
РОССИЯ КАК РЕАЛЬНОСТЬ

Раннее предпринимательство в России: промежуточные результаты GEM

А.Ю. ЧЕПУРЕНКО

В статье на материалах международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» рассматриваются некоторые количественные характеристики, позволяющие описать нынешнее состояние так называемого потенциального и раннего предпринимательства в России (2006–2007 гг.). В частности, показаны половозрастные, мотивационные, поселенческие особенности лиц, собирающихся начать или уже начавших новое дело. Кроме того, приводятся данные относительно ресурсных возможностей и ограничений для развития раннего предпринимательства в современной России.

Развитие предпринимательства является важнейшим фактором роста рыночной экономики, а в переходных обществах — показателем успешности рыночных реформ. В любом обществе, основанном на рыночной экономике и ценностях свободы и ответственности за собственное благополучие, всегда присутствует некоторая доля лиц, желающих начать собственное дело. Важной задачей является оценка человеческого потенциала развития предпринимательства, т. е. «предложения» предпринимательских услуг обществу.

Такая задача может быть решена путем сбора и анализа релевантной социологической информации об отношении, степени включенности и успешности, а также мотивах выбора для себя предпринимательства как формы хозяйственной самостоятельности¹. Нам уже приходилось описывать результаты пилотного исследования, реализованного с этой целью в начале 2000-х годов; в настоящее время, благодаря участию российского исследовательского коллектива в международном проекте «Глобальный мониторинг предпринимательства»², появилась возможность для изучения предпринимательского потенциала российского общества с применением апробированной международной методики сбора и анализа первичной информации.

¹ Данное понятие было впервые введено в оборот нами несколько ранее. См. [Чепуренко 2004; Тихонова, Чепуренко 2004, с. 116–145].

² Подробнее о проекте см. [Reynolds, Bosma, Autio, Hunt, DeBono, Servais, Lopey-Garcia, Chin 2005, p. 205–231].

Предпринимательский потенциал – это совокупность всех физических лиц, рассматривающих возможность и/или начавших заниматься предпринимательской деятельностью [Чепуренко 2004; Тихонова, Чепуренко 2004, с. 116–145].

Можно выделить несколько стадий реализации предпринимательского потенциала общества, которые проходят все, кто предполагает начать и реально начинает собственный бизнес, и которые представляют собой стадии зарождения и постепенного вызревания предпринимательского проекта – поскольку у всех этих стадий первоначального возникновения и роста предпринимательской фирмы есть ряд общих черт: повышенная внутренняя лабильность, неопределенность перспектив, скудость информации о происходящем на рынке, отсутствие разветвленных сетевых возможностей и форм взаимодействия и проч. Однако на каждой из стадий предприниматель выступает в несколько иной ипостаси, выполняет иные ролевые функции и решает различные задачи – в рамках «Глобального мониторинга предпринимательства» разработана стадийная схема, отражающая указанные особенности так называемого потенциального и раннего предпринимательства (рис. 1).

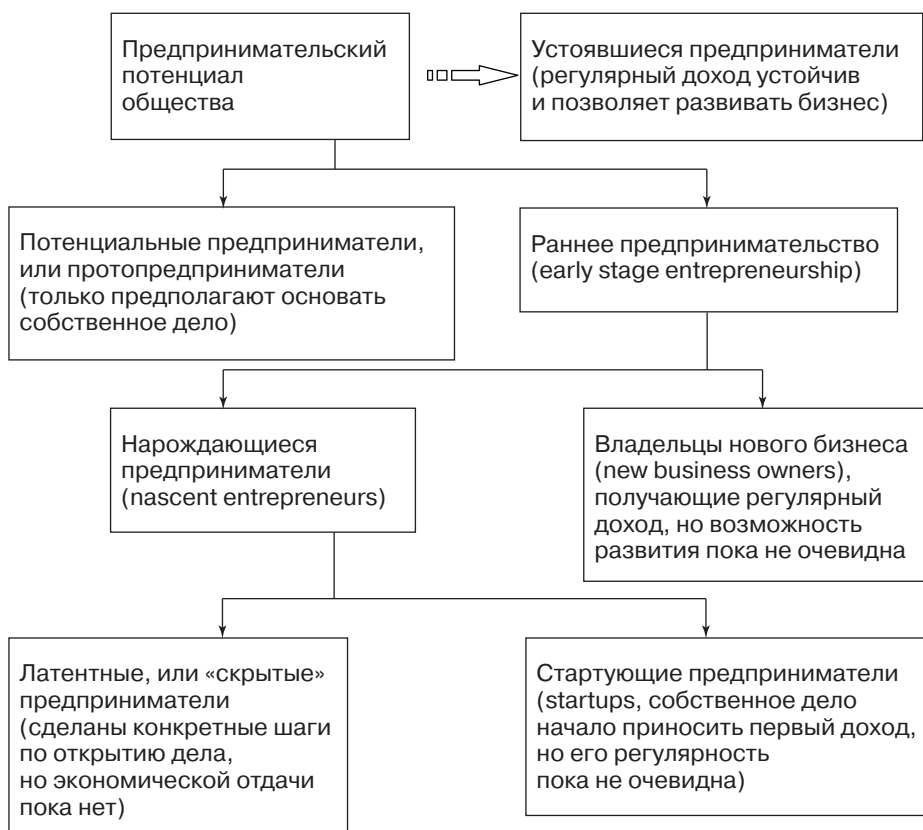


Рис. 1. Стадии реализации предпринимательского потенциала общества

Возможность открытия собственного дела: факторы и ресурсы

Возможность открытия собственного дела, во-первых, ограничена некоторыми внешними и внутренними рамками – например, законодательством, отсутствием определенных видов капитала и т. д. Во-вторых, она определяется неким набором присущих предпринимателю личных свойств и качеств, а также наличием у него некоторых ресурсов.

В первую очередь следует различать объективные и субъективные предпосылки, делающие в принципе возможным для того или иного лица открытие собственного дела, с одной стороны, и его субъективную склонность либо неготовность к предпринимательскому старту – с другой стороны. Если первое – наличие соответствующих ресурсов – является необходимым условием для того, чтобы начать свое дело и быть успешным в предпринимательстве, то второе – наличие соответствующей мотивации – является, скорее, достаточным условием.

К числу необходимых условий обычно в литературе относят:

1. Демографические факторы:

- пол;
- возраст;
- статус на рынке труда.

2. Факторы человеческого и социального капитала (в расширенном понимании):

- уровень образования;
- семейный доход и/или наличие стартового финансового капитала;
- знакомство с действующими предпринимателями.

Напротив, к числу достаточных условий для предпринимательского старта относятся так называемые факторы восприятия (*perceptual variables*):

- осознание наличия необходимых навыков и знаний;
- боязнь неудачи/склонность к риску;
- оценка возможностей для занятия предпринимательством в регионе проживания (*alertness*);
- ожидание улучшения или ухудшения материального благосостояния семьи;
- ожидание улучшения или ухудшения условий для занятия предпринимательской деятельностью в стране;
- оценка отношения к предпринимательству в регионе;
- оценка отношения к предпринимательству в стране;
- ожидание роста фирмы;
- удовлетворенность/неудовлетворенность жизнью;
- удовлетворенность/неудовлетворенность работой.

Следует отметить, что влияние большинства этих факторов – как необходимых, так и достаточных – отнюдь не однозначно, что подтверждается данными различных исследований. К тому же, как правило, трудно изолировать воздействие одного из факторов – они взаимосвязаны, в чем-то дополняя, а в чем-то нейтрализуя действие друг друга.

Набор и интенсивность индивидуальных характеристик, благоприятствующих вовлечению в предпринимательство и успешности бизнеса, зависит от макросоциального контекста, т. е. от наличия возможностей для предпринимательского старта. В литературе предпринимательские возможности определяют как «ситуации, в которых новые товары, услуги, ресурсы, рынки, способы организации могут быть представлены через формирование новых средств, целей или средства-цели модели» [Eckhard, Shane 2003, p. 336]. Иначе говоря, предпринимательские возможности – нечто, что при умелых действиях предпринимателя способно принести успех и высокую прибыль.

Предприниматель, с одной стороны, может сам создавать эти цели и средства. С другой стороны, на рынке могут присутствовать возможности, более или менее доступные многим; так, например, отрасли могут различаться в зависимости от наличия в них потенциальных возможностей (например, биотехнологии признаются более перспективным направлением с точки зрения быстрого развития, получения большей прибыли, чем, например, розничная торговля).

Другими словами, существуют объективные возможности, которые признаются большинством и видны многим (различия между отраслями), но, кроме того, существуют возможности, которые не столь очевидны – именно здесь предприниматель наиболее подвержен риску неудачи, однако именно они содержат больший потенциал прибыли (так, например, предприниматель способен обнаружить, создать новую нишу на уже сформировавшемся рынке, например, розничной торговли).

Успешный предприниматель обладает высокой уверенностью в том, что он может организовывать собственные усилия и предпринимать эффективные действия для достижения целей, а также способностью видеть предпринимательские возможности.

«Добровольное» и «вынужденное» предпринимательство: типологизация мотивов, побуждающих к предпринимательскому старту

Причины, по которым люди решают начать собственное дело, далеко не всегда могут быть объяснены на основе сугубо рационального выбора, осуществляемого обособленными, подвижными исключительно финансовыми соображениями, стремящимися к самоактуализации индивидами [Gartner 1985, p. 696–706; Shaver, Gartner, Crosby, Bakalarova, Gatewood 2001, p. 5–32; Shane, Locke, Collins 2003, p. 257–279]. Однако все же для значительной части начинающих предпринимателей речь идет о рациональном взвешивании альтернативных издержек и выгод – в случае, когда предпринимательский старт осуществляется под действием такого рационального выбора, мы имеем дело с так называемым «добровольным» предпринимательством (*opportunity based entrepreneurship*).

С другой стороны, немало предпринимательских стартов осуществляется под влиянием иных причин и обстоятельств – отсутствие альтернативных возможностей обеспечения дохода, необходимость обеспечить выживание в чуждом окруже-

нии, резкое падение статуса и престижа прежней профессии, и т. д. В этом случае следует говорить о вынужденном предпринимательстве, или предпринимательстве «поневоле» (*necessity based entrepreneurship*).

Особенно часто предпринимательский старт может быть вынужденным шагом в переходных экономиках и обществах, а также в условиях внезапных и сильных кризисных потрясений. В ситуации, когда прежние статусно-ролевые функции разрушены, вынужденное предпринимательство может рассматриваться определенной частью общества как некий социальный трамплин, позволяющий компенсировать утрату привычных форм и смыслов существования.

Другими словами, предпринимательство может быть как (более или менее осознанным) выбором, диктуемым внутренними склонностями, побуждениями, интересами, так и ответом на внешнее побуждение, которое, в особенности в нестабильных и переходных обществах, может восприниматься как навязанное.

Соответственно в литературе обычно выделяют два типа предпринимателей: «добровольные» предприниматели, или предприниматели «по призванию» и предприниматели «поневоле», или «вынужденные предприниматели».

В исследовательской литературе факторы мотивации предпринимательской деятельности, побуждающие к предпринимательскому старту, принято разделять на «толкающие» и «тянущие» (*push and pull factors*) [Brockhaus 1982; Brush 1992, p. 5–30; van Praag, van Ophem 1995, p. 513–540]. К числу «толкающих» факторов относится неудовлетворенность людей их нынешним положением (отсутствие работы, неудовлетворенность работой: заработной платой, возможностями карьерного роста, отсутствием гибкого графика и т. д.), что *вынуждает* их открыть свое дело. «Тянущие» факторы мотивации – напротив, свободный выбор акторов в пользу предпринимательской деятельности, с которой они связывают независимость, возможности самореализации и достижения, социальный статус, власть и т. д.

В целом среди стремящихся открыть собственный бизнес значительно чаще встречаются лица, которых полностью удовлетворяет их нынешняя оплата труда, уровень жизни которых за последний год несколько повысился или остался прежним, которые этим частично удовлетворены, равно как и режимом труда, содержанием работы и возможностью реализации профессиональных знаний и опыта. При этом их, как правило, полностью не удовлетворяют имеющиеся возможности профессионального и служебного роста и реализации собственных идей, а также невозможность быть независимыми. По-видимому, все указанные мотивы можно рассматривать как проявление свободного и осознанного выбора: люди считают, что обладают более высоким потенциалом, который не может быть раскрыт в рамках их нынешней социальной позиции, и имеют вполне рациональные основания ожидать, что смогут добиться успеха именно как предприниматели.

Предприниматели «поневоле» руководствуются иными мотивами – в бизнесе они видят, главным образом, возможность выйти из сложного материального положения. О том, что оно является непростым, свидетельствует следующий факт: значительная часть тех, кто подумывает о собственном деле, характеризуют свое материальное положение как плохое (конечно, речь не идет о нужде – в большинстве случаев имеются в виду стесненные жилищные условия, возможность проведения досуга и отдыха). Кроме того, на стремление стать предпринимателем оказывает

влияние наличие в семье нетрудоспособных членов, что в нынешней российской действительности, как правило, выталкивает семью из числа среднеобеспеченных: не случайно среди желающих открыть свою фирму или создать бизнес вместе с нынешним нанимателем часто встречаются лица, в семье которых есть безработные, тяжелобольные или инвалиды.

На практике мотивация индивида к открытию своего бизнеса чаще всего бывает связана со сложным переплетением «толкающих» и «тянущих» (нужды и выбора) факторов.

Соответствующая мотивация развивается под влиянием комплекса внешних причин и внутренних побуждений, но для того, чтобы эта мотивация реализовалась, необходимо наличие ряда предпосылок, в том числе некоторого набора личных качеств и ресурсов, а также определенных социокультурных ценностей и установок. Так, в общем и целом добровольное предпринимательство чаще оказывается уделом лиц более образованных, обладающих широкими социальными связями, а также имущественными возможностями, хотя далеко не все из тех, кто обладает этими данными, идет на создание собственного дела.

Личностные и ресурсные особенности российского потенциального и раннего предпринимательства ниже будут охарактеризованы на материалах упомянутого выше проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства». Такая возможность появилась благодаря участию в нем российской команды исследователей³. Настоящая статья написана по материалам итогового отчета за 2006–2007 гг.⁴

Методика и организация изучения предпринимательского потенциала общества в рамках GEM

Программа Global Entrepreneurship Monitor (GEM) стартовала в 1999 г. в 10 странах мира, в 2006–2007 гг. программа GEM реализовывалась уже в 42 странах. В исследовании в настоящее время участвует свыше 120 ученых из разных стран мира, ведется единый банк данных. Исследовательский проект позиционируется как статистический. Его целью является изучение уровня предпринимательской активности населения во всех участвующих в проекте странах для выяснения вклада предпринимательской активности в экономический рост.

GEM – лонгитюдный исследовательский проект. Его задача – ответить на два взаимосвязанных вопроса, являющихся стержневыми при формулировании целей и методов экономической политики государства, а именно:

1. Каков вклад предпринимательской активности в экономическое благосостояние отдельных наций и всего мирового сообщества?

³ Исследовательская команда от России под руководством доцента, к.э.н. В.С. Катяло включает специалистов факультета менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета и проектный коллектив Государственного университета – Высшей школы экономики. Участие проектного коллектива ГУ ВШЭ стало возможным благодаря гранту Научного фонда ГУ ВШЭ и целевому финансированию в рамках программы фундаментальных исследований по линии Центра фундаментальных исследований ГУ ВШЭ.

⁴ В подготовке отчета, помимо автора настоящей статьи, принимали участие к.э.н. Т.А. Алимова, к.э.н. О.И. Образцова, М.В. Габелко и студенты факультетов экономики и социологии ГУ ВШЭ: А. Алиева, М. Денисова, В. Лобачев, Л. Мулукова, Е. Мурзачева, Ю. Филатова, И. Чириков, А. Шипилова.

2. Какими мерами государство может содействовать повышению уровня предпринимательской активности?

Для получения ответов на поставленные вопросы, в частности, рассматриваются:

- 1) специфические национальные условия и институты, поддерживающие развитие предпринимательского сектора;
- 2) потенциал правительств по поддержке предпринимательства;
- 3) отношение между возможностями для включения в предпринимательскую деятельность и фактической включенностью населения в нее;
- 4) межстрановые сопоставления уровня предпринимательской активности;
- 5) оценки вклада предпринимательского сектора в экономический рост.

Исследования GEM позволяют, таким образом:

произвести сравнение уровня предпринимательской активности в разных странах;

выявить факторы, определяющие различие уровня предпринимательской активности;

определить меры, позволяющие повысить уровень предпринимательской активности.

Схематично концептуальная модель исследования GEM представлена на рис. 2.

Предпринимательство, по методологии GEM, – это любая попытка создать новое предприятие или новый бизнес. Например, самозанятость, учреждение новой предпринимательской структуры или расширение уже существующего бизнеса, предпринимаемые физическим лицом, группой физических лиц или уже существующей бизнес-структурой.

Необходимо подчеркнуть, что объектом исследования GEM в первую очередь являются сами предприниматели, их мотивы для занятия предпринимательской деятельностью, источники финансирования и ожидания от участия в предпринимательстве. Одновременно становится возможным охарактеризовать уровень потенциального предпринимательства, т. е. склонность населения различных стран к предпринимательству, обусловленную текущими социальными, культурными и экономическими условиями существования.

Методология GEM позволяет получить данные, которые могут быть использованы для построения ряда индикаторов, в частности, для определения важнейшего из них – индекса ранней предпринимательской активности (*total entrepreneurial activity, TEA-index*).

Global Entrepreneurship Monitor в России: организация обследования и интерпретация результатов

В соответствии с задачами проекта и сформулированным определением предпринимательства, GEM использует для проведения обследования анкету, содержащую 87 вопросов, объединенных в 9 блоков, с разных сторон характеризующих отношение респондента к организации предпринимательской деятельности.



Источник: Minniti M. Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Executive Report.

Рис. 2. Концептуальная модель GEM

Выборочный опрос взрослого населения России, проведенный в мае 2007 г., охватил 1936 респондентов 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 проводился в рамках регулярного (1 раз в два месяца) исследования «Мониторинг социально-экономических перемен», осуществляемого Левада-Центром.

Аналогичное исследование было выполнено годом ранее, причем выборка составила 1894 человека. Таким образом, в настоящее время имеется возможность для сопоставления данных двух волн исследования в России.

Ограничения методики GEM

Методика проекта позволяет дать оценку предпринимательского потенциала общества, его внутренней стратификации и проблем, возникающих у потенциальных и ранних предпринимателей в процессе создания нового бизнеса. GEM имеет большое значение для исследований и выработки политических рекомендаций, поскольку иных источников для сбора и анализа такого рода информации не существует. С другой стороны, как и всякий международный лонгитюдный проект, GEM накладывает ряд ограничений на возможность изучения предпри-

нимательского потенциала. Последние обусловлены тем, что анкеты оказываются недостаточно адаптированными для учета страновых особенностей, а также для оперативного включения дополнительных – или уточнения уже наличествующих – вопросов (поскольку при этом возникает опасность утратить сопоставимость данных, которая тем ценнее, чем дольше проводится сбор данных по соответствующей участвующей в проекте стране). Кроме того, участие в проекте налагает на национальные команды ряд ограничений по срокам и условиям публикации собственных результатов, возможности пользования базами данных по другим странам-участницам и т. д.

Некоторые характеристики предпринимательского потенциала российского общества в 2006–2007 гг.

Портрет раннего предпринимателя. Средний возраст российского раннего предпринимателя составляет 35 лет, он имеет профессионально-техническое или среднее специальное образование и уверен в достаточности своих знаний и квалификации для создания нового бизнеса, проживает в крупном городе (но не в мегаполисе).

Уровень ранней предпринимательской активности взрослого трудоспособного населения в целом сократился почти вдвое: индекс ТЕА составил 2,7% в 2007 г. против 4,86% в 2006 г. (данные по отдельным категориям потенциального, раннего и устоявшегося предпринимательства представлены в табл. 1–4). Это может быть связано, по-видимому, с действием ряда причин: (а) появление альтернативных возможностей для экономической самостоятельности населения в крупной промышленности и в государственном секторе, (б) ухудшение предпринимательского климата для новичков.

Таблица 1. Распределение потенциальных предпринимателей по полу и мотивации предпринимательской деятельности в 2006 и 2007 гг.

Мотивация	2006 г.			2007 г.		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Добровольная	50	50	50	72,7	75	73,7
Вынужденная	25	50	30	18,2	–	10,5
Смешанная	25	–	20	9,1	25	15,8
Всего	100	100	100	100	100	100

Таблица 2. Распределение нарождающихся предпринимателей по полу и мотивации предпринимательской деятельности в 2006 и 2007 гг.

Мотивация	2006 г.			2007 г.		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Добровольная	57,7	47,4	53,3	62,5	71,4	65,2
Вынужденная	30,8	31,6	31,1	25	28,6	26,1
Смешанная	11,5	21,1	15,6	12,5	–	8,7
Всего	100	100	100	100	100	100

Таблица 3. Распределение владельцев нового бизнеса по полу и мотивации предпринимательской деятельности в 2006 и 2007 гг.

Мотивация	2006 г.			2007 г.		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Добровольная	31,8	50	36,7	72,7	50	63,2
Вынужденная	50	50	50	9,1	25	15,8
Смешанная	18,2	—	13,3	18,2	25	21,1
Всего	100	100	100	100	100	100

Таблица 4. Распределение владельцев устоявшегося бизнеса по полу и мотивации предпринимательской деятельности в 2006 и 2007 гг.

Мотивация	2006 г.			2007 г.		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Добровольная	50	66,7	56,5	66,7	33,3	43,3
Вынужденная	28,6	22,2	26,1	11,1	47,6	36,7
Смешанная	21,4	11,1	17,4	22,2	19,1	20
Всего	100	100	100	100	100	100

Если в 2006 г. соотношение добровольных и вынужденных предпринимателей составляло 5 : 3, то в 2007 г. — уже почти 7 : 1. Это свидетельствует о повышении «качества» предпринимательского потенциала, так как добровольные предприниматели, как правило, отличаются более высоким уровнем образования, возможностью привлекать необходимые ресурсы, а также более креативным подходом к бизнесу.

В 2007 г. 1,33% респондентов принадлежали к категории нарождающихся предпринимателей и столько же — к категории владельцев нового бизнеса (1,34%).

Существенно понизился уровень предпринимательской активности по группе нарождающегося предпринимательства — на 61,6%, численность владельцев нового бизнеса сократилась на 21,7%. Тем не менее чуть более 1,3% были нарождающимися предпринимателями, т. е. начали активно заниматься подготовкой к открытию собственного дела либо уже вступили в стадию старта.

Примерно 1,4% были владельцами или совладельцами новых бизнесов, созданных не ранее 42 месяцев до момента проведения опроса.

Уровень предпринимательской активности по устоявшемуся бизнесу увеличился в 1,5 раза — за счет перехода части владельцев нового бизнеса в эту более старшую категорию — и составил 1,86%. По-видимому, в 2006–2007 гг. имело место расширенное воспроизводство устоявшегося бизнеса на фоне повышательной динамики в экономике и роста ВВП.

Гендерные особенности. Женщину в раннем предпринимательстве можно встретить почти вдвое реже, скорее всего, в среднем или небольшом городе. Ей 42 года,

в большинстве случаев она имеет высшее образование и уверена в достаточности своих знаний и квалификации для создания нового бизнеса. Женщины в среднем вступают в предпринимательскую деятельность в более старшем возрасте и (возможно, уже в силу сказанного) обладая более высоким образовательным уровнем, чем мужчины – ранние предприниматели.

Предпринимательская деятельность для женщин чаще, чем для мужчин, является единственным вариантом трудоустройства и обеспечения своего существования. Вынужденное предпринимательство в этом смысле по большей части становится уделом женщин – при общем примерно пропорциональном снижении доли вынужденных предпринимателей как среди мужчин, так и среди женщин.

По-видимому, в крупных городах у женщин больше стимулов стремиться к открытию собственного дела. Жительницы больших городов лидируют по доле женского потенциального предпринимательства (особенно это касается Москвы и Санкт-Петербурга) и по доле женского устоявшегося предпринимательства. Наименее же благоприятные условия для женщин в плане организации своего дела в селах и малых городах, что, видимо, связано с неразвитостью ресурсной и инфраструктурной базы.

На протяжении двух лет доля женского раннего предпринимательства остается стабильной (40% от совокупности ранних предпринимателей) (табл. 5).

Таблица 5. Индекс предпринимательской активности по стадиям предпринимательства и полу, % от численности экономически активного населения⁵

Индекс предпринимательской активности	Потенциальные предприниматели		Нарождающиеся предприниматели		Владельцы нового бизнеса		Владельцы устоявшегося бизнеса	
	2006 г.	2007 г.	2006 г.	2007 г.	2006 г.	2007 г.	2006 г.	2007 г.
Мужчины	19,7	13,7	3,6	2,2	3,0	1,5	1,9	1,2
Женщины	12,4	6,5	1,6	0,6	0,7	0,7	0,8	1,7
Всего	15,2	9,2	2,4	1,2	1,6	1	1,2	1,5

Динамика реализации предпринимательского потенциала населения, отражающаяся в *коэффициенте расширения раннего предпринимательства, негативная.*

Если в 2006 г. коэффициент расширения составил около 3,5, т. е. появление трех с половиной нарождающихся предпринимателей сопровождалось выбытием из бизнеса одного неуспешного предпринимателя, то в 2007 г. этот коэффициент сократился более чем вдвое, до 1,35. Иначе говоря, выбытие едва покрывается рождением новых бизнесов.

⁵ Данные несколько расходятся с расчетами, произведенными консорциумом GEM и приведенными в сводном отчете за 2006 г. по всем странам-участницам, в связи с произведенным нами ремонтом выборки.

Региональные и поселенческие особенности. Уровень предпринимательской активности в разных регионах и типах поселений, как и преобладающая мотивация к занятиям предпринимательской деятельностью, значительно различается (табл. 6).

Таблица 6. Причины, побудившие включиться в организацию бизнеса

Почему стали организовывать бизнес? 2006 г.	Населенный пункт, %					Всего по группе, %
	Москва и Санкт-Петербург	Большие города	Средние города	Малые города	Села	
Нараждающиеся предприниматели						
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	15	36	29	30	20	26
Не было лучших вариантов для работы	23	7	57	10	40	24
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	15	21		20	10	15
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	46	29	14	40	20	32
Другое		7			10	4
Владельцы нового бизнеса						
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	29	43	50	14		23
Не было лучших вариантов для работы	29	43		43	100	50
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	14			43		13
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	14	14	50			10
Другое	14					3
Владельцы устоявшегося бизнеса						
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	60	57	50	33		39
Не было лучших вариантов для работы		14	50	33	50	26
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	20	14			17	13
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	20			33	33	17
Другое		14				4

Окончание табл. 6

Почему стали организовывать бизнес? 2007 г.	Населенный пункт, %					Всего по группе, %
	Москва и Санкт- Петербург	Большие города	Средние города	Малые города	Села	
Нарождающиеся предприниматели						
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	25	29	50	50	50,0	39
Не было лучших вариантов для работы	0	29	0	50	33	26
И чтобы получить преимуще- ства, и не было лучших вариантов	25	0	50	0	0	9
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	50	29	0	0	17	22
Другое	0	14	0	0	0	4
Владельцы нового бизнеса						
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	20	0	33	50	80	40
Не было лучших вариантов для работы	40	0	33	0	0	15
И чтобы получить преимуще- ства, и не было лучших вариантов	20	67	33	0	0	20
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	0	33	0	50	20	20
Другое	20	0	0	0	0	5
Владельцы устоявшегося бизнеса						
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	50	0	33	0	44	33
Не было лучших вариантов для работы	25	80	17	0	22	33
И чтобы получить преимуще- ства, и не было лучших вариантов	0	20	33	0	11	17
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	0	0	17	0	22	13
Другое	25	0	0	0	0	4

Наиболее проблемными с точки зрения предпринимательской активности являются города с численностью населения 10–100 тыс. человек (в 2006 г.) и села (2007 г., динамика предпринимательской активности –38%).

Мотивационные особенности. Для 15% российских ранних предпринимателей в 2007 г. (против 37% годом ранее!) начало своего дела является вынужденным шагом, связанным с отсутствием либо неудовлетворительностью других вариантов экономической самостоятельности. При этом предпринимательская деятельность для женщин несколько чаще, чем для мужчин, является единственным вариантом трудоустройства и обеспечения своего существования.

Для половины (49%) российских предпринимателей приход в бизнес — это добровольный шаг, связанный с поиском дополнительных преимуществ; при этом подавляющее большинство (более 60%) руководствуется ценностными мотивами — стремлением к независимости и т. п., а не экономическим интересом.

В мотивационной структуре российских предпринимателей по группам выявлены статистически значимые различия: среди владельцев нового бизнеса вынужденное предпринимательство более распространено по сравнению с другими анализируемыми группами. Кроме того, по мере роста уровня образования предпринимателя увеличивается ориентация на факторы мотивации, свидетельствующие о добровольном приходе в бизнес, а при пересечении границы в 45 лет растет доля вынужденных факторов мотивации.

Самооценка существенно оптимистичнее у людей, которые только планируют бизнес, чем у респондентов, уже начавших свое дело.

Около 90% представителей всех групп предпринимательского потенциала и действующих предпринимателей довольно высоко оценивают свои предпринимательские способности. Причем доля высоко оценивших свои способности возрастает при переходе от группы с меньшим к группе с большим предпринимательским опытом. Данная оценка существенно не зависит от возраста и образовательного уровня предпринимателей, но имеет выраженную гендерную специфику: мужчины в большей мере, чем женщины, уверены в своих способностях к организации бизнеса. Наибольшие гендерные различия в самооценке способностей свойственны владельцам устоявшегося бизнеса, а наименьшие — потенциальным предпринимателям.

В целом по России в 2006–2007 гг. выросла доля лиц, считающих, что страх или недостаточные способности могут стать препятствием в организации нового бизнеса, и сократилась доля респондентов, которые считают свои знания и опыт достаточными для начала нового бизнеса, что в сочетании с некоторым снижением предпринимательской активности можно рассматривать как несколько нарастающую тенденцию. По мнению почти трети потенциальных и ранних предпринимателей (2007 г.), страх и недостаточность квалификации могут помешать организации нового бизнеса.

Источники дохода. Среди ранних предпринимателей большинство респондентов указывают, что основным источником их дохода остается заработная плата по найму. То есть значительная часть людей, начинающих заниматься предпринимательством, не решаются полностью сосредоточиться на развитии своего бизнеса, так как доходы от него нестабильны либо недостаточны для нормального существования.

Источники финансирования раннего предпринимательства. Значительная часть ранней предпринимательской активности финансируется из внутренних источ-

ников. В то же время нарождающиеся предприниматели активно привлекают и внешние источники финансирования: эти каналы использовали в 2006 г. 51% опрошенных, а в 2007 г. — уже 65,2% (табл. 7).

Среди внешних источников преобладает неформальное финансирование. В большинстве случаев кредит из неформальных источников относительно невелик — от 2 до 50 тыс. рублей, что сопоставимо по размеру с микрокредитами.

Таблица 7. **Выбор источников финансирования бизнеса нарождающимися предпринимателями**

Источники внешнего финансирования	% от общего числа нарождающихся предпринимателей					
	Мужчины		Женщины		Всего по нарождающимся предпринимателям	
	2006 г.	2007 г.	2006 г.	2007 г.	2006 г.	2007 г.
Родственники	9,10	18,23	10,90	11,39	20,00	29,62
Знакомые и друзья	9,10	13,04	9,10	8,70	18,20	26,09
Банки	12,70	19,17	16,40	8,70	29,10	27,87
Государственные программы	7,20	12,04	1,80	4,35	9,00	16,39
Всего нарождающихся предпринимателей	100	100	100	100	100	100

Доля неформальных инвесторов в 2007 г. составила порядка 1,6%, тогда как в 2006 г. — 3,5%. При этом средний объем финансирования ими ранних предпринимателей возрос более чем в 2 раза.

Среди неформальных инвесторов доля бизнес-ангелов менее значима по сравнению с непредпринимательскими слоями населения (табл. 8). Нарождающееся предпринимательство нередко финансируют получатели социальных пособий, в первую очередь пенсионеры.

Таблица 8. **Распространенность упоминания различных категорий неформальных инвесторов нарождающимися предпринимателями, %**

	2006 г.	2007 г.
Родственники	48	46
Друзья, коллеги, знакомые	32	43
Посторонние люди с хорошей бизнес-идеей	8	7
Другое	12	4
Итого	100	100

Неформальное кредитование преимущественно имеет характер вложений «любовного капитала», т. е. значительная часть таких инвесторов вообще не ожи-

дает получить (или не ожидает получить экономически значимую) отдачу от инвестированных средств, а потому размер ожидаемой отдачи не оказывает статистически значимого влияния на готовность вкладывать собственные средства в нарождающееся предпринимательство.

Инновационный потенциал. Лишь незначительная часть как потенциальных и ранних предпринимателей, так и владельцев устоявшегося бизнеса начали или планируют начать бизнес, заняв новую рыночную нишу (порядка 3–6%). В частности, относительно невелика доля среди них тех, кто предлагает/собирается предложить рынку новый продукт или услугу (табл. 9). Эти данные подтверждают относительно невысокий инновационный потенциал российского предпринимательства на протяжении последних лет.

Таблица 9. Динамика новизны предлагаемого продукта/услуги, 2006–2007 г.

Предпринимательские группы	Период	Продукт является новым, %		
		для всех	для некоторых	ни для кого
Потенциальные предприниматели	2006 г.	11	29	60
	2007 г.	26	14	60
Нарождающиеся предприниматели	2006 г.	12	25	63
	2007 г.	19	19	62
Владельцы нового бизнеса	2006 г.	14	21	65
	2007 г.	16	26	58
Владельцы устоявшегося бизнеса	2006 г.	5	27	68
	2007 г.	17	10	73

Предприниматели с неудачным опытом. По сравнению с 2006 г., в 2007 г. практически не изменились число и доля в выборке, но значительно поменялась социально-демографическая структура предпринимателей-неудачников (табл. 10). Пока нет оснований для окончательных выводов об устойчивости выявленных наблюдений, так же как и для однозначных выводов относительно причин отмеченных фактов.

Таблица 10. Распределение по полу и возрасту предпринимателей, которые в течение последних 12 месяцев закрыли/приостановили/бросили свой бизнес, %

2006 г.	Младше 30	30–39	40–49	50 и старше	Всего, %	Всего, человек
Мужчины	16,7	33,3	41,6	8,4	100	12
Женщины	22,2	33,4	22,2	22,2	100	9
Всего	19,0	33,3	33,3	14,4	100	21

Окончание табл. 10

2007 г.	Младше 30	30–39	40–49	50 и старше	Всего, %	Чел.	Темп прироста, %	Абсолютное содержание 1%
Мужчины	54,5	18,2	27,3	0	100	11	–8	0,12
Женщины	12,5	62,5	25,0	0	100	8	–11	0,09
Всего	36,8	36,8	26,3	0	100	19	–9,5	0,21

В 2007 г. сравнительно менее успешными оказались женщины, лица со средним и средним специальным образованием.

Таблица 11. Распределение неуспешных предпринимателей по причинам закрытия бизнеса, 2006 г.

Причины закрытия бизнеса	Доля, %
Слишком высокая конкуренция	22,7
Недостаток/отсутствие покупателей	9,1
Проблемы с привлечением финансирования	22,7
Появилась возможность другой работы или другого бизнеса	9,1
Выход на пенсию/в отставку	4,6
Личные причины	31,8
Всего	100

Таблица 12. Распределение неуспешных предпринимателей по причинам закрытия бизнеса, 2007 г.

Причины закрытия бизнеса	Доля, %
Бизнес не был прибыльным	26,3
Проблемы с привлечением финансирования	21,1
Появилась возможность другой работы или другого бизнеса	10,5
Закрытие бизнеса заранее планировалось	5,3
Личные причины	15,8
Непредвиденные обстоятельства	15,8
Затрудняюсь ответить	5,3
Всего	100

Среди причин неудачи в бизнесе (см. табл. 11, 12) в 2006 г. довольно значимыми оказались трудно поддающиеся интерпретации «личные причины», а в 2007 г., когда данный вариант ответа был исключен, относительно чаще фигурировали рациональные объяснения – неприбыльность и проблемы с финансированием бизнеса.

После закрытия бизнеса свыше 2/3 предпринимателей-неудачников работали по найму (в различных формах), тогда как в 2006 г. таких было лишь около половины. И наоборот, в бизнес вновь устремились лишь около 15% предпринимателей, тогда как годом ранее почти 40%. Сказались, по-видимому, рост числа рабочих мест в промышленности и нерыночном секторе, а также негативная оценка возможностей для ведения предпринимательской деятельности в ближайшее время.

Заключение

1. Человеческий потенциал развития российского предпринимательства, судя по данным 2006 и 2007 гг., несколько сократился. Является ли это проявлением неких общих макроэкономических и социальных тенденций или сказались какие-либо второстепенные (в том числе технические) факторы, — об этом можно будет судить лишь после накопления достаточного количества сопоставимых массивов данного исследования. В то же время некоторые результаты вполне укладываются в общую логику происходящих на макроэкономическом уровне изменений.

2. Так, устойчивый рост экономики, следствиями которого являются рассасывание очагов безработицы и существенное повышение доходов работников нерыночного сектора (государственные служащие), вполне может быть причиной того, что доля вынужденных предпринимателей оказалась достаточно низка и за 2 года снизилась с 37% до 15%. Индикатор вынужденного предпринимательства, таким образом, косвенно подтверждает благоприятные изменения на рынке труда.

3. По-видимому, макроэкономические условия для предпринимательского старта постепенно улучшаются. Об этом свидетельствуют:

рост числа 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;

более низкая доля вынужденных предпринимателей среди потенциальных и нарождающихся предпринимателей по сравнению с владельцами нового бизнеса.

С другой стороны, снижение коэффициента расширения предпринимательского потенциала свидетельствует о том, что условия для «входа» в предпринимательство, по-видимому, становятся более сложными, либо о том, что само предпринимательство становится менее привлекательным в глазах наиболее квалифицированных групп населения, которые отказываются от предпринимательского старта в пользу альтернативных возможностей (наемный труд, фриленс и т. д.).

Крайне невысокая доля среди ранних предпринимателей тех, кто рассматривает свой продукт/услуги как новые, свидетельствует о том, что инновационность российского стартового малого предпринимательства весьма низка.

Потенциальные и ранние предприниматели в России, как и в других странах, при финансировании нового дела опираются в основном на сетевые ресурсы, в первую очередь финансовые. Особенностью России является достаточно высо-

кая вовлеченность в неформальное финансирование начинающих предпринимателей лиц, которые в развитых рыночных обществах в этой роли выступают крайне редко, – получателей социальных трансфертов, в том числе пенсионеров. Это тем более необычно и странно, поскольку хорошо известно, сколь незначительны сбережения у подавляющего большинства пенсионеров и размер получаемых ими социальных выплат. С другой стороны, при отсутствии у значительной части населения, даже среднеобеспеченного, возможностей для сколько-нибудь надежного и выгодного вложения сбережений, альтернатива выступить в качестве неформального инвестора в начинающееся дело становится вполне естественным и рациональным выбором.

Закрытие бизнеса, в отличие от ряда стран с развитой рыночной экономикой (прежде всего США), рассматривается не как источник полезного опыта для более успешного начала в будущем, а скорее как подтверждение того, что «не надо было браться за оружие». Во всяком случае, на фоне расширения альтернатив на рынке труда довольно значительное число неуспешных предпринимателей отказываются от попытки создать бизнес снова, переходя на положение наемных работников.

Литература

- Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю.* Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. 2004. № 1.
- Чепуренко А.Ю.* Малое предпринимательство в социальном контексте. М.: Наука, 2004.
- Brockhaus R.H.* The Psychology of the Entrepreneur // Encyclopedia of Entrepreneurship / C.A. Kent, D.L. Sexton, K.H. Vesper (eds.). N.Y.: Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc., 1982.
- Brush C.G.* Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions // Entrepreneurship: Theory and Practice. 1992. Vol. 16.
- Eckhard J.T., Shane S.* Opportunities and Entrepreneurship // Journal of Management. 2003. June. Vol. 29. Issue 3.
- Gartner W.B.* A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation // Academy of Management Review. 1985. № 10.
- Minniti M.* Global Entrepreneurship Monitor. 2005 Executive Report // www.gemconsortium.org.
- Reynolds P.D., Bosma N., Autio E., Hunt S., DeBono N., Servais I., Lopey-Garcia P., Chin N.* Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003 // Small Business Economics. 2005. Vol. 24.
- Shaver K.G., Gartner W.B., Crosby E., Bakalarova K., Gatewood E.J.* Attributions about Entrepreneurship: A Framework and Process for Analyzing Reasons for Starting a Business // Entrepreneurship: Theory and Practice. 2001. Vol. 26.
- Shane S., Locke E.A., Collins Chr.J.* Entrepreneurial Motivation // Human Resource Management Review. 2003. Summer. Vol. 13. Issue 2.
- van Praag C.M., van Ophem H.* Determinants of Willingness and Opportunity to Start as an Entrepreneur // Kyklos. 1995. Vol. 48.