщее исследование GEM основывалось на анализе результатов обследования взрослого населения в 42 странах; всего в странах-участницах было опрошено около 170618 человек.

Исследовательский проект позиционируется как эмпирический. Его цель — изучение уровня предпринимательской активности населения во всех участвующих в проекте странах, с целью выяснения вклада предпринимательской активности в экономический рост.

В исследовании в последние годы участвует свыше 120 ученых из разных стран мира. Ведется единый банк данных. Начиная с 2004 г., помимо рабочих встреч, проводятся международные конференции (Берлин, Будапешт, Лондон) с широким участием специалистов, не вовлеченных непосредственно в реализацию проекта, но занимающихся исследованиями, консалтингом, оказанием банковских услуг в области содействия развитию предпринимательства.

The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) является лонгитюдным исследовательским проектом. Его задача — ответить на два взаимосвязанных вопроса, являющихся стержневыми при формулировании целей и методов экономической политики государства, а именно:

- 1. Каково состояние ранней предпринимательской активности в России?
- 2. Какими мерами государство может содействовать повышению уровня предпринимательской активности?

#### Базовые определения в методологии GEM

Предпринимательством является любая попытка создать новое предприятие или новый бизнес, например, самозанятость, учреждение новой предпринимательской структуры или расширение уже существующего бизнеса, предпринимаемая физическим лицом, группой физических лиц или уже существующей бизнес-структурой. В рамках проекта рассматриваются четыре стадии индивидуального предпринимательства:

• **потенциальное** (potential entrepreneurs) — активное планирование и организация предпринимательства;

- paннее (Early-Stage), в том числе:
  - нарождающееся (nascent entrepreneurs): момент сосредоточения ресурсов для начала предпринимательства, когда экономическая деятельность уже началась, но валовые смешанные доходы, если и образуются, то не более 3 месяцев;
  - **новый бизнес** (new, or baby business): валовые смешанные доходы образуются от 3 до 42 месяцев;
- устоявшийся бизнес (established business): функционирующий более 42 месяцев.

Главным инструментом исследования является **стандартизованный национальный опрос**, позволяющий выяснить уровень предпринимательской активности.

Соответственно задачам проекта и сформулированному определению предпринимательства, GEM использует для обследования анкету, содержащую 87 вопросов, объединенных в 9 блоков, с разных сторон характеризующих отношение респондента к организации предпринимательской деятельности. Необходимо подчеркнуть, что объектом исследования являются, в первую очередь, сами предприниматели, а не бизнес-единицы.

Выборочный опрос взрослого населения России, проведенный в мае 2006 г., охватил 1894 респондента и был репрезентативным относительно всего населения в возрасте от 16 лет и старше. Опрос был размещен в 108 городских и сельских населенных пунктах, расположенных в 8 республиках, 6 краях, 24 областях, Еврейской автономной области и Коми-Пермяцком автономном округе. Опрос проведен в рамках регулярного (один раз в два месяца) исследования «Мониторинг социально-экономических перемен», проводящегося Левада-Центром, поэтому все показатели обследования предпринимательского потенциала сопоставимы с результатами майской волны Мониторинга в целом.

По итогам опроса рассчитывается ряд индексов — например, индекс ранней предпринимательской активности (Total Entrepreneurial Activity index, TEA) — доля трудоспособного взрослого населения (от 18 до 64 лет), либо активно участвующего в создании нового предприятия, либо являющегося собственниками или менеджерами фирм моложе 42 месяцев. Предлагается также ввести в научно-аналитический оборот индекс оборота предпринимательского потенциала (соотношение вновь соз-

данных и закрытых/приостановленных/ликвидированных бизнесов за последние 12 месяцев). Первый из этих индексов позволяет охарактеризовать реальный уровень вовлеченности взрослого трудоспособного населения в предпринимательство, второй является интегральным показателем степени благоприятствования внешних условий (поскольку очевидно, что в краткосрочной перспективе сокращение или увеличение как числителя, так и знаменателя отражают прежде всего изменение макроэкономических и политических факторов) развитию ранней предпринимательской активности.

### 2. Общая характеристика раннего предпринимательства в России

#### 2.1. Социально-демографическая характеристика

В соответствии с целями и задачами проекта ниже будут рассматриваться три основные подгруппы предпринимателей: потенциальные предприниматели (potential); ранние предприниматели (в том числе нарождающиеся (nascent) и владельцы нового бизнеса (new owners); владельцы устоявшегося бизнеса (established) (см. рис. 1).

В самом общем виде данные, полученные в 2006 г., позволяют зафиксировать следующие параметры развития раннего предпринимательства в России:

- Социально-психологический климат благоприятен для развития предпринимательства. Непредпринимательские слои общества столь же лояльны к бизнесу, как и сами предприниматели. Это позитивный результат социально-экономического развития последних двух десятилетий, свидетельствующий о трансформации ценностных установок общества в поддержку рыночных реформ, в том числе в поддержку предпринимательства.
- Уровень ранней предпринимательской активности взрослого трудоспособного населения составил 4,9%. Это означает, что более 3,7 млн человек так или иначе вовлечены в предпринимательскую активность. В том числе 3,5% (порядка 2,6 млн человек) были нарождающимися предпринимателями, т.е. начали активно заниматься подготовкой к открытию собственного дела, либо уже вступили в стадию старта.



Рис. 1. Стадии реализации предпринимательского потенциала общества

- Примерно 1,7% (свыше 1,1 млн) были владельцами или совладельцами новых бизнесов, созданных не ранее 42 месяцев до момента проведения опроса.
- Около 1,2% (порядка 886 тыс. человек) были владельцами или совладельцами устоявшегося бизнеса, созданного более чем за 42 месяца до проведения опроса.
- Для половины (48%) российских ранних предпринимателей приход в бизнес это добровольный шаг, связанный с поиском дополнительных преимуществ; при этом подавляющее большинство (более 65% из них) руководствуются неэкономическими факторами мотивации.
- Для одной трети ранних предпринимателей начало своего дела является вынужденным шагом, связанным с отсутствием, либо неудовлетворительностью других вариантов экономической деятельности. Таким образом, доля вынужденных предпринимательства достаточно высока. Уровень вынужденного предпринимательства оказался несколько выше среди женщин, чем среди мужчин 36,37% против 27,42%.

- Доля неформальных инвесторов во взрослом трудоспособном населении составила 3,12%. Это означает, что примерно 2,5 млн человек самостоятельно или вместе с другими людьми софинансировали предпринимательскую деятельность на протяжении последних трех лет. По некоторым оценкам, годовой объем неформального инвестирования составил порядка 192 млрд рублей, что на два порядка превышает сумму средств, выделенных в 2006 г. на все мероприятия по поддержке малого предпринимательства из федерального бюджета РФ.
- Доля женщин в числе ранних предпринимателей составила более 36%, что примерно соответствует уровню вовлеченности в предпринимательскую деятельность в странах ЕС. Примерно каждый 15-й взрослый трудоспособный мужчина и каждая 27-я женщина входили в число ранних предпринимателей. Гендерные различия объясняются во многом разным уровнем уверенности в собственных силах: свыше 80% взрослых мужчин, но менее 60% взрослых женщин считали себя способными открыть собственное дело.

Более детально полученные данные выглядят следующим образом.

#### Возраст

Средний возраст российского раннего предпринимателя составляет 34 года (см. табл. 2.1). Для потенциальных предпринимателей средний возраст равен 35 годам. Характеристики типичного возраста предпринимателей существенно различаются для мужчин и женщин (по ранним предпринимателям женщины старше на 11 лет, а среди потенциальных — на 16 лет). Различие медианного возраста существенно меньше (5 лет), а средний возраст практически не различается.

Значимы различия возраста предпринимателей для населения разных по типу населенных пунктов. В селах и малых городах типичному потенциальному предпринимателю 27-28 лет, в городах с населением от 10 до 100 тыс. человек -29 лет, от 100 до 500 тыс. человек -20 лет, от 500 до 750 тыс. человек -18 лет, а в мегаполисах -20-21 год. При этом средний возраст потенциальных предпринимателей, за счет участия в предпринимательстве небольшого числа пожилых людей, в том числе пенсионеров, существенно выше: в мегаполисах - около 35 лет, в крупных городах - около 30, в средних городах - около 32, в малых городах - около 33, в самых маленьких городах и селах - около 38 лет.

**Таблица 2.1.** Распределение предпринимательских групп населения по возрасту, %

Категория		Возраст, лет					
предпринимателей	Пол	18-23	24-30	31–39	40-51	52-65	
Потомуница	Муж.	19,76	22,58	23,79	22,58	11,29	
Потенциальные	Жен.	15,83	20,14	22,30	30,22	11,51	
Поможительный	Муж.	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	
Нарождающиеся	Жен.	0,00	50,00	50,00	0,00	0,00	
Владельцы	Муж.	0,00	35,90	43,59	17,95	2,56	
нового бизнеса	Жен.	0,00	18,18	45,45	36,36	0,00	
Владельцы	Муж.	0,00	7,89	28,95	39,47	23,68	
устоявшегося бизнеса	Жен.	0,00	12,12	33,33	39,39	15,15	

#### Образование

Для ранних предпринимателей чаще характерно среднее профессиональное образование (профессионально-техническое или среднее специальное), на втором месте — высшее образование. Следует отметить, что высокий уровень образования более характерен для женщин, чем для мужчин.

Наиболее распространенным среди потенциальных предпринимателей тоже является среднее профессиональное образование, и здесь также очень весома доля лиц с высшим образованием, а у женщин более высокий уровень образования (см. табл. 2.2).

В табл. 2.3 представлено распределение по уровню полученного образования ранних предпринимателей, проживающих в населенных пунктах различных типов. Высшее образование чаще распространено среди ранних предпринимателей в городах с населением от 500 до 750 тыс. человек. Предприниматели с высшим образованием часто встречаются и в менее крупных городах: с населением от 10 до 100 тыс. человек и от 100 до 500 тыс. человек.

Потенциальные предприниматели из городов с населением 500—750 тыс. человек чаще обладают высшим и средним специальным образованием, из сел и городов с населением до 100 тыс. человек — средним специальным. Доля потенциальных предпринимателей с высшим образованием в городах с населением более 750 тыс. человек составля-

**Таблица 2.2.** Образование различных предпринимательских категорий населения, %

		Уровни образования						
Категория предпринимателей	Пол	Незаконченное среднее	Полное среднее	Профессионально- техническое и неполное среднее образование	Профессионально- техническое и полное среднее образование	Среднее специальное образование	Неполное высшее	Высшее
Потолиционали	Муж.	2,02	18,55	5,24	9,27	27,42	9,27	28,23
Потенциальные	Жен.	2,86	10,00	1,43	5,00	30,71	7,86	42,14
<b>Повожногомилог</b>	Муж.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100
Нарождающиеся	Жен.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100
Владельцы	Муж.	0,00	14,63	7,32	12,20	34,15	4,88	26,83
нового бизнеса	Жен.	0,00	0,00	0,00	23,81	33,33	4,76	38,10
Владельцы устоявщегося	Муж.	0,00	15,38	0,00	2,56	15,38	10,26	56,41
бизнеса	Жен.	0,00	3,03	3,03	9,09	39,39	0,00	45,45

Таблица 2.3. Образование ранних предпринимателей, %

	Уровни образования							
Размер населенного пункта	Полное среднее	Профессионально- техническое и неполное среднее	Профессионально- техническое и полное среднее	Среднее специальное	Незаконченное высшее	Высшее		
Села и малые города до 10 тыс.	41,2	0,0	5,9	23,5	11,8	17,6		
Города от 10 тыс. до 100 тыс.	0,0	8,3	8,3	33,3	16,7	33,3		
Города от 100 тыс. до 500 тыс.	0,0	0,0	11,1	44,4	11,1	33,3		
Города от 500 тыс. до 750 тыс.	0,0	0,0	0,0	42,9	14,3	42,9		
Города от 750 тыс. и более	26,7	3,3	6,7	23,3	10,0	30,0		

ет около 37%, в городах с населением от 500 до 750 тыс. человек около 25%, в городах с населением от 100 до 500 тыс. человек около 43%; 10-100 тыс. человек -22,9%, до 10 тыс. человек -26,6%. Доля потенциальных предпринимателей со средним специальным образованием в пунктах с населением более 750 тыс. человек -30,3%, 500-750 тыс. человек -25%, 100-500 тыс. человек -27%, 10-100 тыс. человек -25%, менее 10 тыс. -28,1%.

В целом полученные результаты свидетельствуют о том, что чаще предпринимательскую активность как форму экономической самодеятельности выбирают для себя представители наиболее подготовленных — обладающих достаточным уровнем общей и специальной подготовки, жизненным опытом и социальными связями, — групп населения, преимущественно в средней возрастной когорте. Социально-демографические показатели раннего предпринимательства представляются вполне благоприятными.

## 2.2. Почему респонденты начинают свой бизнес? Мотивационные характеристики российского раннего предпринимательства

Обычно принято выделять два основных типа мотивации к занятиям предпринимательской деятельностью — так называемый *добровольный* выбор, основанный на учете сравнительных преимуществ и издержек различных возможностей организации собственной экономической активности, либо работы по найму, и *вынужденный* выбор, предпринимаемый под грузом внешних обстоятельств.

Практически половина (48%) российских ранних предпринимателей (54% нарождающихся предпринимателей и треть владельцев нового бизнеса) могут быть охарактеризованы как добровольные предприниматели: их стремление начать свое дело обусловлено поиском преимуществ, которые дает занятие бизнесом (см. табл. 2.3).

Такая мотивация — это, в основном, выбор лиц в возрасте до 34 лет, с высшим, а также с профессиональным образованием: 57% ранних предпринимателей, имеющих высшее образование, и 43%, имеющих профессиональное образование, ориентированы на поиск преимуществ при открытии своего дела (см. табл. 3.4).

При этом менее чем одной третью нарождающихся предпринимателей и менее чем 45% владельцев нового бизнеса движет экономический интерес как фактор добровольной мотивации: увеличение либо поддер-

**Таблица 2.3.** Распределение ранних предпринимателей по полу и мотивации предпринимательской деятельности, %

			]	Мотивация	I	
Ранний предприниматель			Добровольная	Вынужденная	Смешанная	Bcero
	Пол	Муж.	58,1	22,6	19,4	100,0
Нарождающийся		Жен.	47,8	30,4	21,7	100,0
		Всего	53,7	25,9	20,4	100,0
	Пол	Муж.	35,0	45,0	20,0	100,0
Владелец нового бизнеса		Жен.	33,3	66,7	0,0	100,0
ononeea	Всего		34,6	50,0	15,4	100,0

**Таблица 2.4.** Распределение ранних предпринимателей по уровню образования и мотивации предпринимательской деятельности, %

05		Danes			
Образование	Добровольная	Вынужденная	Смешанная	Всего	
Среднее	33,3	53,3	13,3	100,0	
Профессиональное	43,3	36,7	20,0	100,0	
Высшее	57,1	22,9	20,0	100,0	
Всего	47,5	33,8	18,8	100,0	

жание своего дохода, но этот фактор значим для половины предпринимателей в возрастной группе 35—44 лет (см. табл. 2.5).

Подавляющим большинством (68%) российских добровольных ранних предпринимателей руководят неэкономические факторы мотивации, а именно: стремление к свободе и независимости в трудовой деятельности и недовольство имеющимися у них возможностями профессионального и служебного роста. Примечательно, что все опрошенные добровольные предприниматели в возрасте старше 45 лет в своей деятельности ориентированы именно на стремление к самореализации и независимости (см. табл. 2.5).

**Таблица 2.5** Распределение ранних предпринимателей по возрасту и факторам добровольной мотивации, %

_	Преиму	_	
Возраст	Неэкономические мотивы	Экономический интерес	Всего
18-24	72,7	27,3	100,0
25-34	70,6	29,4	100,0
35-44	50,0	50,0	100,0
45 и больше	100,0	0,0	100,0
Всего	68,4	31,6	100,0

Иными словами, для половины российских ранних предпринимателей приход в бизнес — это сознательный шаг, связанный с рациональным, но не обязательно экономическим выбором. Их можно охарактеризовать как «высоких профессионалов», являющихся группой, потенциально склонной к инновационному предпринимательству и располагающих для этого как знаниями, так и мотивацией. Между тем в реальности доля раннего предпринимательства, связанного с внедрением технологических или иных нововведений, существенно ниже (см. раздел 4 настоящей работы). Это подтверждает хорошо известный факт наличия серьезных барьеров для реализации инноваций в российской экономике, оказывающий негативное влияние на мотивацию начинающих предпринимателей.

Далее, для половины владельцев нового бизнеса и четверти нарождающихся предпринимателей начинание своего дела является вынужденным шагом, связанным с отсутствием, либо неудовлетворительностью других вариантов трудоустройства.

Вынужденной является предпринимательская деятельность для половины ранних предпринимателей со средним образованием и 37% с профессиональным образованием, а также для 67% респондентов в возрастной группе старше 45 лет (см. табл. 2.6).

Таким образом, с ростом уровня образования увеличивается ориентация на добровольные факторы мотивации и снижается— на вынужденные. С возрастом растет значимость вынужденных факторов мотивации.

Кроме того, мотивация к началу бизнеса у 20% нарождающихся предпринимателей и 15% владельцев нового бизнеса является смешанной: с одной стороны, они ориентированы на поиск преимуществ бизнеса, а с другой — не имеют лучших вариантов для работы.

**Таблица 2.6.** Распределение ранних предпринимателей по возрасту и мотивации предпринимательской деятельности, %

Розпост		Всего		
Возраст	Добровольная	Вынужденная	Смешанная	bcero
18-24	68,8	12,5	18,8	100,0
25-34	56,7	26,7	16,7	100,0
35-44	36,4	40,9	22,7	100,0
45 и больше	16,7	66,7	16,7	100,0
Всего	47,5	33,8	18,8	100,0

Среди владельцев нового бизнеса экономические факторы добровольной мотивации распространены гораздо сильнее, а сама предпринимательская деятельность для них является в большей мере вынужденным шагом, по сравнению с нарождающимися предпринимателями.

Выявление типа мотивации при создании бизнеса важно для анализа социально-экономических условий предпринимательства, а также возможных социально-экономических последствий от создания новых бизнесов, владельцами которых движут различные мотивы. Во-первых, в ряде зарубежных исследований установлено, что чем выше доля добровольных предпринимателей по сравнению с предпринимателями поневоле, тем выше в среднесрочной перспективе экономический рост, обусловленный предпринимательской активностью населения. Во-вторых, структура спроса добровольных и вынужденных предпринимателей на меры поддержки со стороны государства различна, наличие/отсутствие отдельных мер неодинаково влияет на саму возможность заниматься бизнесом представителей этих групп.

Соотношение добровольных и вынужденных предпринимателей — важный индикатор состояния внешней среды и степени ее благоприятности для развития предпринимательства. Основные составляющие внешней среды предпринимательства — доступ к внешнему финансированию, регулирование предпринимательской деятельности, программы поддержки предпринимательства, уровень образования, возможность выхода на рынок, обеспечение прав интеллектуальной собственности и т.д. разным образом влияют на предпринимательские слои. Если нет доступа к внешнему финансированию, предпринимательство не является одним из приоритетных направлений политики государства, отсутствуют или не реализуются программы поддержки предпринимательства, не защищены

права интеллектуальной собственности, вход на рынки затруднен барьерами входа и качеством антимонопольного регулирования, предпринимательский климат в целом неблагоприятный — в этом случае сокращается готовность «высоких профессионалов» уходить в самостоятельную предпринимательскую деятельность, соответственно, в структуре предпринимательского потенциала увеличивается доля предпринимателей поневоле. Ухудшается структура предпринимательского слоя общества — установлено, что вынужденные предприниматели обладают, как правило, более низким уровнем общего и профессионального образования, начинают бизнес в более старшем возрасте, меньше создают новых рабочих мест, в результате ослабевает импульс экономического роста. При наличии благоприятной среды и реальных мер поддержки предпринимательства происходит рост добровольного предпринимательства и сокращение слоя предпринимателей поневоле. Как результат, импульс к повышению темпов роста экономики в среднесрочной перспективе.

Полученные результаты (см. выше) дают основания для вывода о том, что хотя факторы добровольности в предпринимательской мотивации преобладают над остальными, вынужденное предпринимательство — весьма значимое явление в сегодняшней России, что приближает ее к группе развивающихся стран по структуре предпринимательского потенциала населения. Достаточно высокая доля вынужденного предпринимательства опосредованно характеризует рынок труда и систему социальной поддержки как недостаточно гибкие и эффективные.

В то же время при сравнении предпринимательской мотивации нарождающихся предпринимателей и владельцев нового бизнеса выявлены статистически значимые различия: среди последних вынужденное предпринимательство распространено гораздо сильнее. Это свидетельствует о постепенном улучшении предпринимательского климата в России за последние голы.

#### Краткие выводы

- 1. Для половины (48%) российских ранних предпринимателей приход в бизнес это добровольный шаг, связанный с поиском дополнительных преимуществ; при этом подавляющим большинством (более 65% из них) руководят неэкономические факторы мотивации.
- 2. Для трети ранних предпринимателей начало своего дела является вынужденным шагом, связанным с отсутствием, либо неудовлетворительностью других вариантов экономической деятельности.

- 3. Доля вынужденных предпринимателей остается достаточно высокой. Индикатор вынужденного предпринимательства опосредованно характеризует всю систему поддержки как недостаточно развитую, когда предприимчивые люди зачастую предпочитают наемный труд собственному бизнесу, не находя нужные для успешного предпринимательства гарантии, инструменты, инфраструктуру.
- 4. В структуре предпринимательской мотивации нарождающихся предпринимателей и владельцев нового бизнеса были выявлены статистически значимые различия: среди последних вынужденное предпринимательство распространено гораздо сильнее. Кроме того, по мере роста уровня образования раннего предпринимателя увеличивается ориентация на факторы мотивации, свидетельствующие о добровольности прихода в бизнес, и падает на вынужденные, а при пересечении границы 45 лет растет доля вынужденных факторов мотивации.
- 5. Наличие различных по возрасту, образованию, мотивации групп потенциальных и начинающих предпринимателей следует учитывать при проведении политики поддержки стартового предпринимательства, больше внимания уделяя *селективным* мерам, направленным на содействие стартовой активности «высоких профессионалов» создание центров трансфера технологий, промышленной субконтрактации, стимулирование участия обладающих потенциалом нововведений предпринимателей в выставочно-презентационной деятельности, расширение информационных ресурсов и переговорных площадок типа ММЦ. Что касается вынужденного предпринимательства, то следует содействовать по возможности постепенному сокращению его доли за счет программ переобучения, вообще более активной политики на рынке труда, а также поддержки микрокредитных организаций как сетей взаимо- и самопомощи.

### 3. Гендерный анализ структурных характеристик различных категорий предпринимателей

В России соотношение мужчин и женщин в раннем предпринимательстве составляет приблизительно 173 к 100 (доля мужчин — более 63%). При сложившемся уровне ранней предпринимательской активности это означает, что среди экономически активного населения каждый 15-й мужчина и только каждая 27-я женщина являются ранними предпринимателями.

Примечательно, что если среди потенциальных предпринимателей соотношение мужчин и женщин составляет примерно 2:1, то среди нарождающихся предпринимателей — уже 2,5:1, а среди владельцев нового бизнеса — и вовсе 4:1. Это означает, что женщины не только реже рассматривают для себя возможность стать предпринимателями, но и гораздо реже такую возможность реализуют, а на начальной стадии реализации оказываются, судя по всему, менее успешными (см. табл. 3.1).

**Таблица 3.1.** Индекс предпринимательской активности по стадиям предпринимательства и полу, % от выборки

Пол	Потенциальные предприниматели	Нарождающиеся предприниматели	Владельцы нового бизнеса	Владельцы устоявшегося бизнеса
Мужчины	24,66	3,58	3,03	1,93
Женщины	12,76	1,63	0,68	0,77
Всего	17,32	2,38	1,58	1,21

Сравним основные социально-демографические характеристики представителей мужской и женской страт среди ранних и потенциальных предпринимателей.

#### Возраст

Разница в типичном возрасте между женщинами и мужчинами из группы ранних предпринимателей существенна и составляет 11 лет, при этом женщины — ранние предпринимательницы в целом старше (см. табл. 3.2).

Среди потенциальных предпринимателей гендерный разрыв в типичном возрасте еще больше: женщины старше на 17 лет. Столь высокую разницу в типичном возрасте мужчин и женщин можно объяснить более высоким уровнем вынужденной мотивации среди женщин, которые, по-видимому, склонны к созданию собственного дела лишь тогда, когда шансы на нахождение приемлемой работы по найму становятся минимальными, т.е. в старших возрастных когортах.

Таблица 3.2. Возрастные характеристики ранних предпринимателей

Розпост (дот)	Ранний	В том числе			
Возраст (лет)	предприниматель	мужчины	женщины		
Средний	34	34	35		
Типичный	32	29	40		

Среди ранних предпринимателей самая активная часть женщин относится к возрастной группе от 35 до 44 лет. В целом высокая предпринимательская активность владельцев бизнеса отмечается в возрасте 25—44 лет, существенно снижается предпринимательская активность женщин после 45 лет.

Необходимо отметить, что среди женщин, владеющих новым бизнесом, отсутствуют младшие и старшие возрастные группы, тогда как среди владеющих устоявшимся бизнесом есть представительницы и старших возрастных групп (см. табл. 3.3).

**Таблица 3.3.** Распределение женщин по стадиям предпринимательства и возрасту, % числа женщин в выборке

Возраст (лет)	Потенциальные предприниматели	Нарождающиеся предприниматели	Владельцы нового бизнеса	Владельцы устоявшегося бизнеса
18-24	15,49	1,88	_	_
25-34	15,18	1,79	1,34	1,34
35-44	17,11	3,42	1,90	1,14
45-54	7,60	0,40	_	0,80
55-64	8,26	0,46	_	0,46
Всего	12,76	1,63	0,68	0,77

#### Образование

Среди ранних и потенциальных предпринимателей женщины выделяются своей сравнительно более высокой образованностью (относительно чаще отмечается наличие высшего образования) (см. табл. 3.4).

Самый высокий уровень предпринимательской активности наблюдается среди женщин, имеющих высшее образование.

Значимую роль в решении о создании собственного бизнеса играет нынешний статус хозяйственной активности: среди потенциальных предпринимательниц почти две трети уже имеют собственное предприятие,

**Таблица 3.4.** Распределение женщин по стадиям предпринимательства и уровню образования, % от числа женщин в выборке

Уровень образования	Потенциальные предприниматели	Нарождающиеся предприниматели	Владельцы нового бизнеса	Владельцы устоявшегося бизнеса
Неполное среднее	3,57	_	_	_
Среднее	10,02	0,97	0,65	0,65
Начальное профессиональное	5,38	_	1,54	_
Высшее	22,99	3,88	0,60	1,49
Всего	12,76	1,63	0,68	0,77

а одна треть — являются самозанятыми. Это означает, что для женщин — наемных работниц предпринимательство — в силу разных причин, по существу, закрытая сфера (см. табл. 3.5).

**Таблица 3.5.** Распределение женщин по стадиям предпринимательства и статусу занятости, % от числа женщин в выборке

Статус занятости	Потенциальные предприниматели	Нарождающиеся предприниматели	Владельцы нового бизнеса	Владельцы устоявшегося бизнеса
Занимаюсь индивидуальной трудовой деятельностью	33,33	_	26,67	6,67
Работаю на собственном предприятии	63,64	9,09	27,27	36,36
Работаю по найму по трудовому соглашению	12,77	4,26	_	_
Работаю по найму на постоянной работе (по контракту)	13,42	1,13	0,19	0,57
Не работаю	10,17	1,27	_	0,21

#### Региональные особенности

Действующее и раннее предпринимательство распределено по территории России весьма неравномерно. Кроме того, в гендерном отношении структура раннего предпринимательства весьма различается от региона к региону, причем нельзя назвать однозначных лидеров по всем стадиям становления раннего предпринимательства (см. табл. 3.6).

Потенциальные предпринимательницы существенно выше среднего по выборке представлены в Северо-Западном и Восточно-Сибирском макрорегионах. Нарождающиеся предпринимательницы — Поволжье и на Северо-Западе. Владелицы нового бизнеса — на Дальнем Востоке, а владелицы устоявшегося бизнеса — в Поволжье и Волго-Вятском регионе.

**Таблица 3.6.** Распределение женщин по стадиям предпринимательства и макрорегионам, % от числа женщин в выборке

Макрорегионы	Потенциальные предприниматели	Нарождающиеся предприниматели	Владелицы нового бизнеса	Владелицы устоявшегося бизнеса
Северный р-н	10,77			
Северо-Западный р-н	28,21	2,56	2,56	_
Центральный р-н	11,03	2,31	0,26	1,03
Волго-Вятский р-н	20,00	-	1,82	1,82
Центрально-Черноземный р-н	15,15	_	3,03	_
Поволжский р-н	11,32	2,83	_	1,89
Северо-Кавказский р-н	18,00	2,00	_	_
Уральский р-н	7,09	_	0,71	1,42
Западно-Сибирский р-н	8,26	2,75	_	_
Восточно-Сибирский р-н	22,08	1,30	1,30	_
Дальний Восток	11,32	_	3,77	_
Всего	12,76	1,63	0,68	0,77

Эти данные свидетельствуют, по-видимому, о существовании различных условий для развития женского предпринимательства. Так, если

Дальний Восток выделяется высокой долей женщин, владеющих новым бизнесом, то сказывается, по-видимому, приграничное положение рядом с бурно развивающимися территориями Китая, которое способствует довольно высокой успешности стартового женского бизнеса.

Значимо влияет на развитие женской предпринимательской активности тип поселения — по-видимому, в мегаполисах и селах больше стимулов у женщин стремиться к открытию собственного дела (потенциальное предпринимательство), тогда как больше предпосылок для начала реализации этих устремлений — в мегаполисах, а вот преодолеть трудности начального этапа относительно чаще удается в больших и малых городах. Наконец, по доле устоявшегося женского бизнеса лидирует сельская местность, с небольшим отставанием — средние и большие города. Относительно худшие показатели в среднем по всем стадиям создания собственного дела женщинами демонстрируют малые города (см. табл. 3.7).

**Таблица 3.7.** Распределение женщин по стадиям предпринимательства и размеру населенного пункта, % от числа женщин в выборке

Размер населенного пункта	Потенциальные предприниматели	Нарождающиеся предприниматели	Владелицы нового бизнеса	Владелицы устоявшегося бизнеса
Москва и Санкт-Петербург	13,68	3,16	0,70	0,70
Большие города	10,40	1,98	0,99	0,99
Средние города	11,06	1,01	0,50	1,01
Малые города	13,56	0,42	0,85	_
Села	14,23	1,22	0,41	1,22
Всего	12,76	1,63	0,68	0,77

#### Мотивационные особенности женского предпринимательства

Среди нарождающихся предпринимателей доля ориентированных на поиск преимуществ от открытия своего дела среди мужчин составляет 58%, тогда как среди женщин — 48%. Кроме того, если подавляющим большинством (83%) мужчин движут такие факторы мотивации, как стремление к свободе и независимости, к лучшим профессиональ-

ным и карьерным возможностям, при гораздо более низкой значимости экономических факторов (17%), то для женщин экономический интерес (46%) — повышение и поддержание дохода — играет почти такую же значимую роль, как и стремление к самореализации (см. табл. 3.8).

Важно подчеркнуть, что доля вынужденных предпринимателей среди женщин (30%) несколько превышает таковую среди мужчин (23%); кроме того, по 20% и женщин, и мужчин среди нарождающихся предпринимателей имеют смешанную предпринимательскую мотивацию.

**Таблица 3.8.** Распределение ранних предпринимателей по полу и факторам добровольной мотивации

			Преимуг		
Ранний предг	приниматель		Неэкономические мотивы, %	Экономический интерес, %	Всего,
	п	Муж.	83,3	16,7	100,0
Нарождающийся	Пол	Жен.	54,5	45,5	100,0
		Всего	72,4	27,6	100,0
Владелец нового бизнеса	п	Муж.	57,1	42,9	100,0
	Пол Жен.	Жен.	50	50	100,0
		Всего	55,6	44,4	100,0

В отличие от группы нарождающихся предпринимателей женщины (50%) из группы владельцев нового бизнеса практически в той же мере, что и мужчины (57%), ориентированы на неэкономические факторы мотивации. Экономический интерес движет половиной женщин. В целом же, диспропорции в структуре преимуществ значительно меньше, чем в группе нарождающихся предпринимателей.

Правда, вынужденная мотивация в составе ранних предпринимателей значительно больше свойственна женщинам (67%), чем мужчинам (55%). Смешанная предпринимательская мотивация характерна для 20% мужчин и не характерна для женщин. Различия значимы в мотивационной структуре мужчин и женщин среди владельцев нового бизнеса (они больше, чем в группе нарождающихся предпринимателей).

Кроме того, можно отметить, что предпринимательская деятельность для женщин в значительно большей мере, чем для мужчин, является

единственным вариантом трудоустройства и обеспечения своего существования.

#### Краткие выводы

- 1. Типичный возраст ранней предпринимательской активности женщин существенно выше, чем возраст мужской части ранних предпринимателей.
- 2. Женское раннее предпринимательство отличается сравнительно более высоким образовательным уровнем. По-видимому, более старший возраст и высокий образовательный уровень свидетельствуют о том, что среди женщин гораздо выше доля бывших бюджетников, испытывающих потребность в поиске альтернативных источников обеспечения существования.
- 3. Среди женщин выше уровень вынужденного предпринимательства. То, что среди ранних предпринимательниц больше предпринимателей поневоле, чем среди мужчин, может быть, помимо прочего, отражением дискриминации при найме на работу по половому признаку.
- 4. Условия для успешного развития женского предпринимательства сильно различаются по типу поселения (худшими они являются в сельской местности) и в зависимости от регионов (лучшие в Центральном макрорегионе, худшие на Урале и в Западной Сибири).

## 4. Структурная характеристика потенциального и раннего предпринимательства: виды деятельности, новизна продукта

#### 4.1. Виды деятельности

Данные табл. 4.1 показывают, что структура предпринимательского потенциала по видам деятельности изменяется по мере развития бизнеса. Приоритетную группу, для всех стадий предпринимательства, составляет торговля, причем респонденты указывали самые различные товары: продукты питания (приоритетная группа), стройматериалы, одежда, котельное оборудование, музыкальные диски и проч. Различный характер доминирования отдельных видов экономической деятельности определяется изменением структуры по другим позициям классификатора: из-

меняется не только состав, но и количество видов деятельности, входящих в доминантную группу.

Отметим, что по мере развития бизнеса существенно возрастает энтропия распределения. Группа производственных видов деятельности малозначима в структуре предпринимательства. Практически не упоминаются виды деятельности, которые относятся к инновационным, в том числе и не требующие значительных стартовых финансовых вложений информационные технологии и прикладные научные исследования.

**Таблица 4.1.** Сравнительный анализ структуры различных стадий предпринимательства по видам экономической деятельности

N.C.	р оурод	Доля пред	принимат	елей, %
№	Виды деятельности по ОКВЭД	потенциальных	ранних	устоявшихся
1	Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	1,5	6,7	1,4
2	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	4,6	1,6	1,3
3	Текстильное и швейное производство	0,0	1,6	5,7
4	Производство транспортных средств и оборудования	1,5	0,0	0,0
5	Обработка древесины и производство изделий из дерева	1,5	0,0	0,0
6	Производство машин и оборудования	1,5	0,0	0,0
7	Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфдеятельность	1,5	1,6	0,0
8	Прочие производства	4,6	3,3	2,9
9	Строительство	15,4	4,9	2,9
10	Оптовая и розничная торговля	36,9	44,3	54,3
11	Транспорт и связь	6,2	9,8	8,6
12	Гостиницы и рестораны	4,6	1,6	1,4
13	Здравоохранение и социальные услуги	3,1	3,3	2,9
14	Образование	0,0	0,0	1,4

No	Виды деятельности по ОКВЭД	Доля пред	принимат	елей, %
145	виды деятельности по ОКВЭД	потенциальных	ранних	устоявшихся
15	Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	9,2	3,3	8,6
16	Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	6,2	13,1	8,6
17	Финансовая деятельность	1,5	4,9	0,0
	Коэффициент энтропии	0,443	0,621	0,950
	Всего ответило предпринимателей:	100,0	100,0	100,0

#### 4.2. Новизна предлагаемого продукта и конкуренция

Уровень конкуренции на всех товарных рынках России в последние годы растет. Выбирая такую стратегию входа на рынок, как предложение новых продуктов — товаров и услуг, предприниматели повышают конкурентоспособность своего бизнеса и стимулируют дальнейшее развитие рыночной среды, но, с другой стороны, создают себе дополнительные финансовые проблемы. В рамках возможностей, предоставляемых методологией проекта GEM, для оценки стратегии входа на рынок использовались три индикатора:

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

Новизна продукта в данном исследовании оценивается со слов респондента, поэтому может включать в себя любой вид нововведений (технологических, организационных, маркетинговых и проч.), которые, по мнению респондента, используются на предприятии. Тем самым, в исследовании удается «уловить» все типы новизны продукта, важные для предпринимателя, но не рассматриваемые в качестве таковых в рамках статистических данных по лицензированию и выдаче патентов.

Большинство предпринимателей (60-70%), вне зависимости от стадии, на которой находится их бизнес, предлагают, либо будут предла-

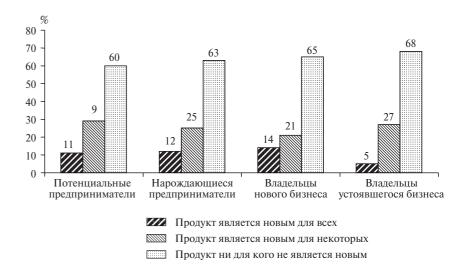


Рис. 4.1. Новизна предлагаемого продукта/услуги

гать продукт (услугу), который ни для кого не является новым (рис. 4.1). Лишь небольшой процент предприятий предлагает продукт, который является новым для потребителя. Среди потенциальных и нарождающихся предпринимателей эта доля составляет 11% и 12% соответственно, среди владельцев нового бизнеса — 14%, среди владельцев устоявшегося бизнеса — 5%.

Большинство предприятий сталкиваются с множеством конкурентов, предоставляющих сходный продукт или услугу (см. рис. 4.2). При этом на ранних стадиях бизнеса предприниматели склонны несколько ниже оценивать уровень конкуренции, чем на более поздних стадиях: если среди потенциальных предпринимателей 55% утверждают, что данный продукт предоставляют многие другие предприятия, то среди владельцев устоявшегося бизнеса таковых 68%. Так же обстоят дела и с конкурентоспособностью: 6% потенциальных предпринимателей считают, что не имеют конкурентов в своей нише, среди владельцев устоявшегося бизнеса таких практически нет.

Иначе говоря, новизна предлагаемых продуктов либо изначально преувеличивается, либо в процессе становления бизнеса предприниматели избирают более «проверенные временем» товары и услуги. Данное обстоятельство подтверждает ранее выдвинутый тезис о том, что условия



Рис. 4.2. Оценка конкурентного окружения

развития предпринимательства в России мало стимулируют инновационную активность предпринимателей.

Новизну используемых в бизнесе технологий отметили менее четверти респондентов (по их мнению, техника и технологии, используемые/планируемые ими к применению, существуют менее одного года). Лишь немногие предприниматели заявляют, что в их бизнесе используются или же будут использоваться новые техника и технологии — среди нарождающихся — 9%, среди владельцев нового бизнеса таковых практически нет, среди владельцев устоявшегося бизнеса — 7%.

Отметим, что основания полученных оценок могут быть различными: например, слабая информированность о реальной новизне используемых технологий и структуре рынка, разное восприятие и трактовка задаваемых вопросов, желание респондента «приукрасить действительность» и др. С учетом данного обстоятельства полученную картину следует оценить как слишком оптимистическую.

В то же время во всех обследуемых категориях, кроме нового бизнеса, свыше 70% предпринимателей используют технику и технологии, существующие более 5 лет (рис. 4.3). Среди владельцев нового бизнеса 64% респондентов утверждают, что используют относительно новые технику и технологии, существующие от 1 до 5 лет, тогда как на других стадиях эта доля составляет 15—20%.

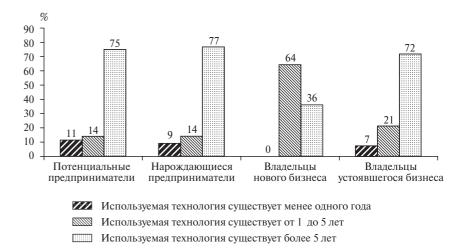


Рис. 4.3. Степень новизны используемой технологии

Очевидно, что на более ранних стадиях развития бизнеса выше оценка новизны предлагаемого продукта. Входя на рынок, предприниматели стремятся занять или создать новую нишу в надежде получить все плюсы растущего покупательского спроса на новый продукт. По мере развития бизнеса (и старения продукта) перед предпринимателем встает задача обновления/омоложения ассортимента. Однако успешно решить ее можно, только имея достаточный запас финансовой прочности, что скорее нехарактерно для российского малого бизнеса.

#### Краткие выводы

- 1. Торговля является основным видом деятельности предпринимателей на всех стадиях становления бизнеса. Производственные виды деятельности малозначимы в структуре раннего предпринимательства. Практически не представлены виды деятельности, которые относятся к инновационным, в том числе и те, что не требуют значительных стартовых вложений (информационные технологии и прикладные научные исследования).
- 2. Большинство предпринимателей (60-70%), вне зависимости от стадии, на которой находится их бизнес, предлагают, либо будут предлагать продукт (услугу), который не является новым на рынке.

- 3. Как результат, конкурентная среда малого предпринимательства весьма насыщена. Большинство предпринимателей (55—68% в зависимости от стадии бизнеса) сталкиваются с множеством конкурентов, предоставляющих сходный продукт или услугу. Только 6% потенциальных предпринимателей считают, что не имеют конкурентов в своей нише, среди владельцев устоявшегося бизнеса таких практически нет.
- 4. Техническая и технологическая составляющие предпринимательства не отличаются новизной. На всех стадиях, кроме стадии нового бизнеса, более 70% предпринимателей используют технику и технологии, существующие свыше 5 лет. Относительно новые технику и технологии (от 1 до 5 лет) используют преимущественно владельцы нового бизнеса (порядка 60%). Технику и технологии возраста до 1 года планируют использовать в незначительном масштабе (не более 10%) нарождающиеся предприниматели.
- 5. Поддержка технико-технологических инноваций в сегменте раннего предпринимательства насущная задача государственной политики, поскольку обеспечивает (а) появление новых ниш, перевод конкуренции с ценового уровня на уровень соревнования бизнес-идей, (б) созвучна стремлениям значительной части ранних предпринимателей, которые идут в бизнес не из-за денег или куска хлеба. Не получив поддержки для реализации технико-технологических новшеств, последние надолго если не навсегда встают на путь имитации уже имеющихся продуктов и технологий.
- 6. Следует понимать в то же время, что венчурный капитал лишь в ограниченных пределах может выполнить такую функцию не только потому, что он пока как таковой практически не сформировался в России, но и вследствие того, что венчурные фонды обычно занимаются продвижением уже сформировавшегося инновационного бизнеса, помогая ему тиражировать первые обнадеживающие результаты. Важнейшим рычагом финансовой и консультационной поддержки высокотехнологичных старт-апов являются бизнес-ангелы. Создав правовые условия и обеспечив инфраструктуру для их функционирования (сюда входит не только выставочно-ярмарочная деятельность, но и создание посреднических структур центров трансфера технологий и т.п.), государство могло бы способствовать ускорению процесса формирования в России прослойки бизнес-ангелов.

### 5. Особенности финансовой структуры раннего предпринимательства в России

В ходе большинства обследований состояния и проблем малого предпринимательства в России в 1990-х гг. отсутствие возможности самофинансирования и труднодоступность внешних финансовых ресурсов, как правило, выступали в качестве основной причины, сдерживающей развитие и рост бизнеса. Судя по данным настоящего проекта, ситуация изменилась — прежде всего, очевидно, под влиянием того обстоятельства, что начинающие бизнес лица в подавляющем большинстве могут опираться на ресурсы предпринимательских сетей. Как выяснилось, больше половины российских предпринимателей, планирующих организовать или уже развивающих свой бизнес, обладают достаточным собственным капиталом для его финансирования.

**Таблица 5.1.** Необходимая величина стартового капитала и собственные средства, которые предполагают вложить предприниматели на стадии возникновения

	Необходимая величина стартового капитала, руб.	Величина собственных вложенных средств, руб.
Мужчины	53 543	27 862
Женщины	58 476	31 268
Всего	54 458	28 752

В табл. 5.1 представлено соотношение между предполагаемой величиной собственных вложений предпринимателя и необходимого стартового капитала. В среднем предприниматели готовы самостоятельно профинансировать от 1/3 до 1/2 вложений в развитие своего бизнеса.

На ожидания финансовой отдачи, как и на размеры начальных вложений, влияют в том числе неэкономические причины — например, гендерный фактор. В табл. 5.2 представлено распределение размера стартового капитала ранних предпринимателей с учетом различий по гендерным стратам и статистическая оценка величины ожидаемой прибыли. Видно, что ожидаемая отдача от бизнеса с ростом суммы стартового капитала изменяется. Прослеживается тенденция, что до величины необходимой суммы 100 тыс. рублей, как мужчины, так и женщины ожидают относительно низкую рентабельность вложений. При величине стартового

капитала, не превышающей 1 млн рублей, мужчины демонстрируют несколько более оптимистические ожидания по сравнению с женщинами. А вот после превышения стартовым капиталом порогового значения в 1 млн рублей гендерного разрыва в ожиданиях уже не наблюдается.

Очевидно также, что между микробизнесом и самозанятостью (размеры капиталовложений в пределах 3—100 тыс. рублей), с одной стороны, и малым и средним бизнесом, с другой, имеются значимые различия с точки зрения ожидаемой и реальной отдачи на капитал, что и отражают данные указанной таблицы.

**Таблица 5.2.** Необходимая величина стартового капитала и размер ожидаемой прибыли для ранних предпринимателей

Размер стартового	Типичная величина	Для всех	
капитала, руб.	Мужчины Женщины		
3 тыс. — 100 тыс.	127 250	103 000	111 435
100 тыс.— 1млн	1 325 000	1 137 500	1 164 286
1 млн — 8,1 млрд	9 100 000	9 100 000	7 100 000

Каким же образом, из каких источников можно привлечь заемные ресурсы при условии сравнительно низкой отдачи на вкладываемый капитал? Ответ на этот вопрос дает анализ структуры выбора источников заемных средств, привлекаемых ранними предпринимателями для финансирования своего бизнеса (см. табл. 5.3).

**Таблица 5.3.** Выбор источников финансирования бизнеса предпринимателями в стадии возникновения, %

Источники финансирования	Мужчины	Женщины
Родственники	30,0	30,0
Знакомые и друзья	35,0	25,0
Банки	40,0	45,0
Государственные программы	20,0	5,0

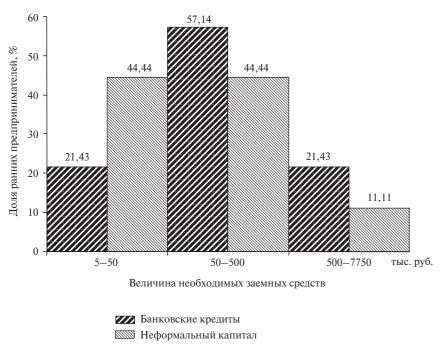
Данные табл. 5.3 характеризуют распределение приоритетов выбора источников заимствования для мужчин и женщин — ранних предпринимателей, которые могут привлекать одновременно различные источники необходимых финансовых ресурсов.

Наибольшее количество респондентов стремится к получению банковских ссуд и кредитов, причем и для мужчин, и для женщин они практически одинаково привлекательны. Реже всего упоминаются в качестве источника реального или возможного финансирования государственные программы поддержки малого бизнеса (женщины их вообще почти не упоминают). Практически поровну предпочтения респондентов разделились между родственниками и знакомыми (женщины все же чаще выбирают родственников, мужчины — друзей). Эти данные свидетельствуют, во-первых, об очень низком, в реальной действительности, уровне участия государства в поддержке раннего предпринимательства. Во-вторых, обращает на себя внимание доминирующая роль неформальных источников финансирования — родственники, а также знакомые и друзья — в становлении и развитии раннего бизнеса: неформальные источники привлечения необходимых финансовых ресурсов выбирают среди мужчин 65% респондентов, среди женщин — 55%.

Корреляционный анализ показал, что для ранних предпринимателей на структуру источников заемных средств значимо влияет размер необходимого кредита. Так, на рис. 5.1 показано, что для привлечения заемных средств в размере от 50 до 500 тыс. рублей основным предполагаемым источником являются банковские кредиты, которыми планируют воспользоваться 57% предпринимателей в стадии возникновения. При относительно небольших и, напротив, сравнительно больших объемах необходимого финансирования структура источников финансирования смещается в сторону собственных средств.

Сравнив типичные значения размера стартового капитала и собственного инвестирования в предпринимательстве на стадии возникновения по данным табл. 5.1, можно увидеть, что типичная величина привлекаемых заемных средств не превышает 30 тыс. рублей. Это означает, повидимому, что исходя из размера необходимого для раннего предпринимателя кредита, скорее используются средства неформальных источников финансирования и организаций микрофинансирования: коммерческие банки едва ли готовы кредитовать начинающих предпринимателей в таких размерах — слишком дорогим получится кредит.

Среди неформальных источников финансирования отметим в первую очередь друзей и родственников, в категорию «другое» и «третьи лица» попали, по-видимому, ростовщики и венчурные капиталисты, которые, в отличие от двух лидирующих категорий, всегда представляют финансовые ресурсы только на условиях возвратности и платности (см. табл. 5.4).



**Рис. 5.1.** Структура заемных средств ранних предпринимателей в зависимости от размера необходимого кредита

Экстраполируя полученные результаты, мы приходим к выводу, что как минимум 3,2% трудоспособного населения России являются неформальными инвесторами, средний объем их финансовых вложений в раннее предпринимательство составил около 80 тыс. рублей, при этом 50% из них вложили в развитие чужого бизнеса не менее 35 тыс. рублей.

По данным Госкомстата РФ на начало мая 2006 г. численность трудоспособного населения России составила 79,3 млн человек, т.е. не менее 2,4 млн человек (примерно каждый 30-й из экономически активного населения) финансировали ранний бизнес за счет собственных средств. Если предположить, что каждый неформальный инвестор только один раз в год инвестировал в раннее предпринимательство средства в размере, не превышающем средней величины неформального кредита в 80 тыс. рублей, то оценка минимального объема финансирования раннего бизнеса за счет средств российского населения составит

192 млрд рублей в год. В то же время, в соответствии с Федеральным законом о Федеральном бюджете на государственную поддержку малого предпринимательства выделено в 2006 г. 2,5 млрд рублей. Таким образом, неформальное инвестирование денежных средств в раннее предпринимательство в России превышает объем средств, выделенных на государственную поддержку, вдвое.

**Таблица 5.4.** Распределение неформальных инвесторов по типам взаимоотношений с заемщиками

Типы неформальных инвесторов	Доля неформальных инвесторов, %
Родственники	33,33
Коллеги	4,17
Друзья	41,67
Третьи лица	8,33
Другое	12,50
Всего	100

Доля неформальных инвесторов среди предпринимателей (около 7%) несколько выше, чем среди прочих респондентов (около 4%). Тем не менее среди лиц, инвестировавших собственные средства в чужой бизнес, предпринимателей существенно меньше (см. рис. 5.2).

Отметим, что среди неформальных инвесторов значительна доля респондентов, которые указали различные социальные выплаты (пенсии, стипендии, пособия по безработице и др.) в качестве основного источника дохода (23%, в основном пенсионеры). При этом уровень креди-



**Рис. 5.2.** Структура неформальных инвесторов по типам экономической активности

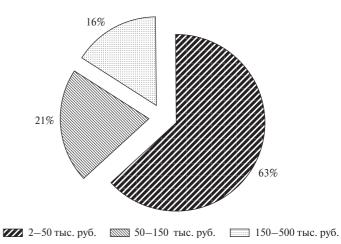
тования со стороны данной категории неформальных инвесторов статистически незначимо отличается от размера финансирования со стороны тех респондентов, которые получают факторные доходы (оплату труда или валовые смешанные доходы). Данные табл. 5.5 показывают, что за счет социальных трансфертов в ранний бизнес инвестируются средства, размер которых по величине сопоставим с кредитами неформальных инвесторов, активно участвующих в хозяйственной жизни. При этом уровень дифференциации размера «любовного» кредита за счет социальных трансфертов значительно меньше.

**Таблица 5.5.** Обобщающие характеристики кредитования раннего предпринимательства неформальными инвесторами за счет различных видов дохода, тыс. руб.

	Источники кредитования			
Размер кредитования	Оплата труда и валовые смешанные доходы	Социальные трансферты		
Среднее значение	88,8	75,8		
Мода	28,1	26,0		
Медиана	40,0	30,8		
Децильный коэффициент дифференциации	29,0	6,9		

Структура кредитования раннего бизнеса за счет факторных доходов показана на рис. 5.3: видно, что основная часть кредитов составляет от 2 до 50 тыс. рублей, однако 16% кредитов — от 150 до 500 тыс. рублей (в редких случаях). Дифференциация размера кредита, профинансированного за счет социальных трансфертов, меньше в 4,2 раза, соответственно, более 83% кредитных сумм не превышают пороговое значение 50 тыс. рублей.

На рис. 5.4 представлено распределение кредитных вложений неформальных инвесторов по видам экономической деятельности. Как можно заметить, 52% из них вкладывают средства в торговлю, 18% — в транспорт, 12% — в операции с недвижимостью. Малопривлекательной сферой для неформального кредитования оказалось строительство. По результатам обследования выявлена значимая статистическая связь между видом экономической деятельности потенциального заемщика и размером средств, инвестированных неформальными инвесторами в раннее предпринимательство.



**Рис. 5.3.** Структура кредитования раннего предпринимательства бизнес-ангелами по размеру выданной суммы. Источник финансирования — факторные доходы

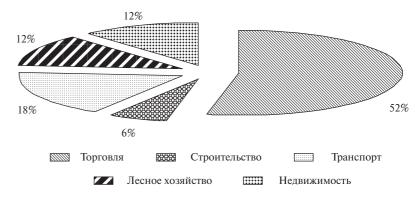


Рис. 5.4. Распределение кредитных вложений неформальных инвесторов по видам экономической деятельности в раннем предпринимательстве

#### Краткие выводы

1. Больше половины российских предпринимателей, планирующих организовать или уже развивающих свой бизнес, обладают достаточным

собственным капиталом для его финансирования. В среднем предприниматели готовы самостоятельно профинансировать от 1/3 до 1/2 вложений в развитие своего бизнеса.

- 2. Выросла доля предпринимателей, выбирающих в качестве источников внешнего финансирования нарождающегося бизнеса банки и иные финансовые организации (порядка 40%). Гораздо реже в качестве источника финансирования упоминаются государственные программы поддержки малого бизнеса (порядка 10%).
- 3. Роль неформальных источников финансирования нарождающегося бизнеса родственников, знакомых, друзей, остается доминирующей. Их выбирают среди мужчин 65% респондентов, среди женщин 55%.
- 4. Типичная величина привлекаемых заемных средств не превышает 30 тыс. рублей. Для привлечения заемных средств в размере от 50 до 500 тыс. рублей основным источником являются банковские кредиты (57% нарождающихся предпринимателей). При относительно небольших и, напротив, сравнительно больших объемах необходимого финансирования структура источников финансирования смещается в сторону собственных средств.
- 5. Экстраполяция полученных результатов позволяет предположить, что как минимум 3,2% трудоспособного населения России являются неформальными инвесторами, средний объем их финансовых вложений в раннее предпринимательство составил около 80 тыс. рублей. В ранний бизнес в сопоставимых размерах инвестируются средства, полученные за счет социальных трансфертов и факторных доходов. Это означает, что в России в настоящее время доля непредпринимательских слоев населения в финансировании предпринимательских стартов играет столь же важную роль, как и деятельность прочих неформальных инвесторов коммерческих партнеров, ростовщиков и т.д.
- 6. Оценка минимального объема финансирования раннего бизнеса за счет средств неформальных инвесторов составляет 2,6 млрд рублей в год, что сопоставимо с объемом финансирования государственной поддержки предпринимательства из федерального бюджета в 2006 г.
- 7. До тех пор пока раннее предпринимательство сможет в значительных объемах пользоваться средствами неформальных инвесторов на беспроцентной основе а таковы зачастую займы со стороны близких родственников ни коммерческие кредиты, ни средства целевого финансирования в рамках государственных программ не смогут составить им значительной конкуренции. Следовательно, только по мере (а) формирования фондового рынка, которые оттянет на себя значитель-

ную часть «матрасных накоплений» непредпринимательских слоев населения, (б) удешевления и упрощения получения кредита на начало бизнеса со стороны коммерческих банков формальные источники заемных средств начнут постепенно вытеснять неформальные — и зачастую «теневые» — институты внешнего финансирования раннего предпринимательства.

#### 6. Факторы смертности малого бизнеса

Результативность нарождения нового бизнеса может быть охарактеризована коэффициентом расширения предпринимательского потенциала, представляющим собой соотношение количества нарождающихся предпринимателей и предпринимателей, выбывших из бизнеса, в течение года. По данным обследования, коэффициент расширения составил около 3. Это означает, что в среднем появление тре х нарождающихся предпринимателей сопровождается выбытием из бизнеса одного неуспешного предпринимателя. Таким образом, смертность малого бизнеса сокращает рост предпринимательского потенциала на треть.

Рост числа действующих предпринимателей может достигаться не только увеличением численности старт-апов, но и сокращением смертности уже созданных предприятий, в том числе — в раннем возрасте. В данной связи представляют интерес результаты анализа данных анкетирования предпринимателей, которые, по их признанию, в течение последних 12 месяцев закрыли или приостановили свой бизнес.

## 6.1. Характеристика предпринимателей, которые в течение последнего года бросили, приостановили или закрыли свой бизнес

#### Половозрастная структура

Среди предпринимателей, потерпевших неудачу в бизнесе в течение последнего года, 57% мужчин и 43% женщин. При этом средний возраст предпринимателей с неудачным опытом — 39 лет. Средний возраст мужчин — 38 лет, а женщин — 40, т.е. различия возрастной структуры статистически незначимы.

Данные табл. 6.1 свидетельствуют, что женщины-предпринимательницы чаще закрывали или приостанавливали бизнес в возрасте от 30 до 40 лет;

**Таблица 6.1.** Половозрастная структура предпринимателей, которые за последние 12 месяцев закрыли/приостановили/бросили свой бизнес, %

	Младше 30	30-39	40-49	50 и старше	Всего
Мужчины	16,67	33,33	33,33	16,67	100
Женщины	22,3	33,3	11,1	33,3	100
Всего	19,0	33,3	23,8	23,8	100

мужчины же -41-49 лет. Таким образом, возрастная структура неуспешных предпринимателей отличается от возрастной структуры раннего предпринимательства в обратную сторону: как показало исследование, начинающие бизнес женщины в среднем существенно старше мужчин.

#### Образовательная структура

Большинство предпринимателей с неудачным предпринимательским опытом имеют среднее специальное образование — 38%, а почти 29% — высшее образование. Табл. 6.2 показывает различия в уровне образования между мужчинами- и женщинами-предпринимателями, которые потерпели неудачу в бизнесе в течение последних 12 месяцев.

**Таблица 6.2.** Образовательная структура предпринимателей, которые за последние 12 месяцев закрыли, приостановили или бросили свой бизнес, %

	Неполное среднее	Среднее	Профтех- образование	Среднее	Неполное высшее	Высшее	Всего
Мужчины	8,3	25,0	0,0	50,0	8,3	8,3	100
Женщины	0,0	11,1	11,1	22,2	0,0	55,6	100
Всего	4,8	19,0	4,8	38,1	4,8	28,6	100

Образовательная структура неуспешных предпринимателей для мужской и женской страт существенно различается: в среднем уровень образования женщин с неудачным опытом предпринимательства выше, чем уровень образования у мужчин: среди женщин выше доля тех, кто

имеет высшее образование, а среди мужчин предприниматели с высшим образованием в меньшинстве. Напротив, среди мужчин больше тех, кто имеет среднее специальное образование. Этот разрыв соответствует общим различиям образовательной структуры между гендерными стратами в российском раннем предпринимательстве.

#### 6.2. Экономическая активность после закрытия бизнеса

Значительная часть предпринимателей с неудачным опытом в настоящее время имеют постоянную работу по найму — 43%. Примерно столько же — около 40% — вовлечены в предпринимательскую деятельность на собственном предприятии или в качестве индивидуальных предпринимателей (см. табл. 6.3). Вероятно, отчасти это объясняется наличием в выборке так называемых параллельных предпринимателей, для которых закрытый в последний год бизнес — не единственный, которые они имеют (см. подробнее в следующем разделе). Относительно немалая доля предпринимателей с неудачным опытом не имеет работы — 14%.

**Таблица 6.3.** Группировка по статусу занятости респондентов, которые за последние 12 месяцев закрыли/приостановили/бросили свой бизнес

Экономическая активность после закрытия бизнеса	%
Нет работы	14,3
Постоянная работа по найму	42,9
Срочная работа по найму	4,8
Работа по найму на основе устной договоренности	0
Работа на собственном предприятии с использованием рабочей силы	19
Индивидуальная трудовая деятельность	19
Служба в армии	0
Bcero	100

#### Тип и размер населенного пункта

Самый большой процент предпринимателей с неудачным опытом предпринимательства приходится на крупные города (29%, вместе с Москвой и Санкт-Петербургом -48%) и на сельские поселения (57%). Таким образом, неблагоприятными для ведения успешной предприни-

мательской деятельности можно считать наиболее крупные и наиболее мелкие населенные пункты.

**Таблица 6.4.** Группировка неуспешных предпринимателей по типоразмеру населенного пункта

Группы респондентов	Крупные города, включая Москву и Санкт-Петербург	Средние города	Малые города	Села	Bcero
Мужчины	41,7	8,3	16,7	66,3	100
Женщины	55,6	0,0	22,2	44,2	100
Всего	47,6	4,8	19,0	56,9	100

Табл. 6.4 показывает, что среди мужчин-предпринимателей, потерпевших неудачу в бизнесе за последние 12 месяцев, выше доля сельских жителей; в то время как среди женщин-предпринимателей с неудачным опытом выше доля тех, кто проживает в крупных городах. Это соответствует гендерной структуре распределения респондентов по населенным пунктам различных типоразмеров.

#### 6.3. Причины закрытия (приостановки) бизнеса

В целом среди предпринимателей с неудачным опытом чаще всего в качестве причины неудачи называли личные причины — 29%. Примерно 1/4 неудач связаны с высокой конкуренцией, а еще около 1/5 — с финансовыми причинами. В совокупности эти причины и недостаточный спрос объясняют свыше половины причин закрытия или приостановки бизнеса (см. табл. 6.5).

Однако картина сильно различается в зависимости от различных характеристик предпринимателей. Большинство мужчин назвали причиной неудачи в бизнесе объективные причины — слишком высокую конкуренцию (36% всех мужчин-предпринимателей с неудачным опытом), либо (27%) финансовые причины, тогда как женщины — чаще личные причины (56%).

**Гендерные различия** структуры причин неудачи в бизнесе статистически значимы (коэффициент структурных различий Гатева 0,69). Это может объясняться, с одной стороны, объективными различиями финансово-экономических и технологических характеристик бизнеса, организуемого

**Таблица 6.5.** Распределение неуспешных предпринимателей по причинам закрытия бизнеса

Причины закрытия бизнеса	Доля, %
Слишком высокая конкуренция	23,8
Недостаток/отсутствие покупателей	9,5
Финансовые причины	19,0
Нашел другую работу	9,5
Выход на пенсию / в отставку	4,8
Личные причины	28,6
Всего	100

мужчинами или женщинами-предпринимателями, которые могут быть подвержены разным рискам. С другой стороны, в основе могут лежать различия психологии мужчин и женщин в целом — например, считается, что женщинам свойственен более высокий уровень самокритики, чем мужчинам. Наконец, женщины в России более ориентированы на семейные ценности, а потому семейные причины чаще могут заставить их пойти на закрытие бизнеса.

Возрастные различия. Предприниматели младше 30 лет чаще называли в качестве причины закрытия или приостановки бизнеса личные причины (50% неуспешных предпринимателей). Эта же причина доминирует и среди предпринимателей в возрасте от 30 до 39 лет — на нее указали 67% респондентов. Предприниматели более старшей возрастной категории, от 40 до 49 лет, чаще называли другую причину — финансовые проблемы (40%). Слишком высокая конкуренция оказалась основной причиной для предпринимателей в возрасте 50 лет и старше — эту причину указали 40% предпринимателей данного возраста.

Отметим, что между возрастными категориями младше 30 и от 30 до 40 лет различия в структуре причин закрытия бизнеса статистически незначимы. Между возрастными группами 41—49 лет и старше 50 лет различия в структуре причин закрытия бизнеса умеренно значимы. Очень существенна значимость различий в структуре причин неудачи между возрастными группами от 30 до 40 и от 41 до 49 лет.

В целом, более младшие возрастные когорты, по-видимому, более адаптированы к рыночной среде, а потому не воспринимают финансовые проблемы или высокую конкуренцию как причины закрытия

бизнеса — лишь как некое препятствие, тогда как личные просчеты кажутся более значимыми (в силу более высокой уверенности в себе и своих силах).

Как бы то ни было, очевидно, что при осуществлении таких мер поддержки, как организация различного типа тренингов и курсов предпринимательства, необходимо учитывать эти отличия возрастных групп: одним нужен скорее управленческий консалтинг, другим — знания в области финансов и маркетинга.

### 6.4. Мотивация предпринимательской деятельности после первой неудачи

Далеко не все после неудачи уходят из бизнеса — остаются в нем 38% из числа тех, кто закрыл (или бросил, приостановил) бизнес за последние 12 месяцев. Добровольной мотивацией характеризуются 53,8% неуспешных предпринимателей, 46,1% занимались предпринимательством вынужденно. При этом по гендерному признаку различий в мотивации неуспешных предпринимателей не выявлено.

В целом, более склонны оставаться в бизнесе после неудачи либо лица, имеющие добровольную мотивацию к занятиям предпринимательством, оценивающие условия как хорошие, дающие высокую оценку своим способностям относительно предпринимательской деятельности и рассматривающие свой прошлый неуспех как случайность, либо респонденты, параллельно имеющие другой действующий бизнес.

#### Краткие выводы

- 1. Среди предпринимателей с неудачным опытом различия между мужчинами и женщинами по возрасту можно считать несущественными, в отличие от совокупности предпринимателей в целом.
- 2. Уровень образования предпринимателей с неудачным предпринимательским опытом достаточно высок: 38% имеют среднее специальное образование, а 29% высшее образование. Между мужчинамии женщинами-предпринимателями с неудачным опытом есть различия по уровню образования. Среди женщин чаще встречаются представительницы с высшим образованием, среди мужчин со средним специальным. Кроме того, уровень образования мужчин-предпринимателей с неудачным опытом в целом ниже, чем у женщин, как и по совокупности предпринимателей в целом.

- 3. Неуспех в бизнесе с равной вероятностью приводит как к переходу на положение наемного работника (к моменту опроса имели постоянную работу по найму из числа предпринимателей-неудачников 43%), так и к возобновлению или продолжению занятий предпринимательством (около 40%).
- 4. Из числа неуспешных предпринимателей, оставшихся в бизнесе, добровольной мотивацией характеризуются 54% респондентов, 46% вновь пришли в предпринимательство вынужденно.
- 5. По гендерному признаку различий в мотивации неуспешных предпринимателей не выявлено.
- 6. Более склонны оставаться в бизнесе после неудачи (а) лица, имеющие добровольную мотивацию к занятиям предпринимательством, оценивающие условия как хорошие, дающие высокую оценку своим способностям относительно предпринимательской деятельности и рассматривающие свой прошлый неуспех как случайность, (б) респонденты, параллельно имеющие другой действующий бизнес.
- 7. Треть мужчин-неудачников потерпели фиаско в бизнесе в сельской местности, тогда как самый высокий процент женщин-неудачниц напротив, в крупных городах.
- 8. Статистически существенно значимы гендерные различия в структуре причин закрытия бизнеса: для мужчин приоритетны объективные, а для женщин личные причины.

#### 7. Параллельное предпринимательство

В изучении феномена предпринимательства сложились два основных подхода: модель органического развития и сетевая модель. Первая исходит из того, что предприниматель создает фирму с потенциалом роста, а затем в силу наличия внутренних ресурсов и потенциала роста она развивается и эволюционирует, превращаясь в устойчивый бизнес. Сетевая модель построена на предпосылке о том, что предприниматель использует для развития своего бизнеса ресурсы и скрытое знание, которые циркулируют в рамках неких сетевых сообществ, основанных на принципах родства, этнической принадлежности, дружеских и иных связях.

Параллельное предпринимательство не вписывается, строго говоря, ни в первую, ни во вторую модель. Здесь речь идет о том, что предприниматель создает — изначально или по мере развития его бизнеса — группу фирм, в рамках которой ему принадлежит контроль и право решаю-

шего голоса, но диверсифицированы риски и децентрализован процесс принятия оперативных решений. Это — отнюдь не всегда классический и распространенный в крупном бизнесе холдинг, зачастую такие группы фирм возникают и в малом предпринимательстве. Они имеют зонтичную форму, при которой решения об источниках финансирования нового проекта, привлечении квалифицированных специалистов и работников, использовании имеющегося оборудования и площадей, принимаемые в отношении одного из бизнесов, могут осуществляться путем отвлечения соответствующих ресурсов из уже функционирующего, накопившего некоторые внутренние резервы развития другого входящего в группу фирм бизнеса.

#### Методические подходы к описанию и объяснению

Обычно в литературе выделяют два типа предпринимателей — серийных предпринимателей и портфельных предпринимателей. Серийными называют тех, кто последовательно проходит стадии предпринимательского старта, развития и ликвидации бизнеса, чтобы впоследствии создать новый бизнес. «Портфельные предприниматели», напротив, владеют одновременно более чем одной компанией. Данное явление, как оказалось, достаточно широко распространено в ряде стран Европы — существуют исследования «портфельного предпринимательства» на материалах Шотландии и Италии.

Мы предлагаем — вслед за Christian Lechner и Christophe Leyronas — использовать понятие *параллельного предпринимательства*, поскольку термин «портфельное предпринимательство» может ввести в заблуждение относительно того, что предприниматель участвует в создании и развитии группы бизнесов только как инвестор.

Феномен параллельного предпринимательства свидетельствует о наличии неких условий, заставляющих индивидов, занимающихся малым предпринимательством, стремиться к созданию параллельно с уже существующей бизнес-единицей некой новой фирмы. Почему в ряде случаев такая стратегия оказывается для предпринимателя предпочтительнее, чем рост уже действующего бизнеса (возможно, с созданием в его рамках некоего нового направления)? С одной стороны, рост доли параллельного предпринимательства и его высокий потенциал могут свидетельствовать о высоких рисках и неблагоприятных правовых и фискальных условиях существования.

Однако та же самая стратегия, напротив, может свидетельствовать о существовании благоприятных условий для входа на различные продуктовые рынки при высоком качестве человеческого капитала в малом предпринимательстве. Имеется в виду, что успешное ведение бизнеса и накопление предпринимательского опыта могут стимулировать предпринимателя к расширению сферы экономической деятельности. При этом распространенность данного явления — признак того, что такая стратегия может осуществляться относительно беспроблемно.

В любом случае, до проведения эмпирических исследований параллельного предпринимательства невозможно сформулировать однозначный вывод о том, о каких именно явлениях — благоприятных или нет — говорит выраженное стремление к диверсификации бизнеса и децентрализации процесса принятия оперативных решений у некоторой части предпринимателей. Очевидно лишь одно: нельзя не усомниться в равенстве стартовых позиций для фирм, зарождающихся в «теплице» уже действующего собственного бизнеса и в суровых условиях конкурентной внешней бизнес-среды.

Масштабы такого параллельного предпринимательства нельзя оценить с помощью данных государственной статистики. Для этого годятся лишь специальные выборочные обследования. Отметим, что пока мало эмпирически фундированных исследований, которые были бы посвящены изучению параллельного предпринимательства как инкубатора по выращиванию нового, только возникающего бизнеса, и об отличиях нарождающегося предпринимательства, находящегося в поле влияния уже существующей группы бизнесов, от многократно описанного в литературе типичного стартующего новичка.

В рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» существуют возможности и назрела необходимость для эмпирического изучения данного феномена. Разумеется, в силу особенностей методологии проекта (сосредоточение внимания на личности предпринимателя), на его материалах невозможно осуществить исследование в рамках организационного подхода, т.е. ответить на вопросы, как рождается параллельное предпринимательство (как и почему возникает группа компаний), каковы его преимущества в организационном плане и как оно развивается. Скорее, учитывая возможности наличного инструментария, следует исходить из существования параллельного предпринимательства как поля деятельности индивидуального предпринимателя; при этом основными вопросами для изучения могут стать следующие:

- 1. Какие значимые отличия существуют между ранними предпринимателями, пользующимися для «запуска» нового бизнеса сетевыми ресурсами, от традиционных новичков, создающих новое дело с нуля, с точки зрения наличного человеческого и социального капитала?
- 2. В чем состоят различия состава и структуры финансовых ресурсов, используемых при создании нового бизнеса, между «обычными» ранними предпринимателями и «параллельными» ранними предпринимателями?
- 3. Отличаются ли бизнесы, создаваемые параллельными предпринимателями, более высокой динамикой развития, инновационностью?

### Параллельные предприниматели в выборках 2006 и 2007 гг.

По результатам выборочного опроса 2006 г. из 386 респондентов, занимающихся или планирующих в ближайшее время начать заниматься предпринимательской деятельностью, 84 человека (т.е. 22% от общего количества предпринимателей) дали ответы, которые позволяли отнести их к нескольким исследуемым группам одновременно (см. табл. 7.1). Структура анкеты не позволяет образоваться лишь единственному пересечению: нового и устоявшегося бизнеса.

Таблица 7.1. Группировка респондентов по смешанным категориям, 2006 г.

№	Смешанные категории предпринимателей	Численность респондентов, человек	Доля группы, %
1	Потенциальные, нарождающиеся, владельцы нового бизнеса	4	4,8
2	Потенциальные, нарождающиеся, владельцы устоявшегося бизнеса	6	7,1
3	Потенциальные, нарождающиеся	41	48,8
4	Потенциальные, владельцы нового бизнеса	20	23,8
5	Потенциальные, владельцы устоявшегося бизнеса	13	15,5
	Всего	84	100,0

Однако относить всех их к числу параллельных предпринимателей представляется неверным. На наш взгляд, категория параллельного пред-

принимательства должна быть связана исключительно с изучением сетевых эффектов, возникающих в рамках взаимодействия находящихся на различных стадиях развития, но уже действующих бизнесов. Иначе говоря, случаи, когда речь идет только о наличии у уже действующего предпринимателя некоторых не вполне материализовавшихся планов по созданию еще одного бизнеса, либо о еще более часто встречающейся ситуации, когда нарождающийся предприниматель, еще толком не создав один бизнес, одновременно строит планы по открытию других бизнес-проектов (группы 3—5 в табл. 7.1), характеризуют лишь возможность возникновения параллельного предпринимательства, но не реальную практику использования преимуществ уже действующего бизнеса для открытия нового.

При таком подходе группа параллельных предпринимателей довольно резко сократилась. В итоге по совокупности критериальных признаков в выборке 2006 г. оказалось возможным выделить группу параллельных предпринимателей — респондентов, владеющих одновременно несколькими фирмами, которые находятся на разных стадиях развития бизнеса (группы 1 и 2 в табл. 7.1). Таковых оказалось всего 10 из 386 человек, которых в совокупности можно отнести к категории раннего или устоявшегося предпринимательства, или порядка 2,6%.

Возможно, в выборке 2006 г. феномен параллельного предпринимательства случайным образом оказался недостаточно представленным? Опрос 2007 г. показал, что численность параллельных предпринимателей в выборке еще сократилась, уменьшившись с 10 до 7 человек — за счет категории респондентов, являющихся одновременно нарождающимися и устоявшимися предпринимателями (см. табл. 7.2).

**Таблица 7.2.** Динамика численности параллельных предпринимателей по результатам обследований по методологии и анкете GEM, 2006 и 2007 гг.

Группы параллельных предпринимателей	Численность по данным опроса 2006 г., человек	Численность по данным опроса 2007 г., человек
Нарождающиеся + владельцы нового бизнеса	4	4
Нарождающиеся + владельцы устоявшегося бизнеса	6	3
Всего	10	7

Отсюда можно сделать первый вывод: в развитии раннего предпринимательства в России сетевые эффекты, связанные с параллельным предпринимательством, вероятно, распространены достаточно слабо. Этот вывод (основанный, впрочем, на анализе результатов репрезентативного опроса взрослого трудоспособного населения, а не предпринимательской выборки) противоречит нашей первоначальной гипотезе о том, что — в силу барьеров различного характера — в последние годы в процессе возникновения нового бизнеса все более значимую роль играет наличие уже накопленных начинающим предпринимателем в ходе предпринимательской деятельности ресурсов.

Небольшая численность параллельных предпринимателей, обнаруженных в составе обследованных респондентов, вызвала необходимость решения вопроса об объединении двух пилотных групп для проведения эмпирического исследования признаков параллельного предпринимательства. Оценка существенности расхождения характеристик параллельных предпринимателей в 2006 и 2007 гг. на основе критериев Стьюдента и Фишера (проверка проводилась по показателям доли различных сопоставляемых групп респондентов, по средним величинам, а также по дисперсии исследуемых показателей) подтвердила такую возможность.

При сравнении параллельных предпринимателей с ранними предпринимателями по ряду фиксируемых в ходе опроса по методике GEM параметров выяснилось следующее.

*Социально-демографические характеристики*. Средний возраст параллельных предпринимателей составляет около 36 лет. Он на 2 года выше, чем в целом по группе ранних предпринимателей, но вариация возраста среди параллельных предпринимателей существенно меньше.

Обнаружилось, что женщины и мужчины в параллельном предпринимательстве — практически ровесники. Доля женщин среди параллельных предпринимателей (41,2%) на 5% выше, чем по совокупности ранних предпринимателей. Причем среди параллельных предпринимателей чаще встречаются женщины более младшего возраста (см. табл. 7.3). Среди раннего предпринимательства в целом наблюдается обратная ситуация: среди них женщины преимущественно старше мужчин более чем на 10 лет.

Параллельные предприниматели обладают более высоким уровнем образования: свыше половины из них (58,8%) имеют высшее профессиональное образование, в то время как для ранних предпринимателей в целом типичным является среднее профессиональное образование.

**Таблица 7.3.** Распределение параллельных предпринимателей по возрасту, человек

Возрастная группа	Мужчины	Женщины	Всего
Младше 25	1	0	1
25–35	3	4	7
35–45	4	2	6
45-55	2	1	3
55 и старше	0	0	0
Итого	10	7	17
Средний возраст, лет	35,6	36	35,8
Типичный возраст, лет	38,8	31,7	33,5

Мотивы занятия предпринимательской деятельностью. Подавляющее большинство российских параллельных предпринимателей (13 из 17 человек) характеризуются активной жизненной позицией, неприятием сложившихся условий и реализованным стремлением использовать любые возможности для улучшения своей жизни, что характеризует их как индивидов с внутренним локусом контроля. Только 5 человек из 17 являются вынужденными предпринимателями (necessity based entrepreneurs), тогда как 12 человек — добровольные предприниматели (оррогтипіту based entrepreneurs), причем стимулом к занятию бизнесом для большинства из них является собственный доход. Заметим, что среди раннего предпринимательства в целом доля добровольного предпринимательства ниже — около половины респондентов.

Социальный капитал. Больше половины параллельных предпринимателей лично знакомы с человеком, который за последние два года начал новый бизнес. Среди ранних предпринимателей соответствующий показатель не превышает 35%. По-видимому, наличие параллельного бизнеса создает более благоприятные предпосылки для использования «мягких» преимуществ сетевой модели развития предпринимательства — выгоды от вхождения параллельных предпринимателей в предпринимательские сети.

*Предпринимательские способности*. Все без исключения параллельные предприниматели высоко оценивают свои предпринимательские способности, несмотря на то, что 6 человек подтвердили, что страх или недостаточные способности могут помешать им в бизнесе. Отметим, что

ни один из них не потерпел неудачи в бизнесе в течение года, предшествовавшего наблюдению, и только один упомянул об имевшем место ранее закрытии бизнеса. Среди ранних предпринимателей в целом соответствующие показатели выглядят иначе: высоко оценивают свои предпринимательские способности только две трети (65,6%) из них, неудачу в бизнесе приходилось терпеть 13,3% респондентов.

Следовательно, параллельных предпринимателей, использующих для старта нового бизнеса преимущества уже существующего, отличает значительно более высокий уровень наличного человеческого и социального капитала, чем у классических новичков, создающих свое дело с нуля.

Тип экономической активностии. Среди параллельных предпринимателей оказалось определенное число лиц, в качестве характера своей экономической активности указавших наемный труд, более того — и наемные работники, и занятые только в собственном бизнесе встречаются одинаково часто (соответственно по 7 человек, причем из числа занятых только в собственном бизнесе 2 человека — самозанятые, т.е. они не используют наемный труд третьих лиц). Соответственно, и среди источников дохода параллельных предпринимателей работа по найму называлась столь же часто, как бизнес или арендные платежи.

Данное обстоятельство заставляет предположить, что российские параллельные предприниматели — респонденты опросов 2006—2007 гг. в значительной мере представляют сегмент самозанятости и микробизнеса. Эта гипотеза в общем подтверждается при анализе структуры и объема привлекаемого финансирования.

**Финансовые ресурсы и ожидаемая отдача.** Весьма значительными оказались отличия структуры финансовых ресурсов, используемых при создании нового бизнеса, между ранними предпринимателями в целом и параллельными предпринимателями.

Несмотря на очень высокую вариацию объема необходимого финансирования нового бизнеса параллельных предпринимателей (от нуля до 5 млн рублей, т.е. около 200 тыс. долл.), подавляющее большинство собираются в полном объеме финансировать новый бизнес самостоятельно. Среди ранних предпринимателей в целом необходимый объем финансирования варьирует несколько меньше, и типичная доля собственных средств в этом объеме составляет лишь около 40%.

Соответственно, на вопрос о внешних источниках кредитования непротиворечивый ответ дал только 1 параллельный предприниматель, не планирующий привлекать для кредитования неформальный капитал и собирающийся использовать банковскую систему. При этом рос-

сийские ранние предприниматели в целом достаточно часто склонны прибегать к заимствованиям у коммерческих банков и государственных инвесторов: от 50 до 60%. Таким образом, наличие параллельного бизнеса, которое может дать преимущество при получении заемных средств в формальном секторе, респондентами в качестве такового не рассматривается — опять-таки, данное обстоятельство, по-видимому, следует отнести на счет незначительных размеров их параллельного бизнеса.

Значительно более скромно, чем ранние предприниматели в целом, параллельные предприниматели оценивают перспективы отдачи вложенного капитала: по их оценкам, через 10 лет стоит ожидать возвращения в 1,5—2 с половиной раза больших средств, чем были вложены. Иными словами, финансовая отдача от начинаемого бизнеса предполагается на уровне чуть выше банковского процента по депозитам. Таким образом, и с этой точки зрения существуют основания полагать, что выявленные в ходе опроса взрослого населения параллельные предприниматели представляют самый низовой уровень предпринимательской активности населения, которое зачастую предпринимательскую деятельность рассматривает не через призму альтернативных издержек и выгод, а как естественное проявление экономической самодеятельности, с ориентацией не на максимальную прибыль, а на доходы (и уровень жизни) «не ниже, чем у других».

В группе ранних предпринимателей, при высокой вариации ответов об ожидаемой эффективности вложенного капитала, соответствующие показатели составляют от нуля до 10-кратной отдачи. В распределении присутствует бимодальность (см. Мо1 и Мо2, табл. 7.4). Это свидетельствует о неоднородности совокупности респондентов: две совокупности с различным предпринимательским и социальным опытом объединены в неоднородной совокупности раннего предпринимательства.

Почти половина ранних предпринимателей ожидает не менее чем 10-кратную отдачу (Ме = 10 в дискретном вариационном ряду). Одна-ко следует помнить, что бимодальность встречается только в совокупностях, состоящих из двух неоднородных групп единиц.

Параллельные предприниматели и инновации. Ни один из параллельных предпринимателей не считает, что продукт или услуга, которую он производит или начнет производить, могут быть новыми для всех потребителей, и менее трети считают его новым и неизвестным для некоторых. В этом отношении параллельные предприниматели практически не отличаются от выборки в целом: большинство ранних предпринимателей

Таблица 7.4. Распределение ранних предпринимателей по ожидаемой отдаче

Какую отдачу от денег, вложенных в начинаемый/начатый Вами бизнес, Вы ожидаете в ближайшие 10 лет?								
		Частота	%	Кумулятивный %				
Valid	Никакую	1	1,64	1,64				
	Около половины	3	4,92	6,56				
Mo1	Примерно всю сумму	6	9,84	16,39				
	В 1,5 раза больше	3	4,92	21,31				
	В 2 раза больше	5	8,20	29,51				
	В 5 раз больше	4	6,56	36,07				
Mo2, Me	В 10 раз больше	12	19,67	55,74				
	В 20 раз больше	4	6,56	62,30				
	Затруднились с ответом	19	31,15	93,44				
	Нет ответа	4	6,56	100				
	Всего	61	100					

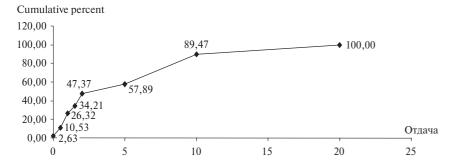


Рис. 7.1. Ранние предприниматели по ожидаемой отдаче — кумулята

(60—70%) предлагают, либо будут предлагать продукт (услугу), который ни для кого не является новым.

Все респонденты пилотной совокупности либо затрудняются ответить на вопрос о возрасте используемой техники и технологии, либо считают, что к их бизнесу подобные вопросы вообще не имеют отношения. Единственный параллельный предприниматель, имеющий патент

на технологический процесс, эту технологию не использует. Между тем по выборке ранних предпринимателей в целом около четверти респондентов все же отметили инновационный характер применяемой техники или технологии.

При этом параллельные предприниматели, давшие ответы на оба соответствующих вопроса анкеты (qq2f1 и qq2f2), выразили уверенность в существенном (не менее чем 3-кратном) расширении нового бизнеса через 5 лет. По-видимому, респонденты уверены в возможности не только стабильности, но и роста при отсутствии инновационных решений.

#### Выволы

Поскольку подвыборка параллельных предпринимателей оказалась — против ожиданий — весьма невелика, нижеследующие выводы представляют собой, скорее, рабочую гипотезу, которую надлежит проверить на материлах других стран — участниц проекта; особый интерес могут представлять по понятным причинам сравнения со странами ЦВЕ, а также Бразилией, Индией и Китаем.

- 1. Параллельные предприниматели обладают более высоким уровнем образования, они более плотно включены в предпринимательские сети. Как результат, они обладают более высокой устойчивостью в бизнесе (ниже доля респондентов, которым приходилось терпеть неудачу) и более высоким уровнем оптимизма в отношении собственных предпринимательских навыков.
- 2. Структура источников финансирования у параллельных предпринимателей более консервативна, чем у прочих ранних предпринимателей: меньше используются внешние источники, в том числе формальные институты кредитования. С одной стороны, это отражает наличие определенных ресурсов, которые могут быть подтянуты из другого уже действующего бизнеса. С др. стороны, в этом видится свидетельство того, что в основном параллельные предприниматели, с которыми мы имеем дело по результатам опроса в России, представители скорее группы самозанятых и владельцев микробизнеса, которые не нуждаются (но и не могут претендовать!) в кредитном финансировании со стороны банковских институтов.
- 3. Не приходится говорить о высокой инновационности обследованных параллельных предпринимателей скорее, они тиражируют хорошо известные виды деятельности, технологии и продукты. Респонденты данной группы, с одной стороны, более уверены в перспективах своего

вновь начинаемого бизнеса, с другой стороны, ожидаемая отдача представляется вполне умеренной. В этом смысле параллельных предпринимателей данного типа едва ли можно рассматривать в качестве одной из предпринимательских групп с высоким потенциалом роста.

4. Группа параллельных предпринимателей оказалась сравнительно немногочисленной. Это обстоятельство (во многом связанное с особенностью формирования выборочной совокупности в рамках GEM) может свидетельствовать об отсутствии некоторых предпосылок и причин, побуждающих предпринимателей вместо «выращивания» одного бизнеса создавать веерные или зонтичные структуры параллельного предпринимательства.

### 8. Россия в сопоставлении с другими странами – участницами проекта

Большим преимуществом «Глобального мониторинга предпринимательства» является возможность проведения сопоставительных исследований — в частности, с теми странами или группами стран, которые в силу различных причин представляют интерес для российских исследователей. Так, по результатам 2006 г. можно сопоставить раннее предпринимательство России и других стран, входящих в группу БРИК (поскольку ведущие аналитические центры мира ставят Россию в один ряд с Китаем, Бразилией и Индией как локомотивами роста мировой экономики середины 21 в.), а также с некоторыми странами «старой Европы», США, Канадой и Японией (см. табл. 8.1).

Такое сравнение показывает, что Россия как минимум не проигрывает в уровне предпринимательской активности на самых ранних стадиях — нарождающиеся предприниматели и владельцы молодого бизнеса — таким странам континентальной Европы, как Германия, Франция и Италия, а также Японии, но заметно отстает от США, Китая и Индии.

Провал наблюдается на стадии устойчиво развивающегося бизнеса— здесь показатели России в абсолютном выражении являются наихудшими среди выделенной группы стран. Это означает, что смертность раннего предпринимательства весьма высока. Правда, высока она и в США, Канаде, а также Китае и Индии, но эффект базы позволяет этим странам демонстрировать достаточно высокую долю владельцев устоявшегося бизнеса среди взрослого трудоспособного населения, тогда как в России база развития предпринимательского потенциала довольно узка.

Разумеется, причины низкой выживаемости могут быть различны — с одной стороны, они могут иметь вполне рыночное происхождение (высокая конкуренция, доминирование более мощного иностранного бизнеса на национальных рынках и т.п.), но могут быть обусловлены и низким качеством институтов, включая политику в отношении предпринимательства и деловую инфраструктуру. Есть некоторые основания полагать, что в отношении США справедливо скорее первое, тогда как в отношении России, Китая и Индии — второе.

В контексте сказанного следует заметить, что в странах с традиционно хорошо налаженной системой государственной поддержки малого предпринимательства (Япония, Италия, Великобритания, Канада и Германия) раннее предпринимательство — при сравнительно невысоких показателях нарождающегося предпринимательства и относительно ма-

Таблица 8.1. Сравнение показателей предпринимательской активности населения России с другими странами (G8, Индия и Китай): нарождающиеся предприниматели, владельцы нового бизнеса, общий индекс предпринимательской активности, владельцы устойчивого бизнеса, индекс выживаемости бизнеса

	щиеся матели	цы нового (ВНБ), %	(c P)	щы егося (BVБ), %	Инде выживае (ВУБ /	мости
Страны	Нарождающиеся предприниматели (НП), %	Владельцы нового бизнеса (ВНБ), %	ТЕА-индекс (НП + ВНБ)	Владельцы устоявшегося бизнеса (ВУБ)	Величина	Ранг
Канада	4,1	3,2	7,1	5,1	0,72	4
Франция	3,8	0,7	4,4	1,3	0,30	10
Германия	2,9	1,7	4,2	3,0	0,71	5
Италия	2,2	1,4	3,5	3,0	0,97	2
Япония	1,6	1,4	2,9	4,8	1,85	1
Россия	3,5	1,7	4,9	1,2	0,46	9
Великобритания	3,2	2,8	5,8	5,4	0,93	3
США	7,5	3,3	10,0	5,4	0,54	7–8
Китай	6,7	10,5	16,2	9,0	0,56	6
Индия	5,4	5,3	10,4	5,6	0,54	7-8

Источник: GEM Global Report 2006.

лой доле владельцев нового бизнеса — обладает сравнительно высокой «живучестью», о чем свидетельствуют высокие показатели индекса выживаемости. Россия же в этом отношении опережает только отличающуюся сильными традициями патернализма и этатизма и низкой вовлеченностью населения в предпринимательство Францию.

Другое сопоставление, которое может быть сделано на основании полученных результатов, — сравнение вклада предпринимательской активности населения в показатели экономического развития страны. Существует некая U-образная кривая связи между TEA-индексом, отражающим уровень ранней предпринимательской активности населения, и подушевым доходом в стране. Более конкретно, просматривается следующая взаимосвязь: уровень TEA-индекса высок в странах со сравнительно низким и сравнительно высоким душевым доходом населения, самые низкие его значения наблюдаются в странах со средним уровнем ВВП на душу населения (от 20 тыс. до 30 тыс. долл.).

Россия выбивается из общего ряда: уровень ранней предпринимательской активности в ней заметно меньше среднего для группы стран с аналогичным уровнем ВВП на душу населения. Это означает, что вклад предпринимательства в экономический рост в ней — ниже, чем в среднем по группе наблюдаемых стран. Таким образом, существует не только возможность, но и необходимость роста предпринимательской активности населения. Тогда как в некоторых развивающихся, а также в ряде развитых стран, наоборот, уровень предпринимательской активности выше соответствующей параболы: это означает, что дальнейший рост предпринимательской активности в этих странах (уже) не приводит к повышению благосостояния населения.

Более детальные межстрановые сопоставления монографического характера (в аспекте гендерной, инновационной составляющей и т.п.) являются задачей следующего этапа исследования.

#### Краткие выводы

- 1. Россия относится к числу стран со средним уровнем развития ранней предпринимательской активности и в этом отношении сопоставима со странами «старой» Европы.
- 2. При этом, однако, Россия сильно отстает от стран с сопоставимым уровнем ранней предпринимательской активности по показателям выживаемости бизнеса: при переходе как к стадии нового бизнеса, так и к стадии устоявшегося бизнеса потери т.е. число и доля лиц, прекра-

тивших заниматься предпринимательской деятельностью — существенно выше, чем в указанных странах.

- 3. Россия сильно отстает от стран БРИК по всем основным показателям предпринимательской активности, что ставит под сомнение возможность сохранения характерных для этой группы стран высоких темпов роста частного предпринимательства.
- 4. Заметно менее выражена в нашей стране, чем в большинстве стран участниц проекта, корреляция между уровнем ранней предпринимательской активности и уровнем благосостояния населения. Вклад предпринимательской активности в обеспечение роста ВВП в России существенно ниже, чем в большинстве участвующих в проекте стран ЦВЕ, не говоря о развивающихся странах.

## 9. Социально-экономические условия и государственная поддержка малого бизнеса

### 9.1. Общие условия развития предпринимательской активности населения

Предпринимательские сети как фундамент предпринимательства. Важное значение при создании бизнеса имеет включенность в предпринимательские сети, понимаемые как совокупность людей, занятых предпринимательством и объединенных личным знакомством. Тем более это важно при слабой и неэффективной политике государства, — в этом случае предпринимательское сообщество берет на себя выполнение основных функций институциональной и инфраструктурной поддержки своих членов, справедливо полагая, что в ситуации неблагоприятного внешнего окружения существование малого бизнеса как сектора экономики зависит от устойчивости отдельного малого предприятия. Там, где создан дружественный по отношению к предпринимательству климат, постоянная ротация членов предпринимательского сообщества за счет низких барьеров входа/выхода является залогом стабильности данного сектора, не зависящей от успеха бизнеса отдельного предпринимателя.

В России вхождение в предпринимательские сети до настоящего времени остается ключевым условием успеха — как для начала, так и для

продолжения бизнес-деятельности. Человек, никогда не занимавшийся бизнесом, имеет значительно меньше личных контактов с предпринимателями. А тот, кто по разным причинам прекратил бизнес, из предпринимательского сообщества постепенно вытесняется.

По данным обследования (см. табл. 9.1), девять из десяти респондентов, предпринимающих реальные действия по созданию бизнеса, имеют личные контакты с предпринимателями. Очевидно, такого рода знакомства компенсируют потенциальным предпринимателям отсутствие опыта и знаний по решению проблем входа: административных, организационных, имущественных, финансовых, а также слабость или разрывы инфраструктурных цепочек, которые в странах с развитой системой содействия стартовому предпринимательству способствуют их преодолению.

**Таблица 9.1.** Участие в предпринимательском сообществе как фактор предпринимательства

Справедливо ли утверждение?		Нарождающиеся предприниматели*	Владельцы нового бизнеса*	Владельцы устоявшегося бизнеса*	Респонденты, закрывшие бизнес**	Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	Всего по выборке, %
Вы лично знакомы с человеком, который	Да	90,7	84,0	94,4	57,9	39,0	45,0
за последние два года начал бизнес	Нет	9,3	16,0	5,6	42,1	61,0	56,7

<sup>(\*)</sup> отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах значима на уровне не более 1%, (\*\*) — разница в ответах значима на уровне от 1% до 5%.

Тот факт, что знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса, сконцентрированы почти исключительно внутри предпринимательского сообщества, говорит о крайне ограниченных возможностях его расширения. Среди респондентов, не имеющих и не стремящихся иметь бизнес, в 4 раза меньше тех, кто обладает необходимыми

знаниями и навыками, по сравнению с нарождающимися предпринимателями (см. табл. 9.2).

Можно констатировать, что в России вход в бизнес для лиц, не имеющих связей с действующими предпринимателями, в настоящий момент очень сложен, если вообще возможен.

**Таблица 9.2.** Распространение знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала нового бизнеса

Справедливо ли утверждение?		Нарождающиеся предприниматели*	Владельцы нового бизнеса*	Владельцы устоявшегося бизнеса*	Респонденты, закрывшие бизнес*	Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	Всего по выборке, %
У Вас есть знания, квалификация и опыт,	Да	86,3	81,0	94,4	48,6	21,2	28,8
необходимые для начала нового бизнеса	Нет	13,7	19,0	5,6	51,4	78,8	73,0

<sup>(\*)</sup> отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах значима на уровне не более 1%.

Обязательное среднее и среднее специальное образование не обеспечивает знаний, необходимых для успешного предпринимательского старта. Только у тех, кто имеет высшее образование, относительно выше шанс стать предпринимателем. Среди предпринимателей, с учетом всех стадий существования бизнеса — от подготовительной до зрелой, в среднем в 1,8 раза больше лиц с полным высшим образованием, чем среди тех, кто бизнес не имеет и не стремится иметь (см. табл. 9.3). Но важными оказываются, скорее всего, не специальные знания, полученные в вузе, а общие навыки самостоятельного решения разнообразных задач.

В подавляющем большинстве малый бизнес локализован в тех видах деятельности, которые для начала требуют главным образом общих представлений об основах бухгалтерского и налогового учета, менеджмента, логистики. По данным обследования, большая часть малых предприя-

Таблица 9.3. Уровень образования

Образование	Нарождающиеся предприниматели *	Владельцы нового бизнеса	Владельцы устоявшегося бизнеса **	Респонденты, закрывшие бизнес	Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	Всего по выборке, %
Общее полное среднее	12,7	30,0	17,4	15,7	22,4	22,2
Среднее специальное	27,3	33,3	26,1	27,5	30,1	30,2
Высшее	38,2	16,7	52,2	33,3	20,0	21,4

<sup>(\*)</sup> отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах значима на уровне не более 1%, (\*\*) — разница в ответах значима на уровне от 1% до 5%.

тий на всех стадиях жизни относится к сфере торговли и услуг. Причем речь идет не об эксклюзивных услугах и товарах, а, в большинстве случаев, о стандартном наборе, востребованном потребителями, как в больших городах, так и в сельской местности — парикмахерские услуги, пошив одежды, торговля продуктами питания и товарами повседневного спроса.

### Социально-психологический климат для развития предпринимательства

Как показало исследование, социальный статус предпринимателей достаточно высок — в 2006 г. большинство респондентов — порядка 3/4 в целом по выборке, указали, что успешные бизнесмены пользуются уважением, а начало нового бизнеса является удачным карьерным выбором (см. табл. 9.4).

Следует особо подчеркнуть, что непредпринимательские слои общества столь же лояльно относятся к бизнесу, как и сами предприниматели. Этот результат свидетельствует о значительной трансформации ценностных установок общества в последние 10—15 лет в пользу предпринимательства.

**Таблица 9.4.** Социально-психологический климат для развития предпринимательства

Справедливо ли утверждение?		Нарождающиеся предприниматели	Владельцы нового бизнеса	Владельцы устоявшегося бизнеса	Респонденты, закрывшие бизнес	Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	Всего по выборке, %
В России большинство людей рассматривают начало нового бизнеса как	Да	63,4	70,0	64,7	80,0	72,0	73,0
желательный выбор карьеры	Нет	36,6	30,0	35,3	20,0	28,0	28,9
В России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются	Да	66,7	77,3	78,9	71,9	68,1	69,8
уважением	Нет	33,3	22,7	21,1	28,1	31,9	31,8

<sup>(\*\*)</sup> отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах значима на уровне от 1% до 5%, (\*\*\*) — значима на уровне от 5% до 10%.

### 9.2. Результаты отдельных направлений поддержки малого предпринимательства

#### Условия старта для малого предпринимательства

Одной из основных целей политики поддержки предпринимательства является создание условий, благоприятных для начала бизнеса, поскольку стартовый этап — самый сложный, а также в силу того, что стартующие предприниматели создают наибольшее количество новых рабочих мест. По результатам обследования получены оценки условий для старта разных групп респондентов, как вовлеченных в предпринимательство, так и находящихся вне его (см. табл. 9.5). Оценки столь различны, что возникает вопрос: мнение представителей какой группы можно считать более объективным?

По нашему мнению, оценки тех респондентов, кто имеет отрицательный опыт (закрыл предприятие) или никогда не занимался предпринимательством, носят наведенный негативный характер. В первом случае это обусловлено личной неудачей, второй случай является отражением признания собственной неподготовленности к бизнесу.

Таблица 9.5. Оценка условий для начала нового бизнеса

Справедливо утверждение		Нарождающиеся предприниматели*	Владельцы нового бизнеса**	Владельцы устоявшегося бизнеса **	Респонденты, закрывшие бизнес	Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	Всего по выборке, %
В следующие 6 месяцев в местности, где Вы живете, будут хорошие	Да	74,4	46,7	54,5	30,0	23,9	29,3
условия для начала бизнеса	Нет	25,6	53,3	45,5	70,0	76,1	72,9

<sup>(\*)</sup> отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах значима на уровне не более 1%, (\*\*) — разница в ответах значима на уровне от 1% до 5%.

Среди тех, кто так или иначе вовлечен в предпринимательство, оценки условий для старта выше у респондентов, находящихся на стадии возникновения собственного бизнеса; 3/4 из них считают, что условия для начала бизнеса хорошие. Предприниматели, чей бизнес существует не более 3,5 лет (владельцы нового бизнеса), более пессимистичны — считают условия для старта благоприятными 47% из них. «Старожилы» в бизнесе чуть менее скептичны — 55% из них дали положительную оценку. Учитывая, что лишь часть тех, кто предпринимает первые шаги по созданию бизнеса, становятся предпринимателями, их оценки условий для старта, скорее всего, завышены. Те же, кто уже достаточно долго в бизнесе, возможно, переоценивают объективные стартовые условия, полагаясь на накопленный опыт и связи.

Резюмируя, мы предлагаем считать показателем благоприятности внешней среды для начала предпринимательства оценки тех, кто явля-

ется владельцем нового бизнеса. Вопрос, много это или мало, когда менее половины из них считают текущие условия для старта хорошими, для более обоснованного ответа требует сравнения с предыдущей динамикой, а также межстрановых сопоставлений. Рискнем утверждать, однако, что резервов для улучшения предпринимательского климата, в том числе для стартующих предпринимателей, в России еще много. Также требует дополнительного анализа вопрос, что толкает в предпринимательство людей, считающих условия для начала нового бизнеса плохими, а таких — четверть среди нарождающихся предпринимателей (см. табл. 9.5). И каковы наиболее вероятные результаты их первоначальных усилий?

Есть доказательства и позитивных изменений условий для предпринимательского старта. Они относятся к одной из наиболее острых проблем начала бизнеса — проблеме стартового капитала. По результатам обследования лишь 24% нарождающихся предпринимателей предполагают сформировать стартовый капитал самостоятельно. Остальные 76% намереваются привлечь внешнее финансирование из разных источников (см. табл. 9.6).

**Таблица 9.6.** Источники стартового финансирования предпринимателей в стадии возникновения в зависимости от размера населенного пункта

		Нарождающиеся предприниматели, %
Будет ли вся сумма денег, необходимая	Да	24,3
для запуска нового бизнеса, предоставлена Вами одним/одной	Нет	75,7

Число респондентов,						
рассчитывающих получить заем для начала бизнеса у следующих лиц и организаций, %	Москва и Санкт- Петербург	Большие города	Средние города	Малые города	Села	Всего по группе, %
Близкие члены семьи	42,9	16,7	66,7	25,0	66,7	39,1
Другие родственники	12,5	_	_	25,0	_	8,7
Коллеги	12,5	_	_	25,0	_	8,0

Число респондентов,						
рассчитывающих получить заем для начала бизнеса у следующих лиц и организаций, %	Москва и Санкт- Петербург	Большие города	Средние города	Малые города	Села	Всего по группе, %
Друзья или соседи	25,0	33,3	_	_	50,0	27,3
Банки или иные финансовые организации	62,5	66,7	100,0	100,0	33,3	69,6
Государственные программы	14,3	40,0	33,3	33,3	_	25,0
Другое	_	_	50,0	_	_	7,7

Безусловно положительным является тот факт, что порядка 70% респондентов — начинающих предпринимателей планируют привлечь средства банков и иных финансовых организаций. До недавнего времени наиболее часто для пополнения стартового капитала, помимо собственных средств, использовались деньги семьи и родственников. Изменение структуры возможных располагаемых источников обусловлено повышением интереса банков к относительно мелким заемщикам, в том числе, по-видимому, под влиянием мер государства по стимулированию кредитования банками малого предпринимательства, в числе которых программы по субсидированию процентных ставок, по продвижению микрофинансирования.

Отметим, что кредитная политика банков «не дотянулась» до сельских предпринимателей. Здесь ее с успехом может и должна заменить кредитная кооперация населения, имеющая весьма позитивный опыт развития во многих странах, но сдерживаемая в России отсутствием необходимого законодательства.

#### Предпринимательство и рынок труда

Одной из основных целей развития предпринимательства является достижение стабильности на рынке труда. Предпринимательская активность населения является одним из наиболее эффективных механизмов, обеспечивая не только места для наемных работников, но и самозанятость. В то же время вклад малого предпринимательства в решение проблем занятости не следует преувеличивать — наибольший эффект дости-

гается в самой начальной стадии, в период создания и первоначального роста, а затем, выйдя на траекторию стабильного и весьма умеренного роста и развития, малые предприниматели, как правило, лишь воспроизводят уже созданные рабочие места, а то и сокращают их в процессе рационализации и интенсификации.

Результаты обследования подтверждают, что в настоящее время в России количество занятых в малом предпринимательстве определяется не «продолжительностью жизни» малых предприятий, а числом вновь созданных. Малые предприятия со временем не только не перерастают в средние, но в большинстве даже не переходят границу микробизнеса (см. табл. 9.7).

**Таблица 9.7.** Фактическое количество наемных работников у предпринимателей

	Владельцы н	ового бизнеса	Устоявшийся бизнес	
Количество работников	Средняя	Медиана	Средняя	Медиана
по найму в бизнесе в настоящее время, человек	4	3	5	5

Средние размеры малого предприятия практически не зависят от его «возраста» и значительно ниже действующих в настоящее время критериальных ограничений для отнесения предприятия к категории малых. Расхождение средних и медианных показателей объясняется наличием в выборке небольшого числа предпринимателей преимущественно из производственной сферы, чей бизнес имеет больше наемных работников.

**Таблица 9.8.** Ожидаемое количество наемных работников у нарождающихся предпринимателей

Населенный пункт	Количество работников по найму в бизнесе через 5 лет, человек				
	Средняя	Медиана			
Москва и Санкт-Петербург	23	5			
Большие города	25	20			
Средние города	38	15			
Малые города	16	20			
Села	10	10			
В среднем по группе	22	15			

Респонденты, делающие лишь первые шаги по организации бизнеса, в силу оптимистических ожиданий значительно завышают ожидаемое количество наемных работников. Так, предприниматели в стадии возникновения планируют привлечь в среднем 22 наемных работника, медианное значение равно 15 (см. табл. 9.8). Очевидно, и результаты опроса подтверждают это, самые мелкие новые бизнесы планируется создать в сельской местности. Сравнение данных, приведенных в табл. 9.7 и 9.8, показывает, что ожиданиям предпринимателей в стадии возникновения относительно размера будущего бизнеса не суждено сбыться. Средний размер «проектируемого» бизнеса, измеряемый числом наемных работников, в 4,4—5,5 раза больше среднего размера реально действующего предприятия. К числу причин этого расхождения относятся проблемы стартового капитала, поиска помещений и работников нужной квалификации, которые начинающие предприниматели зачастую недооценивают.

Приведенные выше результаты (см. табл. 9.7 и 9.8) говорят о том, что создание условий, стимулирующих граждан к осуществлению самостоятельной предпринимательской деятельности, и рост числа занятых в малом предпринимательстве — задачи не просто взаимосвязанные, но без решения первой вторая неосуществима. Действующий мелкий бизнес не превращается в малый, а последний — не перерастает в средний, приток новых рабочих мест обеспечивается притоком новых предпринимателей.

#### Сетевое развитие малого предпринимательства как реакция приспособления

Хотя до настоящего времени в России законодательно не определена категория средних предприятий, но на уровне государственного органа, ответственного за разработку и реализацию политики поддержки предпринимательства (МЭРТ), декларирована необходимость ее распространения на средний бизнес, создающий конкурентную среду и предпосылки возникновения новых крупных компаний. В повестке дня (новый закон о государственной поддержке предпринимательства) — разработка критериев выделения средних предприятий.

Фактически малые предприятия не стремятся покидать формально очерченные границы малого бизнеса в силу как высоких издержек перехода в более крупный бизнес, так и наличия весьма жесткой конкуренции в среднем бизнесе, где зачастую рыночные ниши на уровне региона уже поделены, так что выход нового игрока сопряжен с серьезными эффектами для всего уже действующего на рынке сообщества. Для мало-

го предприятия альтернативой роста «по вертикали» является рост «по горизонтали» — создание сети малых предприятий, в совокупности образующих единый бизнес одного или группы собственников.

Когда в 2001 г. был исследован этот вопрос (обследование ОЭСР в трех регионах РФ, «Экономические обзоры ОЭСР, 2001—2002, Российская Федерация»), сетевой бизнес уже занимал прочные позиции в малом предпринимательстве. Треть опрошенных предпринимателей одновременно владели или руководили несколькими предприятиями. По результатам нашего обследования сохраняется не только тенденция, но, в среднем, и пропорция перехода от отдельного малого предприятия к сетевому малому бизнесу (см. табл. 9.9). Каждый пятый владелец нового и каждый второй/третий владелец действующего бизнеса планирует в течение следующих трех лет организовать новый.

Это подтверждает, что в России — в силу ряда причин — типичной траекторией развития малого бизнеса является не превращение его в средний, а «отпочкование» от уже действующего новых малых фирм, формирование сетевой структуры.

Таблица 9.9. Сетевое развитие малого предпринимательства

Cynanayyyna	Группы респондентов, %					
Справедливо ли утверждение?			Владе, устоявшего			
В течение следующих трех лет Вы — один или вместе с другими —	Да	Нет	Да	Нет		
предполагаете организовать новый бизнес	20,8	79,2	40,9	59,1		

По результатам проекта «Конкурентоспособность и деловой климат России», проведенного ГУ ВШЭ и Всемирным банком в 2005—2006 гг., сетевые малые предприятия — более крупные, рентабельные, имеют более высокий инвестиционный, инновационный и экспортный потенциал. Сетевые малые предприятия более устойчивы к возможным неблагоприятным изменениям бизнес-среды, так как бизнес-сети выполняют функцию финансово-экономического «амортизатора». То есть именно сетевые малые предприятия имеют реальный потенциал перехода в средний бизнес. Удерживают их в секторе малого предпринимательства, наряду с непроработанностью законодательства для средних предприятий, дополнительные проблемы, характерные для более крупного бизнеса

и, соответственно, дополнительные затраты на их решение. Главные из этих проблем — обеспечение безопасности бизнеса, недобросовестная конкуренция, таможенные процедуры, получение и оформление земельных участков.

Результаты проекта «GEM Россия 2006» наглядно подтвердили необходимость государственной политики поддержки среднего бизнеса. Учитывая экономический потенциал сетевого сегмента малого предпринимательства, эффект такой политики может быть значительным.

#### Краткие выводы

- 1. Полученные характеристики социально-экономических условий и государственной политики в отношении предпринимательства неодно-значны, среди них есть как позитивные, так и негативные.
- 2. Вхождение в предпринимательские сети до настоящего времени остается необходимым условием бизнес-деятельности. Предпринимательское сообщество в значительной мере берет на себя выполнение основных функций институциональной и инфраструктурной поддержки своих членов. Знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса, сконцентрированы почти исключительно внутри предпринимательского сообщества, являющегося замкнутым образованием. Следовательно, в развитии институтов и инфраструктуры поддержки предпринимательства необходимо учитывать это обстоятельство, отказавшись от слепого копирования западных моделей поддержки малого предпринимательства, делающих ставку на силу формальных институтов и «рациональность» поведения экономических агентов.
- 3. Социально-психологический климат благоприятен для развития предпринимательства. Непредпринимательские слои общества столь же лояльны к бизнесу, как и сами предприниматели. Это позитивный результат социально-экономической политики государства, свидетельствующий о трансформации ценностных установок общества в поддержку рыночных реформ, в том числе в поддержку предпринимательства.
- 4. Условия старта для малого предпринимательства постепенно улучшаются. Реализованные меры государственного регулирования предпринимательской деятельности облегчили выход на рынок и функционирование прежде всего для микробизнеса. Безусловно положительным является рост числа лиц, планирующих привлечь для формирования стартового капитала средства банков и других финансовых организа-

- ций. Изменение структуры спроса обусловлено как повышением собственного интереса банков к относительно мелким заемщикам, так и мерами государства по стимулированию кредитования малого предпринимательства.
- 5. Предпринимательство является фактором социальной стабильности, давая человеку уверенность в себе, ощущение, что удалось добиться успеха, использовав возможности рыночной экономики. Социально-экономическое значение предпринимательства объясняется и его ролью в обеспечении занятости. Государственная политика в отношении малого предпринимательства, постепенно снижая барьеры входа в малый бизнес, не создает достаточных стимулов для дальнейшего органического роста. Малые предприятия со временем не только не перерастают в средние, но в большинстве не переходят границу микробизнеса.
- 6. В России, как и везде в мире, в общем количество занятых в малом предпринимательстве определяется не «продолжительностью жизни» действующих малых предприятий и ростом рабочих мест на этих предприятиях, а числом вновь создаваемых и растущих малых фирм.
- 7. Для малого предприятия альтернативой роста «по вертикали»/перехода в категорию средних является рост «по горизонтали»/создание сети малых предприятий, в совокупности образующих единый бизнес одного или группы собственников. Длительное время сохраняется не только тенденция, но и пропорция трансформации отдельного малого предприятия в сетевой малый бизнес, что подтверждает устойчивость и значимость проблем перехода из малого предпринимательства в среднее. Это объясняется как высокими издержками перехода из одной категории в другую, так и отсутствием каких-либо специальных режимов, помогающих новичкам закрепиться в среднем бизнесе. Масштаб спроса на государственную политику поддержки среднего бизнеса со стороны представителей малого бизнеса, а также экономический потенциал сетевого сегмента малого предпринимательства свидетельствуют, что эффект данной политики может быть значительным.

### Выводы и рекомендации в области содействия малому бизнесу в России

Результаты проведенного исследования неоднозначны, выделяются как позитивные, так и негативные тенденции в развитии предпринимательского потенциала российского общества.

- 1. В настоящее время в России предпринимательское сообщество в значительной мере берет на себя выполнение основных функций институциональной и инфраструктурной поддержки действующих и начинаюших предпринимателей. Знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса, сконцентрированы почти исключительно внутри предпринимательского сообщества, являющегося замкнутым образованием. Это свидетельствует не только о недостаточном развитии институтов и инфраструктуры поддержки предпринимательства и ограниченных возможностях расширения и реализации предпринимательского потенциала российского общества, но и о необходимости более внимательного анализа опыта поддержки раннего предпринимательства в странах, ориентирующихся на широкое использование сложившихся неформальных, в том числе внутрисемейных сетей (Юго-Восточная Азия) для поддержки ростков нового бизнеса, а также более фокусированного внимания на проблемах именно начинающих предпринимателей. В развитии институтов и инфраструктуры поддержки предпринимательства необходимо отказаться от слепого копирования западных моделей поддержки малого предпринимательства, делающих ставку на силу формальных институтов и «рациональность» поведения экономических агентов.
- 2. Наличие различных по возрасту, образованию, мотивации групп потенциальных и начинающих предпринимателей следует учитывать при проведении политики поддержки стартового предпринимательства, больше внимания уделяя селективным мерам, направленным на содействие стартовой активности «высоких профессионалов» создание центров трансфера технологий, промышленной субконтрактации, стимулирование участия обладающих потенциалом нововведений предпринимателей в выставочно-презентационной деятельности, расширение информационных ресурсов и переговорных площадок типа ММЦ.
- 3. Доля вынужденных предпринимателей остается достаточно высокой. Данное обстоятельство косвенно характеризует низкую, несмотря на позитивную динамику макроэкономических индикаторов на протяжении последних 6 лет, степень динамичности рынка труда, наличие значительных «групп риска», в результате чего значительная часть лиц, не находящих возможности для труда по найму, вынуждена брать на себя риски и ответственность по созданию собственного дела. Для содействия данным категориям следует вернуться к активной политике содействия занятости (повышение квалификации и переквалификация, обучающие курсы по основам финансов и маркетинга, капитализация

пособий по безработице в качестве стартового гранта на создание собственного дела и т.д.).

- 4. В то же время макроэкономические условия для предпринимательского старта постепенно улучшаются. Об этом свидетельствуют:
  - высокая доля лиц, планирующих привлечь для формирования стартового капитала средства банков и других финансовых организаций. Изменение структуры спроса обусловлено как повышением собственного интереса банков к относительно мелким заемщикам, так и мерами государства по стимулированию кредитования малого бизнеса;
  - сокращение доли вынужденных предпринимателей среди потенциальных и нарождающихся предпринимателей по сравнению с владельцами нового бизнеса.
- 5. По-прежнему для подавляющего большинства женщин в России создание собственного дела либо слишком рискованно, либо недостижимо. Поддержка женского стартового предпринимательства важное условие обеспечения реального социально-экономического гендерного равенства в стране. Эти задачи могли бы отчасти решить микрофинансовые организации, действующие на основе принципа солидарности и коллективной ответственности.
- 6. Сохраняется высокая неравномерность размещения потенциального и раннего предпринимательства в России – как в территориальном аспекте (лучше всего обстоит дело в Центральном регионе, хуже всего на Урале и в Западной Сибири), так и в поселенческом (более устойчивым и успешным раннее предпринимательство является в средних и крупных городах, заметно слабее – в малых городах и сельской местности). Иначе говоря, шансы на создание собственного дела у граждан России, проживающих в разных регионах и типах поселений, существенно различаются уже в силу этого обстоятельства. Очевидно, это свидетельствует как об объективных различиях в уровне развития необходимой инфраструктуры и человеческого капитала, так и о разном уровне эффективности политики властей по поддержке малого бизнеса. Насущно необходимы меры на общефедеральном уровне для «территориального выравнивания» (на началах софинансирования с региональными властями) и обеспечения большего равенства шансов для всех, кто готов и хотел бы попробовать свои силы в качестве предпринимателя – включая тиражирование лучшего опыта в рамках макрорегионов и т.д.
- 7. Низка эффективность российских средств массовой информации в создании образа успешного предпринимателя. Государство и бизнес-

сообщество должны сформулировать более внятный «заказ» на пропаганду знаний о предпринимательстве, что является составной частью его поддержки.

8. Аналитические возможности официальной статистики в сфере обследований малого предпринимательства и его потенциальных возможностей весьма ограничены. Для получения более полной картины развития предпринимательства представляется необходимым проведение регулярных обследований предпринимательской активности населения на базе анкеты и методологии Консорциума GEM. В частности, использование таких индексов, как:

- индекс ранней предпринимательской активности (доля лиц, создавших новый бизнес за последние 42 месяца, в составе взрослого трудоспособного населения);
- индекс оборота предпринимательского потенциала (соотношение вновь созданных и закрытых/приостановленных/ликвидированных бизнесов за последние 12 месяцев) позволит дополнить картину развития сектора малого предпринимательства важными интегральными показателями, характеризующими интенсивность его развития и качество предпринимательской среды.

# Препринт WP1/2007/05 Серия WP1 Институциональные проблемы российской экономики

### Предпринимательский потенциал российского общества: состояние, проблемы, возможности активизации

Промежуточный доклад по итогам реализации проекта Научного фонда ГУ ВШЭ «Предпринимательский потенциал общества: GEM Россия»

Зав. редакцией оперативного выпуска *А.В. Заиченко* Выпускающий редактор *А.В. Заиченко* Технический редактор *О.А. Быстрова* 

ЛР № 020832 от 15 октября 1993 г. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная. Печать трафаретная. Тираж 150 экз. Уч.-изд. л. 5. Усл. печ. л. 4,45. Заказ № . Изд. № 813

ГУ ВШЭ. 125319, Москва, Кочновский проезд, 3 Типография ГУ ВШЭ. 125319, Москва, Кочновский проезд, 3