

**К XV Апрельской
международной
научной конференции
по проблемам развития
экономики и общества**

1–4 апреля 2014 г.
Москва

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРИ УЧАСТИИ ВСЕМИРНОГО БАНКА
И МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА

Пол Д. Рейнольдс

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЗДАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ВЫЯВЛЕНИЕ ПРИЧИН ВОЗНИКНОВЕНИЯ НОВЫХ КОМПАНИЙ



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва, 2014

УДК 005.5
ББК 65.290
P35

Пол Дэвидсон Рейнольдс — профессор, ведущий исследователь
по программе Марии Кюри,
Школа бизнеса Астона, Бирмингем, Великобритания
(email: pauldavidsonreynolds@gmail.com)

Рейнольдс, П. Д.

P35 Исследование создания предприятий: выявление причин возникновения новых компаний [Текст] : докл. к XV Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 1–4 апр. 2014 г. / пер. с англ. ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 36 с. — 1000 экз. — ISBN 978-5-7598-1165-7 (в обл.).

Бизнес-организации, причины их возникновения и сущность предпринимательства вызывают большой академический и практический интерес. Существующие концепции и представления недостаточно раскрывают причины появления новых фирм. Для достоверного эмпирического описания этого процесса был разработан исследовательский протокол «Панельное исследование динамики предпринимательства» (PSED), особое внимание в котором уделяется деятельности по организации бизнеса и тому, как она связана с созданием новых прибыльных фирм. Результаты исследования демонстрируют, что для достижения доходности требуются многие годы, и добиться ее удается лишь небольшому количеству стартапов. Будучи успешно примененным к большинству стран мира, протокол PSED может объяснить разнообразие способов начала создания новых фирм. Эмпирический подход указывает на недостатки существующих концептуальных схем. Различия между странами в уровне активности по созданию бизнеса позволяют предположить, что государственная политика по содействию появлению новых компаний в странах с разным уровнем коммерческой активности должна быть различной; не существует универсальной лучшей практики. Необходима значительная дополнительная работа для изучения процессов создания бизнеса и их дальнейшего влияния на жизненный цикл фирм.

УДК 005.5
ББК 65.290

ISBN 978-5-7598-1165-7

© Рейнольдс Пол Дэвидсон, 2014
© Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2014

Содержание

Введение	4
Как происходит образование новых фирм?	9
Протокол PSED	11
Стартап-активность	16
Результаты: новые фирмы или выход из бизнеса	22
Факторы, влияющие на результаты.....	24
Начало образования стартапа: основные модели	25
Обзор исследований.....	27
Значение исследования для характеристики концепций.....	29
Значение для политики.....	31
Возможности для исследования	32
Литература.....	33

Введение

Во всех странах существуют различные организации: правительственные, религиозные, благотворительные, а также производственные, которые предоставляют блага и услуги. Организации настолько повсеместны, что их существование часто воспринимается как должное. Они сопровождают нас при нашем рождении, получении образования, бракосочетании и создании семьи. Когда мы заболеваем, стареем и завершаем свой жизненный путь, нас также сопровождает некая «организационная церемония».

Но для чего нужны организации? Ответ на этот вопрос кроется в их социетальной роли. Например, государственные организации существуют для управления делами страны — образованием, правосудием и инфраструктурой вплоть до национальной безопасности. Если можно так выразиться, они создаются сверху вниз. Такие организации создаются и финансируются (как правило, государством), когда осознается какая-то цель. Религиозные и благотворительные организации часто удовлетворяют потребности своих членов в возможности общения с единомышленниками по вере, а также позволяют им трудиться на благо человечества. Такие организации нередко создают люди с общими ценностями и верой, хотя и не без помощи харизматичного лидера.

Большинство организаций являются коммерческими, и они предоставляют большую часть товаров и услуг почти во всех странах. В мире существует более 500 млн бизнесов¹, и так как в большинстве из них работает более одного человека, то их можно рассматривать как организации. Наибольший интерес представляют новые компании, поскольку именно они считаются основным источником новых рабочих мест (треть от 2,2 млрд рабочих мест)², инноваций, экономической адаптации, повышенной производительности, а также возможности построения карьеры для многих людей.

Однако объяснение существования производственных или бизнес-организаций — более сложная задача. Попытка объяснить причины возникновения бизнес-организаций предполагает поиск ответов на следующие вопросы:

- Что мы понимаем под «бизнес-организацией»?
- Для чего существуют коммерческие организации?

¹ [Reynolds, 2012, Table 6.1].

² [Ibid., p 61].

- Что означает «предпринимательство» — основной источник существования бизнес-организаций?

Рассмотрение некоторых из этих концептуальных вопросов сопровождается дискуссией о программе исследования, которая позволяет дать эмпирическое описание процесса возникновения новых фирм.

Что такое «бизнес-организация»? Существуют два подхода к этой проблеме. Один рассматривает бизнес-организацию как производственный механизм для создания благ и оказания услуг. Наилучшее определение организации, преследующей такие цели, было дано Вебером [Weber, 1947], которого занимал вопрос о возможности улучшения работы правительственных институтов или бюро, укомплектованных бюрократией. В его понимании бюрократия была средством обеспечения четкого механизма принятия решений и правил, которые максимально увеличивали производство благ и услуг (таких, как управление распределением публичных благ или обеспечение общественной безопасности). Идеальная организация должна способствовать повышению производительности труда и при этом позволять не отвлекаться от политических процессов. Это и поныне является проблемой для многих правительственных агентств.

Данная концепция была применена в отношении возникающих организаций с акцентом на такие вопросы, как явная интенциональность (или цели), аллокация ресурсов (деньги, работники, активы), определение организационных границ (работники или функциональные обязанности внутри организации) и обмен за пределами этих границ³. Эти разработки исходят из того, что можно измерить четыре перечисленных выше фактора, подразумевая, что до тех пор пока не присутствуют все четыре из них, бизнес-организация еще «не возникла». В итоге появилась концепция некоей социальной системы, признаваемой отдельным субъектом, с формализованным набором рабочих ролей (или позиций) и порядком действий, обеспечивающим производство благ или оказание услуг.

В основе альтернативной концепции — активность (или ролевые функции) различных индивидов, которые вносят разный вклад в достижение цели⁴. Это представление фокусируется на деятельности индивида по координации и интеграции вкладов различных стейкхолдеров, заинтересованных в функционирова-

³ [Katz, Gartner, 1988].

⁴ [Barnard, 1938].

нии компании (владельцев, работников, клиентов, поставщиков, инвесторов, общества), для достижения своих меняющихся целей. Стороны постоянно принимают решения о характере и масштабах участия, отражающие их понимание выгоды от участия. Основная трудность для ответственной стороны, интегрирующей и координирующей вклад в компанию или выступающей в роли исполнительного руководителя, заключается в том, чтобы вклад стейкхолдеров в предприятие превышал выгоду, которую они получают от него. В противном случае организация постепенно растратит свои активы и перестанет существовать. При таком подходе организация выступает не как машина, состоящая из людей-винтиков, которые должны достичь какой-то узкоопределенной цели, а как постоянно изменяющаяся коалиция с размытыми целями, которые могут достигаться, если производимый компанией продукт имеет ценность для заинтересованных сторон.

Для чего нужны бизнес-организации? Здесь существуют как минимум два подхода. Наиболее очевидный заключается в том, что один человек не сможет достичь многих вещей. Отсюда — потребность в образовании производственных или ориентированных на достижение цели организаций, которая появилась, как только люди стали жить в группах. Различные организации возникали для того, чтобы осуществлять строительство или создавать системы орошения, повышать продуктивность охоты или сельского хозяйства, а также обеспечивать военную защиту⁵. Хотя сказанное выглядит очевидным, было предпринято немало попыток более фундаментальных объяснений.

Много усилий было потрачено на это теми, кто развивал теорию «новой институциональной экономики», чтобы отделить вопрос о бизнес-организациях от теорий, описывающих социальные институты, которые могут влиять на экономическое поведение⁶. Эта концепция предполагает, что производственные организации являются надприродным, искусственным механизмом, который возникает из-за несовершенства рынков для координации всех производственных процессов⁷. Рыночная координация подразумевает, что каждый индивид производит уникальный продукт или уникальную услугу. Они вместе производят конечный продукт, и вклад каждого человека становится предме-

⁵ [Udy, 1970].

⁶ [North, 1981].

⁷ [Hodgson, 1998].

том торго по поводу вознаграждения. Все участники социальной системы, таким образом, одновременно принимают участие во множестве рыночных операций, постоянно соотнося произведенный ими продукт и сделанные приобретения с предложением и спросом на различные товары. Непрерывно происходящий торг по поводу каждой сделки рассматривается как трансакционные издержки.

Вклад теории «новой индустриальной экономики» заключается в признании того, что продолжающиеся, непрерывные, сложные трансакции могут стать столь обременительными, что возникает иной механизм для координации производственного потенциала участников рынка. Будет разработан координационный механизм — структура, которая устанавливает формальные правила в отношении вклада и распределения вознаграждения. Обсуждения размеров вознаграждения и преимуществ, получаемых индивидами в обмен на их производственный вклад, будут проводиться периодически, но не постоянно, что приведет к снижению издержек от постоянных переговоров по сделкам. И это рассматривается некоторым образом как естественный прогресс⁸.

Что такое предпринимательство?⁹ Немногие понятия являются настолько неоднозначными и противоречивыми, как «предпринимательство». Французское слово «предприниматель» (*entrepreneur*) обозначало индивида, «который объединяет все производительные силы и обнаруживает в стоимости товаров... весь привлеченный им капитал, расходы по оплате наемного труда, выплаты по процентам и стоимость аренды, а также принадлежащую ему прибыль»¹⁰. Другими словами, предприниматель основывает бизнес-организацию. В ранних английских текстах еще не установилась четкая традиция относительно перевода французского термина «*entrepreneur*» — «*undertaker*» (тот, кто что-то предпринимает, делает) или «*adventurer*» (авантюрист). Концепция предпринимательства отражает идею распознавания возможности и успеха в качестве координатора и руководителя, но не обязательно предполагает создание чего-то нового или инновационного. Она подразумевает, что предприниматель сталкивается с некоторым риском или неопределенностью¹¹.

⁸ [Williamson, 2000; 2009].

⁹ Подробнее см.: [Reynolds, Curtin, 2009, Introduction, Chap. I, p. 1–18].

¹⁰ [Say, 1816].

¹¹ [Cantillon, 1730; Knight, 1921].

Эта неопределенность привела к тому, что ученые стали выделять разные аспекты предпринимательской деятельности. Например, идея, что предпринимательство является полезным вкладом в экономическую адаптацию и перемены, была выражена в теории «созидательного разрушения»¹². Предполагалось, что создание новых производственных процессов приводит к полезному замещению существующих фирм, их вытеснению такими фирмами, которые поставляют новые блага и услуги или используют новаторские методы для более эффективного предоставления предметов потребления. Одни исследователи рассматривают «инновационное предпринимательство» как единственное достойное внимания¹³; другие же предполагают, что значительный вклад вносят только те компании, которые получают венчурный капитал (в США ежегодно — около 200 предприятий)¹⁴. Однако трудности в определении необходимого уровня «инновационности» компаний или необходимого их влияния на рынки не удалось преодолеть ни на концептуальном, ни на операциональном уровне.

Другие исследователи сфокусировались на «распознавании возможностей» или на том, каким образом выявляются рынки для благ и услуг¹⁵. Некоторые даже предположили, что способность к распознаванию возможностей должна быть основным моментом в исследовании предпринимательства¹⁶. Однако возможности трудно распознать вне организованного усилия по получению от них выгоды. Установив этот факт, можно определить, какое новое предприятие быстро растет, потому что оно воспользовалось «главной возможностью»; при этом наблюдается тенденция связывать с «предпринимательством» только быстрорастущие новые компании. Как бы то ни было, фокус на распознавании и использовании возможностей позволяет распространить понятие предпринимательства на любого активного участника какого-либо рынка¹⁷, например, на менеджеров существующих фирм, которых теперь называют «интрапренерами», и даже на администраторов или чиновников в правительственных агентствах или некоммерческих организациях, которых часто называют «социальными предпринимателями».

¹² [Schumpeter, 1934].

¹³ [Baumol, Litan, Schramm, 2007].

¹⁴ [Shane, 2008, p. 162].

¹⁵ [Penrose, 1959; Kirzner, 1979].

¹⁶ [Shane, Venkataraman, 2001].

¹⁷ [Pozen, 2008].

Предприниматели не только играют особую роль в создании новых фирм, но и, согласно некоторым исследователям, являются носителями особых личных качеств. Поскольку предприниматель выглядит более собранным и мотивированным по сравнению с наемными работниками, идея, что он должен обладать уникальным характером или особенными личными качествами, получила достаточно широкое распространение¹⁸. Вероятно, наиболее широко распространено предположение, что предприниматель отличается потребностью в достижении¹⁹ или склонностью к риску²⁰. Несмотря на значительные усилия по определению «личности предпринимателя», удалось выявить лишь немного существенных эмпирических связей²¹. Ситуативная потребность в создании новых организаций может побудить индивидов стать более собранными и мотивированными, возможно, даже на какое-то время более обязательными, но далеко не каждый собранный и мотивированный индивид создаст новый бизнес.

Если рассматривать предпринимательство как структурную характеристику общества, такую же как социализация, брак или религия, то можно представить его как некий тип рынка со специфическими факторами спроса и предложения предпринимательской активности. Можно пространно рассуждать на эту тему, не давая при этом определения слову «предпринимательство»²². Поскольку создание новой фирмы обычно происходит в рамках сети социальных взаимоотношений, предпринимательство можно рассматривать как социальный феномен²³. В этом смысле предпринимательство есть нечто большее, чем просто индивидуальный выбор карьеры, — оно отражает коллективные усилия.

Как происходит образование новых фирм?

Одной из поразительных черт современности является постоянное появление новых фирм. Хотя интеллектуальная работа по трем обозначенным выше вопросам (определение бизнес-

¹⁸ [Kets de Vries, 1985].

¹⁹ [McClelland, 1961].

²⁰ [Knight, 1921].

²¹ [Gartner, 1988].

²² [Thornton, 1999].

²³ [Aldrich, 2005; Reynolds, 1991; Thornton, 1999].

организаций, выявление причин их существования и концепция предпринимательства) и заслуживает внимания, ответ на них не приносит особой пользы для прояснения главного вопроса: **какие процессы приводят к тому, что появляется новая фирма?**

В сущности, ответы на три поставленных выше вопроса не дают методологических принципов для разработки исследовательской программы описания процесса создания фирмы.

Для решения этой проблемы необходимо обратить внимание на несколько вопросов. Наиболее важно определить, что является решающей причиной создания бизнеса? Кто-то может заявить, что это необходимость достижения цели, недоступной для одного человека, или опасение чрезмерных трансакционных издержек, или наличие возможностей, или способность к инновации, или стремление индивида к независимости, риску и потребность в достижении. Все это не помогает в описании рассматриваемого процесса.

В действительности **индивиды, поодиночке или в командах, создают новые бизнес-организации.**

Без детального описания их действий трудно аккуратно описать процесс создания фирмы. Сложно рассчитать ценность различных концептуальных моделей без точного эмпирического описания изучаемых процессов. Понимание этого привело к созданию исследовательского протокола для определения индивидов, вовлеченных в процесс создания компаний, а также отслеживания их успеха по мере продвижения вперед.

Но есть еще один существенный компонент. Имеются обширные данные о вкладе новых фирм в создание новых рабочих мест, производительность экономики, инновации и адаптацию, а также о связанных с этим возможностях для личного карьерного роста многих людей, особенно женщин, представителей меньшинств, иммигрантов и лиц с ограниченными возможностями. Стремление оценить социетальную или экономическую важность количества и типов новых фирм обусловило необходимость получить репрезентативную выборку тех, кто вовлечен в создание новых бизнесов. Построение выборки, которую можно экстраполировать на все население, чтобы определить масштабы соответствующей активности, было признано критически важным для максимизации ценности исследований.

В результате исследований, проводившихся на протяжении нескольких десятилетий, получен протокол «Панельное исследование динамики предпринимательства» (Panel Study of Entrepreneurial

Dynamics — PSED)²⁴. Настоящий обзор посвящен нынешнему состоянию этого исследования и некоторым наиболее значительным связанным с ним вопросам.

Протокол PSED

Протокол PSED раскрывает причины появления новых фирм. После этого дается краткий обзор процедур, применяемых для определения репрезентативной выборки лиц, находящихся на начальной стадии становления бизнеса, а также статуса этого начинания с точки зрения стадии жизненного цикла фирмы.

Концептуальная схема

Концептуальная схема исследования представлена на рис. 1. Как показано в левой части диаграммы, те индивиды, которые включаются в процесс создания организации по своему желанию, и те, для кого это — часть их должностных обязанностей, рассматриваются как нарождающиеся предприниматели (в статусе первичной и вторичной занятости соответственно). В обоих случаях они могут быть частью коллектива, работающего над созданием нового бизнеса. После того как они подключились к этому процессу, участники могут работать, до тех пор пока это начинание не становится новой фирмой, или выйти из процесса, но в результате рождается предприятие, которое называют стартапом.

Новая фирма может функционировать до момента, пока не прекратит осуществлять свои операции. Хотя рано или поздно большинство фирм перестает существовать, исследования направлены на отслеживание стартап-процесса вплоть до появления результата — рождения новой фирмы или выхода участников из бизнеса.

²⁴ Результаты первоначальных разработок по США резюмированы в работах [Reynolds, 2000; Gartner et al., 2004]. Результаты по США, полученные на более позднем этапе, представлены в работе [Reynolds, Curtin, 2009], а по другим девяти странам — [Reynolds, Curtin, 2010]. Для получения подробной информации, документов и данных по США см.: <www.psed.isr.umich.edu>.

Социальные, политические, экономические и исторические условия

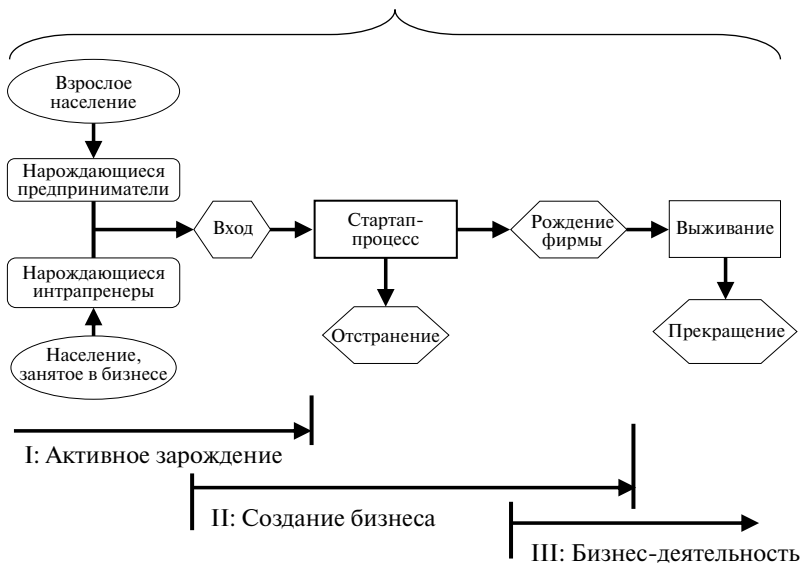


Рис. 1. Концептуальная схема создания фирмы

Поиск нарождающихся предпринимателей/организаций

Наиболее важной характеристикой дизайна исследования является разработка сравнительно экономного метода построения репрезентативной выборки тех, кто находится на стадии зарождения бизнеса. Если стоимость исследования превосходит определенные границы, то его финансировать невозможно. Разработанная процедура имеет несколько важных этапов. Она начинается с использования стандартной методики отбора для определения репрезентативной выборки взрослых лиц в возрасте от 18 до 64 лет, которым не запрещено создать компанию, т.е. они не находятся в заключении, психиатрической клинике или армии²⁵.

²⁵ Есть несколько способов определить репрезентативную выборку взрослых, произвольно отбирая домашнее хозяйство и его членов или произвольно отобрав номера мобильных телефонов из списка телефонов всего населения, — все эти методы были использованы для составления различных опросов, следуя этому протоколу отбора.

После того как сформирована репрезентативная группа взрослого населения, респондентам задают три вопроса об участии в создании бизнеса (которые сформулированы следующим образом)²⁶:

- Открываете ли вы компанию самостоятельно или, возможно, совместно с группой других людей?
- Открываете ли вы компанию по указанию вашего работодателя — возможно, совместно с группой других людей?
- Являетесь ли вы владельцем-управляющим существующей компании — возможно, совместно с группой других людей?

Если респонденты дают отрицательный ответ на все три вопроса, то они не представляют интереса и не включаются в выборку.

Если респонденты дают положительный ответ на любой из этих вопросов, им задают дополнительные вопросы, чтобы определить:

- Предпринимали ли они какие-либо действия в предшествующем году, чтобы образовать фирму?
- Намереваются ли они получить долю участия в новой фирме?
- Получал ли стартап первоначальную прибыль?

Если респонденты ответят «да» на первые два вопроса и «нет» на третий, их идентифицируют как нарождающихся предпринимателей для сбора дополнительных данных.

Процедура выглядит упрощенной, но это результат усилий по снижению затрат на выборку, поскольку большинство респондентов может быть отсеяно после первых трех вопросов, на что, как правило, требуется меньше минуты. Это существенно снижает стоимость отбора и предоставляет доступный метод для обнаружения репрезентативных выборок нарождающихся предпринимателей.

Из тех, кого отнесли к нарождающимся предпринимателям, 80% обычно изъявляют желание принять участие в исследовании. Тогда эти добровольцы дают подробное интервью о различных аспектах создания бизнеса; такие телефонные интервью длятся от 30 до 60 минут.

Сбор информации: первоначальные и последующие интервью

Для сбора информации о тех, кого идентифицировали как нарождающихся предпринимателей, использовались два метода. В США информация о респондентах была передана в академиче-

²⁶ Исходное интервью представлено на сайте <www.psed.isr.umich.edu>.

ский центр, занимающийся опросами, который и провел первоначальные и последующие интервью. В других проектах с более короткими первоначальными интервью респондентам предоставили детализированные модули вопросника на последнем этапе первоначального отборочного интервью²⁷. В табл. 1 представлен обзор модулей, включенных во второй американский проект (US-PSED II). Обратите внимание, что в последующих интервью охват менялся в зависимости от статуса вновь созданного предприятия — появилась прибыльная новая фирма, предприятие распалось или продолжает существовать, но по-прежнему в статусе стартапа.

Таблица 1. Обзор охвата разработанных модулей вопросника телефонного интервью US-PSED II

Тематические модули	Отбор	Волна А	Волна В*, **	Волна С*, **
Вопросы для отбора респондентов	Все			
Оценка критериев для нарождающихся предпринимателей	Все			
Социально-демографические признаки	Все			
А.1: Почему начали, бизнес-возможности (открытый вопрос)		Все		
А.2: Изменился ли вид бизнес-деятельности			Все	Все
А.3: Определите статус организации: новая фирма, прекратившая деятельность, продолжающая деятельность			Все	Все
В: Тип бизнеса, местонахождение		Все	NF, SU	NF, SU
С: Организационно-правовая форма		Все	Все	Все
Д: Мероприятия по вводу в действие		Все	Все	Все
Е.1: Финансирование ввода в действие, регистрация компании		Все	Все	Все
Е.2: Подтвердите выход из бизнеса, завершающее интервью			Вышедший***	Вышедший
Ф: Установки относительно конкуренции		Все	NF	NF

²⁷ [Davidsson, Gordon, 2011].

Тематические модули	Отбор	Волна А	Волна В*, **	Волна С*, **
G: Имущество владельцев, ключевых лиц, не являющихся владельцами, и помощников		Все	NF, SU	NF, SU
H: Демографические характеристики владельца		Все	NF, SU	NF, SU
J: Взаимоотношения между владельцами		Все	NF, SU	NF, SU
K: Законные владельцы (юридические лица)		Все	NF, SU	NF, SU
M: Демографические характеристики лиц, не являющихся владельцами		Все	NF, SU	NF, SU
N: Демографические характеристики помощников		Все	NF, SU	NF, SU
P: Общественные ресурсы, поддержка новых компаний		Все	NF	NF
Q: Неформальная поддержка стартапов		Все	NF, SU	NF, SU
R: Инвестиции, долги и чистая стоимость юридического лица, являющегося стартапом		Все	NF, SU	NF, SU
S: Стратегия конкуренции и целевые рынки		Все	NF	NF
T: Прогнозы роста		Все	NF	NF
U.1: Мотивация респондента		Все		
U.2: Структура трудовых ресурсов			NF	NF
V.1: Структура затрат: общая			NF	
V.2: Структура затрат: детализированная				NF
X: Профессиональный опыт респондента		Все	SU	SU
Y: Самоописание респондента		Все		
Z: Социально-демографические характеристики респондента и домашнего хозяйства		Все	NF, SU	NF, SU

Примечания. * После волны А модули вопросника адресуют ко всем респондентам, только вышедшим из бизнеса, или тем, кто владеет новой фирмой (NF), или тем, кто все еще находится в процессе стартапа (SU).

** После первоначального интервью модули повторяются, чтобы отразить произошедшие изменения, новую информацию или детали текущего статуса.

*** Те, кто считаются «вышедшими из бизнеса», больше не опрашиваются.

Стартап-активность

Как видно из табл. 1, во время интервью могут быть затронуты многие вопросы, такие как суть бизнеса, его размер и квалификация сотрудников, юридический статус, конкурентная стратегия, технологические подходы, экспортная ориентация, различные взгляды на сложившуюся ситуацию, мотивация и ожидания относительно роста, структура трудовых ресурсов, простейший отчет о прибылях и убытках и т.п. Но одной из уникальных характеристик является обозначение шагов, предпринятых, чтобы создать фирму.

В табл. 2 представлены данные проведенного в Великобритании пилотного исследования деятельности стартапов²⁸.

Таблица 2. Деятельность стартапов и структура этого процесса: предварительное тестирование в Великобритании

Деятельность	Доля, %	Время с начала процесса, мес.
Серьезное обдумывание	99,4	—6,8
Первые 100 часов работы	88,7	3,6
Начало общения с клиентами	85,5	3,7
Начало определения рынков	73,6	1,3
Разработка бизнес-плана	66,7	6,4
Первые инвестированные 1000 ф. ст.	59,8	6,1
Телефон, размещение в Интернете	59,8	9,4
Приобретенное, арендованное имущество	54,7	5,6
Маркетинг, продвижение на рынок	53,5	11,5
Открыт счет в венчурном банке	47,2	7,4
Разработка модели, прототипа	43,4	1,4
Первоначальные продажи, доход	34,6	10,0
Респондент работает на предприятии полный день	37,7	10,9
Помощь с первоначальными контактами	29,6	1,1

²⁸ Представлены ответы 159 нарождающихся предпринимателей Великобритании, полученные в ходе национального опроса, проведенного в 2012 и 2013 гг. [Reynolds, Hart, Mickiewicz, 2014].

Деятельность	Доля, %	Время с начала процесса, мес.
Помощь с последними контактами	29,6	2,7
Получено помещение для предприятия	20,8	13,5
Обращение с просьбой о формальном финансировании	18,2	13,6
Нанят первый сотрудник	15,7	22,5
Регистрация патента, торговой марки, авторского права (права на интеллектуальную собственность)	13,6	4,7
Месячные доходы покрывают расходы	14,5	14,9
Получена формальная финансовая поддержка	10,1	21,0
Формальная регистрация		
Регистрация организационно-правовой формы	52,8	5,0
Регистрация предприятия в Управлении по налогам и сборам Великобритании	30,2	11,3
Регистрация предприятия для уплаты НДС	22,6	8,5
Участие членов команды		
Член команды 2 принял участие	29,0	-4,6
Член команды 3 принял участие	8,8	5,6
Член команды 4 принял участие	3,8	9,3
Член команды 5 принял участие	0,6	11,0
Член команды 2 инвестировал средства в предприятие	17,6	0,9
Член команды 3 инвестировал средства в предприятие	3,1	10,8
Член команды 4 инвестировал средства в предприятие	0,6	13,0
Член команды 5 инвестировал средства в предприятие	Отсутствует	
Результаты		
Первоначальная месячная прибыль (затраты, выплаченные зарплаты)	3,8	16,7
Респондент вышел из стартап-компании	23,3	24,4

Примечание. Выборка включает 159 активных нарождающихся предпринимателей (2012 и 2013 гг.).

Здесь представлен список форм активности, отраженных в вопроснике интервью. Если респонденты заявляли, что какое-либо действие было произведено, их спрашивали, в каком месяце или году это случилось. Эта информация используется для определения порядка действий, а также интервалов времени между ними. В правой колонке представлены данные об интервале времени (в месяцах) между началом процесса и моментом начала конкретного действия. Началом процесса считается начало наиболее раннего из двух первых действий, которые происходят в течение 12 месяцев, исключая предшествующие серьезные размышления. Перечисленные действия объединяются в четыре категории: 1) напрямую связанные с созданием нового бизнеса; 2) три действия, приводящие к формальной регистрации; 3) относящиеся к созданию команды стартапа; и 4) относящиеся к результатам процесса образования стартапа, получению прибыли или прекращению действий по созданию стартапа. На рис. 2 каждое действие отображено на осях в зависимости от интервала времени между его началом и началом стартап-процесса, а также в зависимости от размера его доли.

Наиболее очевидная характеристика представленной картины — доля различных действий (в процентах). Это отражает проведение интервью на разных стадиях стартапа, а также многообразие типов новых фирм. Не каждой фирме необходимо совершать все перечисленные действия. Например, лишь меньшинство получило бы выгоду от приобретения права на интеллектуальную собственность, и только 14% респондентов совершили это действие.

Таблица 2 демонстрирует два действия, которые предшествуют стартап-процессу. Почти каждый нарождающийся предприниматель (99,4%) заявляет о серьезном обдумывании, и это действие совершается в среднем за семь месяцев до вхождения в стартап-процесс. Единственное другое «подготовительное» действие, заявленное 29% респондентов, — привлечение еще одного человека, что происходит в среднем за 5 месяцев до начала процесса.

Создание команды стартапа (если оно осуществляется) происходит в течение первого года, а третий и четвертый члены команды привлекаются в среднем через шесть и девять месяцев после начала процесса. В одном случае имеется пятый человек, который был привлечен через 11 месяцев. Те новые члены стартапа, которые обеспечили неформальную финансовую поддержку, осуществили это в первый год.

Формальную регистрацию (если она имеется) производят в течение первого года. Те 53% респондентов, которые юридически

зарегистрировали компанию, сделали это в начале процесса или примерно на пятый месяц. Меньшее количество (30%) заявляют о регистрации в Управлении по налогам и таможенным сборам Великобритании (HMRC), но сделали это в течение 11 месяцев. Еще меньшее количество (23%) зарегистрировались для уплаты налога на добавленную стоимость (НДС), но сделали это через восемь месяцев. Ожидается, что в дальнейшем намного более высокая доля прибыльных стартапов обратится за регистрацией в HMRC и для уплаты НДС. Их выявят во время дополнительных интервью.

Поскольку эти данные были собраны по результатам лишь одного опроса, неудивительно, что только 4% респондентов заявили о наличии месячной прибыли²⁹; они ее получили через 17 месяцев после начала процесса. Ожидается, что доля получивших прибыль предприятий увеличится по прошествии большего времени с начала процесса. Это покажут последующие дополнительные интервью. То, что для получения прибыли требуется больше времени, может быть следствием меньших усилий по развитию стартап-фирмы, но это также может быть показателем более сложных и амбициозных планов, которые труднее осуществить. Прекратившие свою деятельность 23% респондентов сделали это в среднем через два года после образования предприятия. Это дает основание предполагать, что их решение не было поспешным.

Рисунок 2 иллюстрирует некоторые мероприятия, совершаемые меньшинством стартапов в начале процесса. Очевидно, что к программам помощи обратились 30% респондентов, и они сделали это в течение нескольких месяцев с начала процесса.

Несмотря на стремление к привлечению формального финансирования, лишь 18% респондентов заявляют об обращении за финансовой поддержкой, и это происходит через 14 месяцев после начала процесса, т.е. через восемь месяцев после начала работы над бизнес-планом. Получившие формальное финансирование 10% респондентов сообщают, что это произошло через 21 месяц после начала процесса и через семь месяцев после первоначального обращения.

Большое внимание уделено формальной регистрации как индикатору рождения фирмы. Мероприятия, которые могут предшествовать регистрации, отражены недостаточно. Такие «мероприятия до регистрации» представлены на рис. 3, который показывает

²⁹ Определено как превышение месячного дохода над месячными расходами, включая выплаты заработной платы владельцам-управляющим.

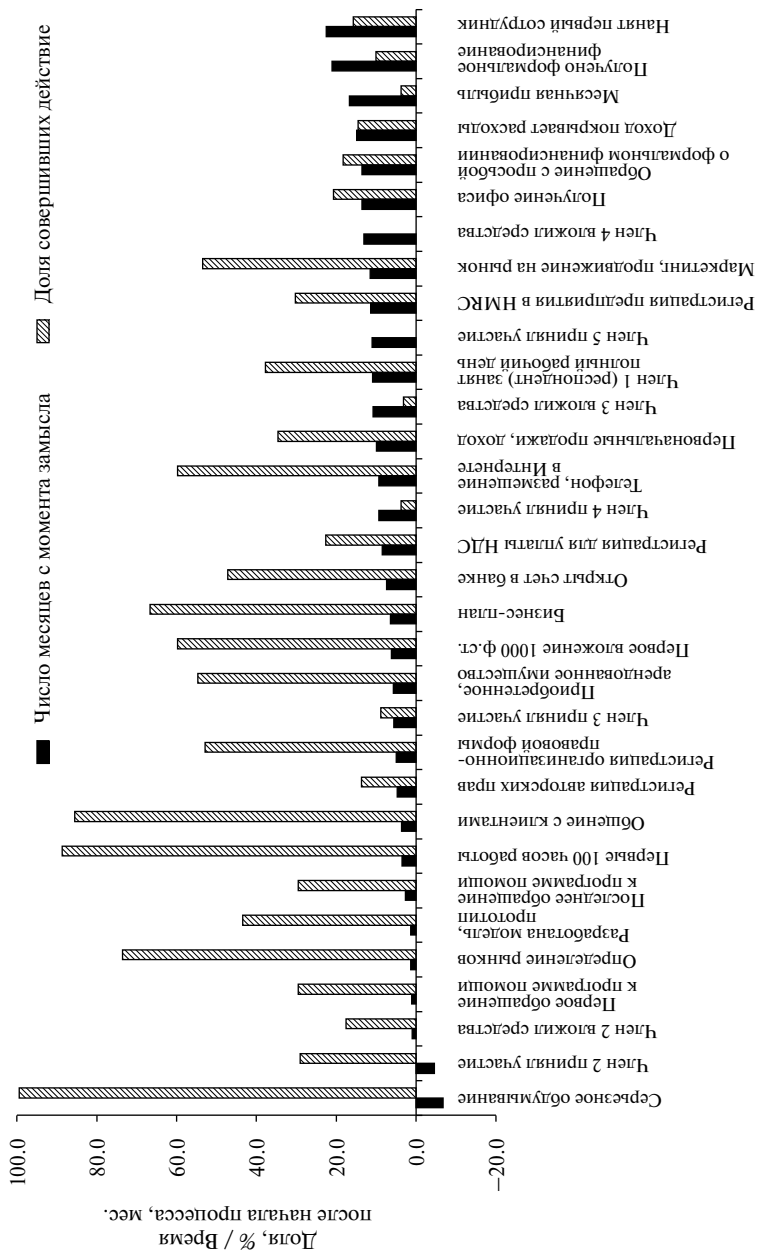


Рис. 2. Стартап-активность: доля указавших действие и число месяцев после начала стартап-процесса

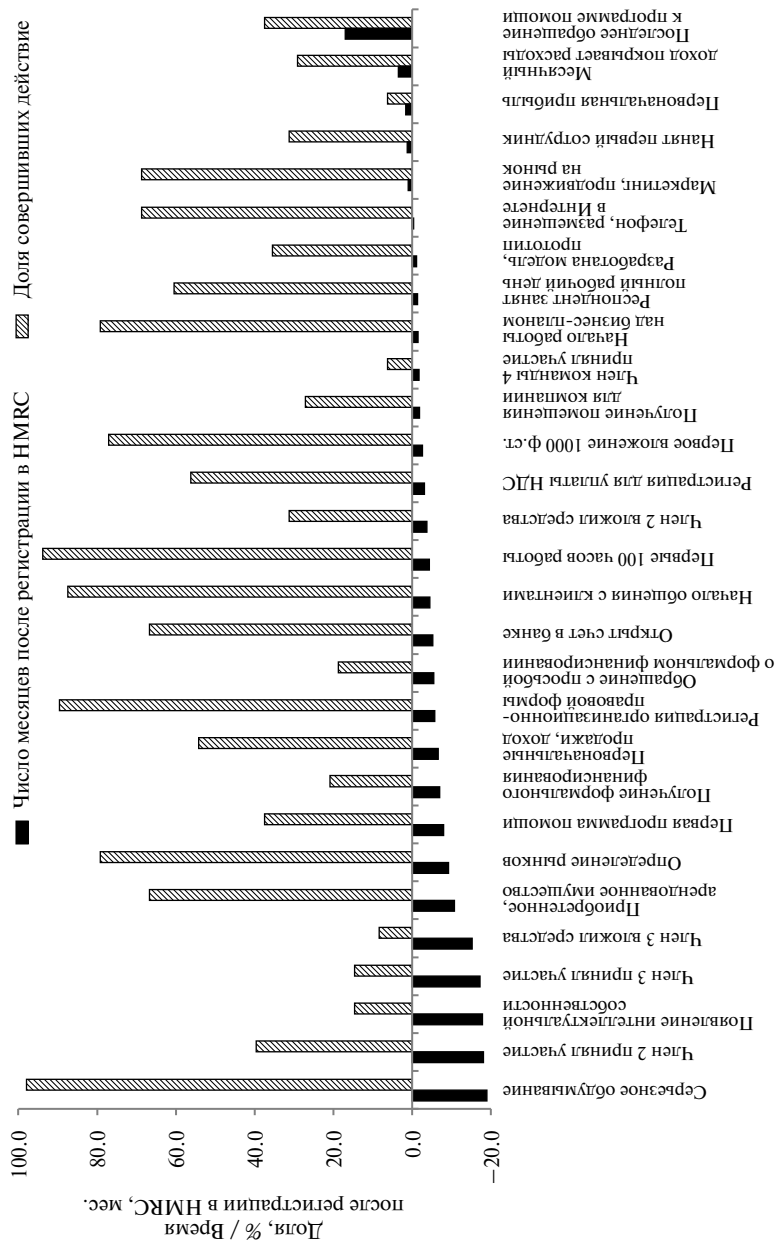


Рис. 3. Стартап-активность: доля указавших действие и число месяцев, прошедших после регистрации в НМРС

долю заявленных мероприятий и промежутков времени между образованием компании и регистрацией в HMRC.

Рисунок 3 основан на 48 случаях, или 30% тех, кто находится в этих двух группах³⁰. Но большинство «промежутков времени» (24 из 29) являются отрицательными. Это показывает, что большая часть действий была совершена *до* того, как компания начала регистрацию в HMRC, в том числе регистрация организационно-правовой формы и первоначальная регистрация для уплаты НДС. Единственные важные события, которые в среднем произошли после регистрации в HMRC, — принятие на работу сотрудников и получение первоначальной прибыли. И только небольшая часть этой выборки (2%) заявляет о получении первоначальной прибыли через шесть месяцев после регистрации в HMRC. Однако по мере развития стартапов эта доля может возрасти. Предполагается, что последующие дополнительные интервью выявят рост доли фирм, добившихся получения первоначальной прибыли.

Результаты: новые фирмы или выход из бизнеса

Что является результатом попытки создания фирмы и сколько времени уходит на получение этого результата? Один из ответов на этот вопрос можно найти на рис. 4, где приведены данные по США.

На рис. 4 представлены результаты изучения группы 1021 нарождающихся предпринимателей, у которых были взяты первоначальные подробные интервью и пять последующих ежегодных интервью³¹. Рисунок 4 демонстрирует, что через шесть лет после начала процесса около одной трети респондентов заявили о прибыльности своей фирмы, а примерно один из четырех по-

³⁰ Среди 303 нарождающихся компаний, выявленных в 2012 г. программой «Глобального мониторинга предпринимательства», 53,3 % от взвешенной выборки сообщили, что зарегистрировались в HMRC или для выплаты НДС, в сравнении с 40,1% компаний из объединенной группы в Великобритании (PSED), которая назвала дату регистрации. Различия могут отражать сравнение взвешенных и невзвешенных выборок, разницу в формулировках и порядке размещения вопросов.

³¹ Порядок формирования этой диаграммы сравнительно сложен; он подробно описан в работе [Reynolds, Curtin, 2011].

Американская группа PSED II, 2005 г., 6 волн (n = 1021)

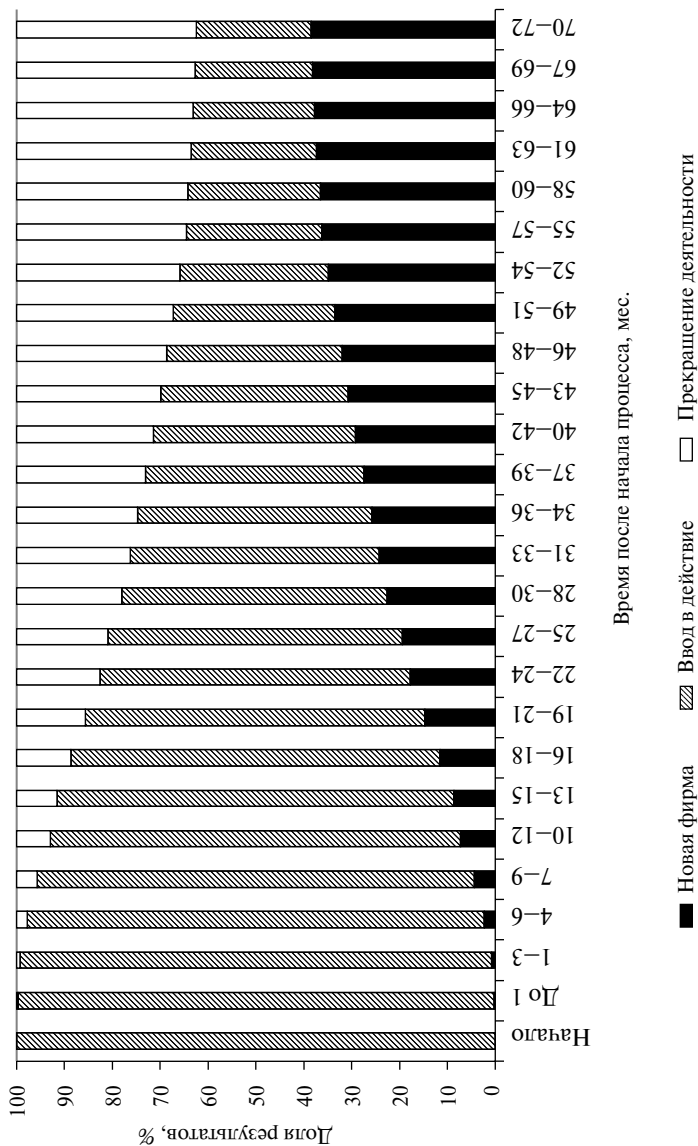


Рис. 4. Результаты деятельности стартапов с течением времени: группа США, 2005 г., первоначальное и пять последующих интервью

прежнему активно занимается стартап-процессом. До некоторой степени неожиданным является то, что для достижения положительных результатов требуется столь долгое время, а также то, что доля прибыльных новых фирм настолько мала.

При построении диаграммы на рис. 4 пришлось иметь дело с концептуальной неопределенностью. Примечательно, что поиск тех, кого можно считать нарождающимися предпринимателями, определение даты начала стартап-процесса, фиксирование результатов и даты, когда они были получены, и описание временной траектории стартап-процесса не зависят от даты проведения интервью.

Факторы, влияющие на результаты

Наиважнейшая цель программы PSED — углубить понимание того, как стартап-предприятие становится прибыльным. Длительное время, необходимое для достижения результата, существенно ослабило интерес исследователей к этому вопросу, так как многие из них заботятся о регулярности своих публикаций и для них затруднительно ожидать окончания процесса по пять-шесть лет. Были изучены некоторые конкретные факторы, особенно влияние бизнес-планирования³², и все возможные факторы были рассмотрены в американском проекте PSED I³³.

Примечательно, что недостаточное внимание к бизнес-планированию не оказывает сильного влияния на результаты³⁴. Влияние прочих личностных факторов, таких как пол, возраст и уровень образования, также минимально. Это может быть проявлением особенности выборки, охватывающей создание всех бизнесов, включая малые предприятия и индивидуальных предпринимателей. Те, у кого есть значительный профессиональный опыт, могут достичь успеха самостоятельно, если их предприятие не является сложным, — например, ремонт жилья или небольшой салон красоты. Они могут добиться прибыльности и без подробного формального бизнес-плана.

³² [Davidsson, Gordon, 2011].

³³ [Reynolds, 2007].

³⁴ Не все исследователи используют первоначальную прибыль как показатель успеха [Davidsson, Gordon, 2011].

Основной личностный фактор, определяющий успех, — деловой или профессиональный опыт. Помимо этого есть доказательство того, что фирмы с более высокими инвестициями имеют больше шансов стать прибыльными³⁵. Но основными факторами успеха являются уровень и интенсивность стартап-активности. Особенно важна деятельность по предоставлению товаров и услуг, маркетингу или продвижению новой фирмы, а также по созданию финансовой и административной структуры для управления ее ресурсами³⁶.

Вывод, что более интенсивные действия приводят к созданию более прибыльных фирм, может отражать опыт команд стартапов, приобретаемый в процессе работы. У тех, кто работает с более перспективными предприятиями, есть стимул потратить больше времени и средств на завершение своих действий. Это, в свою очередь, повышает вероятность достижения прибыльности. Эта «полоса везения» отражает как ценность бизнес-идеи, так и возможность создания предприятия, которое способно получить от нее максимальную пользу.

Начало образования стартапа: основные модели

Порядок обследования, разработанный для протокола PSED, используется при межстрановом сравнении интенсивности создания фирм в программе «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM)³⁷. На рис. 5 представлены средние данные за 2000–2011 гг. по компаниям, начинающим этот процесс³⁸.

Как видно из рис. 5, разброс показателя огромен — от менее 2% в Швеции, Японии, Нидерландах, Бельгии и России до более 15% в Боливии, Анголе, Перу и Нигерии. (США находится на среднем уровне — 6%.) По некоторым странам приведены данные лишь за один или два года, по другим — за все 12 лет. В большинстве стран из года в год наблюдается значительная стабильность³⁹.

³⁵ [Reynolds, 2011].

³⁶ [Reynolds, 2007, Table 6.1].

³⁷ [Reynolds et al., 2005; Ramos-Rodriguez et al., 2013] — обзор комплементарности двух исследовательских программ.

³⁸ Основано на сводной базе данных о 1,5 млн наблюдений программы GEM из 87 стран за 1998–2011 гг.

³⁹ [Reynolds, 2014].

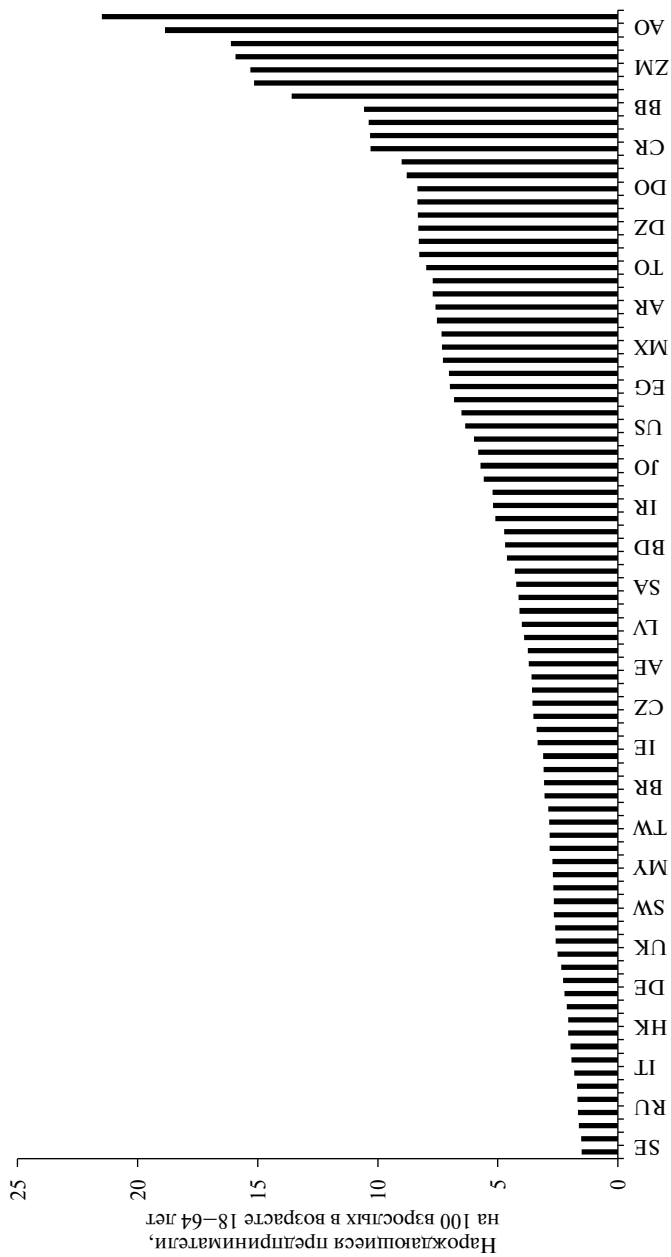


Рис. 5. Доля нарождающихся предпринимателей, 87 стран

Объединение этих согласованных данных за все периоды дает возможность изучать факторы, оказывающие влияние на начало процесса создания бизнеса⁴⁰. Основные национальные факторы, которые, вероятно, повышают участие в этом процессе, сводятся к росту ВВП и населения, но не к правовым или административным особенностям, таким как трудность регистрации фирмы. Наличие таких национальных особенностей, как стремление к самовыражению, и более умеренное влияние рациональных, нерелигиозных ценностей ассоциируется с более активным участием в создании новых бизнесов.

Важными индивидуальными факторами, ведущими к более активному участию, являются пол, возраст и профессиональный опыт, и все они влияют на склонность к предпринимательству. Склонность к предпринимательству, в свою очередь, отражает некоторые личностные характеристики, включая восприятие возможностей, уверенность в достаточности своей квалификации для открытия компании, а также знакомство с другими людьми, занятыми созданием бизнеса. Образование имеет смешанный эффект — для каждой данной страны более высокий уровень образования приводит к более активному участию в предпринимательстве домашних хозяйств с относительно высоким доходом; менее высокий уровень образования ведет к более активному участию в нем домашних хозяйств с относительно низким уровнем доходов.

Абсолютный размер дохода слабо влияет на активность. Нижняя доходная группа, включающая 1 млрд человек (одна треть населения мира, живущая на несколько долларов в день), очень активна в отношении создания компаний. Эти люди создают почти половину фирм во всем мире. Для стран с безнадежным состоянием экономики создание фирмы является более привлекательной альтернативой, чем сопряженная с опасностью миграция, карьера преступника, терроризм или, как крайняя мера, суицид.

Обзор исследований

Процедура PSED предоставляет эффективный надежный метод для выявления указанных действий по созданию фирм. Ее применяют для поиска нарождающихся предпринимателей и от-

⁴⁰ [Reynolds, 2012].

слеживания развития их деятельности в различных странах. Она был использована в 100 странах программой GEM, чтобы оценить долю лиц, принимающих активное участие в жизненном цикле фирм, нарождающихся предпринимателей, а также владельцев-управляющих новых (недавно созданных) фирм. Наиболее важные параметры этих двух исследовательских программ приводятся ниже.

- Дизайн исследований предназначен для предоставления надежных, согласованных данных в различных страновых контекстах и на разных языках.
- Национальные различия в процессах участия в создании компаний огромны — от 1,5% до 20% взрослого населения; разница более чем в 13 раз.
- Вхождение в стартап-процесс существенно зависит от личностных характеристик индивида, таких как возраст, пол, профессиональный опыт и готовность к предпринимательству, которая отражает восприятие возможностей, уверенность в своих навыках для открытия компании и знакомство с другими предпринимателями.
- Эти индивиды и группы совершают множество действий по организации новых фирм; почти каждый стартап реализует индивидуальные цели в присутствии только ему порядке.
- Частью этого процесса является формальная регистрация стартап-предприятия, происходящая после ряда других действий и вложений значительных финансовых и трудовых ресурсов.
- Для достижения результатов, получения прибыли или закрытия стартапу может потребоваться от нескольких месяцев до пяти лет; более сложные цели могут потребовать больше времени.
- Меньшинство нарождающихся предприятий станут со временем прибыльными; лишь небольшая часть стартапов продолжит свое существование.
- После того как индивид начал стартап-процесс, наиболее важными факторами, влияющими на прибыльность новой фирмы, являются его предыдущий опыт работы, а также количество и интенсивность предпринимаемых действий. Не отмечено большого влияния на ситуацию возраста, пола, образования, национальности или комплекса личностных качеств индивида, а также внешних аспектов, например предпринимательского климата.

Значение исследования для характеристики концепций

Протокол PSED, позволяющий детально описать процесс создания бизнеса, имеет значение для характеристики концепций, относящихся в настоящее время к зарождению бизнес-организаций.

Определение организаций. Методология PSED определяет новые производственные предприятия, новые источники благ и услуг. При этом нет сомнения в том, что новыми действующими лицами на экономических рынках являются индивидуальные предприниматели, не имеющие наемных работников. Хотя они и представляют новый бизнес, они не являются организациями, поскольку для создания таковых требуется как минимум два человека.

Но более половины случаев включают координацию работы двух или более человек, так как имеются либо несколько владельцев-управляющих, либо работники, которые вносят вклад в достижение целей фирмы. Большинство из перечисленных фирм — небольшие и только начинают добиваться прибыльности. В результате они сконцентрированы на том, чтобы стать эффективными и склонны придерживаться формальной, бюрократической концепции бизнес-организации. Хотя в деятельности фирмы могут принимать участие и неформальные стейкхолдеры (например, супруги или коллеги участников стартап-команды), они не приносят в процесс характерных черт и многогранных факторов, находящихся в центре внимания множества стейкхолдеров, через которых действуют политические, социальные и экономические процессы.

Вместе с тем между исследователями нет согласия относительно определения новых фирм. В настоящее время существуют четыре направления: трудовой вклад, новый участник рынка, новая регистрация и первоначальная прибыль⁴¹. При подробном рассмотрении эмпирических показателей стартап-активности на примере американской группы PSED II было обнаружено, что с 40% новых фирм связано наличие первоначального трудового вклада, но только 18% показывают прибыль. Из 66% фирм, у которых были какие-либо экономические операции, отражающие рыночную активность, первоначальную прибыль продемонстрировали 18%. Среди 68% фирм, которые заявили о первоначальной

⁴¹ [Schoonhoven, Burton, Reynolds, 2009].

регистрации, только 15% уже на тот момент были прибыльными. Исходя из этого можно предположить, что большая часть наблюдаемой путаницы, касающейся сущности стартап-процесса и первоначального выживания фирм, может возникать из-за использования разных индикаторов рождения фирм.

Для чего изучать организации? Причины появления новых организаций в каком-то смысле более просты. Как показано выше, значительная часть новых бизнес-предприятий не является организациями, поскольку их операции осуществляются одним человеком.

Но среди фирм, включающих более одного человека, выделяют те, где есть команды владельцев, и те, которые нанимают работников, не являющихся владельцами. Но почему формируется команда владельцев? Как правило, вследствие потребности в различном опыте и в более широкой финансовой поддержке. Относительный вклад владельцев в эти две составляющие обычно показывают соглашения о праве собственности. Владельцы, как правило, обсуждают распределение обязанностей и вознаграждений и в результате приходят к устойчивому соглашению, что позволяет избежать затрат на постоянные переговоры, приводя тем самым к снижению операционных издержек. Эти соглашения могут меняться по мере изменения вклада владельцев, но наличие стабильного соглашения увязывается с намерением участников минимизировать операционные издержки.

Наем на работу сотрудников — более простой процесс. Как правило, владельцы (или владелец) принимают решение, что фирма будет более прибыльной, если они наймут кого-нибудь для внесения вклада в ее деятельность. Практически в любом обществе есть свое понимание того, что такое «труд». Именно эти стандартные представления сопровождают наемный труд — должностные обязанности, зарплаты и премии, часы работы и проч. Многие из этих условий отражены в законодательстве и определяют производственные взаимоотношения. Владельцы (владелец) в каком-то смысле имеют ограничения, регламентирующие, как они могут нанимать работников в свою фирму.

Давая определение предпринимательству. Возможно, основной источник противоречий кроется в концепциях предпринимательства. Методология PSED включает все формы и типы создания бизнеса. Многие не слишком важные или инновационные инициативы не являются серьезным источником «созидательного разрушения». Представляется затруднительной попытка дать определение предпринимательства, основанное на мотивации, такой как

желание достижений или использование возможностей. Сложно распознать, какое из двух идентичных действий по организации фирмы было осуществлено вследствие «желания чего-то достичь», а какое — вследствие интереса к использованию ресурсов.

Почти так же трудно оценить, насколько «инновационными» являются те или иные действия. Практически каждый предприниматель, основывающий стартап, считает свои идеи до некоторой степени инновационными, как будто только он производит новый продукт. Очевидно, что наблюдаемый прогресс невозможен, если определение предпринимательства основано на концепциях, не дающих точных теоретических или практических определений.

Между тем можно использовать данные PSED и GEM для изучения предпринимательства на примере фирм, которые считаются быстрорастущими, инновационными или высокотехнологичными; многие исследователи так и поступают.

Значение для политики

Положительные стороны новых фирм сказываются только после того, как индивиды или группы входят в стартап-процесс и создают прибыльное предприятие. Поэтому политика государств сосредоточивается на различных аспектах процесса. Она может выделять растущее число индивидов или групп, которые начинают этот процесс или помогают тем, кто находится на этапе предпринимательского старта. В некоторых случаях могут быть выделены и те и другие.

Различия могут быть обусловлены ситуацией в той или иной стране. Очевидно, что во многих странах наблюдается низкая предпринимательская активность, и для них может быть оправдана политика побуждения людей к созданию новых компаний. Поскольку уверенность человека в том, что он способен создать новую компанию, является основным фактором его вовлечения в этот процесс, людей к этому можно подтолкнуть, включая курсы по предпринимательству и малому бизнесу во все образовательные программы, особенно в высших учебных заведениях. Это не только убедит студентов в том, что создание фирмы — достойный карьерный выбор, но и даст возможность обучить их необходимым навыкам, а также вселит в них уверенность в том, что, когда им представится возможность, они смогут начать стартап-процесс. Такая возможность часто предоставляется наемным работникам.

В странах с высокой предпринимательской активностью нет нужды поощрять новых нарождающихся предпринимателей, но, возможно, нужно поддерживать уже существующих, которые пытаются получить ресурсы, организовать деятельность для производства товаров или оказания услуг, а также рекламировать свои фирмы потенциальным покупателям. В этом случае, как правило, наибольшая трудность заключается в том, чтобы поставить потенциальных получателей государственной поддержки (индивидов и группы, работающие в стартапах) в известность о существующих программах помощи. Даже в странах с большим числом программ помощи, таких как Великобритания и США, только половине стартап-команд известно об этих программах. Это вызывает постоянный круговорот в предпринимательской среде. Каждый день новые стартапы выходят на рынок, а действующие фирмы закрываются или становятся прибыльными. Необходимо доносить до них информацию о программах помощи, чтобы охватить ими новых участников процесса. Между тем те, кто воспользовался такими программами, считают их полезными и рекомендуют их другим предпринимателям.

Возможности для исследования

В настоящее время с помощью согласованного набора данных, полученных исследовательской программой GEM, установлено, что неоднородность развития стран в вопросах бизнеса связана как с созданием фирм, так и с развитием новых предприятий с высоким потенциалом⁴². Однако подавляющая часть панельных исследований, соответствующих протоколу PSED, была проведена в развитых странах, за исключением одного исследования группы китайских городов⁴³. Проведение PSED в развитых странах вносит большой вклад в лучшее понимание ряда вопросов.

- Способ продвижения на рынки, используемый прибыльными фирмами.
- Различия в свойствах и возможностях стартап-команд, обуславливающие положительные результаты.

⁴² Веб-сайт проекта <www.gemconsortium.org> предоставляет подробную информацию; структура исследования обсуждается в работе [Reynolds et al., 2005].

⁴³ [Zhang et al., 2011].

- Различия в количестве и интенсивности действий по созданию фирм, предпринятых в разных обстоятельствах.
- Влияние первоначального неформального и последующего формального финансирования на положительные результаты.
- Уровень информированности стартапов о программах помощи и количество случаев обращения за помощью.
- Определение основных препятствий для достижения успеха — это стимулирует разработку программ помощи и организацию курсов предпринимательства в национальной системе образования.
- Оценка финансовых и трудовых ресурсов, вовлеченных в стартап-процесс, как для прибыльных предприятий, так и для потерпевших неудачу и не принесших выгоды стартап-команде и первоначальным инвесторам.
- Если работа новых предприятий будет отслеживаться в течение нескольких лет после достижения ими рентабельности, то появится возможность сравнить стартап-модели быстрорастущих и типичных новых фирм.

Одна из важнейших проблем — понимание того, какая часть стартапов становятся рентабельными. Пример, представленный на рис. 4, основан на единичной группе в США, изученной в 2005 г. Имеются некоторые доказательства того, что предприниматели, начинающие стартап-процесс в других странах, могут быть старше, опытнее и лучше подготовлены для организации новой компании⁴⁴. Соответственно, доля успешных результатов в этих странах может быть выше. Этот вопрос может быть прояснен только дополнительными исследованиями, охватывающими более широкий круг стран.

Литература

Aldrich H.E. Entrepreneurship. Chap. 20 // N.J. Smelser, R. Swedberg (eds). Handbook of Economic Sociology. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005. P. 451–477.

Barnard Ch.I. The Functions of the Executive. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1938.

Baumol W.J., Litan R.E., Schramm C.J. Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity. New Haven: Yale University Press, 2007.

⁴⁴ [Davidsson, Reynolds, 2009].

Cantillon R. Essai sur la Nature du Commerce in General [Essay on the Nature of Trade in General]. 1730. Repr.: H. Higgs (transl., ed.). L.: Frank Cass and Co., Ltd., 1959.

Davidsson P., Reynolds P.D. PSED II and the Comprehensive Australian Study of Entrepreneurial Emergence [CAUSEE]. Chap. 13 // P.D. Reynolds, R.T. Curtin (eds). New Firm Creation in the United States: Initial Explorations with the PSED II Data Set. N.Y.: Springer, 2009. P. 263–278.

Davidsson P., Steffens P. Comprehensive Australian Study of Entrepreneurial Emergence (CAUSEE): Project Presentation and Early Results. Chap. 2 // Reynolds P.D., Curtin R.T. (eds). New Firm Creation: An International Overview. N.Y.: Springer, 2010. P. 27–52.

Davidsson P., Gordon S. Panel Studies of New Venture Creation: A Methods-focused Review and Suggestions for Future Research // Small Business Economics. 2011 (online 11 April).

Gartner W.B. “What Is an Entrepreneur” Is the Wrong Question // American Small Business Journal. 1988. Spring. P. 11–31.

Gartner W.B., Shaver K.G., Carter N.M., Reynolds P.D. (eds). Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2004.

Hodgson G.M. The Approach of Institutional Economics // Journal of Economic Literature. 1998. March. P. 166–192.

Katz J., Gartner W.B. Properties of Emerging Organizations // Academy of Management Review. 1988. Vol. 13. No. 3. P. 429–441.

Kets de Vries M.F.R. The Dark Side of Entrepreneurship // Harvard Business Review. 1985. Vol. 64. No. 6. P. 160–167.

Kirzner I.M. Perception, Opportunity, and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press, 1979.

Knight F.H. Risk, Uncertainty, and Profit. Boston: Houghton Mifflin Company, 1921. Repr.: N.Y.: A.M. Kelley, 1964.

Markova G., Perry J., Farmer S.M. It’s All about the Data: Challenges and Solutions in the Study of Nascent Entrepreneurs // Journal of Development Entrepreneurship. 2011. Vol. 16. No. 2. P. 169–198.

McClelland D.C. The Achieving Society. N.Y.: Van Norstrand, 1961.

North D.C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1981.

Penrose E.T. The Theory of the Growth of the Firm. Oxford, UK: Blackwell, 1959.

Pozen D.E. We Are All Entrepreneurs Now // Wake Forest Law Review. 2008. Vol. 43. P. 283–340.

Ramos-Rodriguez A.R., Martinez-Fierro S., Medina-Garrido J.A., Ruiz-Navarro J. Global Entrepreneurship Monitor versus Panel Study of Entrepreneurial Dynamics: Comparing Their Intellectual Structures // International Entrepreneurial Management Journal. 2013 (online 24 December).

Reynolds P.D. Entrepreneurship in Developing Economies: The Bottom Billions and Business Creation // Foundations and Trends in Entrepreneurship. 2012. Vol. 8. No. 3. P. 141–277.

Reynolds P.D. Informal and Early Formal Financial Support in the Business Creation Process: Exploration with the PSED II Data Set // Journal of Small Business Management. 2011. Vol. 49. No. 1. P. 27–54.

Reynolds P.D. National Panel Study of U.S. Business Start-ups: Background and Methodology // J.A. Katz (ed.). Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth. Vol. 4. Stamford, CT: JAI Press, 2000. P. 153–228.

Reynolds P.D. National Values and Business Creation: Why Is It So Difficult to Increase Indigenous Entrepreneurship? // P. Braunerhjelm (ed.). Jubilee Publication. Stockholm, SE: Swedish Entrepreneurship Forum, 2014 (in press).

Reynolds P.D. New Firm Creation in the U.S.: A PSED I Overview // Foundations and Trends in Entrepreneurship. 2007. Vol. 3. No. 1. P. 1–149. Hanover, MA: Now Publishers.

Reynolds P.D. Sociology and Entrepreneurship: Concept and Contributions // Entrepreneurship Theory and Practice. 1991. Vol. 16. No. 2. P. 47–70.

Reynolds P., Bosma N., Autio E. et al. Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation: 1998–2003 // Small Business Economics. 2005. Vol. 24. P. 205–231.

Reynolds P., Curtin R.T. Introduction, Chap. I // P.D. Reynolds, R.T. Curtin (eds). New Firm Creation in the United States: Initial Explorations with the PSED II Data Set. N.Y.: Springer, 2009. P. 1–18.

Reynolds P.D., Curtin R.T. (eds). New Firm Creation: An International Overview. N.Y.: Springer, 2010.

Reynolds P.D., Curtin R.T. PSED I, II Harmonized Transitions, Outcomes Data Set. 2011. <www.psed.isumich.edu>

Reynolds P.D., Hart M., Mickiewicz T. The UK Business Creation Process: The 2013 Panel Study of Entrepreneurial Dynamics Pretest. Birmingham, UK: Aston Business School, Enterprise Research Centre, 2014.

Say J.-B. A Treatise on Political Economy. 1816. Repr.: N.Y.: A. M. Kelley, 1964.

Schoonhoven C.B., Burton M.D., Reynolds P.D. Reconciving the Gestation Window: The Consequences of Competing Definitions of Firm Conception and Birth. Chap. 11 // P.D. Reynolds, R.T. Curtin (eds). New Firm Creation in the U.S.: Initial Explorations with the PSED II Data Set. N.Y.: Springer, 2009. P. 219–238.

Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

Shane S.A. The Illusions of Entrepreneurship. New Haven, CT: Yale University Press, 2008.

Shane S., Venkataraman V.S. The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research // Academy of Management Review. 2001. Vol. 25. No. 1. P. 217–226.

Thornton P.H. The Sociology of Entrepreneurship // Annual Review of Sociology. 1999. Vol. 25. P. 19–46.

Udy S.H. Work in Traditional and Modern Society. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1970.

Weber M. The Theory of Social and Economic Organizations / A.M. Henderson, T. Parsons (transl.). N.Y.: Free Press, 1947.

Williamson O.E. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead // Journal of Economics Literature. 2000. September. P. 595–613.

Williamson O.E. Transactional Cost Economics: the Natural Progression // (Nobel) Prize Lecture Series — Economic Sciences. 2009. P. 455–476. <www.nobelprize.org>

Zhang Y., Yang J., Au K., Reynolds P.D. Anatomy of Business Creation in China: Initial Assessment of the Chinese Panel Study of Entrepreneurial Dynamics. Chap. 4 // P.D. Reynolds, R.T. Curtin (eds). New Firm Creation: An International Overview. N.Y.: Springer, 2010. P. 95–122.

Научное издание

Пол Дэвидсон Рейнольдс

**Исследование создания предприятий:
выявление причин возникновения новых компаний**

Подписано в печать 27.03.2014. Формат 60×88 1/16
Гарнитура NewtonС. Усл. печ. л. 2,2. Уч.-изд. л. 1,7
Тираж 1000 экз. Изд. № 1756. Заказ №

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел./факс: +7 (499) 611-15-52