

КАК ИЗУЧАТЬ СЕГОДНЯШНЮЮ РОССИЮ

Предпринимательский потенциал российского общества

Н.Е. ТИХОНОВА, А.Ю. ЧЕПУРЕНКО

В статье на основе материалов проекта, выполненного при содействии МОНФ в 2002 г., анализируется предпринимательский потенциал населения России. Вводится определение предпринимательского потенциала, его различных слоев. На основе данных репрезентативного анкетного опроса взрослого населения страны формируются оценки примерных размеров таких подгрупп, как протопредприниматели, латентные предприниматели, стартовое предпринимательство. Рассматриваются факторы, влияющие на предпринимательский потенциал.

Введение

Развитие малого предпринимательства (МП) является важнейшим показателем степени успешности рыночных реформ, уровня эффективности конкурентной экономики. Между тем в России с 2000 г. вновь наблюдается сокращение численности МП. Некоторый рост числа субъектов малого предпринимательства обеспечивается только за счет ежегодного увеличения численности индивидуальных предпринимателей (ПБОЮЛ), темп прироста которых оценивается в 7 % [Российское обозрение 2002, с. 39]. Сокращается и занятость в секторе МП: с 1999 по 2001 г. она снизилась с 18 608,2 до 16 963,4 млн человек (с учетом неформальной занятости) [Там же].

Расчеты, сделанные на основании официальной статистики, показывают, что сальдо между коэффициентом «рождаемости» ПБОЮЛ и МП и коэффициентом их «смертности» за период 1999—2001 гг. остается положительным, хотя и демонстрирует тенденцию к неуклонному снижению — с +77 до +65 по ПБОЮЛ и с +75 до +61 по МП соответственно [Там же, с. 56—57]. Причем приток в индивидуальное предпринимательство составляет около 6 человек взрослого населения, а отток — 4 человека на 1000; в секторе МП эти цифры составляют примерно 0,35 % и 0,06 % соответственно [Там же, с. 50—51, 54—55]. (В источнике, к сожалению, допущена ошибка при исчислении процентных долей в сторону их 10-кратного завышения.) По-видимому, если принять во внимание нерегистрируемые закрытия МП и никак не оформляемый уход населения из инди-

Предпринимательский потенциал российского общества

видуального предпринимательства, то с учетом этих обстоятельств становятся понятными обнаруживающие тенденцию к стагнации цифры численности предприятий в секторе МП и, особенно, негативная динамика занятости.

Следует отметить, что такая динамика в значительной мере объясняется рядом серьезных просчетов государственной политики в отношении малого предпринимательства. Так, декларируя необходимость поддержки вовлечения населения в малое предпринимательство в качестве одной из целей, ни одна из проанализированных нами программ федерального и регионального уровней¹ не содержит описания мер по реализации данной целеустановки, а с учетом хронического недофинансирования программ поддержки МП становится ясно, что реально никакой осмысленной политики не проводится.

Между тем, по нашему глубокому убеждению, основывающемуся на результатах ряда исследовательских проектов, осуществленных РНИСиНП начиная с 1992 г., в российском обществе существует достаточно прочное протопредпринимательское ядро, размеры которого, правда, значительно колеблются под влиянием ряда факторов и условий и весьма различаются в межрегиональном сопоставлении. При этом далеко не всякие шаги по содействию малому предпринимательству содействуют расширению этого ядра, не говоря уже о превращении протопредпринимателей в стартующих предпринимателей.

Совершенно очевидно, что, с учетом численности населения России, его образовательного уровня и других факторов, активизация протопредпринимательских слоев населения могла бы привести к подлинно необратимым последствиям в плане создания стабильно развивающейся конкурентной рыночной экономики и социального государства².

Важной задачей, к решению которой еще не подступались исследователи, является оценка потенциала развития малого предпринимательства. Данная проблема имеет две составляющих: во-первых, качество предпринимательской среды³ в России в целом и на уровне регионов и отдельных муниципальных образований; во-вторых, наличие «предпринимательского фермента» в обществе (готовность к риску и принятию ответственности, образовательный уровень, профессиональная подготовка и т. п.). Понятно, что обе составляющие связаны друг с другом: чем лучше предпринимательский климат в обществе в целом и на уровне каждого данного поселения, тем выше число потенциальных и актуальных предпринимателей. Вместе с тем, изменение предприниматель-

¹ Участники проекта пользовались текстами федеральных и ряда региональных программ развития и поддержки малого предпринимательства, размещаемых на сайте Ресурсного центра поддержки малого предпринимательства ([http:// www.rcsme.ru](http://www.rcsme.ru)). К сожалению, по ряду регионов ввиду отсутствия данных о ныне действующих нормативных документах пришлось воспользоваться текстами программ конца 1990-х годов.

² Разумеется, эти допущения учитывают только сторону предложения: в значительной мере рост сектора МП обусловлен и спросовыми ограничениями (уровень насыщенности локальных рынков, наличие платежеспособного спроса населения на товары и услуги стартующих МП и другими факторами), которые в силу ограниченности задач проекта остались за рамками рассмотрения.

³ Качество предпринимательской среды, в свою очередь, определяется двумя группами факторов: макроэкономическими (спрос, уровень сбережений, состояние конъюнктуры и т. д.) и экономической политикой (налоговый режим, административные барьеры на входе, контрольные процедуры, наличие и работоспособность бизнес-инфраструктуры и пр.).

ского климата в лучшую сторону во многом зависит от того, насколько активны, последовательны и консолидированы предприниматели в отстаивании общих интересов как на уровне страны в целом, так и в местном масштабе. Кроме того, даже при наличии сформированной инфраструктуры для развития малого предпринимательства и относительно благоприятном отношении к малому бизнесу едва ли можно ожидать его интенсивного развития там, где для этого отсутствуют в должном масштабе социальный и культурный капитал, а также первоначальные финансовые ресурсы, где низка готовность населения к самозанятости и тем более к занятию предпринимательской деятельностью.

Не претендуя на раскрытие всего комплекса очерченных выше вопросов (особенно связанных с макроэкономическими компонентами предпринимательской среды)⁴, участники проекта, выполненного при содействии Московского общественного научного фонда, провели в феврале—марте 2002 г. анкетный опрос для исследования предпринимательского потенциала в ряде регионов России⁵. Предпринимательский потенциал мы первоначально определили как совокупность всех физических лиц, готовых к занятию предпринимательской деятельностью⁶.

Предполагалось также выяснить, как реализуется предпринимательский потенциал, проходя различные стадии предстартового, стартового, а затем стабильно действующего малого бизнеса. Снижение численности МП в России и в отдельных ее регионах может быть следствием разных причин: сокращением предпринимательского потенциала, снижением доли потенциальных предпринимателей, вступающих в предстартовую фазу, снижением (вследствие высоких барьеров или иных причин) доли стартовых, наконец, повышением удельного веса разоряющихся на стадии старта по сравнению с выживающими и т. д., а также комплекса этих причин. В условиях, когда приближалось вступление в действие (с июля 2002 г.) пакета законопроектов, направленных на деbüroкратизацию экономики, снятие ряда барьеров при входе на рынок для стартового предпринимательства, было важно знать, будет ли тем самым решена проблема ускорения роста сектора МП за счет увеличения числа стартовых МП.

Помимо опроса было проведено 12 неформализованных интервью с так называемыми латентными предпринимателями, т. е. с теми лицами, которые в

⁴ За отсутствием подробной разработки данной темы в российской литературе укажем на некоторые работы зарубежных авторов, в которых рассматриваются теоретические аспекты проблемы стартового предпринимательства (см. список литературы в конце статьи).

⁵ Проект «Предпринимательский потенциал российского общества: анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес» (грант МОНФ 016/1-02), заявленный от РНИСиНП, выполнен коллективом исследователей в составе: канд. экон. наук Т.А. Алимова, В.В. Кириченко, Т.Б. Обьеденнова, д-р социол. наук Н.Е. Тихонова, д-р экон. наук А.Ю. Чепуренко (руководитель проекта). Полевые работы были осуществлены Центром социального прогнозирования (директор — канд. филос. наук Ф.Э. Шереги).

⁶ Мы отдаем себе отчет в неполноте и приблизительности данного определения, в котором не улавливаются многие важные аспекты (например, различие между так называемыми антрепренерами и интрапренерами, предпринимателями в собственном смысле слова и предпринимателями поневоле и т. д.), но мы исходим из того, что любой исследовательский проект надо начинать с самых простых, обыденных определений. Лишь по мере исследования они могут быть уточнены и углублены.

Предпринимательский потенциал российского общества

последнее время начали активные действия по созданию собственной фирмы. В ходе этих интервью также были до некоторой степени уточнены некоторые обстоятельства, сопутствующие предстартовым приготовлениям и сопровождающие их.

Методика исследования

При анализе предпринимательского потенциала в качестве основного инструмента сбора первичных данных использован стандартизованный (анкетный) опрос взрослого трудоспособного населения.

В ходе его реализации были проведены формализованные интервью (1756 человек, в 19 субъектах Российской Федерации, представляющих 12 экономико-географических регионов России) по всероссийской выборке. В число регионов, в которых проводился опрос, вошли: Москва, Санкт-Петербург, Новгородская, Владимирская, Ярославская, Тульская, Воронежская, Московская, Самарская, Ростовская, Свердловская, Челябинская, Кемеровская, Новосибирская обл., Татарстан, Республика Коми, Ставропольский, Красноярский и Хабаровский края. В числе опрошенных — жители двух мегаполисов (10,5 %), областных, краевых, республиканских центров (37,1 %), райцентров (25,5 %) и сельских поселений (26,8 %).

Большинство вопросов базовой анкеты, включавшей 59 вопросов, предполагало широкий набор вариантов закрытых ответов, допускавших свободу выбора. Кроме того, была предусмотрена возможность самостоятельного формулирования опрашиваемыми собственной позиции (открытый ответ). Базовая анкета содержала ряд основных разделов, в совокупности позволивших охарактеризовать, в частности:

- 1) общее отношение к предпринимательской деятельности;
- 2) основные смысложизненные ценности;
- 3) финансово-имущественный потенциал семьи;
- 4) социальные сети и участие в них;
- 5) отношение к открытию собственного дела;

6) профессиональные и социально-демографические характеристики опрашиваемых.

После обработки полученных анкет выяснилось, что в выборку попали 237 протопредпринимателей (наличие предпринимательской мечты или выраженного намерения открыть собственное дело), что составило 13,5 % всей выборки исследования, и 121 действующий предприниматель (6,9 % выборки).

Таким образом, был получен достаточный массив сопоставимых данных, позволявших при необходимости производить углубленный анализ предпринимательского потенциала, этапов и форм его реализации, препятствий развитию на каждом из этапов превращения предпринимательской идеи в стартовое предприятие.

Отношение населения России к предпринимательству

Вопреки широко распространенной мифологеме, согласно которой население России негативно воспринимает предпринимательство как особый тип деятельности и предпринимателей как его персонифицированных носителей, это отнюдь не так. Позитивным является *личное* отношение респондентов к предпринимательству (табл. 1). Что касается малого бизнеса (82 % положительных при 10 % отрицательных оценок) и семейного, или «челночного», бизнеса (75 % положительных против 15 % отрицательных), то из таблицы следует, что отношение населения к этим видам предпринимательской (или квазипредпринимательской) деятельности вполне позитивное, хотя, по-видимому, и по различным причинам. Если в отношении семейного бизнеса срабатывает сочувствие (они «крутятся, чтобы прокормить себя и семью»), то, вероятно, несколько иной — уважительный — оттенок имеет отношение населения к малому предпринимательству: эти люди «сделали себя» сами, наладили дело, да еще и создают рабочие места для других.

Отметим, что в обществе сформировалось отнюдь не умозрительное отношение к малому и семейному бизнесу: среди опрошенных у 2/3 среди знакомых есть предприниматели, у 42 % — это близкие друзья, у четверти — дальние родственники, а более чем у 1/5 — ближайшие родственники. Таким образом, в подавляющем большинстве население России формирует свое отношение к предпринимателям отнюдь не на основе идеализированных и идеологизированных схем (как это было на ранних этапах системной трансформации), а на достаточно реалистическом представлении об образе жизни, ценностях, нормах поведения, проблемах нового предпринимательского слоя.

Как несколько более благоприятное население оценивает то отношение к малому бизнесу, которое сложилось на их «малой родине» по сравнению с отношением в обществе в целом. Как положительное или скорее положительное оценивают отношение к малому предпринимательству в своем населенном пункте 73 %, в стране в целом — чуть более 2/3 опрошенных (табл. 2). По-видимому, сказывается именно формируемый средствами массовой информации стереотип, согласно которому население России воспринимает предпринимательство в целом негативно: не усматривая такого «плохого» отношения в своем ближайшем окружении, но находясь под влиянием навязываемых стереотипов, респонденты склонны относить его на счет населения других регионов России.

Мнение респондентов относительно к малого бизнеса в их регионе/населенном пункте, а тем более в стране в целом складывается под влиянием ряда факторов. К их числу следует отнести степень успешности в жизни. Так, 88 % среди тех, кому удалось повысить за годы реформ свой жизненный уровень, полагают, что отношение к малому бизнесу в их населенном пункте положительное или скорее положительное (78 % из них распространяют такую же оценку на население России в целом), тогда как среди тех, кто утратил надежду когда-либо приспособиться к переменам, лишь 55 % оценивают отношение к малому бизнесу как положительное или скорее положительное в их насе-

Предпринимательский потенциал российского общества

Таблица 1 Каково Ваше личное отношение к частному предпринимательству?, % опрошенных

Отношение к бизнесу	В целом положительное	Скорее положительное	Скорее отрицательное	В целом отрицательное	Затрудняюсь ответить
Крупный в промышленности, строительстве и т.п.	23,5	29,5	17,7	12,0	17,4
Банковский	17,6	26,7	19,7	13,7	22,3
Малый	38,6	43,2	6,9	2,7	8,6
Семейный, или «челночный»	35,0	40,7	10,3	4,7	9,3

Таблица 2 Как Вы оцениваете отношение к малому предпринимательству сейчас?, % опрошенных

Отношение	Положительное	Скорее положительное	Скорее отрицательное	Отрицательное	Затрудняюсь ответить
В вашем городе, поселке, деревне	28,8	44,2	12,3	2,8	11,9
В стране в целом	26,4	41,5	12,7	3,8	15,6

ленном пункте (53 % опрошенных придерживаются такой же оценки в отношении страны в целом).

Положительную или скорее положительную оценку отношения к малому бизнесу в своем регионе заметно чаще дают:

- 77 % повысивших свой статус в обществе;
- 78 % тех, кто сегодня имеет хорошие возможности реализовать себя в профессии;
- 79 % позитивно оценивающих общую ситуацию в собственном регионе;
- 80 % имеющих хорошую возможность получения необходимых образования и знаний в целом;
- 82 % тех, чья жизнь, по самооценке, складывается хорошо.

Отрицательно или скорее отрицательно характеризуют отношение к малому бизнесу в своем регионе:

- 20 % тех, кто не имеет достаточных возможностей получить требуемые образование и знания в целом;
- 22 % тех, кто ощущает невозможность реализовать себя в профессии;
- 24% респондентов, расценивающих общую ситуацию в своем регионе как плохую;
- почти 30 % негативно оценивающих то, как складывается их собственная жизнь;
- 30 % тех, кто считает, что утратил свой статус в обществе.

Примерно так же выглядит и зависимость оценок респондентами отношения к малому предпринимательству в России в целом. И здесь проекция собственной успешности/неуспешности корректирующим образом воздействует на их оценки. Важно, однако, обратить внимание на другое: при всех колебаниях вокруг средних значений ни в одной группе населения (по социально-профессиональным, возрастным, социально-психологическим или материальным

признакам) уровень общественной поддержки малого предпринимательства не снижается ниже 52—60 %. Иными словами, даже предубежденные или разочаровавшиеся не могут отрицать в целом положительного восприятия российским обществом такого явления, как малое предпринимательство.

Личное отношение опрошенных к малому бизнесу различается более заметно, и это понятно. Респонденты не считают необходимым соотносить свою оценку с той, которая, как им кажется, господствует в обществе. Каковы основные факторы, влияющие на формирование личного отношения респондентов к малому бизнесу? Во-первых, это — общее эмоциональное отношение к тем, кто разбогател: свыше половины тех, кто с уважением относится к разбогатевшим за последние годы людям, и почти половина тех, кто относится к ним с интересом, положительно воспринимают малый бизнес. Во-вторых, свыше 1/4 тех, кто презрительно относится к разбогатевшим, «скорее отрицательно» воспринимают и малое предпринимательство; 16 % тех, кто презирает богатых, относятся к малому бизнесу отрицательно.

Нужно отметить, что различия в уровне доходов, хотя и оказывают воздействие на отношение к малому бизнесу, но в целом они все же более сглажены. Даже в группах с доходами менее 1 тыс. рублей в месяц на человека свыше 3/4 респондентов все же воспринимают малое предпринимательство положительно или «скорее положительно» (по выборке в целом — 82 %). Относительно незначимым оказался и тип собственности того предприятия, на котором работает респондент. Среди занятых индивидуальной трудовой деятельностью доля поддержки малого бизнеса составляет 80 %, по остальным категориям предприятий и организаций, включая госсектор, не менее 70 %.

Более значимы возрастные различия между респондентами: свыше 90 % в обеих младших возрастных группах против всего лишь 2/3 в предпенсионном и пенсионном возрастах позитивно относятся к малому бизнесу. То же можно сказать и об образовательных различиях. Если среди лиц с неполным средним образованием доля положительно относящихся к малому бизнесу составляет несколько менее 3/4, то среди имеющих высшее и незаконченное высшее образование она доходит почти до 90 %.

Среди населения мегаполисов уровень положительного отношения к малому предпринимательству составляет 87 %, тогда как ниже всего он на селе — 3/4 населения. (Исходная гипотеза была гораздо более мрачной в отношении толерантности жителей сельской местности к малому бизнесу. По-видимому, и здесь за годы рыночных преобразований произошли существенные сдвиги в сознании населения.)

Особенно велики колебания в зависимости от социально-профессионального статуса. Если среди разнорабочих и подсобных рабочих доля положительно воспринимающих малый бизнес составляет всего 2/3, то среди самих предпринимателей, а также самозанятых и домохозяек доля поддержки превышает 90 % (приближаясь у предпринимателей к 95 %).

Симптоматичны различия в отношении к малому бизнесу между отдельными категориями респондентов, имеющих опыт руководящей работы. Если среди тех, кто руководил в прошлом коллективами от 100 человек и более, доля симпатизирующих малому предпринимательству составляет около 70 %, то среди прежних руководителей малых и микроколлективов — от 83 до 85 %.

Особенно велика доля поддерживающих малое предпринимательство среди тех бывших менеджеров, кто руководил самостоятельной производственно-хозяйственной единицей (95 %).

Динамика отношения к малому бизнесу в оценке респондентов

В ходе исследования отношения к малому предпринимательству выявлена в целом положительная динамика (табл. 3).

Оценка изменения отношения к малому предпринимательству в регионе проживания и в обществе в целом сильно зависит от положения и настроения самих респондентов. Те, кому удалось улучшить свои условия жизни, заметно оптимистичнее оценивают изменение психологического климата в обществе вокруг малого бизнеса, чем те, кто потерял надежду адаптироваться к переменам. Точно так же улучшение статусных позиций, хороший доступ к образованию и знаниям, возможность самореализации в профессии заметно улучшают оценку динамики общественного отношения к малому предпринимательству, равно как и хорошая общая ситуация в регионе и интегральная самооценка того, как в целом складывается жизнь респондента.

Аналогично тому, как выше была описана зависимость между оценкой общественного отношения к малому бизнесу на данный момент и реализуемыми респондентами индивидуальными жизненными стратегиями, выглядит и взаимосвязь между их ретроспективной оценкой изменения отношения к малому предпринимательству и реализуемыми ими методами повышения своего материального благосостояния. Наиболее оптимистичные оценки снова были даны теми, кто активно занимается переквалификацией, а также сдачей внаем недвижимости и работой по совместительству.

Таким образом, в целом общественно-психологический климат для развития малого бизнеса в России в настоящее время вполне благоприятный, и, судя по всему, за последние годы он до некоторой степени улучшился. Нет ни одной социально-демографической группы населения, в которой доля лиц, относящихся к малому предпринимательству настороженно или враждебно, преобладала бы над относящимися к нему позитивно или нейтрально. Декларируемую изначальную враждебность россиян к предпринимательству, включая малое, следует отнести к разряду мифов, в силу ряда причин культивируемых общественными деятелями и учеными, весьма слабо представляющими себе реальное состояние дел в нынешней России.

Социально-демографический анализ потенциальных предпринимателей

Как уже было указано, в ходе опроса получено 237 анкет от респондентов, которые рассматривают возможность начать собственное дело, но по тем или иным причинам еще не сделали последнего шага в этом направлении (табл. 4). Это

Таблица 3 Как, по Вашему мнению, изменилось отношение к малому предпринимательству за последние 2—3 года?, % опрошенных

Отношение к малому предпринимательству	Стало лучше	Не изменилось	Стало хуже	Затрудняюсь ответить
В вашем городе, поселке, деревне	31,9	39,7	10,6	17,8
В стране в целом	29,7	37,2	9,9	23,1

Таблица 4 Какое из нижеследующих высказываний справедливо в отношении Вас?, % опрошенных

Высказывание	Да	Нет	Не хочу*	Не знаю	Нет ответа
Вы в настоящее время хотите сами начать новое дело с использованием или без использования наемного труда	9,4	1,5	0,9	1,1	0,6
Вы в настоящее время хотите начать новое дело вместе с Вашим нынешним нанимателем	1,1	7,9	1,9	0,9	1,8

* В данную колонку попали, по-видимому, те, кто хочет создать новый бизнес, но не самостоятельно и не с нынешним работодателем, а с третьими лицами.

означает, что примерно 13,5 % респондентов можно рассматривать как потенциальных предпринимателей (в отличие от протопредпринимателей, т. е. от лиц, у которых не только выражено желание, но и имеются соответствующие способности и возможности, а также от латентных предпринимателей, т. е. лиц, которые фактически приступили к созданию бизнеса, и от стартовых предпринимателей — лиц, создавших бизнес и начавших его раскрутку)⁷.

Из них примерно половина полагают, что обладают необходимыми знаниями, навыками и опытом для открытия собственного дела (табл. 5). Иными словами, подумывающих начать собственное дело вдвое больше, нежели тех, кто уверен в том, что располагает для этого требуемым социальным и культурным капиталом. Кроме того, еще примерно 40 % желающих начать свой бизнес (5,8 % от общего числа опрошенных) удерживает боязнь неуспеха.

Каков портрет потенциальных предпринимателей? Среди них несколько чаще встречаются лица, принадлежащие к числу не самых высокодоходных слоев населения (от 2 до 3 тыс. рублей среднемесячного душевого дохода), молодежи в возрасте 18—21 лет, имеющих среднее специальное образование. Это скорее всего в большинстве как раз те, кто не обладает на самом деле достаточными ресурсами для открытия и ведения собственного бизнеса. Одновременно среди желающих открыть собственный бизнес 100 % самозанятых потенциальных предпринимателей; гораздо чаще встречаются среди них, чем в выборке в целом, руководители с опытом управления коллективом свыше 100 человек (чаще подразделением крупного предприятия, чем самостоятельной фирмой). Это, напротив, та группа, которая объективно имеет более благоприятные исходные условия для успешного предпринимательского старта.

⁷ В рамках примененной нами методики не представлялось возможным дать четкое, основывающееся на неких объективных измерениях отграничение реально располагающих способностями и возможностями (включая социальный капитал в широком смысле слова) от тех, кто сам себя относит к таковым. Такое отграничение в принципе возможно, но предполагает использование более тонких и трудоемких методик.

Предпринимательский потенциал российского общества**Таблица 5 Какое из нижеследующих высказываний справедливо в отношении Вас?, % опрошенных**

Высказывание	Да	Нет	Не знаю	Нет ответа
Вы считаете, что обладаете необходимыми знаниями, навыками и опытом, чтобы открыть свою фирму	6,6	3,1	3,0	0,8
От открытия своего дела Вас удерживает боязнь неудачи	5,8	4,7	1,4	1,5

Что касается тех, кто подумывает о создании нового предприятия совместно со своим нынешним работодателем, то среди них, напротив, больше лиц из самой высокодоходной группы (свыше 3 тыс. рублей на душу в месяц). По-видимому, это ключевые специалисты, реально обладающие значительным влиянием и стремящиеся конвертировать его в совладение. Среди этой категории чаще встречается молодежь до 21 года с незаконченным высшим образованием и руководители коллективов численностью свыше 100 человек. (Впрочем, как правило, это функционеры общественных организаций, а не хозяйственные руководители; вероятно, именно поэтому они и стремятся выступать в связке со своими нынешними работодателями.) Данная форма создания нового дела несколько более популярна в областных центрах.

Но кто же по самооценке реально обладает знаниями, навыками, опытом, которые необходимы при создании нового бизнеса, т. е. может быть (по самозачислению) отнесен к числу протопредпринимателей? Это опять же представители высокодоходной группы (свыше 3 тыс. рублей на члена семьи в месяц), самозанятые и действующие предприниматели, обладающие опытом руководства крупными самостоятельными хозяйственными единицами; мужчины; лица с высшим образованием, причем предпенсионного возраста. Несколько чаще это жители села, чем представители других типов поселений.

Очевидно, что на относительно успешное вхождение в бизнес могут рассчитывать именно представители этой, располагающей более высоким габитусом и финансовыми возможностями, группы. Шансы же молодежи и представителей относительно менее доходных групп проблематичны, хотя стремление к ведению самостоятельного бизнеса у них присутствует.

И наконец, кого из потенциальных предпринимателей удерживает от открытия собственного бизнеса боязнь неудачи? Заметно чаще служащих и самозанятых, женщин, представителей возрастных групп 27—30 лет и 41—50 лет, со средним специальным образованием, работников приватизированных предприятий, имеющих опыт руководства малым коллективом (10—50 человек), проживающих в районных центрах. Иначе говоря, в основном это те, кто уже обладает достаточным жизненным опытом, но в силу своих статусно-ролевых функций и относительно невысокого социального капитала испытывает (по-видимому, обоснованное) сомнение в возможности успеха. Впрочем, несколько выбиваются из этой картины лица, имеющие опыт руководства малым коллективом. Здесь, вероятно, причиной боязни являются какие-то прошлые неудачи в качестве руководителя, а также, возможно, отсутствие должного опыта в области финансов и решения иных вопросов: ведь менеджеры низшего и среднего звеньев лучше, чем лица, не имеющие такого опыта, представляют себе, с решением каких сложных вопросов сопряжена предпринимательская деятельность.

Социокультурный портрет потенциальных предпринимателей

Потенциальные предприниматели, как уже говорилось выше, достаточно гетерогенный слой общества. Это и люди, уже имеющие в прошлом негативный опыт предпринимательской деятельности, и те, кто совершает первые шаги в создании своего бизнеса, и те, кто еще только начинает решать для себя, способен ли он быть предпринимателем. Особый интерес, на наш взгляд, представляют те, кто имел в прошлом негативный опыт ведения бизнеса и отказался его продолжать. Ведь анализ причин, по которым эти люди отошли от предпринимательской деятельности, поможет лучше понять характер проблем и отличий от действующих предпринимателей протопредпринимательских слоев в целом.

Надо сказать, что доля тех, кто начинал свой бизнес, но потерпел при этом фиаско, в массиве оказалась достаточно высокой — 7,1 % (124 человека⁸). Причем неудачный опыт предпринимательства в равной степени был распространен и среди потенциальных, и среди действующих предпринимателей: 30,8 % предпринимателей и 33,0 % потенциальных предпринимателей имели в прошлом негативный опыт предпринимательской деятельности.

Но после краха собственных начинаний их реакция была различной. Из тех, кто пережил крах своих начинаний, 29,8 % рискнули начать все сначала, а остальные либо совсем отказались от своих намерений, либо отложили их до лучших времен. При этом многие выбывшие из разряда действующих предпринимателей серьезно от этого пострадали. Во всяком случае, каждый седьмой среди них указал, что крах собственного бизнеса стал причиной снижения жизненного уровня его семьи.

В чем же были причины этого краха? Сразу отметим, что, как правило, отнюдь не в личностных качествах этих людей. Лишь 13,8 % тех, кто не стал снова пытаться начать свой бизнес, убедились, что быть предпринимателем — «это не для меня». Большинству из них (51,7 %) просто не хватило финансовых средств на раскрутку бизнеса. Именно объем располагаемых финансовых средств и определил границу между теми, кто не стал пытаться возобновить собственный бизнес, и теми, кто успешно начал его вновь после первых неудач. Среди успешно действующих предпринимателей, имевших, однако, в прошлом неудачный опыт начала собственной предпринимательской деятельности, на нехватку финансовых средств как причину прошлого краха указали всего 15,9 %.

Заметно меньшим был объем находившихся в их распоряжении социальных ресурсов у «неудачников». Главными причинами краха своих начинаний 29,9 % посчитали отсутствие нужных связей в органах власти (при 6,2 % у тех, кто успешно преодолел первые неудачи). Соответственно меньший объем социальных ресурсов обеспечивал и меньшую защищенность от «государственного рэкета» — 25,3 % тех, кто после первых неудач оставил свои попытки заниматься

⁸ Из-за ограниченности подвыборки тех, кто имел в прошлом неудачный опыт предпринимательской деятельности, все приводимые далее цифры имеют сугубо справочный характер. В то же время показатели, связанные с этой подгруппой, различались не на проценты, а в разы, что снимало вопрос о возможных статистических погрешностях. Поэтому мы сочли целесообразным привести их в данной статье.

Предпринимательский потенциал российского общества

бизнесом, жаловались на давление проверяющих и контролирующих органов (пожарная инспекция, СЭС и т. п.) как на причину своих проблем. Аналогичный показатель среди тех, кто все-таки сумел стать предпринимателем, составлял всего 8,8 %.

Меньшим был у них и такой важный показатель человеческого капитала, как объем знаний, необходимых для ведения бизнеса: 13,8 % (при 3,5 % у действующих предпринимателей) отметили в качестве главных причин прошлых неудач недостаток специальных знаний в области управления предприятием, управления персоналом, маркетинга, финансового планирования. Возможно, именно этим объяснялась и большая распространенность среди несостоявшихся предпринимателей такой причины краха их бизнеса, как отсутствие либо непродуманность плана развития собственного бизнеса на перспективу (13,9 % при 2,7 % у действующих предпринимателей, имевших в прошлом неудачный опыт начала собственного бизнеса). Учитывая, что соотношение тех, кто не имел в прошлом опыта руководства коллективом, составляло среди предпринимателей — протопредпринимателей — остального населения соответственно 30,8 — 54,4 — 66,6 %, это не удивительно.

В настоящее время роль основных структур поддержки развития малого бизнеса по сути выполняют социальные сети. Именно от своего ближайшего окружения начинающий предприниматель получает и импульс к ведению бизнеса, и необходимые ресурсы, и требующиеся ему знания и связи. Так, в отличие от остального населения, где соответствующий показатель составлял всего 10,0 %, помощь в трудоустройстве и поиске дополнительной работы получали 16,0 % протопредпринимателей. Далее, при 17,9 %, среди непредпринимательских слоев населения, у протопредпринимательских слоев 32,6 % имели предпринимателей в числе ближайших родственников. То же самое относится и к остальным составляющим их повседневного круга общения (табл. 6).

Наконец, если посмотреть, насколько плотно распределялись знакомства с предпринимателями по различным слоям населения, то обнаружится, что потенциальные предприниматели и предприниматели по сути дела люди из одного и того же или из близких социальных слоев. Во всяком случае, и в одной, и в другой группе доля тех, кто вообще не имел предпринимателей в числе знакомых, составляла лишь 6,1 % и 6,7 % соответственно. Между тем среди всей остальной части населения не было знакомых предпринимателей уже примерно у 1/3 опрошенных. Более того, если рассмотреть реальный социальный капитал, т. е. наличие предпринимателей среди ближайших родственников и друзей, а не вообще всех знакомых, то окажется, что в протопредпринимательских слоях они имелись у 71,6 %, у предпринимателей — в 86,7 % случаев, а у остального населения — только в 41,6 % случаев.

Таким образом, потенциально-предпринимательские слои — это в первую очередь люди, на личном опыте и на опыте своих ближайших знакомых сформировавшие вполне реальные представления о том, что эта деятельность собой представляет. Можно сказать, что есть определенная социальная среда, включающая в себя как предпринимателей, так и потенциальных предпринимателей, социально-демографические характеристики которой были описаны выше. Именно эта среда и генерирует людей, склонных к реальному предпринимательству, и то, насколько успешны оказываются их усилия, зависит не только от самого человека, но и от ресурсов его ближайшего окружения.

Таблица 6 Наличие предпринимателей в ближайшем окружении различных групп респондентов, %

Предприниматели в ближайшем окружении	Непредпринимательские слои населения	Потенциальные предприниматели	Действующие предприниматели	По массиву в целом
Среди ближайших родственников	17,9	32,6	47,5	22,1
В числе дальних родственников	21,4	34,9	44,2	25,0
Среди друзей	34,3	64,4	82,5	42,1
В числе знакомых	61,1	83,1	88,3	66,2

Причем эта среда состоит из людей, в целом более благополучных в материальном отношении (достаточно сказать, что доход менее региональной медианы имело около 1/3 в этой группе и почти половина остального населения) и гораздо лучше адаптировавшихся к новым условиям, чем остальное население. Из потенциальных предпринимателей 42,9 % отметили, что им удалось приспособиться к жизни в условиях рынка, и только 4,6 % заявили, что это им не удалось и вряд ли когда-нибудь удастся (табл. 7).

Адаптация к новым условиям означала, впрочем, как видно из табл. 8, для потенциальных предпринимателей по их самооценкам рост нагрузок, идущих в ущерб многим их интересам.

Потенциальные предприниматели реализовывали очень разнообразные и активные стратегии выживания. Это проявлялось не только в том, что среди них в два с половиной раза меньше тех, кто ничего не предпринимал, так как считал, что ничего не может сделать для улучшения своего положения, чем среди непредпринимательских слоев населения, но и в том, что общее число вариантов ответа на вопрос «Каким образом Вы или члены Вашей семьи пытаетесь изменить свое материальное положение в лучшую сторону?» среди них было больше, чем среди остальных опрошенных.

При этом среди потенциальных предпринимателей в два раза чаще, чем среди непредпринимательских слоев, встречались указания на переквалификацию для последующей смены работы, в полтора раза чаще — на работу по совместительству в нескольких местах на постоянной основе. Если учесть, что при этом более 1/3 (33,7 %) в группе потенциальных предпринимателей работали по совместительству или сверхурочно по основному месту работы, то оказывается, что, даже с учетом тех, кто использовал эти оба вида совместительства, более половины группы имели постоянное совместительство в различных формах. Более половины из них использовали также любую возможность разовых и временных приработков (это вообще самый распространенный среди них вид получения дополнительных доходов).

Адаптация к новой жизни действительно требовала от этой группы огромных усилий и постоянной, очень активной деятельности. Но, судя по всему, сама по себе работа их не пугала, а социально-профессиональная мобильность (каждый пятый, переквалифицировавшийся для смены работы, — вообще очень высокий показатель) свидетельствует о гибкости и адаптивности этой страты российского общества.

Предпринимательский потенциал российского общества

Таблица 7 Степень адаптированности к жизни в условиях рынка представителей различных групп респондентов, %

Удалось ли Вам приспособиться к жизни в условиях рынка?	Непредпринимательские слои населения	Потенциальные предприниматели	Действующие предприниматели	По массиву в целом
Удалось не только приспособиться, но и улучшить условия своей жизни.	5,9	8,4	25,0	7,6
В целом удалось, хотя жизнь в этих условиях требует чрезмерных усилий (в ущерб здоровью, семье и т. п.)	25,8	34,5	44,2	28,4
Частично удалось, частично нет	35,2	34,5	26,7	34,5
Не удалось, но надежды на улучшение жизни сохраняются	15,1	16,9	1,7	14,5
Не удалось и вряд ли когда-нибудь удастся	13,8	4,6	0,8	11,6
Затрудняюсь ответить	4,1	1,1	1,7	3,5

Таблица 8 Действия представителей различных групп респондентов для изменения своего материального положения в лучшую сторону,

Действия, предпринимаемые для улучшения материального положения	Непредпринимательские слои населения	Потенциальные предприниматели	Действующие предприниматели	По массиву в целом
Работа- по совместительству в нескольких местах на постоянной основе	16,7	24,9	12,5	17,7
Сверхурочная работа или совместительство по основному месту работы	29,2	33,7	25,0	29,6
Обеспечиваем себя сами некоторыми продуктами питания	52,3	41,4	25,8	48,8
Переквалифицируемся, чтобы сменить работу	10,0	19,9	11,7	11,6
Используем любую возможность разовых и временных приработков	40,6	50,6	25,8	41,1
Торгуем продуктами, выращенными у себя на участке	9,1	10,0	7,5	9,1
Сдаем в наем жилье, гараж, дачу, автомобиль к т.п. и/или используем проценты от сбережений	3,1	8,4	5,0	4,0
Вынуждены занимать деньги	16,0	16,9	12,5	15,9
Распродаем кое-что из накопленного имущества	2,0	2,7	2,5	2,2
Получаем помощь со стороны	12,1	14,2	7,5	12,1
Ничего не предпринимаем, так как ничего не можем сделать для улучшения своего положения	8,5	3,8	2,5	7,4
Ничего не предпринимаем, так как это не нужно	4,4	3,8	20,0	5,4
другое	1,6	6,5	15,0	3,2

В то же время столь активная и разносторонняя деятельность представителей группы потенциальных предпринимателей отнюдь не означала достижения ими высоких жизненных стандартов. Скорее благодаря такой гибкости и предприимчивости им удалось лишь поддержать определенный стандарт средне-обеспеченности, что в ином случае было бы невозможно. Не случайно у 2/3 потенциальных предпринимателей доходы по итогам предыдущего года не изменились или даже понизились и лишь примерно у 1/3 повысились, в том

числе всего у 1,5 % повысились значительно. А ведь при этом около 1/3 группы, как уже говорилось выше, имели доходы ниже медианных для своего региона, и только у 21,7 % среднемесячные душевые доходы в домохозяйстве были выше двух региональных медиан. Однако эти показатели отражали все же принадлежность к более благополучной в материальном отношении среде, так как у непредпринимательских слоев населения доходы ниже медианных имели 46,3 %, а выше — только 11,3 %.

Но почему же одни представители этой относительно благополучной среды тяготели к занятиям предпринимательством, а другие нет? Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо рассмотреть специфику ценностных ориентаций потенциальных предпринимателей. В первую очередь при этом выясняется, что потенциальные предприниматели по своим ценностным ориентациям находились гораздо ближе к действующим предпринимателям, чем к остальному населению (табл. 9).

Первое, что бросается в глаза при анализе полученных данных, — это неконформизм как предпринимателей, так и потенциальных предпринимателей, резко отличающий их от остальной части населения, а также их ориентация на инновационный тип поведения. Свыше 70 % предпринимателей и 60 % потенциальных предпринимателей считали, что выделяться среди других и быть яркой индивидуальностью лучше, чем жить как все. В то же время среди остального населения большинство предпочло альтернативное суждение «жить, как все, лучше, чем выделяться среди других».

Аналогичная картина складывалась и в отношении оценки традиционного и инновационного стилей жизни. Среди предпринимателей 80,0 % и среди потенциальных предпринимателей 62,8 % полагали, что «главное — это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, готовность к риску оказаться в меньшинстве». В то же время большинство остального населения считало, что «главное — это уважение к сложившимся традициям, обычаям, следование привычному, принятому большинством».

Что касается остальных ценностных ориентаций, то они и у потенциальных предпринимателей и у предпринимателей качественно не отличались от таковых у остального населения. Можно выделить лишь чуть большую ценность власти в их глазах, меньшую склонность приветствовать стабильность окружающего мира и меньшую распространенность уравнилельных настроений. Кроме того, для них выше ценность свободы и ниже материального благополучия, чем для непредпринимательских слоев населения. Причем свобода в большей степени означала для них личную свободу, независимость, нежели определенный набор политических прав и свобод.

Не удивительно, что, оценивая последствия 10 лет российских реформ для общества, потенциальные предприниматели чаще, чем непредпринимательские слои, выделяли возможность зарабатывать без ограничений (соответственно 29,1 % и 24,0 %), свободу слова и мысли (26,4 % и 22,6 %), сближение русского образа жизни с образом жизни развитых стран (21,8 % и 16,2 %), большие возможности для самовыражения и личной карьеры (16,9 % и 12,7 %). Они чаще отмечали, что жизнь стала ярче, интересней (10,3 % и 6,8 %). При этом число тех, кто не видел вообще никаких приобретений для общества за десятилетие российских реформ, оказалось в группе потенциальных предпринимателей почти вдвое меньше, чем среди непредпринимательских слоев (4,6 % и 7,5 %).

Предпринимательский потенциал российского общества

Таблица 9 Ценностные ориентации различных групп респондентов, %⁹

Ценность	Непредпринимательские слои населения	Потенциальные предприниматели	Действующие предприниматели	По массиву в целом
В своей жизни человек должен стремиться к тому, чтобы у него была спокойная совесть и душевная гармония	92,2	86,2	83,3	90,7
В своей жизни человек должен стремиться к тому, чтобы у него был доступ к власти, возможность оказывать влияние на других	7,3	13,0	16,7	8,8
Только на интересную работу можно потратить значительную часть жизни	30,8	54,4	57,5	51,8
Главное в работе — это сколько за нес платят	47,7	44,8	42,5	47,0
Жить в непрерывно меняющемся обществе трудно, но все-таки интересно	38,8	73,2	70,0	61,7
Все перемены к худшему, поэтому я хотел(а) бы, чтобы мир вокруг меня оставался таким же, каким я привык(ла) его видеть	39,1	25,7	28,3	36,3
Если авторитетные политики призовут меня во имя спасения страны пожертвовать личным благосостоянием, я готов(а) на это пойти	24,4	25,7	16,7	24,0
Я не готов(а) жертвовать личным благополучием даже ради спасения страны	72,2	70,1	80,8	72,5
Равенство возможностей для проявления способностей каждого важнее, чем равенство положения, доходов и условия жизни	62,2	70,5	75,0	64,4
Равенство доходов, положения, условий жизни важнее, чем равенство возможностей	33,4	26,1	22,5	31,5
Главное — уважение к сложившимся традициям, обычаям, следование привычному, принятому большинством	50,9	34,5	19,2	46,3
Главное — инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, готовность к риску оказаться в меньшинстве	46,4	62,8	80,0	51,1
Свобода — то, без чего жизнь теряет смысл	55,5	64,4	59,2	57,1
Главное — материальное благополучие, а свобода второстепенна	42,5	33,3	39,2	40,9
Свобода человека реализуется в его политических правах и свободах	21,0	18,4	15,8	20,3
Свобода — возможность быть самому себе хозяином	77,4	80,1	82,5	78,2

Типология потенциальных предпринимателей: прагматики, «предприниматели поневоле», «романтики»

Среди потенциальных предпринимателей присутствуют носители разных мотивационных моделей (табл. 10), которые зачастую переплетаются, образуя сложные мотивационные кластеры. Для простоты выделим несколько предельных случаев. Таковых, на наш взгляд, всего три.

Одни рассматривают возможность открытия собственного дела исходя из реалистической оценки определенных возможностей (причем не только личных, но и материально-финансовых), другие — в силу юношеской самонадеянности и стремления к быстрому социальному успеху, третьи — от безысходности. Назовем эти три группы для простоты прагматиками, романтиками и предпринимателями поневоле. Попытаемся условно оценить размеры каждой из этих страт и рассмотрим побудительные мотивы, которыми может быть объяснено их стремление стать предпринимателями.

⁹ Вопрос задавался в форме пар альтернативных суждений. В таблице не представлены затруднившиеся с ответом, число которых колебалось по различным парам от 0,5 % до 4,1 %

Таблица 10 **Вы будете создавать это предприятие, потому что хотите стать предпринимателем или потому, что у Вас нет лучшего выбора места работы?**

Причина и мотив к предпринимательству	В % от выборки (N=1756)	В % от числа потенциальных предпринимателей (N=237)
Хочу стать предпринимателем	3,5	25,7
Нет другого места работы	0,7	5,1
Имею работу, но ищу лучших условий	5,6	41,8
Комбинация всех вышеуказанных причин	1,9	14,3
Иные причины	0,7	5,1
Не знаю	0,6	4,6
Нет ответа	0,5	3,4

Прагматиков явно больше. Об этом свидетельствует тот факт, что среди потенциальных предпринимателей 105 человек (44,3 %) ответили, что за годы реформ их семье удалось улучшить свои условия жизни или, по крайней мере, адаптироваться, тогда как доля дезадаптантов составляет 49 человек — 20,7 %. (Правда, жизненный уровень семьи понизился у 65 человек, но на фоне более глубокого снижения жизненного уровня ближайшего окружения сам по себе данный факт как социальная неудача респондентами не рассматривается.) Остальных нельзя отнести ни к выигравшим, ни к проигравшим от реформ, так что их мотивация к предпринимательской деятельности не может быть объяснена ни стремлением закрепить успех, ни желанием отыграть социальный проигрыш. По-видимому, в этом сегменте наиболее типичной является именно фигура «романтика» (еще примерно 35 %).

В целом среди стремящихся открыть собственный бизнес значительно чаще встречаются лица, которых полностью удовлетворяет их нынешняя оплата труда. Их уровень жизни за последний год несколько повысился или остался прежним; они этим частично удовлетворены, равно как и режимом труда, содержанием работы и возможностью реализации профессиональных знаний и опыта. Зато их, как правило, полностью не удовлетворяют имеющиеся у них возможности профессионального и служебного роста, реализации собственных идей, а также невозможность быть независимыми. По-видимому, все указанные мотивы можно рассматривать как проявление здорового прагматизма: 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.

Потенциальные предприниматели поневоле, составляющие примерно 1/5 часть потенциально-предпринимательского слоя¹⁰, руководствуются совсем

¹⁰ Мы не можем в полной мере согласиться с портретом предпринимателей поневоле, который дает руководитель международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» Пол Рейнольдс. Он считает, что это — «отчаявшиеся молодые люди в развивающихся странах», которым от 18 до 24 лет, а также что в России бизнес поневоле начинают крайне редко [Бизнесмены поневоле 2002].

Предпринимательский потенциал российского общества

иными мотивами: в бизнесе они видят главным образом возможность выйти из сложного материального положения. О том, что оно является таковым, свидетельствует тот факт, что 25,4 % подумывающих о собственном предприятии рассматривают свое материальное положение как плохое. (Конечно, речь не идет о прямой нужде. Главным образом имеются в виду стесненные жилищные условия, возможность проведения досуга и отдыха.) Кроме того, на стремление стать предпринимателем влияет и наличие в семье нетрудоспособных, что в нынешней российской действительности в большинстве случаев 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 люди или инвалиды.

Труднее всего идентифицировать «романтиков». Несомненно, их главной отличительной чертой является отсутствие социального опыта, сочетающееся с идеализированным представлением о бизнесе как пути к быстрому успеху и благополучию (характерно для молодежи до 21 года, составляющей 11 % желающих обзавестись собственным делом), но не только это. Элементы романтизма проявляются и в широко распространенном среди примерно 1/3 потенциальных предпринимателей убеждении, что через год они и их семья в финансовом отношении будут жить лучше. Примечательно, что те, кого от предпринимательского старта удерживает боязнь неудачи, настроены менее оптимистично: лишь 18,5 % из них рассчитывают на улучшение финансового положения через год.

Насколько оправданны финансовые ожидания, подкрепляются ли они текущими материальными успехами? Об этом можно косвенно судить по тем реализованным (и оставшимся нереализованными) планам на 2001 г., которые имелись у опрошенных потенциальных предпринимателей в сравнении с аналогичными данными по выборке в целом (табл. 11).

Потенциально-предпринимательская страта благодаря более успешному решению вопроса о повышении ежемесячного дохода обладает несколькими большими материально-финансовыми возможностями, что проявляется в более активном улучшении ими своих жилищных условий, приобретении автомобилей. Вместе с тем в том, что касается образования детей или приобретения дачных участков (и то и другое — достаточно дорогостоящие статьи расходов), различий между ними и остальным населением не просматривается.

Однако на решение заняться бизнесом или воздержаться от этого влияют не только материальные предпосылки и мотивация, но и оценка динамики изменений делового климата потенциальных предпринимателей. В общем они весьма сдержанные (табл. 12, 13). При этом совершенно очевидно, что боязнь неуспеха во многом связана именно с выраженной негативно-неопределенной оценкой возможностей для развития бизнеса в своем регионе и в стране в целом со стороны соответствующей части респондентов.

Протопредприниматели и латентные предприниматели

Выяснилось, что от раздумий общего характера к конкретным планам создания нового предприятия переходят лишь менее половины потенциальных пред-

Таблица 11 Что удалось и не удалось реализовать в 2001 г.?

Что удалось и что не удалось в 2001 г.:	Думают об открытии собственного бизнеса:*			Выборка в целом:**		
	Удалось реализовать	Не удалось реализовать	Не предполагалось	Удалось реализовать	Не удалось реализовать	Не предполагалось
Улучшить жилищные условия	17,0	34,5	48,5	10,5	31,8	57,6
Купить автомобиль	9,0	28,5	62,5	6,7	17,4	75,9
Рост зарплаты, ежемесячного дохода	44,0	49,1	6,9	33,4	52,4	14,2
Дать образование детям	24,8	13,9	61,3	22,5	15,5	62,1
Приобрести дачный участок	4,0	7,9	88,1	3,2	7,3	89,4

* % от данной группы респондентов.

** % от выборки в целом.

Таблица 12 По Вашему мнению, в следующие 6 мес. в том населенном пункте, где Вы живете, будут хорошие условия для открытия своей фирмы?*

Оценка	Хотят открыть собственный бизнес	Хотят открыть бизнес с нынешним наимателем	Считают, что располагают необходимыми знаниями, навыками и опытом, чтобы открыть свою фирму	От открытия своего дела удерживает боязнь неудачи
Да	18,8	15,8	19,0	9,8
Нет	30,3	31,6	32,8	32,4
Затруднились ответить	50,9	52,6	48,2	57,8

* % от численности соответствующей группы респондентов.

Таблица 13 Как Вы считаете, через год условия для развития предпринимательства в стране будут:*

Ответ	Хотят открыть собственный бизнес	Хотят открыть бизнес с нынешним наимателем	Считают, что располагают необходимыми знаниями, навыками и опытом, чтобы открыть свою фирму	От открытия своего дела удерживает боязнь неудачи
Лучше	15,2	5,3	18,1	12,7
Такие же, как сейчас	39,4	36,8	39,7	38,2
Хуже, чем сейчас	6,7	10,5	8,6	6,9
Затруднились ответить	38,7	47,4	33,6	42,2

* % от численности соответствующей группы респондентов.

принимателей (табл. 14). Но и 6 % от выборки — вполне весомая доля, если учесть все неопределенности и риски неустоявшегося российского рынка. Если удалось бы до предела снизить барьеры для вхождения в рынок и обеспечить эффективную институциональную поддержку этим людям (консультации, тренинг, информационная поддержка и т. п.), то число созданий индивидуальных и малых предприятий в России, составляющее на сегодня, как было отмечено выше, в среднем 8 единиц на 1 тыс. человек населения, т. е. 0,8 %, возросло бы на порядок! Допуская, что с учетом нетрудоспособного населения и препятствий на начальном этапе развития до стадии старта дошли бы только четверть из них, следует констатировать, что и в этом случае численность создаваемых МП на

Предпринимательский потенциал российского общества

Таблица 14 В течение последнего года предпринимали ли Вы что-либо, чтобы начать бизнес на практике (например, подыскивали место для размещения или оборудование, занимались подбором будущего персонала, работали над бизнес-планом, начали накапливать финансовые средства, готовили документы для регистрации, делали иные шаги)?

Ответ	% от выборки (N=1756)	% от числа потенциальных предпринимателей (N=237)
Да	6,0	44,7
Нет	7,5	55,3

1 тыс. человек населения в России могла бы составить около 25 фирм. Даже если бы в среднем эти создаваемые фирмы привлекали всего 3—5 человек в качестве наемных работников, то этим самым они дополнительно обеспечивали бы прирост порядка 80 новых рабочих мест на 1 тыс. человек взрослого населения.

Планы респондентов еще не вполне устойчивы даже в основных чертах. Так, отвечая на один из вопросов анкеты, 31 % опрошенных указали, что они будут единственными владельцами нового предприятия, тогда как в ответах на аналогичный вопрос в другом месте анкеты эта доля снизилась до 23 %. В целом же у респондентов довольно четкое представление о том, как распределятся функциональные обязанности в новой фирме и какова будет численность занятых в ней (табл. 15).

Таким образом, согласно самооценке опрошенных, они могли бы создать поначалу не менее пяти новых рабочих мест, а к исходу первых пяти лет существования фирмы примерно утроить численность занятых. Если по-прежнему придерживаться гипотезы, что до старта могли бы прийти примерно 25 % из них, то эти фирмы оттянули бы на себя не менее 15—20 % экономически активного населения. (Мы здесь исходим из идеальных условий, не принимая во внимание неизбежное расхождение планов с реальностью, а также тот факт, что значительная часть стартующих фирм банкротятся и закрываются в течение весьма короткого периода времени, так что занятые на них работники снова пополняют армию безработных и т. д.)

Насколько реалистичными можно считать планы создания собственных новых фирм, во многом зависит от наличия команды и необходимых материально-финансовых ресурсов. Как следует из результатов опроса, в значительной мере подбор команды определяется семейно-дружескими связями потенциального предпринимателя (табл. 16). Это может быть вполне приемлемо при создании семейного бизнеса, но при ориентации на растущее и развивающееся малое предприятие скорее послужит тормозом, чем стимулом развития, о чем свидетельствует не вполне благополучный опыт работы с ближайшими родственниками и друзьями, многократно зафиксированный в ряде предыдущих исследований РНИСиНП [см., напр., *Обыденнова* 1998, с. 46—51; *Занятость, малый бизнес и рынки труда 2000*, с. 83—85; *Чепуренко, Обыденнова* 2000, с. 21—22].

Впрочем, возможно, это связано не столько с желанием, сколько с необходимостью работать с ближайшими родственниками и друзьями в силу того, что значительная часть средств, необходимых для открытия фирмы, предоставляется именно ими (табл. 16, 17).

Таблица 15 Сколько человек на новом предприятии...

Будут собственниками и/или управляющими, включая Вас	Будут поначалу работать по найму	Будут работать по найму через пять лет
средневзвешенное значение = 2,22 чел.	средневзвешенное значение = 5,65 чел.	средневзвешенное значение = 18,52 чел.

Таблица 16 Если у Вашего предприятия будут совладельцы, то кто именно?

Ответ	% от числа потенциальных предпринимателей (N=237)
Ближайшие родственники	31,2
Друзья	33,8
Нынешние коллеги	11,0
Нынешний работодатель	3,0
Другие лица	4,2
Вы будете единственным владельцем	23,6

Ответы респондентов показывают, что основными источниками мобилизуемых финансовых средств являются их личные деньги, семейные сбережения и средства друзей, в совокупности составляющие примерно столь же важный источник. Несколько неожиданными являются данные о том, что примерно 1/5 часть респондентов получали (или надеются получить) финансирование для предпринимательского старта от банков, а 10 % — из государственных программ. Малой является роль нынешнего нанимателя, знакомых и соседей, хотя очень значительное число, не ответивших на соответствующий вопрос именно по данным строкам, на наш взгляд, косвенное свидетельство того, что роль неформальных финансовых партнеров в действительности все же является заметно более существенной.

Мотивационные особенности, формы участия и источники капитала стартовых предпринимателей

В выборке оказался 121 действующий предприниматель, причем только шесть из них создали свои фирмы в 2001 г. и один — в 2002 г., поэтому в значительной степени высказывания и оценки респондентов характеризуют трудности стартового предпринимательства за годы рыночных реформ в целом, а не специфические проблемы, которые приходится решать стартовым МП в последние годы.

В табл. 18 представлены наиболее распространенные формы участия респондентов в бизнесе: владение или совладение фирмой (сочетающееся, как правило, с выполнением обязанностей управляющего), участие только в капитале без выполнения реальных предпринимательских функций, наконец, неформальное участие в бизнесе через предоставление финансовых и иных ресурсов

Предпринимательский потенциал российского общества

Таблица 17 Получали ли Вы (рассчитываете ли получить) средства для начала деятельности данного предприятия из следующих источников?

Источник средств	Категория ответших, %	Да	Нет	Не знаю	Нет ответа
Личные средства	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N= 106)	78,3	18,9	-	2,8
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	59,9	27,4	3,0	9,7
Семья или	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	46,2	43,4	7,5	2,9
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	38,4	42,2	10,1	9,3
Друзья	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	34,0	52,8	7,5	5,7
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	30,4	47,3	11,8	10,5
Знакомые или	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	0,1	81,1	0,0	18,8
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	6,8	74,3	5,1	13,9
Коллеги по работе	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N= 106)	10,4	70,8	10,4	8,4
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	8,9	67,5	8,4	15,2
Работодатель	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	0,1	76,4	0,0	23,5
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	6,8	72,2	5,5	15,6
Банк или иной финансовый институт	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	21,7	50,9	0,2	27,2
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	25,3	43,5	16,0	15,2
Правительственные программы поддержки	От предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	10,4	58,5	20,8	10,3
	От числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	14,3	51,5	18,6	15,6

Таблица 18 Какое из приведенных высказываний справедливо в отношении Вас? (обведите подходящий код в каждой строке)

Ответ	Показатель, %	Да	Нет	Нет ответа
1. Вы в настоящее время являетесь владельцем фирмы, в управлении которой участвуете	От выборки (N=1756)	5,3	1,3	0,3
	От числа действующих предпринимателей (N=121)	76,9	19,0	4,2
2. Вы являетесь владельцем или совладельцем фирмы, но лично в ее текущей деятельности не участвуете	От выборки (N=1756)	0,6	5,5	1,0
	От числа действующих предпринимателей (N=121)	9,1	80,2	10,7
3. За последние три года Вам приходилось лично участвовать в привлечении средств, чтобы кто-то другой мог начать свое дело без официального участия в капитале или акциях данной фирмы	От выборки (N=1756)	1,3	4,8	0,7
	От числа действующих предпринимателей (N=121)	19,0	70,2	10,8

также без прямого участия в осуществлении предпринимательских функций. Как видно из таблицы, абсолютно доминирует первый тип, но и третий получил значительное распространение (почти 1/5 предпринимателей таковыми формально и по сути не являются, перекадывая как риски, так и обязанности по текущему управлению на реально действующих владельцев бизнеса).

Представителей второго и третьего типов следует охарактеризовать как квазипредпринимателей, отдельная часть которых эпизодически выполняют собственно предпринимательские функции. В этом случае уместно говорить о промежуточной ступени к превращению в собственно предпринимателей.

Распространенность неформального кредитования в предпринимательских и околореприимательских кругах на деле, очевидно, еще более широка. Во всяком случае, эпизодически давать деньги в долг другим людям для ведения бизнеса приходилось более чем половине действующих предпринимателей (табл. 19), причем, как правило, это были друзья, значительно реже — родственники и коллеги по работе (табл. 20).

Именно то обстоятельство, что деньги давали в долг, пусть даже в деловых целях, исходя из наличия прочных личных связей и привязанностей, объясняет, почему чаще всего это делалось на беспроцентной основе (табл. 21). Вероятно, сказанное иллюстрирует, насколько важно для успеха в малом и семейном бизнесе в России (где банковское финансирование практически недоступно, а иные формы кредитной поддержки распространены весьма слабо) наличие разветвленных межличностных связей. Иными словами, социальный капитал вполне может при необходимости компенсировать нехватку оборотных средств, причем на условиях, более благоприятных, чем в формальном банковском секторе.

Социальный капитал необходим не только как субститут денежных средств, но и как важная предпосылка формирования ядра будущей команды, а затем и персонала предприятия. По данным ряда предыдущих исследований РНИСиНП, даже на прежних российских МП преобладали неформальные каналы поиска и привлечения дополнительных работников.

Мотивы предпринимательской деятельности у действующих бизнесменов несколько отличаются от аналогичных мотивов у потенциальных предпринимателей (ср. табл. 22 и табл. 10). Особенно заметно, что треть действующих предпринимателей считают, что не смогли бы найти себе другое место работы, тогда как среди потенциальных предпринимателей это соображение присутствует только у 5 %.

Очевидно, на мнении «предпринимателей поневоле» сказываются заметно изменившиеся в последние годы макроэкономические условия, при которых спрос на труд, особенно квалифицированный, стал расти, и невозможность трудоустройства перестала быть решающей для них.

Несколько более заметную долю среди ныне активно действующих предпринимателей составили те, кто ушел в бизнес, чтобы реализовать собственные замыслы (30 % против 25 % среди теперешних потенциальных предпринимателей). По-видимому, за прошедшие годы несколько убавилось романтизма и прибавилось прагматизма при принятии решения о выборе предпринимательской карьеры.

Действующие предприниматели, имеющие за плечами многолетний опыт ведения бизнеса, являются, пожалуй, наиболее квалифицированными экспертами при оценке нынешних условий для развития предпринимательства в целом (и открытия нового бизнеса в частности). Примечательно, что их оценки следует признать умеренно пессимистическими. Это проявляется, во-первых, в ответе на стандартный проверочный вопрос: треть респондентов затруднились ответить, взялись ли бы они сегодня за создание нового дела, и еще почти пятая часть ответили на вопрос отрицательно (табл. 23). В совокупности это несколько превышает долю позитивных ответов.

Считают, что в следующие 6 мес. условия для открытия новой фирмы в их населенном пункте будут хорошими, примерно четверо; остальные ответили

Предпринимательский потенциал российского общества

Таблица 19 Приходилось ли Вам давать деньги для ведения бизнеса другим людям?, %

Ответ	От выборки (N=1756)	От числа действующих предпринимателей (N=121)
Да	3,9	56,2
Нет	3,0	43,8

Таблица 20 Если Вы сказали, что давали деньги для ведения бизнеса в долг другим людям, то кто это были?, %

Ответ	От выборки (N=1756)	От числа действующих предпринимателей (N=121)
Близкий родственник (супруг/супруга, сын/дочь, отец/мать, внук/внучка и т. п.)	0,9	12,4
Менее близкий родственник	0,3	5,0
Коллега по работе	0,9	13,2
Друг или знакомый	2,4	34,7
Незнакомый человек с хорошей предпринимательской идеей	0,1	1,7
Другое лицо	0,1	0,8

Таблица 21 Если Вы давали деньги для ведения бизнеса в долг, то как?,

Ответ	От выборки (N=1756)	От числа действующих предпринимателей (N=121)
Под проценты	0,7	10,7
На беспроцентной основе	2,7	38,8
На иных началах	0,5	6,6
Не давал в долг	3,0	43,8

Таблица 22 Вы участвуете в этом предприятии потому, что хотите быть предпринимателем или у Вас нет лучшего выбора места работы?

Ответ	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
Хочу быть предпринимателем	2,1	30,6
Нет другого места работы	2,3	33,9
Комбинация обоих факторов	1,7	24,0
Другие причины	0,5	6,6
Затрудняюсь ответить	0,3	5,0

Таблица 23 Если бы Вам пришлось открывать свой бизнес сегодня, стали бы Вы начинать все сначала?

Ответ	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
Да	3,3	47,9
Нет	1,3	18,2
Затрудняюсь ответить	2,3	33,9

«нет» (36 %) или затруднились с ответом. Улучшения условий для развития предпринимательства в стране в целом в следующем году ожидают только 12 %, ухудшения — 18 %; треть затруднились с ответом, более трети посчитали, что они останутся такими же, как теперь. Эти ответы до некоторой степени контрастируют с намерением наращивать объемы бизнеса в ближайшие пять лет (отражающим, по-видимому, скорее свойственный предпринимательской натуре оптимизм, чем трезвый учет складывающихся условий).

Проблемы на пути стартующих малых и семейных предприятий

Оценить основные трудности открытия собственного дела позволяют мнения как действующих (121 человек), так и бывших предпринимателей (80 человек), число которых в совокупности составило 201 человек (11,4 % от общей выборки). Истории успеха и неуспеха бизнеса весьма различны. Если сгруппировать их в несколько более общих типов, то получается следующая картина:

- удачно прошли регистрационно-разрешительные процедуры и продолжают заниматься бизнесом 46,7 % из числа «предпринимательской» подвыборки (5,3 % выборки в целом);
- удачно прошли регистрационно-разрешительные процедуры, но деятельность предприятий в силу разных причин прекратили 27,4 % (3,1 %);
- не смогли преодолеть барьеры на входе на рынок и бизнесом не занимаются 2,5 % (0,3 %);
- не смогли преодолеть барьеры на входе на рынок, но бизнесом занимаются 4,0 % (0,5 %);
- не пытались преодолевать барьеры на входе на рынок и бизнесом занимаются «по-черному» 6,0 % (0,7 %);
- занимаются бизнесом от случая к случаю, никак его не оформляя, 13,4 % (1,5%).

Таким образом, высокие административные барьеры на входе в рынок стали причиной отказа от занятий бизнесом еще до старта только у 2,5 % респондентов. Если сопоставить это число с предпринимательским потенциалом в широком смысле слова, то это примерно 2,2 % из потенциально желающих заниматься бизнесом (13,5 %) и примерно каждый пятый по отношению к тем, кто не только мечтает, но и активно готовится к предпринимательской деятельности. В целом это свидетельствует, вопреки широко распространенному взгляду, скорее об относительной проходимости барьеров на входе в рынок для стартующих предприятий в России.

Различные формы нелегального предпринимательства и эпизодическое предпринимательство распространены достаточно широко: в них вовлечены 2,7 % участников опроса. По отношению к действующим предпринимателям в выборке это почти 40 %.

Одна из наиболее распространенных разновидностей эпизодического предпринимательства — челночная торговля, вернее, участие в ее разветвленной сети закупщиков, перекупщиков, посредников и продавцов. По-видимому, именно эпизодическое предпринимательство является наиболее массовой формой

Предпринимательский потенциал российского общества

теневого предпринимательской экономической активности. Поскольку по сравнению с систематическим ведением предпринимательской деятельности в тени это то же самое, что партизанские действия в сравнении с деятельностью регулярной армии, совершенно очевидно, что и формы борьбы, которые могут быть действенными против настоящих теневых фирм, будут малоэффективны для нейтрализации ведущегося наскоком «партизанского» предпринимательства.

Так как прекратили свое существование лишь немногие фирмы, делать обобщающие выводы на этом основании не следует. Тем не менее отметим, что 72 % закрывшихся МП просуществовали менее четырех лет после прохождения регистрации либо получения патента (лицензии) на ведение индивидуальной предпринимательской деятельности, в том числе 32 % МП и 22 % ИЧП просуществовали менее года. В принципе эти данные не расходятся со статистикой «смертности» в секторе малого предпринимательства, полученной на основе оценки экспертных данных [ср.: Российское обозрение 2002, с. 59].

Анализ причин закрытия стартовавших предприятий (табл. 24) показывает, что основной причиной этого, по мнению опрошенных, был недостаток финансовых средств. Однако, если суммировать показатели по двум строкам, характеризующим роль властей (отсутствие связей и давление проверяющих органов), то в совокупности значимость административных факторов даже превышает значимость наличия финансовых средств — свыше 80 %. Такое суммирование представляется тем более оправданным, что наличие связей, как правило, бывает необходимым именно для смягчения контрольно-проверочного пресса на бизнес. Иными словами, если верить полученным данным, то власти «мягко стелют» (барьеры на входе минимальны), но потом малому предпринимателю без нужных связей бывает «жестко спать».

Все остальные объективные и субъективные причины имеют гораздо меньшее значение в неуспехе малого предприятия (включая отсутствие грамотного бизнес-плана, недостаток специальных знаний и пресловутое давление криминальных структур).

Ответы на вопрос относительно необходимых предпосылок для успешного предпринимательского старта несколько не меняют полученной картины (табл. 25): выясняется, что тремя самыми важными предпосылками являются все-таки, наряду со стартовым капиталом, личные связи в органах власти, контрольных и правоохранительных органах и, наконец, предпринимательский склад характера (последние два фактора собрали поровну — по 50 % ответов).

Выводы

Несмотря на то что свыше 44 % опрошенных отмечали снижение своего жизненного уровня в ходе реформ, а почти половина респондентов считали, что возможность повысить свое благосостояние законным образом увеличилась лишь для узкого круга людей, это не вызывает неприязненного или враждебного отношения к предпринимательству в целом ни в одной социально-демографической группе. С наибольшей симпатией при этом опрошенные относятся к малому предпринимательству. Как личное отношение к нему респондентов, так и оценка отношения к малому бизнесу в местах проживания опрошенных и в

Таблица 24 Если Вы в прошлом пытались начать собственный бизнес, но неудачно, в чем главные причины этого? (выберите три наиболее важных варианта ответа)

Ответ	% от выборки (N=1756)	% от числа бывших предпринимателей (N=80)
Убедился, что быть предпринимателем - это не для меня	0,7	16,3
Не хватило финансовых средств на раскрутку бизнеса	3,6	78,6
Не оказалось нужных связей в органах власти, муниципальной, городской, региональной (нужное подчеркнуть)	1,9	41,2
Давление криминальных структур	0,8	17,6
Давление проверяющих, контролирующих органов (например, пожарная инспекция, СЭС и т п)	1,9	41,2
Не удалось найти контакты, поддержку среди действующих предпринимателей;	0,4	8,8
Отсутствие либо непродуманность плана развития собственного бизнеса на перспективу	0,9	18,8
Не удалось найти покупателей своей продукции, услуг	0,6	12,6
Не хватило специальных знаний в следующих областях, управление предприятием, управление персоналом, маркетинг, финансовое планирование (нужное подчеркнуть)	0,9	20,1
Не удалось найти помещение производственное, офисное (нужное подчеркнуть)	0,5	11,3
Не удалось найти нужное оборудование	0,2	4,9
Не удалось найти нужных специалистов, работников	0,3	7,5
Не удалось преодолеть процедуру регистрации	0,3	7,5
По состоянию здоровья	0,4	3,5
По семейным обстоятельствам	0,6	8,8
Не видел перспектив	1,0	21,3
Другие причины	0,6	12,6

стране в целом примерно 3/4 оценивают как благоприятное. В значительной степени отношение к малому бизнесу формируется под влиянием наличия предпринимателей в ближайшем окружении подавляющего большинства опрошенных.

Общие условия для ведения бизнеса рассматриваются населением в целом более сдержанно: как относительно благоприятные их охарактеризовали только 1/3 респондентов; что же касается возможностей для открытия собственного дела в местности, где они сами проживают, и в стране в целом, то оценки еще более сдержанные: улучшений здесь ожидают примерно 10 % респондентов.

Предпринимательский потенциал взрослого самодеятельного населения достаточно высок:

- 13,5 % опрошенных так или иначе рассматривают возможность для себя предпринимательского старта (потенциальные предприниматели);
- примерно 6 % в течение последнего года осуществляли конкретные шаги по подготовке к открытию собственного дела (протопредприниматели и латентные предприниматели).

Если сопоставить указанные данные с основанной на статистике оценкой активности населения по созданию ПБОЮЛ и МП, то следует признать, что до

Предпринимательский потенциал российского общества

Таблица 25 **Что, по Вашему мнению, необходимо для успешного начала предпринимательской деятельности? (выберите три наиболее важных варианта ответа)**

Ответ	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих и бывших предпринимателей (N=201)
Особый предпринимательский склад характера	5,8	50,7
Стартовый капитал	9,2	80,1
Личные связи в органах власти	3,5	30,8
Личные связи в правоохранительных органах	0,9	8,0
Личные связи в контролирующих органах (напр., пожарная инспекция, СЭС и т. п.)	1,4	11,9
Личные связи и поддержка со стороны действующих предпринимателей	1,3	10,9
Наличие четкого плана развития собственного бизнеса на перспективу	3,4	29,4
Наличие предварительных договоренностей с будущими поставщиками и покупателями о совместных действиях	1,4	11,9
Наличие специальных знаний в следующих областях: управление предприятием, управление персоналом, маркетинг, финансовое планирование	2,0	17,4
Доступ к помещениям (производственным, офисным)	0,9	7,5
Возможность взять необходимое оборудование в аренду, лизинг	1,3	10,9
Наличие команды специалистов и работников нужной квалификации	1,7	14,4
Возможность своевременно получить квалифицированную консультацию по проблемам бизнеса	вопрос не задавался	вопрос не задавался

стадии создания собственного бизнеса в одной из этих форм доходит лишь примерно каждый восьмой протопредприниматель. Остальные оставляют попытки создать, во всяком случае в рамках легальной экономики, свое дело. Между тем если хотя бы четверть протопредпринимателей смогли бы реализовать свои планы, то численность создаваемых ПБОЮЛ и МП в стране увеличилась бы на порядок, причем примерно 15—20 % экономически активного населения получили бы новые (или дополнительные) рабочие места.

Приступившие к созданию собственного дела лица исходят из того, что через пять лет после начала деятельности их фирм на них в среднем будет занято примерно 18 человек, уже действующие предприниматели (121 человек, или 6,9 % от выборки) — чуть более 20 человек. При этом, правда, анализ ответов бывших предпринимателей (таких оказалось 80 человек, или 4,6 % от выборки) свидетельствует, что стартовавшие МП подвержены весьма высокой «смертности» — почти три четверти из них закрываются в течение первых четырех лет после начала деятельности.

Из числа потенциальных предпринимателей примерно 40 % руководствуются вполне прагматическими соображениями, около 1/5 составляют «предприниматели поневоле» (вынужденные искать в предпринимательстве решения своих материальных проблем, но не имеющие особой склонности к предпринимательской деятельности), остальных можно охарактеризовать как «романтиков».

Значительную часть (около трети) потенциальных предпринимательских слоев составляют люди, имевшие в прошлом опыт предпринимательской деятельности и оставшиеся после этого убежденными, что предпринимательство — это их дело, что они могут и способны им заниматься, но не пытавшиеся завести свой бизнес из-за отсутствия необходимых для этого ресурсов. Прошлый опыт научил их, что для раскрутки собственного дела нужны более значительные ресурсы, нежели те, которыми они располагают, прежде всего финансовые и социальные. Таким образом, необходимая помощь в предоставлении финансовых ресурсов и профессиональном консультировании, с одной стороны, и снижение пресса «государственного рэкета» — с другой, могли бы значительно расширить социальную базу предпринимательства в России.

Говоря о «государственном рэжете», мы имеем в виду в первую очередь не создание высоких барьеров на входе — они, судя по данным указанного опроса и других проводившихся в последние два года исследований (напр., ЦЭФИР), невысоки, а пресс контрольных процедур. При этом, видимо, значительная часть активности контрольных органов обусловлена вовсе не должностными инструкциями, а индивидуальной «активностью» чиновников соответствующих инстанций, стремящихся таким образом извлекать политическую ренту. Данное стремление в весьма малой степени может быть нейтрализовано одной только регламентацией осуществления проверочной деятельности, поскольку оно порождено не следованием корпоративным целям, а личными материальными интересами отдельно взятых чиновников, «приватизирующих» выполнение тех или иных государственных функций.

Роль основных структур поддержки развития малого бизнеса в настоящее время выполняют прежде всего социальные сети. Именно от своего ближайшего окружения начинающий предприниматель получает и соответствующий импульс к занятиям бизнесом, и необходимые ресурсы, и требующиеся ему знания и связи. Поэтому одним из важнейших компонентов социального ресурса, который есть у начинающего предпринимателя, является наличие других предпринимателей среди его ближайших родственников и друзей. В этом контексте приобретает ключевую роль то обстоятельство, что потенциальные предприниматели и представители малого бизнеса сегодня в России — люди из одного и того же или из очень близких (смежных) социальных слоев. Реальные же различия между ними сводятся в основном к объему располагаемых ресурсов, который предопределяет как практическую готовность к предпринимательской деятельности, так и ее успешность в случае начала.

Представители этой страны относительно лучше адаптированы к новой реальности. Но адаптация дается им ценой огромных усилий и разнообразной и постоянной активности, направленной на использование всех возможностей, предоставляемых рынком труда. Одной из важнейших стратегий, используемых ими при этом, является переквалификация.

При создании новых предприятий главную трудность представляет финансовая проблема. Основными источниками финансирования являются традиционно личные и семейные сбережения. Расширению финансовой базы стартового предприятия решающим образом может содействовать социальный капитал начинающего предпринимателя, наличие у него разветвленных личных связей и отношений.

Предпринимательский потенциал российского общества

Наиболее распространенной формой теневой предпринимательской активности является эпизодическое предпринимательство — осуществляемые от случая к случаю посреднические операции, а не деятельность систематически работающих в тени малых фирм.

Литература

- Бизнесмены поневоле // Ведомости. 2002. № 101. 17 июня.
- Обыдённова Т.Б.* Малый бизнес и проблемы занятости // Малый бизнес в СНГ и Восточной Европе: трудности роста (середина — вторая половина 1990-х гг.). М.: РНИСиНП, 1998.
- Обыдённова Т.Б., Чепуренко А.Ю.* Занятость, малый бизнес и рынки труда в России и Молдове М.: РНИСиНП, 2000.
- Российское обозрение малых и средних предприятий 2001. М.: ТАСИС, Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002.
- Чепуренко А.Ю., Обыдённова Т.Б.* Социально-трудовые отношения в российском малом предпринимательстве и возможности государственной политики. М.: РНИСиНП, 2000.
- Birley S.* The Role of New Firms: Births, Deaths and Job Generation // Strategic Management Journal. 1986. No 7.
- Cooper C.C., Gimeno F.J.* Entrepreneurs, Processes of Founding and New Firm Performance. // *Sexton D.L., Kasarda J. D.* The State of the Art of Entrepreneurship. Boston: PWS-Kent Publ. 1982, chapt. 12.
- Gnyawali D.R., Fogel D.S.* Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications // Entrepreneurship Theory and Practice. 1994. June.
- Hisrich R.D., Peters M.P.* Entrepreneurship. Starting, Developing and Managing a New Enterprise. Boston: Richard Irvin, Inc. 1989, chapt. 1.
- White S.B., Reynolds P.D.* Government Programs and High Growth New Firms. Frontiers of Entrepreneurship Research 1996. Babson College, 1996.