

Государственный университет – Высшая школа экономики
(ГУ ВШЭ)

Центр фундаментальных исследований

Лаборатория социологических исследований

Утверждаю:

Проректор по научной работе

_____ К.э.н. А.А.Яковлев
«_____» _____ г.

Отчет о научно-исследовательской работе

Предпринимательский потенциал российского общества: GEM Russia

УДК
№ госрегистрации
Инв.№

Научный руководитель
д-р эконом. наук, проф.
_____ А.Ю. Чепуренко
подпись, дата

Москва, октябрь 2007 г.

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Руководитель темы,
д-р экон. наук _____ А.Ю. Чепуренко (введение, разд. 2-4, 9, заключение, общ.
ред.)

подпись, дата

Исполнители темы _____ к.э.н. О.И. Образцова (разделы 1-3, 9, заключение)

подпись, дата

_____ к.э.н. Т.А. Алимова (разделы 5, 9, 10)

подпись, дата

_____ М.В. Габелко (разделы 3-5)

_____ Л.Р. Мулукова (раздел 6)

подпись, дата

_____ М.В. Денисова (раздел 8)

подпись, дата

_____ Ю.В. Филатова (разделы 3, 4, 9)

подпись, дата

Кроме того, ряд разделов в отчет представили студенты ГУ-ВШЭ:
А. Алиева (разд. 3), В. Лобачев (разд. 5), Е. Мурзачева (разд. 6), И. Чириков (разд. 5),
А.Шипилова (разд. 7).

Реферат

Отчет 98 с., 18 рис., 59 табл., 3 приложения.

Предпринимательский потенциал российского общества: GEM Russia

Объектом исследования является взрослое трудоспособное население России (по репрезентативной выборке)

Цель работы — Изучение влияния условий предпринимательской деятельности на объём и структуру предпринимательского потенциала населения как фактора экономического роста.

Задачи работы:

- получить информацию о потенциале развития предпринимательства в России и сформулировать гипотезы относительно факторов, способствующих его активизации;
- выявить позитивные и негативные тенденции развития раннего предпринимательства;
- выявить точки институциональных и инфраструктурных “провалов” системы поддержки предпринимательства, сдерживающих масштабы предпринимательской активности населения;
- произвести расчет по методике GEM нескольких специальных индексов –
-- индекса ранней предпринимательской активности (TEA-index),
-- индекса оборота предпринимательского потенциала, и таким образом
- ввести надежные индикаторы уровня предпринимательской активности населения.

В процессе работы проводились полевые исследования (опрос взрослого трудоспособного населения – 1939 чел., экспертный опрос – 36 чел., фокус-группа с экспертами – 12 чел.).

В результате исследования впервые получены репрезентативные данные относительно: (1) структуры (гендерной и возрастной) и состава (по различным группам потенциальных, нарождающихся, новых и устоявшихся предпринимателей) предпринимательского потенциала населения; (2) проведен расчет ряда индексов (TEA, коэффициент расширения раннего предпринимательства и др.), (3) выполнены международные сопоставления уровня ранней предпринимательской активности в России и странах ЦВЕ, БРИК.

Степень внедрения — представлен отчет для публикации в составе национального отчета «Глобальный мониторинг предпринимательства – Россия»; сделано сообщение на 3-й1 международной конференции консорциума «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Вашингтон); подготовлена публикация в “Journal of Small Business Management”. Подготовлены рекомендации по совершенствованию государственной политики поддержки малого и среднего предпринимательства с учетом потребностей начинающих предпринимателей.

Содержание

1. Введение: возможности государственной статистики малого и среднего предпринимательства и задачи изучения предпринимательского потенциала общества	6
1.1. Методика и организация изучения предпринимательского потенциала общества в рамках GEM	7
1.2. Global Entrepreneurship Monitor в России: организация обследования и интерпретация результатов	14
Методика опросов GEM	14
2. Обобщенные данные о предпринимательском потенциале российского общества в 2007 г. (краткое изложение основных полученных результатов)	16
3. Российское раннее предпринимательство в межстрановом сопоставлении	21
Динамика важнейших индексов развития предпринимательской активности	23
Влияние макроэкономических индикаторов на уровень предпринимательской активности социально-экономических и демографических страт	28
Различие в уровнях предпринимательской активности по видам деятельности	29
Мотивация предпринимательской активности	35
Краткие выводы	35
4. Гендерный анализ предпринимательства в России	37
Различия между мужским и женским предпринимательством	37
Характеристики женского предпринимательства	40
Краткие выводы	43
5. Структурная характеристика потенциального и раннего предпринимательства: виды деятельности, инновационность, экспортный потенциал роста	44
5.1. Инновационность и конкурентоспособность	44
5.2. Потенциал роста: создание рабочих мест	47
Краткие выводы	48
6. Особенности финансовой структуры раннего предпринимательства в России	49
6.1. Нарождающиеся предприниматели: состав, источники и структура финансирования, ожидаемая отдача	49
6.3. Коллективное предпринимательство и его финансирование	58
Краткие выводы	61
7. Предприниматели и предпринимательство на ранних стадиях развития: регионы России	62
7.1. Восприятие условий для развития предпринимательства населением	62
7.2. Потенциальное предпринимательство: региональные различия	65
Краткие выводы	66
8. Факторы смертности малого бизнеса	67
8.1. Характеристика предпринимателей, которые за последний год бросили, приостановили или закрыли свой бизнес	67
Краткие выводы	71
9. Параллельное предпринимательство	72
Параллельные предприниматели в выборках 2006 и 2007 гг.	72
Краткие выводы	77
10. Социально-экономические условия и государственная поддержка малого бизнеса	78
10.1. Общие условия развития предпринимательской активности населения	78
10.2. Результаты отдельных направлений поддержки малого предпринимательства	89
11. Экспертные оценки рамочных условий предпринимательской деятельности	94
Заключение: выводы и рекомендации в области содействия развитию предпринимательского потенциала населения России	96
Приложение 1	99
Приложение 2	116

1. Введение: возможности государственной статистики малого и среднего предпринимательства и задачи изучения предпринимательского потенциала общества

Для принятия обоснованных решений в отношении политики поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП), в частности, для разработки ведомственных целевых программ, необходимо, в первую очередь, адекватной представлении о макропараметрах сектора МСП, его динамике, а также основных экономических, инфраструктурных и социальных ограничениях его развития.

Актуальной задачей является формирование комплексной системы получения количественной и качественной информации, включающей в себя данные государственной статистики, ведомственной статистики (налоговой, таможенной и проч.) и надежные, выполненные на базе репрезентативных выборок социологические опросы.

Основным источником получения информации о состоянии сектора МСП является государственная статистика. Анализ методологии наблюдения за малым бизнесом системой государственной статистики России показывает, что официальная статистика не обеспечивает получения актуальных и сопоставимых данных о структуре предпринимательского потенциала в РФ, о степени готовности российского общества к предпринимательской деятельности а также о влиянии отдельных компонентов системы поддержки предпринимательства на активизацию предпринимательского потенциала страны.

Во-первых, использование показателя выручки для формирования генеральной совокупности МП противоречит принципам формирования цента и обусловлено возможностями

получения информации, а также гипотезой о значимой взаимосвязи выручки и размера предприятия, определяемого по среднесписочной численности персонала. Однако, в условиях реалий российской экономики, эта гипотеза не подтверждается, и совокупность оказывается неоднородной по численности занятых.

Во-вторых, выборочная совокупность формируется таким образом, что она включает все типы малых предприятий, в том числе и **вновь созданные, и временно приостановившие деятельность**. Поэтому, даже если предположить однородность единиц выборки по численности персонала, фиксируемые показатели **не позволяют детализировать** масштаб, структуру и результаты деятельности малых предприятий в отношении раннего и устоявшегося бизнеса. Потенциальное и нарождающееся предпринимательство при этом вообще не может попасть в обследование. Владельцы новых предприятий попадают в обследование лишь частично (предприятия старше 24 месяцев). В группе устоявшегося бизнеса оказываются и предприятия, уже приостановившие свою деятельность в течение двух предшествующих лет.

В-третьих, по причинам статистического характера в обследование вообще не включаются предприятия с численностью занятых менее 16 человек, включая работающего директора или владельца. Таким образом, существуют действительно малые предприятия – юридические лица, которые в принципе не могут попасть в обследование.

Наконец, совокупность малых предприятий формируется на базе

Статистического регистра, то есть индивидуальные предприниматели вообще не попадают в это обследование. Эта категория предпринимателей может быть учтена только в рамках обследований населения по проблемам занятости в неформальном секторе, а по результатам этих обследований весьма затруднительно оценить количество предприятий: предприятия и предприниматели не совпадают, а представляют собой принципиально различные единицы наблюдения. Учитывая, что обследование населения по проблемам занятости проводится на основе выборочного метода, существенное влияние на репрезентативность данных о масштабах неформального сектора оказывает размер выборки и схема ее размещения. В РФ это особенно актуально при оценке занятости в неформальном секторе на региональном уровне.

Таким образом, аналитические возможности официальной статистики в сфере обследований малого предпринимательства и его потенциальных возможностей весьма ограничены.

В настоящий момент, после принятия нового Федерального РФ ФЗ-209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (2007), перед государственной статистикой стоит задача формирования методик и получения надежных данных по двум вновь выделенным в нем группам – микробизнесу и среднему предпринимательству. Кроме того, необходимо сформировать методику наблюдения такого массового слоя, как индивидуальное предпринимательство, по которому российская статистика до сих пор не располагает возможностями регулярного получения информации.

В этой связи при разработке и реализации мер государственной политики в отношении МСП необходимо пользоваться данными социологических опросов, позволяющих выявлять и анализировать динамику

состояния некоторых специальных целевых групп (напр., инновационное МСП), и в первую очередь – таких групп, по которым статистических данных не может быть получено в принципе. К числу таких целевых групп относится главным образом та часть взрослого трудоспособного населения, которая находится в процессе создания нового бизнеса (в различных его стадиях) и которая нуждается в различных формах поддержки в силу известных ресурсных ограничений и проблем, возникающих перед начинающими предпринимателями в любой экономической системе.

Такую возможность дает реализация в России программы регулярных мониторинговых исследований так называемого раннего предпринимательства и рамочных условий предпринимательской деятельности по методологии «Глобального мониторинга предпринимательства», **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**.

1.1. Методика и организация изучения предпринимательского потенциала общества в рамках GEM

Программа Global Entrepreneurship Monitor стартовала в 1999 г. в 10 странах мира, расширилась до 21 страны в 2000 г., до 29 - в 2001 г. и до 37 - в 2002 г., в 2003 – 2004 г. она объединяла около 30 национальных команд. В 2006 году всеобщее исследование GEM основывалось на анализе результатов обследования взрослого населения в 42 странах: около 170618 человек по всему миру.

Исследовательский проект позиционируется как статистический. Его цель - изучение уровня предпринимательской активности населения во всех участвующих в проекте странах, с целью выяснения

вклада предпринимательской активности в экономический рост.

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

The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) является лонгитудным исследовательским проектом. 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?
2. Что правительства могут сделать, чтобы повысить уровень предпринимательской активности?

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

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 сосредоточены, таким образом, в следующих областях:

- сравнение уровня предпринимательской активности в странах мира;
- выявление факторов, определяющих различие уровня предпринимательской активности;
- определение мер, позволяющих повысить уровень предпринимательской активности.

Схематично концептуальная модель исследования GEM изображена на рис. 1.1.

Определение предпринимательства в методологии GEM

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

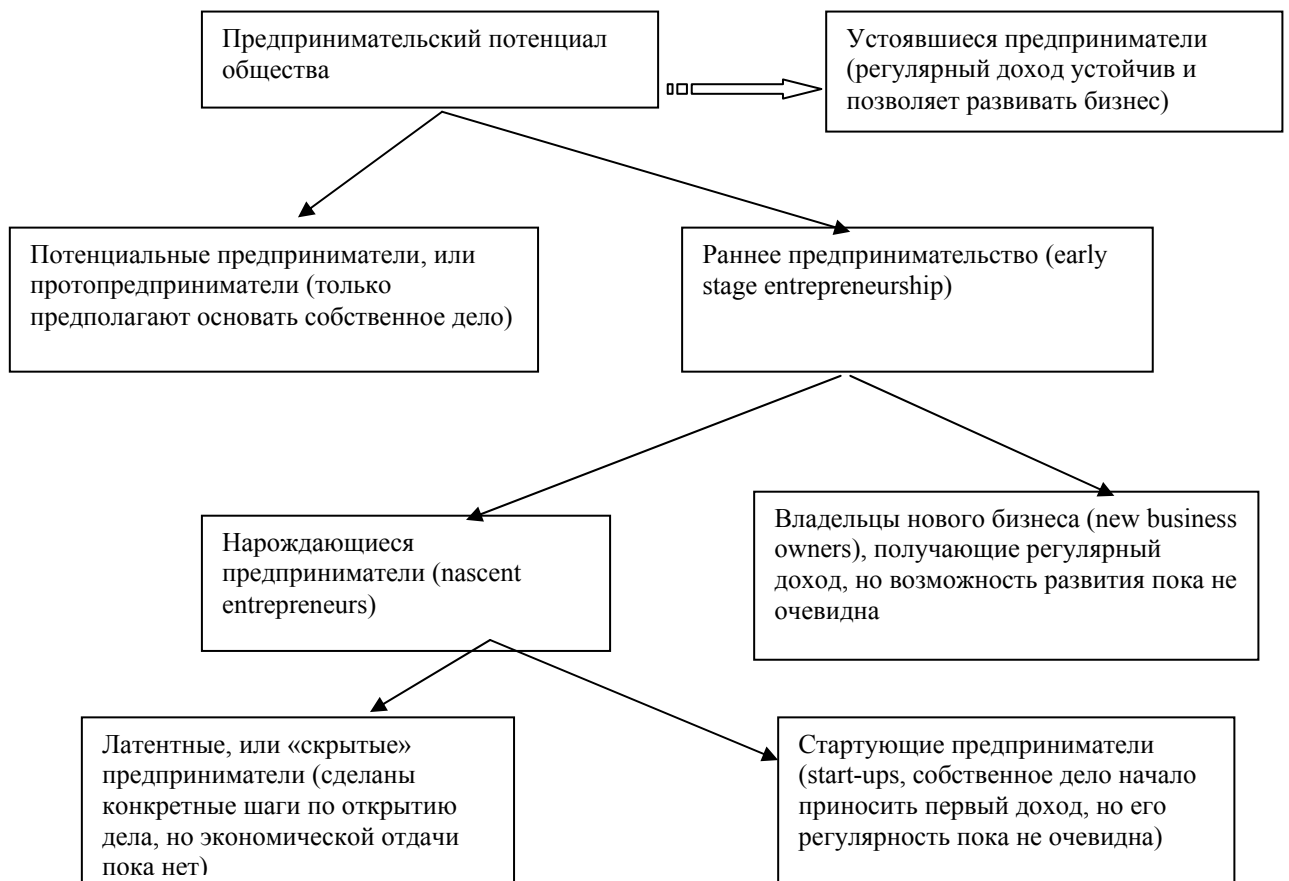
По результатам исследования рассматриваются четыре стадии индивидуального предпринимательства:

- **потенциальное** (potential entrepreneurs) – активное планирование и организация предпринимательства;
- **раннее** (Early-Stage), в т.ч. **нарождающееся** (nascent entrepreneurs): момент сосредоточения ресурсов для начала экономической деятельности, когда производство уже начато, но валовые смешанные доходы, если и образуются, то не более 3 месяцев;
- **новый бизнес** (new, or baby business): валовые смешанные доходы образуются от 3 до 42 месяцев;

- **устоявшийся бизнес** (established business): функционирующие более 42 месяцев.

Схема 1.

Стадии реализации предпринимательского потенциала общества



Необходимо подчеркнуть, что объектом исследования GEM являются, в первую очередь, сами предприниматели, а не только предпринимательство, в которое они вовлечены. Если респонденты были вовлечены в предпринимательскую активность, мы хотим определить, чем они руководствовались, какие источники финансирования использовали и чего они ожидают от предпринимательства.

Участники проекта GEM анализируют предпринимательскую активность населения на очень ранних стадиях: на стадии зарождения и начального развития, которые объединяются для определения индекса ранней предпринимательской активности (TEA). Одновременно становится возможным охарактеризовать уровень потенциального предпринимательства, то есть склонность населения различных стран к предпринимательству, обусловленную текущими социальными, культурными и экономическими условиями существования.

Анализ результатов обследования позволяет одновременно оценить так называемые *Рамочные условия предпринимательской деятельности* (РУПД, или Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), к числу которых GEM относит следующие основные группы факторов и обстоятельств.

Финансовая поддержка

Масштабы, в которых финансовая поддержка и ресурсы доступны для новых и растущих фирм – включая гранты и субсидии. В рамках данного направления анализа изучается также качество и доступность финансовой поддержки – равенство доступа к стартовому и заемному капиталу; отношение к предпринимательству со стороны финансового сообщества (в том числе, оценка знаний и навыков, необходимых для использования предпринимательских возможностей, оценка бизнес-планов и потребностей в

капитале малых фирм, готовность вести дела с предпринимателями и отношение к риску кредитования предпринимателей).

Политика государства

Масштабы, в которых политика региональных и национальных властей, включая общие и специальные режимы налогообложения, регулирующее воздействие и административное вмешательство, является нейтральной с точки зрения размера бизнеса и/или демотивирует/мотивирует создавать новые и растущие фирмы.

Правительственные программы

Наличие прямых программ поддержки новых и растущих фирм на всех уровнях - национальном, региональном и муниципальном. Данное направление также изучает доступность и качество правительственных программ; доступность и качество человеческих ресурсов в госаппарате и их способность управлять такими программами; эффективность услуг.

Обучение и подготовка кадров

Масштабы, в которых доступны услуги по обучению и подготовке кадров, степень учета и особенностей стартующих и уже существующих малых, новых или растущих бизнесов в системе подготовки и переподготовки кадров на всех уровнях (в том числе в начальной школе, высшей школе или системе профобразования, технических колледжах и на различных курсах, курсах делового администрирования и т.п.). Под данным углом зрения рассматривается также значение и глубина такого обучения для создания или управления малым, новым или растущим бизнесом; а также философия образовательной системы, ее открытость в отношении инновационных и креативных форм обучения на всех уровнях; уровень компетентности преподавателей, обучающих предпринимательству. В этом аспекте важна экспертная оценка уровня

подготовки предпринимателей и менеджеров в рамках процесса обучения и подготовки кадров.

Передача результатов НИОКР

Масштабы, в которых национальная инновационная система создает предпосылки для возникновения новых возможностей; доступность НИОКР для новых, малых и растущих фирм. Речь идет также о том, как защищена интеллектуальная собственность и как применяется патентное право; о возможностях и способностях исследователей вступать в переговоры с коммерческими партнерами и наоборот; о национальном уровне инноваций; о национальной ориентации НИОКР; о признании значения и о поддержке правительством, экономикой и образовательной системой значимости прикладных исследований. Одновременно оценивается доступность и качество инфраструктуры поддержки для высокотехнологических проектов.

Коммерческая и профессиональная инфраструктура

Влияние (включая издержки, качество, доступность) коммерческих, бухгалтерских и услуг со стороны др. институтов, на возможности создания и развития новых, малых или растущих бизнесов. Кроме того, рассматривается доступность информации из общих источников - Интернета, журналов, газет и публичных семинаров по проблемам национальной и мировой экономики – на процесс бизнес-старта, знания начинающих предпринимателей о том, как написать бизнес-план и ориентироваться в потребностях рынка.

Степень открытости рынков

Масштаб, в котором коммерческие конвенции стабильны и трудно поддаются изменениям, препятствуют приходу на рынок новых и растущих фирм, конкурирующих и вытесняющих уже сложившихся на рынках поставщиков, субконтракторов и консультантов. Этот аспект связан с выяснением недостатка рыночной транспарентности (т.е. степени

асимметрии информации; пределов, в которых рыночная информация недоступна всем покупателям и продавцам); политики государства, направленной на открытие рынков (в том числе, публичные закупки; сокращение барьеров для торговли - тарифов, квот и т.п.); структурой рынка (в том числе, степенью легкости проникновения на него; господством крупных или малых фирм; уровнем рекламы; ценовой конкуренции и т.п.); наличием одного или нескольких полей со своими правилами игры для фирм.

Степень доступности физической инфраструктуры

Доступность и качество физических ресурсов, включая коммуникацию - телефон, почту, интернет; основные средства; транспортные пути, включая водный и воздушный транспорт; земельные ресурсы, наличие офисных площадей/парковок; цена земли, собственность, доступность офисных помещений, аренда; доступность и качество сырья и природных полезных ископаемых – леса, почвы, климата, которые способствуют развитию предпринимательства.

Культурные и социальные нормы

Пределы, в которых культурные и социальные нормы способствуют или препятствуют осуществлению действий, которые могут привести к созданию новых путей осуществления бизнеса или экономической деятельности и, в свою очередь, приводят к большей дисперсии богатства и доходов. В рамках этого направления анализа рассматривается также общий подход к предпринимательству; подход к риску и созданию богатства, их влияние на развитие предпринимательства; влияние социальных и культурных норм на предпринимательское поведение; склонность к одобрению предпринимательства; влияние культурных и социальных подходов и поведения на региональные сообщества и меньшинства – этнические,

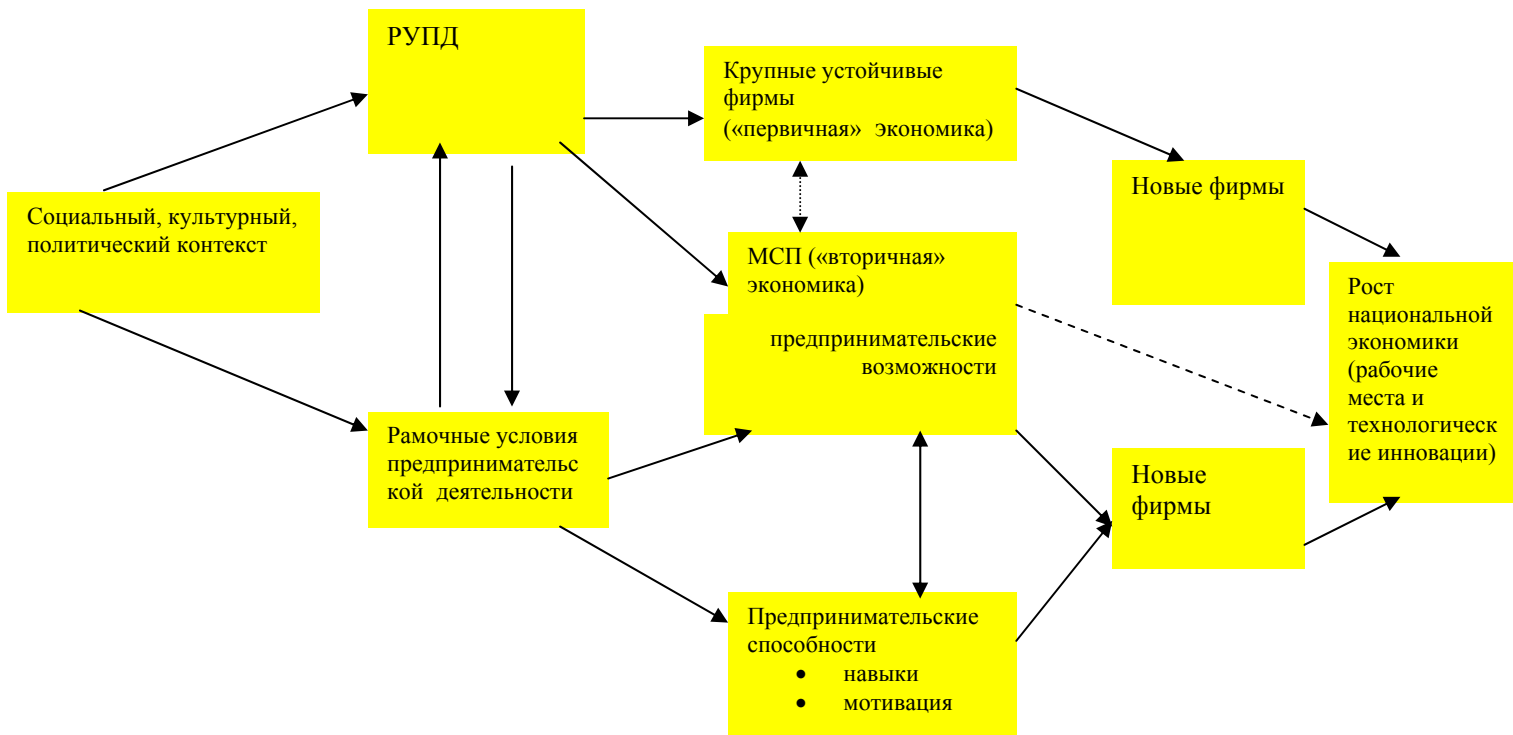
религиозные, гендерные страты в предпринимательстве.¹

Полный текст отчета представлен на сайте www.gemconsortium.org.

Ниже излагаются результаты исследования, проведенного коллективом Лаборатории социологических исследований в 2007 г. по методологии GEM.

¹ Результаты анкетирования экспертов по вопросу о РУПД за 2007 г. см. в Приложении 2.

Рис. 1.1. Графическое изображение концептуальной модели GEM



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

1.2. Global Entrepreneurship Monitor в России: организация обследования и интерпретация результатов

В методике GEM рамочные условия предпринимательской деятельности (EFC) исследуются на базе анкетных стандартизованных опросов и интервью. Как уже отмечено выше, основным инструментом является опрос взрослого трудоспособного населения по репрезентативной – с точки зрения половозрастной структуры и территориального размещения – выборке.

Методика опросов GEM

Соответственно задачам проекта и сформулированному определению предпринимательства, GEM использует для проведения обследования анкету, содержащую 87 вопросов, объединённых в 9 блоков, с разных сторон характеризующих отношение респондента к организации предпринимательской деятельности. Анализ результатов анкетирования позволяет оценить рамочные условия предпринимательской деятельности (РУПД), или GEM Entrepreneurial Framework Conditions (EFC). По итогам опроса рассчитывается основной национальный индекс:

-- Total Entrepreneurial Activity index (TEA) – доля трудоспособного взрослого населения (от 18 до 64 лет), либо активно участвующего в создании нового предприятия, либо являющегося собственниками или менеджерами фирм моложе 42 мес.

Наряду с этим, реализуются:

- Интервью лицом к лицу с местными экспертами – сбор мнений венчурных капиталистов, банкиров, правительственных чиновников, известных предпринимателей и т. д. (свыше 1200 в 42 странах в 2006 г.),

- Стандартизованные экспертные 10-страничные анкеты, задача которых - выяснить мнения об условиях развития предпринимательства в соответствующих странах
- Экономические оценки и измерения EFC на основе источников статистической информации (Global Competitiveness Report, OECD, UNESCO, World Bank, etc.)

Выборочный опрос взрослого населения России, проведённый в мае 2007 г., охватил 1936 респондентов и был репрезентативным относительно всего населения в возрасте от 16 лет и старше. Опрос был размещён в 108 городских и сельских населённых пунктах, расположенных в 8-ми республиках, 6-ти краях, 24-х областях, Еврейской автономной области и Коми-Пермяцком автономном округе. Опрос проведен в рамках регулярного (1 раз в два месяца) исследования «Мониторинг социально-экономических перемен», проводящегося Левада-Центром, поэтому все показатели обследования предпринимательского потенциала сопоставимы с результатами майской волны мониторинга в целом.

Далее – характеристика выборки (краткая), более подробно – в приложении к отчету.

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. В этом – важное значение GEM для исследований и

выработки политических рекомендаций, поскольку иных источников для сбора и анализа такого рода информации не существует. С др. стороны, как и всякий международный лонгитюдный проект, GEM накладывает ряд ограничений на возможность изучения предпринимательского 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, временной возможности пользования базами данных по др. странам-участницам и т.д.

2. Обобщенные данные о предпринимательском потенциале российского общества в 2007 г. (краткое изложение основных полученных результатов)

В соответствии с методологией проекта ниже будут рассматриваться три основных подгруппы предпринимателей: потенциальные предприниматели (potential); ранние предприниматели (early entrepreneurs; в т.ч. нарождающиеся (nascent) и владельцы нового бизнеса (new-owners); владельцы устоявшегося бизнеса (established). См. Приложение 1.

Уровень ранней предпринимательской активности взрослого трудоспособного населения сократился почти вдвое: индекс ТЕА составил 2,7 % в 2007 г. против 4,86% в 2006 г. 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.

Если в 2006 г. **соотношение добровольных и вынужденных предпринимателей** составляло 5:3, то в 2007 г. – уже почти 7:1. Это означает, что растет «качество» предпринимательского потенциала, так как добровольные предприниматели, как правило, отличаются более высоким уровнем образования, возможностью привлечь 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%).

Уровень предпринимательской активности по группе нарождающегося предпринимательства сократился

наиболее сильно – на 61,6 %, по сравнению с численностью владельцев нового бизнеса (- 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 мес. 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%. Это означает, что имеет место расширенное воспроизводство устоявшегося бизнеса на фоне повышательной динамики в экономике и роста ВВП.

Стабильной (40 %) является **доля женского раннего предпринимательства**. В 2007 г. индекс женской ранней предпринимательской активности составил 1,64%, мужской – примерно в 2,3 раза выше.

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

Nascent : Refus,
(где **Nascent** – доля лиц, за последние 12 мес. предпринимавших активных усилия по открытию собственного бизнеса, а **Refus** – доля лиц, за последние 12 мес. прекративших /выбывших/ закрывших свой бизнес) - негативная. Если в 2006 г. коэффициент расширения составил около 3,5, т.е. появление трёх 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*.

Параллельное раннее предпринимательство возросло за год

более чем на 23,7%. Это свидетельствует о сокращении возможностей для входа в предпринимательство социальных групп, не имевших отношения к бизнесу.

Доля неформальных инвесторов составила порядка 1,6 % - по сравнению с почти 3,5% в предыдущем году. Зато средний объем финансирования ими ранних предпринимателей возрос более чем в 2 раза.

Портрет раннего предпринимателя. Типичный ранний предприниматель в РФ - 35 лет, имеющий профессионально-техническое или среднее специальное образование и уверенный в достаточности своих знаний и квалификации для создания нового бизнеса. Он проживает в крупном городе (но не в мегаполисе).

Гендерные особенности. Женщину в раннем предпринимательстве можно встретить почти вдвое реже, скорее всего, в среднем или небольшом городе. Ей 42 года, она чаще 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 значительной мере – удел женщин.

По-видимому, в больших городах у женщин больше стимулов стремиться к открытию собственного дела, именно они лидируют по доле женского потенциального предпринимательства (особенно это касается Москвы и Санкт-Петербурга) – особенно по доле женского устоявшегося предпринимательства. Наименее же благоприятные условия для женщин в плане организации своего дела в селах и малых городах, что, видимо,

связано неразвитостью ресурсной и инфраструктурной базы.

Региональные и поселенческие особенности. Уровень предпринимательской активности в разных регионах РФ значительно различается. Как и в 2006 г., типичной для российского региона является 11-12-процентная доля потенциальных предпринимателей.

Уровень предпринимательской активности варьирует в зависимости от размера населенного пункта, но прямой зависимости между уровнем предпринимательской активности и размером населенного пункта не выявлено.

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

Оба года по индикатору наличия социального капитала лидировали те районы, где отмечалась наибольшая предпринимательская активность: в 2006 г. – Санкт-Петербург, а в 2007 г. – Северо-Кавказский район. Между этими показателями выявлена довольно устойчивая статистическая связь.

При этом в 2007 г., по сравнению с предыдущим годом, существенно сократилась (кроме Северо-Кавказского и Центрально-Черноземного макрорегионов), доля в выборке лиц, лично знающих предпринимателей.

В целом по России в 2006-2007 гг. выросла доля лиц, считающих, что страх или недостаточные способности могут препятствовать им 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 настораживающую тенденцию.

Мотивационные особенности.

Для 12,5% российских предпринимателей 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 подавляющим большинством (более 60%) руководят психологические факторы мотивации – стремление к независимости и т.п., а не экономический интерес.

В мотивационной структуре российских предпринимателей по группам выявлены статистически значимые различия: среди владельцев нового бизнеса вынужденное предпринимательство распространено гораздо сильнее по сравнению с остальными анализируемыми группами. Кроме того, по мере роста уровня образования предпринимателя увеличивается ориентация на факторы мотивации, свидетельствующие о добровольности прихода в бизнес, и падает - на вынужденные, а при пересечении границы в 45 лет растет доля вынужденных факторов мотивации.

Самооценка по понятным причинам 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: в целом, 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.

По мнению почти трети потенциальных и ранних предпринимателей, страх и недостаточность квалификации могут помешать организации нового бизнеса.

Источники дохода. Среди ранних предпринимателей большинство респондентов указывают, что источниками их дохода остается заработная плата по найму. Т.е. значительная часть людей, только начинающих заниматься предпринимательством, не решается уйти целиком в развитие своего бизнеса, так как доходы от него не стабильны, либо не достаточны для нормального существования. Уровень конкуренции на российском рынке растет, свободного рыночного пространства в зоне освоенных ниш остается все меньше. Большая часть предпринимателей (от 55 до 70%), только выходящих или планирующих выйти на рынок, заведомо ориентированы на жесткую конкурентную борьбу, так как знают, что аналогичный продукт или услугу уже вывели на рынок много таких же предприятий.

Источники финансирования раннего предпринимательства.

Значительная часть ранней предпринимательской активности финансируется из внутренних источников. В то же время нарождающиеся предприниматели активно привлекают и внешние источники финансирования: эти каналы использовали в 2006 г. 51 % из них, а в 2007 г. - уже 65,2%.

Среди внешних источников преобладает неформальное

финансирование. Чаще всего кредит из неформальных источников относительно невелик - от 2 до 50 тыс. руб., что сопоставимо по размеру с микрокредитами.

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

Неформальное кредитование чаще носит характер вложений «любовного капитала», т.е. значительная часть таких инвесторов вообще не ожидает 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%). Эти данные подтверждают относительно невысокий инновационный потенциал российского предпринимательства на протяжении последних лет.

Методика, применяемая в GEM, в сочетании с весьма незначительными размерами групп респондентов, заявивших об инновационности предлагаемых товаров и услуг, не позволяют делать сколько-нибудь обязывающих выводов из полученных данных.

Предприниматели с неудачным опытом. По сравнению с 2006 г., в 2007 г. практически не изменилось число и доля в выборке, но значительно поменялась социально-демографическая структура предпринимателей-неудачников. Пока нет оснований для окончательных выводов об устойчивости выявленных наблюдений – а потому и

для однозначных выводов относительно причин отмеченных фактов.

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

Среди причин неудачи в бизнесе в 2007 г. 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 %, тогда как годом ранее таковых было почти 40 %. Сказались, по-видимому, рост числа рабочих мест в крупной промышленности и нерыночном секторе, с др. стороны – негативная оценка ими возможностей для ведения предпринимательской деятельности в ближайшее время.

Параллельные предприниматели располагают более высоким уровнем образования, они более плотно включены в предпринимательские сети. Как результат, они обладают более высокой устойчивостью в бизнесе (ниже доля респондентов, которым приходилось терпеть неудачу) и более высоким уровнем оптимизма в отношении собственных предпринимательских навыков.

Структура источников финансирования у параллельных предпринимателей более консервативна, чем у прочих ранних предпринимателей: меньше используются внешние источники, в том числе – формальные институты кредитования. С одной стороны, это отражает наличие определенных ресурсов, которые могут быть подтянуты из другого уже действующего бизнеса. С др. стороны, в этом видится свидетельство того, что в основном параллельные предприниматели, с которыми мы имеем дело по результатам опроса в России, -

представители скорее группы самозанятых и владельцев микробизнеса, которые не нуждаются (но и не могут претендовать!) на кредитное финансирование со стороны банковских институтов.

Международный контекст. В 2006 г. Россия располагалась практически в центре (расстояние до центра 0,07) кластера наиболее типичных по уровню ТЕА 18 стран с уровнем ранней предпринимательской активности ниже среднего, причем индекс ТЕА в России был в 2 раза ниже среднего по совокупности стран-участниц консорциума.

В этой же группе находятся страны с более успешным по общей оценке ходом развития рыночной экономики (ЦВЕ), а также один из лидеров по уровню экономического развития – Норвегия. Это, на первый взгляд, означает, что прямой связи между уровнем развития ранней предпринимательской активности и уровнем экономического развития нет.

Подтверждается наличие статистически значимой связи между уровнем предпринимательской активности населения и уровнем социально-экономического развития страны. И дело здесь – в качестве предпринимательской активности: преобладании вынужденного, либо добровольного предпринимательства. Статистический анализ данных об уровне ранней предпринимательской активности населения, полученных в результате обследования, в комбинации с уровнем ВВП на душу населения подтверждает наличие нелинейной зависимости.

При кластеризации по уровню развития устоявшегося бизнеса (индекс ЕВ) методом k-средних Россия не попадает по результатам 2006 г. в типичную группу стран и относится к кластеру с низким значением индекса ЕВ.

Темпы развития ранней предпринимательской активности населения в России оказались негативными. В 2007 г. в РФ индекс ТЕА - в 3,5 раза ниже среднего по совокупности значения: за год показатель снизился более чем на 45%. Это максимальное снижение по совокупности стран мира.

Вместе с Россией в нижний кластер попали преимущественно страны с развитой индустриальной экономикой, главным образом – представляющие «старую Европу» (например, Австрия, Бельгия, Великобритания, Япония, Дания, Швеция). Сюда же попали и 3 новых члена ЕС (Румыния, Латвия, Словения), а также Пуэрто-Рико.

Для уровня активности всех категорий ранних предпринимателей (нарождающихся и новых, для добровольного и вынужденного, для мужского и женского раннего предпринимательства) статистически значимая положительная связь была подтверждена только с дефлятором ВВП.

Доля перерабатывающих производств в российском раннем предпринимательстве существенно ниже, чем в других странах. Приоритет видов экономической деятельности, ориентированных на потребительский рынок, в российском раннем предпринимательстве сопоставим с ситуацией в странах со средним уровнем развития, к которым относят и Россию.

Мотивационная структура российского раннего предпринимательства в общем мало чем отличается от сложившейся в странах ЦВЕ и существенно более благоприятна, чем, напр., в Бразилии, что существенно с точки зрения качественной оценки предпринимательского потенциала РФ.

3. Российское раннее предпринимательство в межстрановом сопоставлении

Участие российской национальной исследовательской команды в консорциуме GEM позволило получить данные по РФ для оценки уровня развития и структуры предпринимательского потенциала, сопоставимые с аналогичными показателями других стран – участниц GEM. (Отметим, что как в 2006, так и в 2007 году исследования GEM основывались на анализе результатов обследования взрослого населения в 42 странах и охватывали свыше 170 600 чел.)

Таблица 3.1.**Показатели предпринимательской активности населения в группе стран-участниц проекта в 2006 г.**

Страна	раннее			устоявшееся			раннее		Выбывшие из бизнеса
	всего	мужчины	женщины	всего	мужчины	женщины	вынужд	добровольное	
РФ	4,86	7,33	2,57	1,19	1,83	0,61	1,44	3,39	1,3
Венгрия	6,04	8,09	4,05	6,72	9,03	4,48	1,33	4,64	1,3
Латвия	6,57	9,41	3,92	5,69	8,12	3,41	1,04	5,05	1,3
Сербия									
Хорватия	8,58	12,35	4,87	4,12	5,8	2,46	3,81	4,41	1,3
Словения	4,63	6,93	2,29	4,44	6,42	2,44	0,47	4,05	1,3
Румыния									
Китай	16,19	18,46	13,79	8,98	11,56	6,26	6,27	9,59	6,3
Индия	10,42	11,6	9,16	5,6	7,26	3,84	2,86	6,71	15,3
Бразилия	11,65	13,74	9,61	12,09	14,77	9,45	5,55	5,99	4,3
Чили	9,19	11,38	7,02	6,79	9,2	4,4	2,59	6,57	3,3
Колумбия	22,48	27,97	17,3	10,41	14,19	6,85	8,74	13,68	10,3
Венесуэла									
ОАЭ	3,74	5,87	0,29	1,39	2,19	0,1	0,32	2,95	4,3

Таблица 3.2.**Показатели предпринимательской активности населения в группе стран-участниц проекта в 2007 г.**

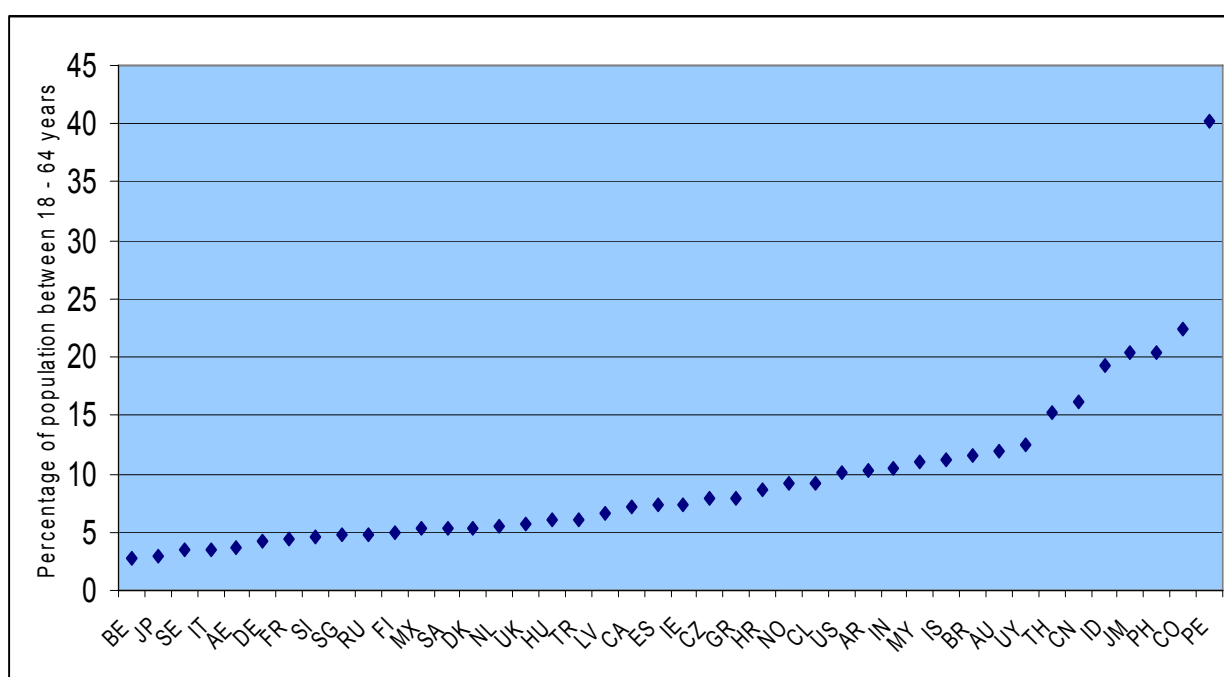
Страна	раннее			устоявшееся			раннее		Выбывшие из биз.
	всего	мужчины	женщины	всего	мужчины	женщины	вынужд	добровольное	
РФ	2,67	3,79	1,64	1,68	1,63	1,73	0,51	1,92	
Венгрия	6,86	9,29	4,52	4,83	5,88	3,81	1,6	5,01	
Латвия	4,46	7,7	1,41	3,41	4,9	2,02	0,67	3,67	
Сербия	8,56	12,11	5,06	5,27	7,74	2,83	3,94	4,02	
Хорватия	7,27	9,44	5,13	4,22	5,79	2,67	2,9	4,16	
Словения	4,78	6,84	2,68	4,59	6,84	2,31	0,46	4,24	
Румыния	4,02	4,95	3,09	2,51	3,34	1,7	0,56	2,68	
Китай	16,43	19,27	13,43	8,39	9,66	7,04	6,21	9,84	
Индия	8,53	9,51	7,49	5,53	8,69	2,18	1,67	5,51	
Бразилия	12,72	12,73	12,71	9,94	12,7	7,24	5,29	7,23	
Чили	13,43	16,45	10,43	8,73	11,89	5,59	3,2	9,79	
Колумбия	22,72	26,91	18,77	11,56	15,49	7,84	9,28	12,57	
Венесуэла	20,16	23,5	16,81	5,39	5,87	4,9	6,46	13,33	
ОАЭ	8,55	10,62	5,27	3,42	4,76	1,32	1,47	6,69	

Динамика важнейших индексов развития предпринимательской активности

Проведённые межстрановые сопоставления (см. таблица 3.1, 3.2; Рисунок 3.1.) показали, что, при устойчивом значении среднего значения индекса ранней предпринимательской активности ТЕА около 9%, в 2006 г. совокупность стран-участниц GEM

характеризовалась умеренной неоднородностью по страновым индексам ТЕА, а в 2007 г. наблюдалась уже значительная неоднородность (коэффициент вариации составил более 70%).

Рис. 3.1. Уровень ранней предпринимательской активности в странах мира в 2006 г.²



Кластеризация методом k-средних привела к выделению в 2006 г. различных кластеров по уровню ТЕА. При проведении межстрановых сопоставлений по данным GEM, выбор количества групп на первой стадии кластеризации проводился с использованием формулы Стерджесса, затем оптимизация состава выделенных групп проводилась путём итеративного поиска такого значения k, на котором проявляется скачкообразное увеличение максимальной межгрупповой дисперсии

признака $\sigma^2_{\text{мгр}}$, в направлении от минимального до максимального (то есть общего по совокупности) значения. В результате удалось зафиксировать устойчивую 6-кластерную структуру.

Результаты кластеризации показали, что Россия располагалась практически в центре (расстояние до центра 0,07) кластера наиболее типичных по уровню ТЕА 18 стран с уровнем ранней предпринимательской активности ниже среднего, причем индекс ТЕА в России был

² Источник данных об индексах предпринимательской активности по странам мира в 2006 г. (здесь и далее) – Niels Bosma and Rebecca Harding GEM 2006 Results / LBS, Babson College, 2007

в 2 раза ниже среднего по совокупности стран-участниц консорциума. К этому же кластеру (см. рис 1) относились страны с близким уровнем ТЕА - от Сингапура (SG) до Норвегии (NO), в том числе Хорватия (HR), Латвия (LV), Венгрия (HU), Чехия (CZ), Греция (GR). Таким образом, в один кластер с РФ по уровню ТЕА попали многие страны ЦВЕ, а также ряд стран с высокоразвитой рыночной экономикой.

Среди стран – потенциальных лидеров мировой экономики середины 21 в. - группа БРИК - Бразилия и Россия имеют уровень ранней предпринимательской активности ниже среднего, в то время как Китай относится к средней группе, а Индия – к ещё более удалённому кластеру стран с высоким уровнем индекса ТЕА.

Таким образом, во-первых, Россия по уровню развития ранней предпринимательской активности попадает в группу наиболее типичных стран. Во-вторых, в этой же группе находятся страны с более успешным по общей оценке ходом развития рыночной экономики (ЦВЕ), а также один из лидеров по уровню экономического развития – Норвегия. Это, на первый взгляд, означает, что прямой связи между уровнем развития ранней предпринимательской активности и уровнем экономического развития нет.

Однако, при более внимательном анализе подтверждается *наличие статистически значимой связи между уровнем предпринимательской активности населения и уровнем социально-экономического развития страны*. И дело здесь – в качестве предпринимательской активности. А именно, в соотношении между вынужденным и добровольным предпринимательством.

В странах, где высока доля вынужденного предпринимательства, предпринимательская активность не дает

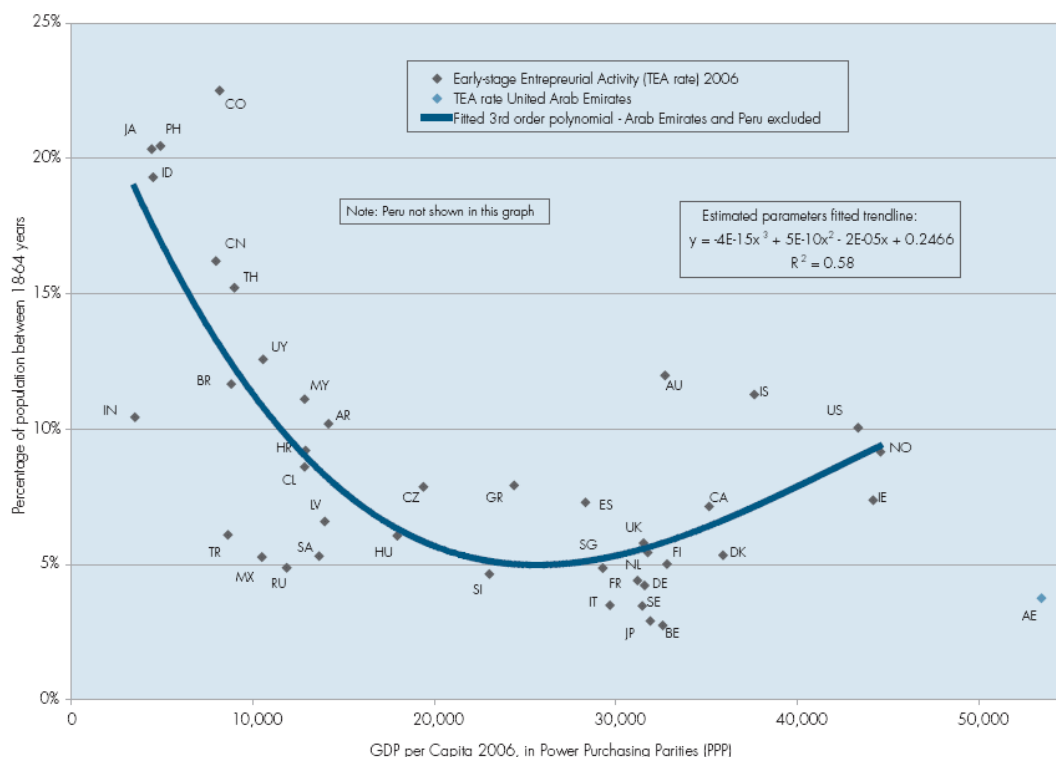
высокой производительности труда, высокого качества макроэкономической динамики. Наоборот, в странах с высоким уровнем экономического развития (по критерию душевого ВВП), предпринимательская активность развивается на качественно иной базе: доминирует добровольное предпринимательство, отличающееся более высокой креативностью и, соответственно, обеспечивающее повышенный вклад в экономический рост.

Статистический анализ данных об уровне ранней предпринимательской активности населения, полученных в результате обследования, в комбинации с уровнем ВВП на душу населения подтверждает *наличие нелинейной зависимости* (оценки параметров регрессии значимы при доверительной вероятности 0,95 - см. рис. 2). Причем статистические критерии показывают, что высоко развитые страны образуют плотный кластер, в то время как по странам с развивающимися и переходными экономиками наблюдается существенная энтропия. Наиболее четко это прослеживается на примере устоявшегося бизнеса, поскольку он уже вполне сформировался и здесь в полном объеме видны сравнительные преимущества стран, где развитие предпринимательского потенциала идет по интенсивному пути (преобладание добровольного предпринимательства).

Так, при кластеризации по уровню развития устоявшегося бизнеса (индекс ЕВ) методом k-средних Россия не попадает по результатам 2006 г. в типичную группу стран и относится к кластеру с низким значением индекса ЕВ - вместе с другими 6-ю странами, отображёнными на графике ниже (см. рис. 3.3). Среди них оказалась и ещё одна «нефтяная» страна, ОАЭ.

Рис. 3.2. Индекс ранней предпринимательской активности и ВВП на душу населения в странах мира в 2006 г.³

³ Данные о ВВП на душу населения взяты в IMF's World Economic Outlook Database (October, 2006).



Большая же часть соседей России по Центральной и Восточной Европе (в частности, Чехия, Латвия, Хорватия, Словения - SL) по уровню ЕВ в 2006 г. сосредоточены в соседней приоритетной группе со значением показателя ниже среднего уровня (расстояние между центрами 3,5). В эту же многочисленную группу входят такие страны, как США, Нидерланды, Великобритания, Япония.

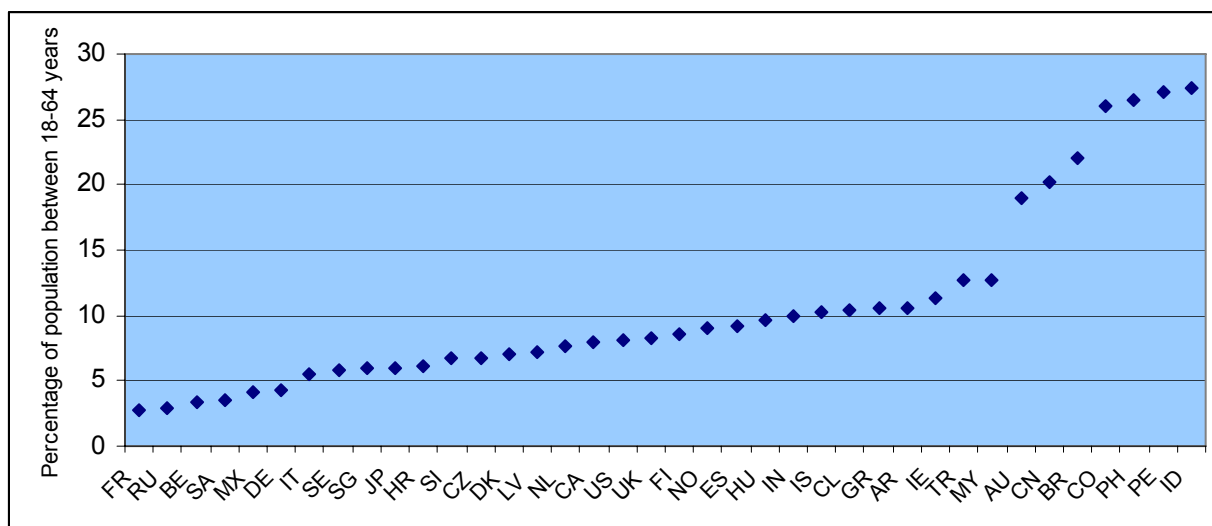
Группа со средним уровнем развития устоявшегося предпринимательства также неоднородна

по уровню развития, но однородна по классификационному признаку. В ней локализованы, например, Аргентина и Греция, Чили и Израиль, Малайзия и Австралия. Эти страны входят в доминантную группу, расстояние до центра нижнего кластера составляет 5,43.

Центр кластера с уровнем ЕВ выше среднего, в который входят Бразилия, Китай, Колумбия, Перу и др., уже значительно удалён от центра локализации кластера, куда относится Россия (расстояние 9,162).

Рис. 3.3. Уровень устоявшегося предпринимательства в странах мира в 2006 г.⁴

⁴ Источник данных по странам мира – [5].



Для устойчивости сектора МСП, важна постоянная «подпитка» устоявшегося бизнеса за счет перехода в данную категорию владельцев нового бизнеса. Эти последние, в свою очередь, формируются за счет «взросления» части нарождающихся предпринимателей, численность которых должна быть достаточно высока для того. Чтобы обеспечивалось бы расширенное воспроизводство предпринимательского слоя общества.

Но темпы развития ранней предпринимательской активности населения в России оказались негативными. В 2007 г. в РФ индекс ТЕА - в 3,5 раза ниже среднего по совокупности значения: за год показатель снизился более чем на 45%. Это *максимальное снижение по совокупности стран мира*. Резкое снижение ТЕА наблюдается также в Перу (35%), Латвии (32%), Греции (27%).

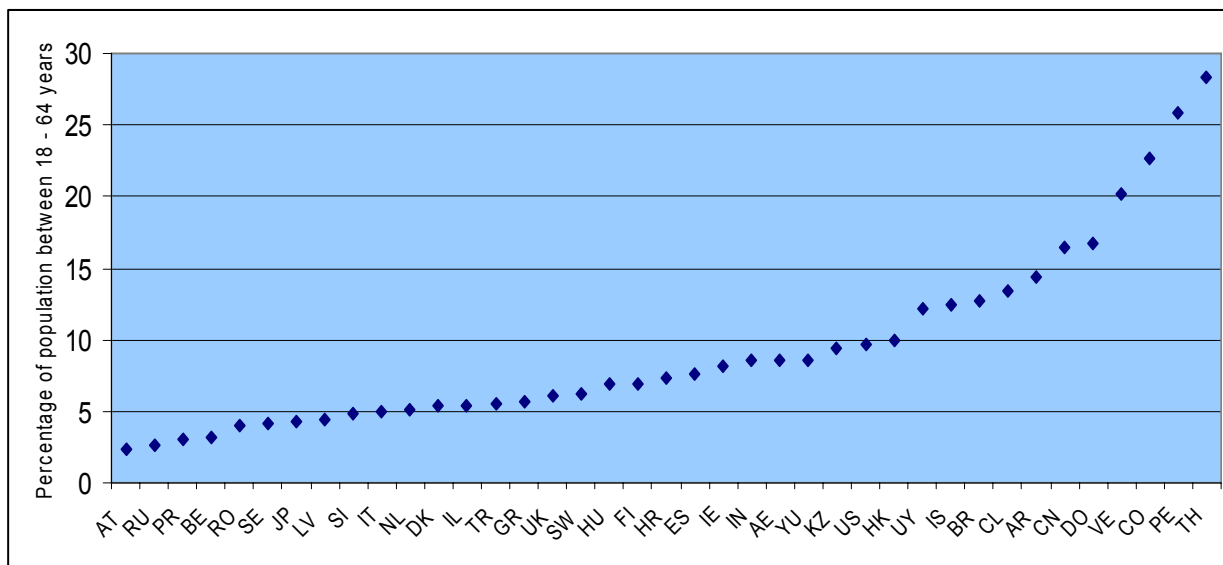
Максимальное увеличение показателя наблюдалось, напротив, в ОАЭ – почти на 130%. Всплеск ранней предпринимательской активности зафиксирован в Таиланде (почти в 2 раза), заметный рост отмечается в Японии, Чили

и Италии (соответственно, 50%, 46% и 44%).

По сопоставимому кругу стран коэффициенты роста индекса ТЕА умеренно неоднородны, уровень дифференциации стран по относительному изменению ранней предпринимательской активности населения, измеренный на основе децильного коэффициента, составляет 2,2.

Но и индекс ЕВ за прошедший год претерпел по совокупности стран – участниц GEM весьма существенные изменения. По сопоставимому кругу стран коэффициенты роста индекса ЕВ тоже сильно неоднородны (коэффициент вариации составляет более 120%), почти в 2,5 раза увеличилась относительная величина разрыва между уровнем устоявшегося предпринимательства в странах, принадлежащих к верхним и к нижним по значению ЕВ децильным группам. Расчёт коэффициента ранговой корреляции Спирмена подтвердил существенные различия между критическими моментами наблюдения в 2006 и 2007 году.

Рис. 3.4. Уровень раннего предпринимательства в странах мира в 2007 г.



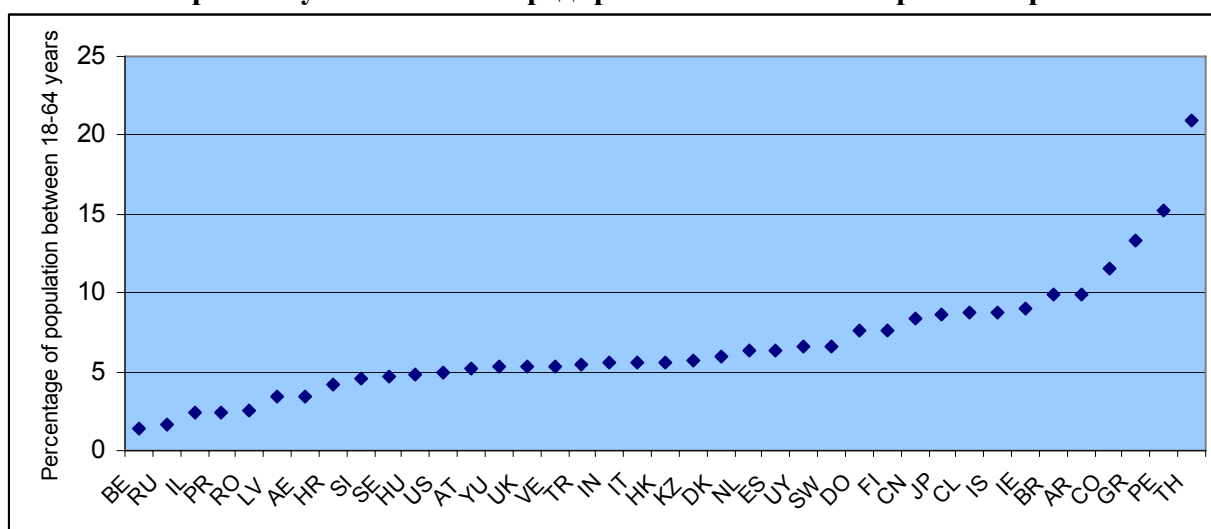
В результате страны-участницы GEM обнаружили разные траектории движения показателей по индексам различных стадий развития предпринимательства (см. рис 4-5).

Так, некоторое снижение средней взвешенной оценки уровня **ранней предпринимательской активности** населения: с 9,47% до 9,35% - сопровождалось одновременным ростом неоднородности стран по индексу ТЕА (с 68% до 75 %). Россия, как и в 2006 г., продолжает оставаться в приоритетной группе, но это уже - нижняя группа и практически нижняя позиция.

Вместе с Россией в нижний кластер попали преимущественно страны с развитой индустриальной экономикой, главным образом – представляющие «старую Европу» (например, Австрия, Бельгия, Великобритания, Япония, Дания, Швеция). Сюда же попали и 3 новых члена ЕС (Румыния, Латвия, Словения), а также Пуэрто-Рико.

По уровню **устоявшегося бизнеса** страны-участницы GEM, напротив, стали более гомогенны (одновременно с абсолютным снижением средней величины индекса ЕВ на 25% произошло снижение коэффициента вариации совокупности по уровню ЕВ).

Рис. 3.5. Уровень устоявшегося предпринимательства в странах мира в 2007 г.



Таким образом, *развитие различных категорий предпринимательского потенциала не идёт синхронно*, по различным предпринимательским стратам были выделены однородные кластеры

стран, которые характеризуются различным уровнем социально-экономического развития и типом государственной политики в отношении предпринимательства.

Влияние макроэкономических индикаторов на уровень предпринимательской активности социально-экономических и демографических страт

Зависимость уровня устоявшегося предпринимательства от ВВП на душу населения как обобщающей характеристики социально-экономических условий в стране не подтвердилась.

Представляется логичным предположить, что значим *не* сам суммарный показатель ранней предпринимательской активности (включающий, помимо устоявшегося бизнеса, нарождающееся предпринимательство), а его *структура*: чем выше доля добровольного предпринимательства в составе уже реализовавшегося предпринимательского потенциала (новое и устоявшееся предпринимательство), тем – при прочих равных условиях – выше вероятность попадания в кластер с более высоким уровнем экономического развития. И тем выше теснота связи между уровнем предпринимательской активности и уровнем экономического развития.

Наличие параболической зависимости ЕВ от ВВП на душу населения объяснило бы неоднородный состав кластеров. Однако наличие нелинейной зависимости уровня устоявшегося предпринимательства от ВВП на душу населения статистическими тестами не подтвердилась (коэффициент детерминации $R^2 = 0,114$, при 5%-ном уровне значимости нулевая гипотеза не опровергнута). Возможно, дело – не только в *уровне*, но и в *темпах развития* предпринимательской активности населения – при доминировании

добровольного предпринимательства среди владельцев устоявшегося бизнеса. Прояснению этого вопроса может способствовать накопление данных в ходе следующих раундов исследования.

Известно, что ранняя предпринимательская активность населения складывается за счёт двух категорий: нарождающихся предпринимателей и владельцев нового бизнеса. Для каждой из этих категорий оценка предполагаемых взаимосвязей проводилась на основе непараметрических статистик, так как пока невозможно сформулировать обоснованную гипотезу относительно формы возможной связи. В качестве независимых переменных использовались темпы прироста ВВП на душу населения в постоянных ценах, индекс потребительских цен, дефлятор ВВП. В качестве зависимых переменных последовательно были проверены индексы предпринимательской активности по всем выделяемым в рамках методологии GEM.

Для уровня активности всех категорий ранних предпринимателей (нарождающихся и новых, для добровольного и вынужденного, для мужского и женского раннего предпринимательства) статистически значимая положительная связь была подтверждена только с дефлятором ВВП. Причём практически для всех предпринимательских страт теснота связи несколько выше, если значения факторной и результирующей переменной зафиксированы с лагом в один год. Так, для

ранних предпринимателей в целом коэффициент Спирмена составляет, соответственно, 0,613 и 0,626 при 5%-ном уровне значимости, а для ранних с вынужденной мотивацией – 0,697 и 0,714 при 1%-ном уровне значимости. Исключение составляют нарождающиеся предприниматели, для которых более тесная связь между уровнем активности и дефлятором ВВП, измеряемых по одному году наблюдения: активность нарождающегося предпринимательства самым непосредственным образом связана с макроэкономическими условиями в стране, для тех же предпринимательских групп, которые уже создали свой бизнес (владельцы нового бизнеса), улучшение, либо ухудшение макроэкономической ситуации (например, в связи с ростом уровня цен на нефть и др. сырьевые товары, или на продовольствие, а также динамика курса основных валют) является, скорее, важным дополнительным моментом, но не фактором, определяющим, продолжать ли развивать бизнес или закрывать его немедленно.

В силу сказанного понятно, что для устоявшихся предпринимателей и для уровня выбытия из бизнеса эта связь вообще оказалась статистически не значимой. Вообще, для *интенсивности выбытия из бизнеса статистически значимые зависимости обнаружены только по отношению к уровню активности предпринимательских страт*. По категории устоявшихся предпринимателей устойчивые оценки статистически значимой связи только с предпринимательской активностью различных категорий ранних предпринимателей.

Интересно, что индекс потребительских цен, при доверительной вероятности 5%, значимо влияет на единственный из 69 проверенных показателей предпринимательской активности: по ранним предпринимателям, использующих в своём бизнесе новые (в возрасте от 1 года до 5 лет) технологии. Причём связь эта отрицательна, коэффициент Спирмена составляет -0,615.

Некоторые использовавшиеся для анализа данные приведены в табл. 3.3.

Различие в уровнях предпринимательской активности по видам деятельности

Количественные оценки предпринимательского потенциала российского общества непременно в рамках методологии GEM могут быть дополнены исследованием качественных характеристик. В этом контексте первостепенное значение имеет структура предпринимательских страт по видам экономической деятельности.

Ниже (раздел 5) описаны результаты группировки российских

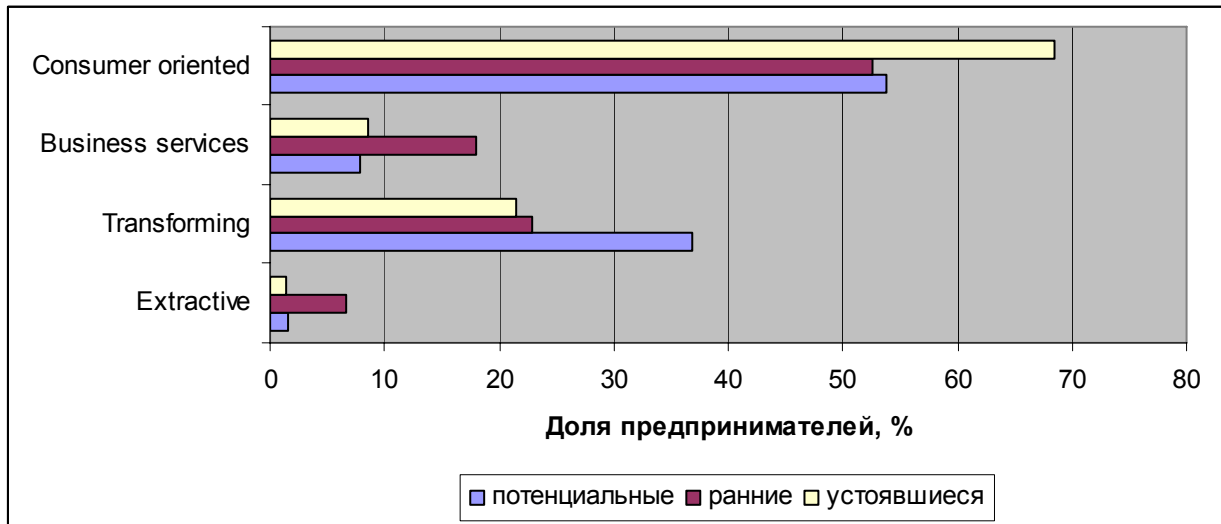
предпринимателей в разрезе ОКВЭД. Гармонизация его позиций с Международным стандартом классификации всех видов экономической деятельности (ISIC) позволяет сравнить экономическую структуру российского раннего и устоявшегося малого предпринимательства с аналогичными показателями других стран – участниц GEM, как с высоким, так и со средним уровнем развития.

Таблица 3.3.

Показатели развития предпринимательской активности в сопоставлении с важнейшими макроэкономическими индикаторами

Страна	Раннее предпринимательство				Устоявшееся предпринимательство		ВВП _{р0} , %к предш		Дефлятор	
	нарождающиеся		новые		во		2005	2006	2005	2006
	2006	2007	2006	2007	2006	2007				
РФ	3,46	1,33	1,71	1,34	1,19	1,68	6,4	6,7	100	116,093
Венгрия	3,18	3,77	3	3,1	6,72	4,83	4,2	3,9	131,942	136,823
Латвия	4,03	2,18	2,65	2,28	5,69	3,41	10,6	11,9	128,655	142,931
Сербия		4,75		4,01		5,27	6,2	5,7	145,341	168,063
Хорватия	6,38	5,31	2,49	1,96	4,12	4,22	4,3	4,8	141,506	146,307
Словения	2,91	3,02	1,79	1,76	4,44	4,59	4,1	5,7	121,381	123,796
Румыния		2,9		1,32		2,51	4,1	7,7	197,51	217,99
Китай	6,67	6,89	10,52	10,01	8,98	8,39	10,4	11,1	232,781	240,295
Индия	5,42	6,03	5,31	2,59	5,6	5,53	9	9,7	124,191	130,506
Бразилия	3,5	4,29	8,62	8,72	12,09	9,94	2,9	3,7	183,216	191,059
Чили	5,74	7,28	3,89	6,53	6,79	8,73	5,7	4	116,197	129,786
Колумбия	10,92	8,02	12,55	15,53	10,41	11,56	4,7	6,8	325,225	342,01
Венесуэла		14,45		7,06		5,39	10,3	10,3	650,425	760,564
ОАЭ	1,71	4,38	2,2	4,42	1,39	3,42	8,2	9,4	136,593	153,315

Рис. 3.6. Структура раннего предпринимательства по видам экономической деятельности в России (ISIC)



Как можно заметить (см. рис. 3.4-3.5а,б), **в раннем предпринимательстве** доля добывающих производств (куда включается и сельское хозяйство) сопоставима во всех странах мира, в том числе и в России. Доля перерабатывающих производств в российском раннем предпринимательстве существенно ниже, чем в других странах. Приоритет видов экономической деятельности, ориентированных на потребительский рынок, в российском раннем предпринимательстве сопоставим с ситуацией в странах со средним уровнем развития, к которым относят и Россию.

В устоявшемся предпринимательстве России вклад ориентированных на потребительский

рынок производств (в первую очередь, розничной торговли) превышает показатель указанной группы по другим странам почти на 17%.

Вклад добывающих производств в российском устоявшемся предпринимательстве на порядок меньше, чем в других странах мира, как со средним, так и с высоким уровнем развития.

Перерабатывающие производства – сфера экономической деятельности трети устоявшихся предпринимателей в странах мира со средним уровнем развития и 28% устоявшихся предпринимателей - в странах мира с высоким уровнем развития, в то время как в России их вклад составляет лишь чуть более 20%.

Рис. 3.7а. Структура раннего предпринимательства по видам экономической деятельности в странах мира (ISIC)

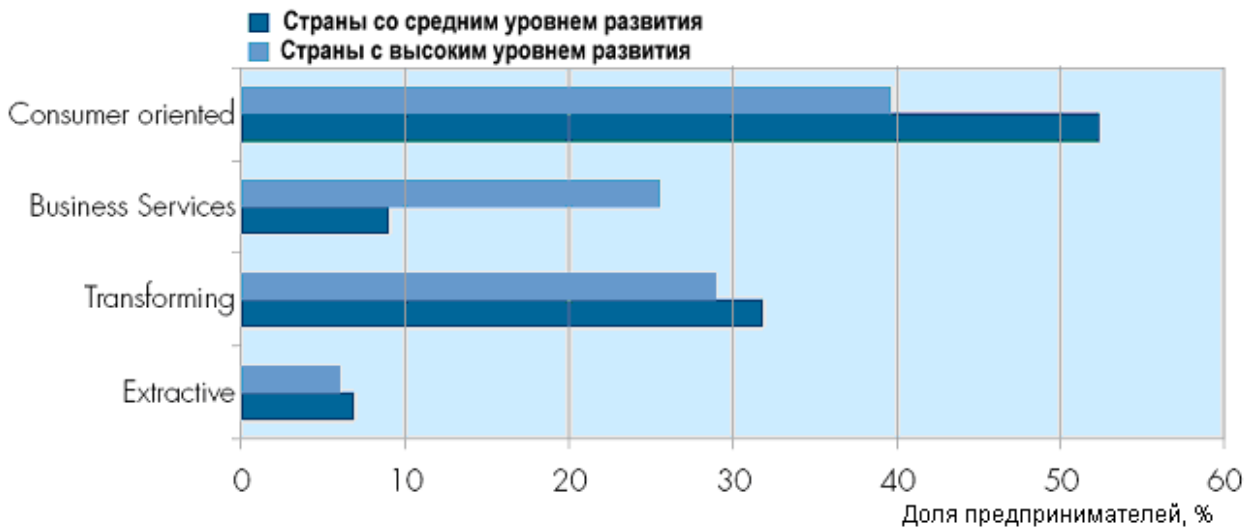
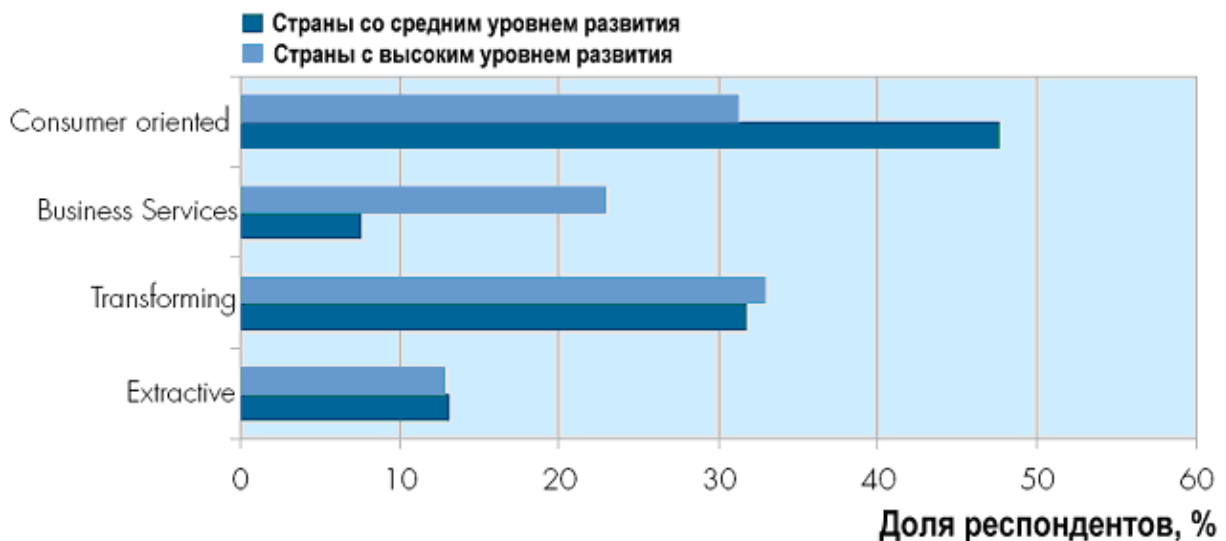


Рис. 3.76. Структура устоявшегося предпринимательства по видам экономической деятельности в странах мира (ISIC)



Анализируя качественные характеристики экономической структуры предпринимательского потенциала, следует особое внимание обратить на характеристику его инновационности (см. табл. 3.2). Сопоставление параметров инновационности проведено по группе стран, характеризующихся сходными экономическими, социально-политическими и историческими условиями:

- страны Центральной и Восточной Европы, включая Латвия – по признаку общности условий исторического развития. Эти страны, также как и РФ, пережили сначала эпоху плановой экономики, затем - сложный и

болезненный для населения период трансформации социально-экономической системы.

- Бразилия, Индия и Китай выбраны в качестве так называемых стран БРИК, которые уже традиционно рассматриваются вместе в компаративных исследованиях. Венесуэла и ОАЭ – это «нефтяные» страны, поэтому нам кажется интересным сравнить уровень инновационности экономик, надёжно поддерживаемых энергетическими ресурсами.
- Наконец, две латиноамериканские страны: Чили и Колумбия – выбраны как два полярных случая,

заслуживающих внимания в контексте еще недавно существовавших возможностей для развития социально-экономической модели России в сторону догоняющей модернизации (первоначально авторитарного типа) с опорой на либеральную модель развития рынка (Чили), либо окончательной «кокаинизации» общественных структур, с подавляющей экономической и политической ролью криминально-мафиозных кланов (Колумбия).

В соответствии с методологией опроса взрослого трудоспособного населения GEM, инновационной следует считать экономическую деятельность предпринимателя, если в процессе её осуществления создаётся новая, не известная ранее потребителям продукция, или заполняется ранее пустовавшая, не востребованная конкурентами ниша на национальном рынке, или используется технологически новый процесс (подробнее см. раздел 5).

К сожалению, в рамках проекта не удалось выделить предпринимательскую активность в тех конкретных видах деятельности, которые традиционно рассматриваются как инновационные (напр., в сфере информационных

технологий или прикладных научных исследований, которые не требуют значительных стартовых вложений капитала). Тем не менее, неожиданно высокой оказалась самооценка уровня инновационности раннего предпринимательства, причем среди владельцев нового бизнеса выше самооценка инновационности продукта, чем среди устоявшихся предпринимателей. Это означает, что новые генерации бизнеса более инновационно ориентированы, чем предыдущие.

Следует, впрочем, учитывать, что самооценка – не очень надежный источник для окончательных выводов: слабая информированность о реальной новизне используемых технологий и структуре рынка, разное восприятие и трактовка задаваемых вопросов, желание респондента «приукрасить действительность» и др. могут приводить к существенному искажению реальной степени инновационности продуктов и технологий.

Для визуализации сопоставлений предпринимательского потенциала населения по качественным характеристикам по сформированной группе стран была составлена сводная таблица 3.4.

Таблица 3.4. Инновационные составляющие раннего и устоявшегося предпринимательства

Страна	Уровень инновационности в раннем предпринимательстве				Уровень инновационности в устоявшемся предпринимательстве			
	По продукту		По технологиям		Иннов прод		Иннов технолог	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
РФ	9,68	17,96	18,8	22,78	6,85	21,18	13,47	4,34
Венгрия	3,28	0,93	12,26	10	2,01	2,25	3,91	2,26
Латвия	8,81	10,4	17,62	29,23	16,98	1,63	12,83	11,92
Сербия		7,81		34,83		8,87		29,75
Хорватия	13,44	10,47	51,62	51,42	17,38	2,74	36,87	26,75
Словения	17,01	16,64	37,42	31,37	10,76	10,07	17,03	17,06
Румыния		6,49		23,13		3,99		6,68
Китай	9,25	13,82	60,61	31,31	10,28	11,98	44,02	11,28
Индия	32,98	5,58	39,42	39,1	15,55	8,76	33,64	40,16
Бразилия	13,7	3,24	21,63	18,06	14,12	0,55	10,9	10,4
Чили	29,1	23,01	42,19	22,93	18,97	18,81	22,05	9,55
Колумбия	23,26	21,38	44,98	51,5	21,86	13,7	20,3	21,95
Венесуэла		14,73		18,13		14,06		10,71
ОАЭ	28,95	48,87	43,09	61,82	37,39	33,72	37,49	77,98

Принадлежность к кластерам стран по уровню предпринимательской активности

№	Страна	Кластер	Дистанция
1	Россия	1	10,709
2	HU	2	15,650
3	RO	2	7,234
4	BR	2	7,151
5	CL	1	8,462
6	CO	1	16,751
7	CN	1	5,818
8	IN	2	11,540
9	LV	2	4,903
10	YU	2	10,027
11	HR	2	7,935
12	SI	1	7,298
13	VE	1	11,107
14	AE	3	,000

Мотивация предпринимательской активности

Мотивационная структура российского раннего предпринимательства в целом мало чем отличается от сложившейся в странах ЦВЕ и существенно более благоприятна, чем, напр., в Бразилии, что существенно с точки зрения качественной оценки предпринимательского потенциала РФ (см. табл.3.1 – 3.2).

54% российских ранних предпринимателей (среди нарождающихся предпринимателей - 60% и чуть более трети среди владельцев нового бизнеса) могут быть охарактеризованы как добровольные предприниматели: их экономическая активность обусловлена поиском преимуществ, которые дает занятие бизнесом.

Добровольное предпринимательство – это, в основном, выбор людей в возрасте до 44 лет с высшим или профессиональным образованием. Более чем для 40% владельцев нового бизнеса и 25% нарождающихся предпринимателей

бизнес является вынужденным шагом, связанным с отсутствием либо неудовлетворительностью других вариантов трудоустройства.

Вынужденной является предпринимательская деятельность почти для 50% ранних предпринимателей со средним образованием и 40% с профессиональным образованием, а также для 54% респондентов в возрастной группе старше 45 лет.

Таким образом, с ростом уровня образования увеличивается ориентация на добровольные факторы мотивации, но после 45 лет - растет доля вынужденных факторов мотивации. Женщины чаще решаются на создание бизнеса вынужденно. Среди **владельцев нового бизнеса** чуть более трети и мужчин, и женщин могут быть охарактеризованы как оппортунистические предприниматели, ориентированные на поиск новых жизненных возможностей и на реализацию собственных мировоззренческих ценностей.

Краткие выводы

1. В 2006 г. Россия располагалась практически в центре (расстояние до центра 0,07) кластера наиболее типичных по уровню ТЕА 18 стран с уровнем ранней предпринимательской активности ниже среднего, причем индекс ТЕА в России был в 2 раза ниже среднего по совокупности стран-участниц консорциума.
2. В этой же группе находятся страны с более успешным по общей оценке ходом развития рыночной экономики (ЦВЕ), а также один из лидеров по уровню экономического развития – Норвегия. Это, на первый взгляд, означает, что прямой связи между уровнем развития ранней предпринимательской активности и уровнем экономического развития нет.
3. Подтверждается наличие статистически значимой связи между уровнем предпринимательской активности населения и уровнем социально-экономического развития страны. И дело здесь – в качестве предпринимательской активности: преобладании вынужденного, либо добровольного

- предпринимательства.
Статистический анализ данных об уровне ранней предпринимательской активности населения, полученных в результате обследования, в комбинации с уровнем ВВП на душу населения подтверждает наличие нелинейной зависимости.
4. При кластеризации по уровню развития устоявшегося бизнеса (индекс ЕВ) методом k-средних Россия не попадает по результатам 2006 г. в типичную группу стран и относится к кластеру с низким значением индекса ЕВ.
 5. Темпы развития ранней предпринимательской активности населения в России оказались негативными. В 2007 г. в РФ индекс ТЕА - в 3,5 раза ниже среднего по совокупности значения: за год показатель снизился более чем на 45%. Это максимальное снижение по совокупности стран мира.
 6. Вместе с Россией в нижний кластер попали преимущественно страны с развитой индустриальной экономикой, главным образом – представляющие «старую Европу» (например, Австрия, Бельгия, Великобритания, Япония, Дания, Швеция). Сюда же попали и 3 новых члена ЕС (Румыния, Латвия, Словения), а также Пуэрто-Рико.
 7. Для уровня активности всех категорий ранних предпринимателей (нарождающихся и новых, для добровольного и вынужденного, для мужского и женского раннего предпринимательства) статистически значимая положительная связь была подтверждена только с дефлятором ВВП.
 8. Доля перерабатывающих производств в российском раннем предпринимательстве существенно ниже, чем в других странах. Приоритет видов экономической деятельности, ориентированных на потребительский рынок, в российском раннем предпринимательстве сопоставим с ситуацией в странах со средним уровнем развития, к которым относят и Россию.
 9. Неожиданно высокой оказалась самооценка уровня инновационности раннего предпринимательства, причем среди владельцев нового бизнеса выше самооценка инновационности продукта, чем среди устоявшихся предпринимателей. Это означает, что новые генерации бизнеса более инновационно ориентированы, чем предыдущие.
 10. Мотивационная структура российского раннего предпринимательства в общем мало чем отличается от сложившейся в странах ЦВЕ и существенно более благоприятна, чем, напр., в Бразилии, что существенно с точки зрения качественной оценки предпринимательского потенциала РФ.

4. Гендерный анализ предпринимательства в России

Различия между мужским и женским предпринимательством

Гендерный состав раннего предпринимательства в России мало отличается от того, что обычно наблюдается в странах со зрелой рыночной экономикой и высокой долей женской занятости в народном хозяйстве. Так, в 2007 г. в России соотношение мужчин и женщин в раннем предпринимательстве составляет приблизительно 173 к 100. При сложившемся уровне ранней предпринимательской активности это означает, что среди экономически активного населения каждый 15-й

мужчина и лишь только каждая 27-я женщина являются ранними предпринимателями.

За 2006-2007 гг. разрыв между мужским и женским предпринимательством практически не изменился: доля мужчин увеличилась на 1,3% и составила 64,3%.

Следует отметить, что если среди потенциальных предпринимателей соотношение мужчин и женщин составляет примерно 2:1, то среди нарождающихся предпринимателей – уже 2,5:1, а среди владельцев нового бизнеса – и вовсе 4:1. Это означает, что женщины не только реже рассматривают для себя возможность стать предпринимателями, но и гораздо реже такую возможность реализуют, а на начальной стадии реализации оказываются менее успешными (См. табл. 4.1).

Таблица 4.1.

Индекс предпринимательской активности по стадиям предпринимательства и полу (в % от численности экономически активного населения)⁵:

Индекс предпринимательской активности	Потенциальные предприниматели		Нарождающиеся предприниматели		Владельцы нового бизнеса		Владельцы устоявшегося бизнеса	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
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

За истекший год ряд изменений наблюдается по основным социально-демографическим характеристикам представителей мужской и женской страт среди потенциальных, ранних и устоявшихся предпринимателей.

Возраст. Средний возраст женщин-потенциальных предпринимательниц составлял в 2006 г. 37,1 лет и за год снизился на 1,5 года, тогда как мужчин вообще не изменился - 33,5 лет (см. табл. 4.2).

Таблица 4.2.

Распределение потенциальных предпринимателей по полу и возрастным когортам в 2006 и 2007 гг.

Возраст	2006	2007
---------	------	------

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.

	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
18-24	29,4	25,5	27,4	32	24,1	28,5
25-34	30,8	19,4	25	27	26,5	26,8
35-44	16,1	24,8	20,5	21	19	20,1
45 и более	23,7	30,3	27,1	20	30,4	24,6
Всего	100	100	100	100	100	100

Несколько иная ситуация наблюдается в группе нарождающихся предпринимателей: гендерный разрыв в

среднем возрасте нарождающихся стал ниже, чем в группе потенциальных предпринимателей: в 2007 г. – 2,1 года (см. табл. 4.3).

Таблица 4.3.
Распределение нарождающихся предпринимателей по полу и возрастным когортам в 2006 и 2007 гг.

Возраст	2006			2007		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
18-24	42,3	21,1	33,3	43,7	42,8	43,5
25-34	30,8	21,1	26,7	43,7	28,6	39,1
35-44	15,4	47,4	28,9	6,3	28,6	13,1
45 и больше	11,5	10,4	11,1	6,3	-	4,3
Всего	100	100	100	100	100	100

Что касается группы владельцев нового бизнеса, то возраст чуть более 60% мужчин из этой группы варьировал в 2006 г. в пределах 25-34 года, тогда как возраст такой же доли женщин – в пределах 35-44 года. Однако примечательно, что ни одна женщина из

данной группы не относилась к старшей возрастной когорте, в противовес 32% мужчин. В 2007 г. владельцы нового бизнеса существенно помолодели. Гендерный разрыв в среднем возрасте увеличился на 1,5 года (в 2,5 раза).

Таблица 4.4.
Распределение владельцев нового бизнеса по полу и возрастным когортам в 2006 и 2007 гг.

Возраст	2006			2007		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
18-24	4,7	-	3,3	27,2	12,5	21,1
25-34	63,9	37,5	56,7	45,5	50	47,3
35-44	-	62,5	16,7	9,1	12,5	10,5
45 и больше	31,4	-	23,3	18,2	25	21,1
Всего	100	100	100	100	100	100

Существенно иной является возрастная структура владельцев устоявшегося бизнеса в гендерном разрезе. Неизменно подавляющее большинство мужчин (85,7%) и женщин (2/3) относятся к возрастной группе старше 35 лет. Однако доля женщин,

относящихся к более младшей возрастной группе до 35 лет, превышает аналогичную долю мужчин. Гендерный разрыв в среднем возрасте увеличился более чем втрое и составил в 2007 году 3,3 года.

Таблица 4.5.
Распределение владельцев устоявшегося бизнеса по полу и возрастным когортам в 2006 и 2007 гг.

Возраст	2006			2007		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
18-24	7,1	-	4,3	-	9,5	6,7
25-34	7,1	33,3	17,4	22,2	19,1	20

35-44	57,2	33,3	47,8	33,3	33,3	33,3
45 и больше	28,6	33,3	30,5	44,5	38,1	40
Всего	100	100	100	100	100	100

Таким образом, по всем предпринимательским группам доля женщин, относящихся к более старшим возрастным когортам, значительно превышает аналогичную долю мужчин. Данную закономерность можно объяснить более высоким уровнем вынужденной мотивации среди женщин, которые, по-видимому, склонны к созданию собственного дела лишь когда шансы на нахождение приемлемой работы по найму становятся минимальными, т.е. в старших возрастных когортах.

Образование.

Структура предпринимательских страт по образовательному признаку за истекший период осталась неизменной. Во всех анализируемых группах предпринимателей большинство как мужчин, так и женщин имеют среднее профессиональное, либо высшее

образование. Тем не менее, в группах потенциальных и ранних предпринимателей доля женщин с высшим образованием превышает аналогичную долю мужчин: гендерный разрыв составляет от 7% (владельцы нового бизнеса) до 22% (нарождающиеся предприниматели). Лишь в группе владельцев устоявшегося бизнеса доля мужчин и женщин с высшим образованием приблизительно равна. Кроме того, во всех 4-х предпринимательских группах доля мужчин, имеющих только среднее образование, значительно превышает аналогичную долю женщин: различия составляют от 1,7 (потенциальные предприниматели) до 2,9 раз (владельцы нового бизнеса). В группе нарождающихся предпринимателей ни одна женщина не относится к категории со средним образованием в противовес 23% мужчин. (См. табл. 4.6а-г.)

Таблица 4.6.а

Распределение потенциальных предпринимателей по полу и уровню образования в 2006 и 2007 гг.

Образование	2006			2007		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Начальное или среднее	25,1	15,9	19,4	24	11,4	18,4
Профессиональное	42	38,6	40,3	37	43	39,7
Высшее	32,9	45,5	39,3	39	45,6	41,9
Всего	100	100	100	100	100	100

Таблица 4.6. б

Распределение нарождающихся предпринимателей по полу и уровню образования в 2006 и 2007 гг.

Образование	2006			2007		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Начальное или среднее	23,1	-	13,3	25	14,2	21,7
Профессиональное	30,8	31,6	31,1	50	42,9	47,8
Высшее	46,1	68,4	55,6	25	42,9	30,5
Всего	100	100	100	100	100	100

Таблица 4.6.в

Распределение владельцев нового бизнеса по полу и уровню образования в 2006 и 2007 гг.

Образование	2006			2007		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Начальное или среднее	36,4	12,5	30	45,5	25	36,8
Профессиональное	45,5	62,5	50	9	25	15,8
Высшее	18,1	25	20	45,5	50	47,4
Всего	100	100	100	100	100	100

Таблица 4.6.г

Распределение владельцев устоявшегося бизнеса по полу и уровню образования в 2006 и 2007 гг.

Образование	2006			2007		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Начальное или среднее	21,4	11,1	17,4	11,1	14,2	13,3
Профессиональное	21,4	33,3	26,1	11,1	42,9	33,3
Высшее	57,2	55,6	56,5	77,8	42,9	53,4
Всего	100	100	100	100	100	100

Выявленная образовательная структура потенциальных и ранних предпринимателей в основном

соответствует образовательной структуре российского общества в целом.

Характеристики женского предпринимательства

Возраст

Среди ранних предпринимателей самая активная часть женщин относится к возрастной группе от 35 до 44 лет. В целом высокая предпринимательская активность владельцев бизнеса

отмечается в возрасте 25-44 лет, существенно снижается предпринимательская активность женщин после 45 лет.

Необходимо отметить, что среди женщин, владеющих новым бизнесом, отсутствуют младшие и старшие возрастные группы, тогда, как среди владеющих устоявшимся бизнесом есть представительницы и старших возрастных групп (См. табл. 4.7).

Таблица 4.7.

Распределение женщин по стадиям предпринимательства и возрасту (в % от численности экономически активных женщин): в 2006 и 2007 гг.

Возраст	Потенциальные предприниматели		Нарождающиеся предприниматели		Владельцы нового бизнеса		Владельцы устоявшегося бизнеса	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
18-24	17,4	13,9	1,9	2,7	-	1,1	-	0,5
25-34	12,5	11,2	1,8	2,1	1,3	2,1	1,3	1,4

35-44	13,7	9,8	3,4	0,8	1,9	0,5	1,1	2,7
45-54	8,4	7,3	0,4	-	-	0,9	0,8	2,1
55-64	10,6	3,7	0,5	0,3	-	-	0,5	0,8
Всего	12,4	9,2	1,6	1,2	0,7	1	0,8	1,5

Образование

Самый высокий уровень предпринимательской активности среди ранних и потенциальных предпринимателей наблюдается у более образованных женщин (чаще - с высшим образованием).

Самый высокий уровень предпринимательской активности среди женщин наблюдается по категории потенциальных предпринимательниц (См. табл. 4.8).

Таблица 4.8.
Распределение женщин по стадиям предпринимательства и уровню образования (в % от численности экономически активных женщин): в 2006 и 2007 гг.

Уровень образования	Потенциальные предприниматели		Нарождающиеся предприниматели		Владельцы нового бизнеса		Владельцы устоявшегося бизнеса	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Неполное среднее	8,7	-	-	-	-	-	-	-
Среднее	6,9	3,3	-	0,4	0,3	0,7	0,3	1,1
Профессиональное	11,1	6,2	1,2	0,5	1	0,4	0,6	1,6
Высшее	19,7	9,8	3,9	0,8	0,6	1,1	1,5	2,5
Всего	12,4	6,5	1,6	0,6	0,7	0,7	0,8	1,7

Заметим, что значимую роль в решении о создании собственного бизнеса играет нынешний статус хозяйственной активности: среди потенциальных предпринимательниц – почти две трети уже имеют собственное предприятие, а одна треть – являются

самозанятыми. Это означает, что для женщин-наемных работниц предпринимательство – в силу разных причин, по существу, закрытая сфера (См. табл. 4.9).

Таблица 4.9.
Распределение женщин по стадиям предпринимательства и статусу занятости (в % от численности экономически активных женщин): в 2006 и 2007 гг.

Статус занятости	Потенциальные предприниматели		Нарождающиеся предприниматели		Владельцы нового бизнеса		Владельцы устоявшегося бизнеса	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Не работаю	10,5	3,7	1,1	0,7	-	-	0,2	-
Работаю по найму на постоянной работе (по	14	7,9	1,1	0,5	0,2	0,2	0,6	0,9

контракту)								
Работаю по найму по трудовому соглашению	13	9,3	4,3	-	-	0,8	-	1,7
Работаю по найму на основе устной договоренности	12,8	2,3	4,3	-	-	-	-	4,7
Работаю на собственном предприятии	18,2	7,7	9,1	-	27,3	15,4	36,4	69,2
Занимаюсь индивидуальной трудовой деятельностью	13,3	27,8	-	5,6	26,7	22,2	6,7	16,7
Всего	12,4	6,5	1,6	0,6	0,7	0,7	0,8	1,7

Значимую роль играет в развитии женской предпринимательской активности тип поселения – по-видимому, в больших городах у женщин больше стимулов стремиться к открытию собственного дела (потенциальное предпринимательство). С одной стороны, в больших городах больше и предпосылок для начала реализации этих устремлений, а, с другой стороны, в них больше и возможностей для преодоления трудностей начального этапа. Наконец, по доле устоявшегося женского бизнеса лидируют Москва и Санкт-Петербург, с небольшим отставанием – средние города. В целом, наихудшие показатели по всем стадиям создания собственного дела со стороны женщин наблюдаются в селах и малых городах. В целом следует отметить, что по всем типам поселений уровень ранней предпринимательской активности женщин существенно снизился, а по устоявшемуся бизнесу – наоборот, увеличился. (См. табл. 4.10).

Таблица 4.10.

Распределение женщин по стадиям предпринимательства и размеру населенного пункта (в % от численности экономически активных женщин): 2007

<i>Размер населенного пункта</i>		<i>Потенциальные предприниматели</i>	<i>Нарождающиеся предприниматели</i>	<i>Владельцы нового бизнеса</i>	<i>Владельцы устоявшегося бизнеса</i>
Москва и С.Петербург	Кол-во	15	3	1	8
	%	5,6%	1,1%	0,4%	3,0%
Большие города	Кол-во	20	1	2	0
	%	9,9%	0,5%	1,0%	0,0%
Средние города	Кол-во	14	1	3	6
	%	6,4%	0,5%	1,4%	2,8%
Малые города	Кол-во	18	2	0	4
	%	6,8%	0,8%	0,0%	1,5%
Села	Кол-во	12	0	2	3
	%	4,7%	0,0%	0,8%	1,2%
Всего	Кол-во	79	7	8	21
	%	6,5%	0,6%	0,7%	1,7%

Краткие выводы

1. 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.

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

5. Структурная характеристика потенциального и раннего предпринимательства: виды деятельности, инновационность, экспортный потенциал роста

5.1. Инновационность и конкурентоспособность

Как известно, в статистике принято в качестве инновационно активных рассматривать организации, ведущие разработку и внедрение новых или усовершенствованных продуктов, технологических процессов. В рамках проекта GEM для измерения инновационности использовались три индикатора:

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

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

Очевидно, однако, что на более ранних стадиях развития бизнеса выше самооценка степени собственной инновационности. Это может быть проявлением неадекватной оценки своих возможностей индивидами на ранних стадиях развития бизнеса.

Статистически значимых различий между инновационными⁶ и не инновационными предпринимателями в зависимости от различных параметров и групп параметров выявлено не было. Это, скорее всего, говорит о том, что самооценка является весьма ненадежным индикатором инновационности возникающего бизнеса.

⁶ Инновационными считались предприниматели, соответствовавшие одному из условий: (1) предоставляют новый продукт или услугу, или (2) не имеют конкурентов, или (3) используют технологию, существующую менее 1 года.

Как правило, повышение доли ранних предпринимателей, предлагающих новые товары и услуги, говорит о росте конкуренции. Действительно, большинство респондентов, судя по всему, сталкиваются с множеством конкурентов, предоставляющих сходный продукт или услугу (рис. 5. 3). При этом

на более ранних стадиях бизнеса предприниматели оценивают уровень конкуренции как более высокий, чем владельцы нового бизнеса. Затем, среди владельцев устоявшегося бизнеса, снова возрастает доля тех, кто работает на рынке товаров/услуг, предоставляемых множеством таких же предприятий.

Рисунок 5.1

Оценка конкурентного окружения, 2007

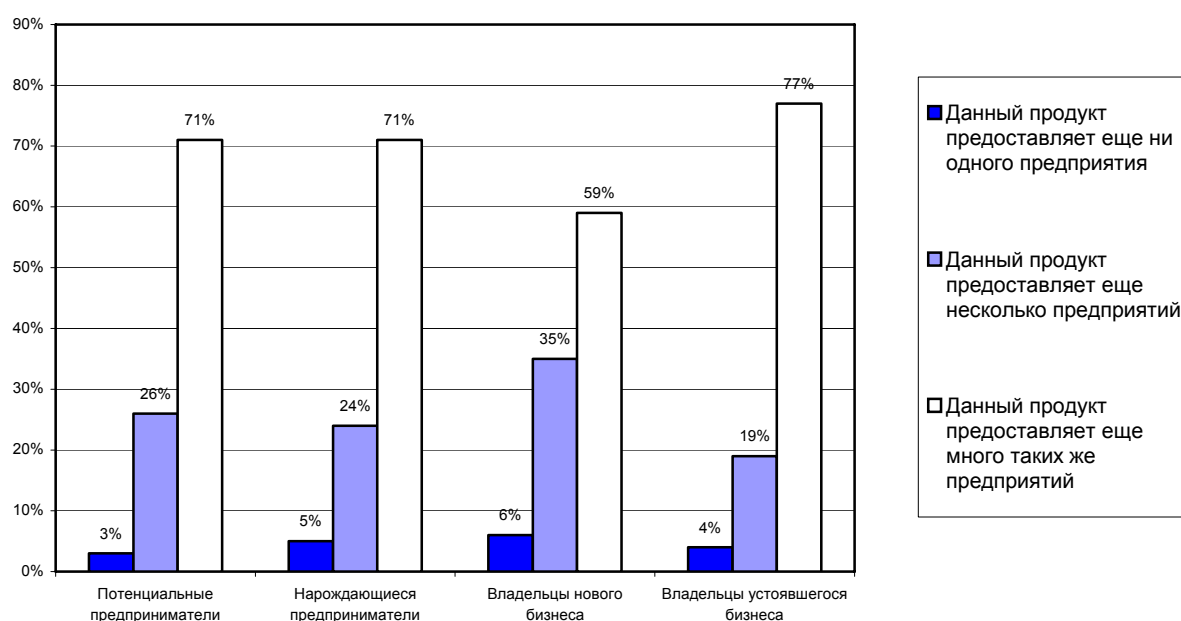


Таблица 5.1

Динамика уровня конкуренции, 2006-2007

Предпринимательские группы	Период	Данный продукт предоставляет еще, %		
		ни одно из предприятий	несколько предприятий	много таких же предприятий
Потенциальные предприниматели	2006	6	39	55
	2007	3	26	71
Нарождающиеся предприниматели	2006	6	38	56
	2007	5	24	71
Владельцы нового бизнеса	2006	11	28	61
	2007	6	35	59
Владельцы устоявшегося бизнеса	2006	0	32	68
	2007	4	19	77

За год (2006-2007) восприятие уровня конкуренции как высокого усилилось, что наиболее отчетливо

видно по группам потенциальных и нарождающихся предпринимателей (см. таблица 5.3). В 2007 г. порядка 70% из

них отметили, что на выбранных рыночных нишах уже действуют много таких же предприятий, тогда как в 2006 г. этого мнения придерживались порядка 55% респондентов в каждой из групп. Относительно менее насыщенная конкурентная среда – у владельцев нового бизнеса. Среди них наименьшая доля за 2006 – 2007 гг. (порядка 60%) отметили, что конкурентов много, и наивысшая (порядка 9%) что конкурентов нет совсем.

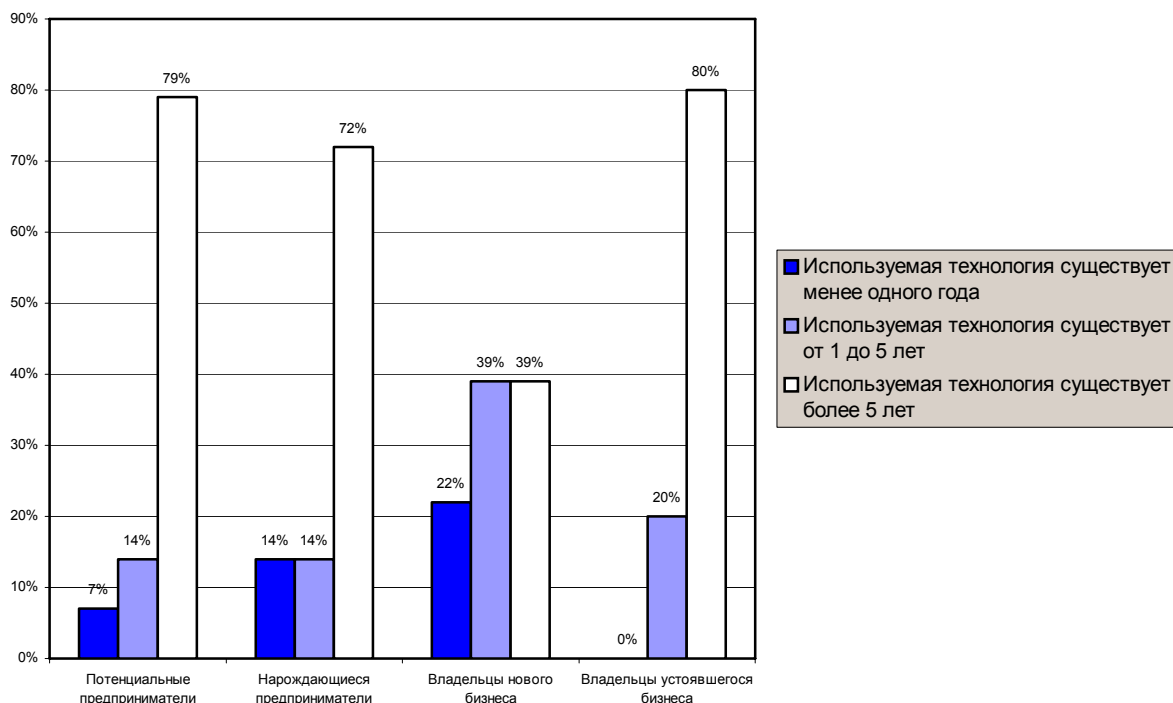
Важным объективным показателем инновационности является новизна используемых в производстве технологий. Менее четверти респондентов отметили инновационный характер применяемой техники или технологии. Отметим, что источники полученных оценок могут быть различными: например, слабая информированность о реальной новизне используемых технологий и структуре

рынка, разное восприятие и трактовка задаваемых вопросов, желание респондента «приукрасить действительность» и др.

На всех стадиях, кроме стадии нового бизнеса, от 70% до 80% предпринимателей используют технологии, существующие более 5 лет (рис. 5.4). Среди владельцев нового бизнеса 39% респондентов утверждают, что используют относительно новые технологии, существующие от 1 до 5 лет, тогда как на других стадиях эта доля составляет от 14% до 20%. Лишь немногие предприниматели заявляют, что в их бизнесе используются или же будут использоваться новые технологии: среди потенциальных – 7%, среди нарождающихся – 14%, среди владельцев нового бизнеса – 22%, среди владельцев устоявшегося бизнеса вообще нет.

Рисунок 5.2

Степень новизны используемой технологии, 2007



5.2. Потенциал роста: создание рабочих мест

По результатам опросов за 2006-2007 гг., во-первых, существенно колеблется доля потенциальных и ранних предпринимателей, которые оказались в состоянии оценить ожидаемую

численность работников своего предприятия через 5 лет: она составляет от 0,6% - 1,5 % среди потенциальных до 10-30% по различным группам ранних предпринимателей (см. таблица 5.5).

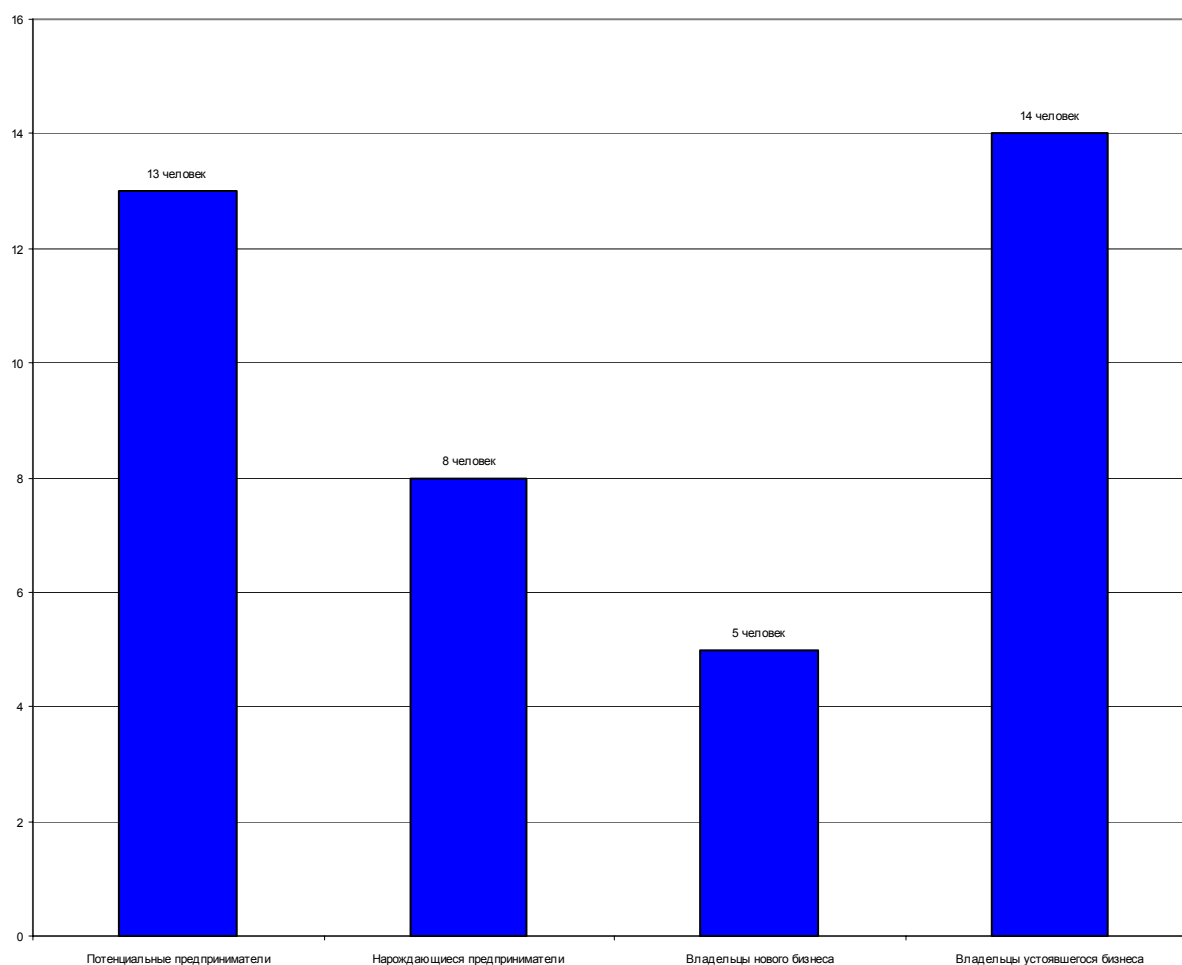
Таблица 5.2

Динамика ожидаемой численности занятых в бизнесе через 5 лет, 2006-2007, (медианное значение)

Группы предпринимателей	Оценка численности работников предприятия через 5 лет, чел. (медианное значение)	
	2006	2007
Потенциальные предприниматели	21	13
Нарождающиеся предприниматели	17	8
Владельцы нового бизнеса	10	5
Владельцы устоявшегося бизнеса	2	14

При этом в 2007 г. (см. рисунок 5.5) представители всех групп, кроме владельцев устоявшегося бизнеса, почти вдвое снизили показатели ожидаемой численности занятых. Для объяснения этого факта требуется дополнительный анализ.

Оценка численности работников предприятия через 5 лет, человек, 2007 (медианное значение)



Краткие выводы

1. Уровень конкуренции на российском рынке растет, свободного рыночного пространства в зоне освоенных ниш остается все меньше. Большая часть предпринимателей (от 55 до 70%), только выходящих или планирующих выйти на рынок, заведомо ориентированы на жесткую конкурентную борьбу.
2. Лишь незначительная часть предпринимателей начали или планируют начать бизнес, заняв новую рыночную нишу. Таких

среди потенциальных и ранних предпринимателей, как и среди владельцев устоявшегося бизнеса, порядка 3-6%. Эти данные подтверждают относительно невысокий инновационный потенциал российского предпринимательства на протяжении последних лет.

3. Методика, применяемая в GEM, в сочетании с весьма незначительными размерами групп респондентов, заявивших об инновационности предлагаемых товаров и услуг, не позволяют делать сколько-нибудь обязывающих выводов из полученных данных.

6. Особенности финансовой структуры раннего предпринимательства в России

В различных обследованиях состояния и проблем малого предпринимательства в России в 1990-х гг. отсутствие источников самофинансирования и труднодоступность внешних финансовых ресурсов выступали, как правило, основными причинами, сдерживающими развитие и рост бизнеса. По результатам настоящего проекта оказалось, что ситуация довольно сильно изменилась – судя по

всему, начинающие бизнес лица в значительной мере могут опираться на ресурсы предпринимательских сетей. Во всяком случае, больше половины респондентов опроса, планировавших в 2006 г. организовать или уже начавших свой бизнес, обладали достаточным собственным капиталом для его финансирования. Доля таких ранних предпринимателей в 2006 - 2007 гг. была стабильной - около 60%.

6.1. Нарождающиеся предприниматели: состав, источники и структура финансирования, ожидаемая отдача

Соотношение собственного и заемного капитала. 60% (39,1% - в 2007 г.) нарождающихся предпринимателей обозначили сумму денег, необходимую для запуска бизнеса. При этом 16,4 % в 2006 г. заявили, что денег им вообще не потребуется – в 2007 г. таких не было вообще. Отметим, что от 1/3 в 2006 г. до, примерно, 1/5 в 2007 г. отказались от ответа. 29,1% (21,7% – в 2007 г.) нарождающихся предпринимателей указали предполагаемую сумму собственных вложений. Однако 49,1% (78,3% - в 2007 г.) не стали отвечать на вопрос о величине собственных средств, которую они рассчитывают вложить в новый бизнес.

Таблица 6.1.

**Необходимая величина стартового капитала и собственные средства, которые
предположительно будут инвестированы нарождающимися предпринимателями, руб.**

Средние значения в рублях	Необходимая величина стартового капитала				Величина собственных вложенных средств			
	2006	2007	Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста	2006	2007	Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста
	Мужчины	637 739	515 625	-19,15%	6377,39	145 000	38 636	-73,35%
Женщины	2 109 177	900 000	-57,33%	21091,77	347 625	75 000	-78,43%	3476,25
Всего	683 015	632 609	-7,40%	6830,15	234 235	48 333	-79,37%	2342,35
Типичные значения в рублях	Необходимая величина стартового капитала				Величина собственных вложенных средств			
	2006	2007	Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста	2006	2007	Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста
	Мужчины	53 543	51 031	-4,69%	535,43	27 862	25 714	-7,71%
Женщины	58 476	50 562	-13,53%	584,76	31 268	25 000	-20,05%	312,68
Всего	54 458	50 883	-6,56%	544,58	28 752	25 532	-11,20%	287,52
Медианные значения в рублях	Необходимая величина стартового капитала				Величина собственных вложенных средств			
	2006	2007	Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста	2006	2007	Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста
	Мужчины	95 958	72 727	-24,21%	959,58	45 200	30 556	-32,40%
Женщины	807 143	70 000	-91,33%	8071,43	183 333	33 333	-81,82%	1833,33
Всего	212 500	71 875	-66,18%	2125	100 000	31 250	-68,75%	1000

В таблице 6.1 представлено соотношение между предполагаемой величиной собственных вложений и необходимым стартовым капиталом по категории нарождающихся предпринимателей в целом. По сравнению с 2006 г., указанная в 2007 г. необходимая величина стартового капитала оказалась существенно меньше – вместо 212 тыс. руб. всего лишь около 72 тыс. Особенно разительно отличаются данные по женщинам – ранним предпринимательницам: с более чем 800 тыс. – снижение до 79 тыс. руб.

При этом практически исчезло и бросавшееся в глаза различие в удельной величине собственных средств, которые готовы были вкладывать нарождающиеся предприниматели - мужчины и женщины: в 2007 г. примерно от 40 до 45 %

первоначальных инвестиций в бизнес они готовы были вложить сами.

Что касается величины разброса собственного капитала, исследование выявило значимые различия в дисперсиях показателя 2006 и 2007 гг.

Величины необходимого для начала предпринимательской деятельности капитала значительно различаются, в первую очередь, в зависимости от вида деятельности: так, преобладающее значение необходимой стартовой суммы для торговли (наиболее широко представленный в выборке вид деятельности) лежало в 2007 г. в пределах до 100 тыс. руб. (см. таблицу 6.2). Однако по всей генеральной совокупности в целом, с помощью критерия Стьюдента, можно сделать вывод, что средние величины вложений нарождающихся предпринимателей значимо не различаются

в 2006 и 2007 годах. Анализ на основе критерия Бартлетта показал, что разброс

величины стартового капитала значимо не менялся на протяжении двух лет.

Таблица 6.2

Распределение нарождающихся предпринимателей по величине предполагаемого стартового капитала по видам экономической деятельности

	3-100		100-1000		свыше 1000		Денег не требуется	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Транспорт	0,00%	66,67%	50,00%	33,33%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%
Строительство	42,86%	33,33%	42,86%	0,00%	0,00%	66,67%	14,29%	0,00%
Торговля	50,00%	86,67%	10,00%	6,67%	20,00%	6,67%	20,00%	0,00%
Услуги различного рода*	25,00%	87,50%	37,50%	0,00%	12,50%	0,00%	25,00%	12,50%
Другое	21,43%	20,00%	50,00%	40,00%	7,14%	40,00%	21,43%	0,00%

Удивительно стабильной – на уровне 68,9 % в 2006 г. и 68,2% в 2007 г. – оказалась доля респондентов, которые собирались привлечь заёмные средства для запуска нового бизнеса.

Источники финансирования бизнеса нарождающихся предпринимателей. Из таблицы 6.3 следует, что по сравнению с 2006 г. существенно возросла доля не работающих респондентов, которые, начиная свое дело, предполагали прибегнуть к заёмным средствам. Напротив, до нуля сократилась доля самозанятых, собирающихся прибегнуть к внешнему заимствованию, и несколько выросла доля лиц, работающих по найму.

На таблице 6.4 можно видеть, что большинство нарождающихся предпринимателей, которые заняты на постоянной работе по найму, и,

следовательно, получают стабильный доход, привлекают заёмные средства – в отличие от не имеющих такового или имеющих непостоянный доход. Проверка статистической гипотезы подтверждает: наличие постоянного источника дохода положительно влияет на готовность привлечь внешние источники. Связь характеризуется как умеренная: так в 2006 г. коэффициент взаимной сопряжённости достигает 35%, а в 2007 мера зависимости снизилась до 30%.

Что касается соотношения величины собственных и привлекаемых средств, то здесь выявлена обратная зависимость: при низком объёме внутреннего финансирования (до 25 тыс. руб.) значительная доля нарождающихся предпринимателей (37%) намерены привлечь посторонние средства.

Таблица 6.3

Доля нарождающихся предпринимателей, собирающихся прибегать к внешнему займу, по характеру экономической активности

Характер экономической активности	Финансирование с помощью займа	
	2006	2007
Не работаю	9%	17,39%
Работаю по найму на постоянной работе	16,30%	39,13%

Работаю по найму на основе устной договорённости или по трудовому соглашению	14,50%	8,70%
Работаю на собственном предприятии или занимаюсь индивидуальной трудовой деятельностью	9%	0,00%
Нарождающиеся предприниматели	100,00%	100,00%

Структура предполагаемых источников заимствования. Данные таблицы 6.5 свидетельствуют, во-первых, о росте уровня ожиданий по привлечению средств из институциональных источников - коммерческие банки, государственные программы - со стороны нарождающихся предпринимателей в 2007 г. по сравнению с 2006 г. Во-вторых, особенно этим отличаются нарождающиеся предприниматели-мужчины: доля ожидающих получения средств из формальных источников финансирования возросла до 1/3. При этом, следует отметить, что с помощью критерия Стьюдента обнаружилось постоянство доли нарождающихся предпринимателей, которые намерены привлечь формальные источники финансирования, на протяжении рассматриваемых двух лет.

На структуру источников заёмных средств (формальный – неформальный рынок капиталов) до некоторой степени влияет размер необходимого кредита, однако статистически связь оказалась достаточно слабой, показатели меры связи не превышают 15%, а в 2007 году по сравнению с 2006 связь несколько усилилась – коэффициент сопряжённости составил 16,4%. Однако анализ на основе критерия Бартлетта показал, что существует значимый разброс в сумме необходимого кредита среди нарождающихся предпринимателей 2006 и 2007 гг.

Таблица 6.4

Распределение нарождающихся предпринимателей, которые собираются привлечь заёмный капитал для финансирования бизнеса, в зависимости от характера дохода

	<i>Нарождающиеся предприниматели, которые намерены привлечь заёмные средства финансирования</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>
	2006	2007		
Отсутствие дохода	5	4	-20%	0,02
Постоянный доход	17	9	-47,06%	0,17
Непостоянный доход	5	2	-60%	0,02
Другое	1	0	0%	0,01
Итого	28	15	-46,43%	0,28

Таблица 6.5

Выбор источников финансирования бизнеса нарождающимися предпринимателями

<i>Источники внешнего финансирования</i>	<i>% от общего числа нарождающихся предпринимателей.</i>					
	<i>Мужчины</i>		<i>Женщины</i>		<i>Всего по нарождающимся предпринимателям</i>	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
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%

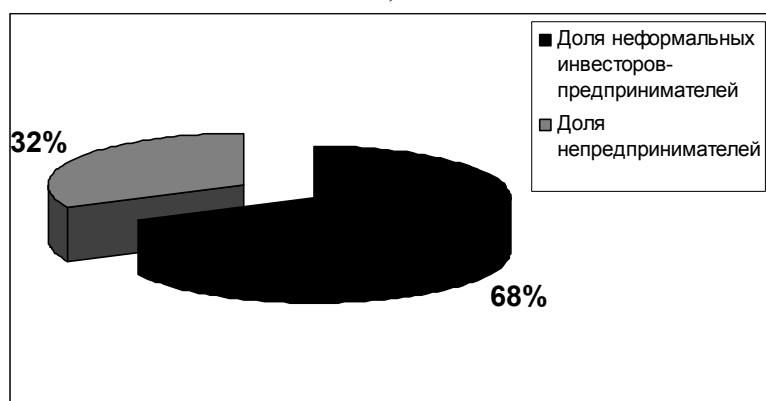
6.2. Население и предприниматели как неформальные инвесторы

Доля неформальных инвесторов-предпринимателей (в 2006 -2007 гг. - 17 и 19 человек, соответственно) – по понятным причинам, оказалась несколько выше, чем среди респондентов, не являющихся предпринимателями (в 2006 г. - 8 чел., в 2007 г. – 9 чел.).

В то же время доля предпринимателей среди лиц,

инвестировавших собственные средства в чужой бизнес, значительно меньше, чем доля представителей непредпринимательских слоев населения, как это видно из рисунка 6.1 – сказывается относительно низкая доля предпринимателей в общей структуре населения.

**Структура неформальных инвесторов по типу экономической активности
2006, 2007**



Объем неформального финансирования. По данным обследования, в 2006 г. чуть более 1 % респондентов, представляющих взрослое трудоспособное население, являлись неформальными инвесторами, а в 2007 г. - 1,4% (25 и 28 чел., соответственно); средний объем их вложений в раннее предпринимательство в 2006 г. составил около 80 тыс. руб., а в 2007 г. эта величина оказалась в два раза больше – 160 937 руб.

При этом 50% неформальных кредиторов вложили в развитие чужого бизнеса в 2006 г. не менее 35 тыс. руб., а в 2007 г. - уже не менее 89 тыс. руб.

По официальным данным Росстата РФ, на момент опроса (начало мая 2006 г.) численность трудоспособного населения России составила в 2006 г. 79,3 млн. чел. (90,2 млн. чел. на начало 2007 г.); если предположить, что полученные данные верны, то не менее 0,74 млн. чел., и соответственно, 1,21 млн. чел. выступали в роли неформальных инвесторов в раннее предпринимательство.

Если исходить из приведенных выше данных относительно среднего

объема финансирования раннего предпринимательства за счёт собственных средств, то суммарно неформальное инвестирование могло составить 59,2 млрд. руб. в 2006 г. и 193,6 млрд. руб. - в 2007 г. Отметим, что в соответствии с Федеральным законом о федеральном бюджете на государственную поддержку малого предпринимательства выделено в 2006 г. 2,5 млрд. руб. и еще 3,5 млрд. руб. - в 2007 г.

Из этого сопоставления видно, насколько несопоставимы объёмы денежных средств разных источников финансирования, и какова роль неформального капитала для предпринимательства в России.

Социальные сети и неформальное финансирование. На таблице 6.7 проиллюстрированы направления распределения средств неформальных инвесторов. Почти половина неформальных средств уходит на финансирование друзей, коллег и знакомых. 32% вложений направляется к родственникам, и лишь только 12% - попадает в бизнес посторонних людей.

Таблица 6.6

Распределение финансовых вложений неформальных инвесторов по различным категориям

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

* В категорию «другое» вошли респонденты, которые затруднялись ответить на вопрос, либо вообще не дали на него ответа

Ожидаемая отдача. Ожидания отдачи со стороны неформальных инвесторов находятся в средней зависимости от того, кого они финансируют: родственников, друзей или посторонних людей. Критерии меры связи находятся в пределах 20% и 30% за период 2006-2007 гг. Однако представления о том, что родственники получают лишь «любовный», т.е. даровой капитал, сильно преувеличены: в 2006 г. ожидали прибыли от вложений в бизнес родственников около 40% неформальных инвесторов, а в 2007 г. – уже половина; в бизнес друзей – 20 % неформальных инвесторов.

С др. стороны, 24 % неформальных инвесторов в 2006 г. и уже 42,9% в 2007 г. вообще ничего не рассчитывают вернуть, либо рассчитывают на возвращение лишь вложенных средств. От 12% в 2006 г. до 14,3% в 2007 г. неформальных инвесторов, вложивших деньги в бизнес своих родственников, ожидают отдачу, превышающую размер их вложений в 1,5-2 раза,

На рисунке 6.2 представлены ожидания отдачи от вложенных средств неформальными инвесторами в зависимости от категории заёмщиков.

Анализ показал, что величина ожидаемой прибыли от инвестирования в чужой бизнес не является главным основанием для принятия решения

неформальным инвестором о вложении средств в новый бизнес-проект.

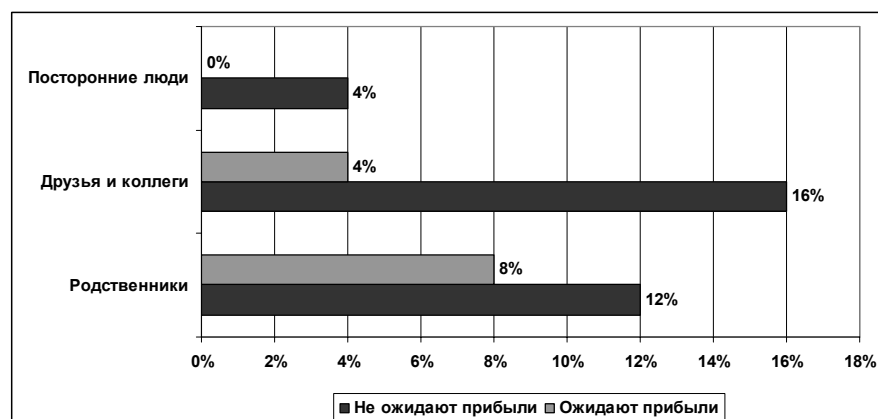
Источники средств для неформального финансирования.

Среди неформальных инвесторов значительна доля респондентов, которые указали различные социальные выплаты (пенсии, стипендии, пособия по безработице и другие) в качестве основного источника дохода. При этом средний размер кредитов со стороны этой категории неформальных инвесторов статистически не значимо отличается от размера финансирования со стороны респондентов, которые получают факторные доходы (оплату труда или валовые смешанные доходы), – см. таблицу 6.8. Показатели выявления связи минимальны и едва превышают 1%, теснота связи источника дохода неформальных инвесторов и суммы инвестированных средств оценивается, как крайне слабая (соответствующие коэффициенты находятся в пределах до 10%).

Это означает, по-видимому, что источник основных доходов практически не играет роли при решении вопроса о возможном размере инвестирования в нарождающийся бизнес. Далее, очевидно, что это – не ростовщичество, а лица, предоставляющие «любовный капитал» родственникам и близким знакомым.

Рисунок 6.2

Ожидание отдачи на собственные вложения со стороны неформальных инвесторов по категориям заёмщиков, в % от неформальных инвесторов в целом, 2006 год



2007 год

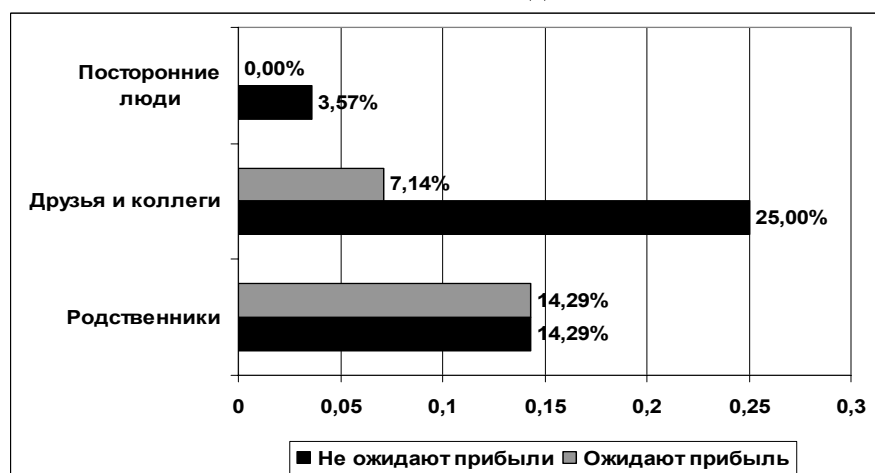


Таблица 6.7.

Обобщающие характеристики кредитования нарождающегося предпринимательства неформальными инвесторами за счёт различных видов дохода, тыс. руб.

Размер кредитования, тыс. руб.	Источники и размер кредитования							
	Оплата труда и валовые смешанные доходы		Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста	Социальные трансферты		Темп прироста	Абсолютное значение 1% прироста
	2006	2007			2006	2007		
Среднее значение	88,8	51,5	-42,00%	0,888	75,8	66,7	-12,01%	0,758
Мода	28,1	25,9	-7,83%	0,281	26	25,9	-0,38%	0,26
Медиана	40	43,8	9,50%	0,4	30,8	32,1	4,22%	0,308
Децильный коэффициент дифференциации	29	18,9	-34,83%	0,29	6,9	24,9	260,87%	0,069

Данные таблицы 6.9 подтверждают, что подавляющая часть неформального кредитования имеет характер «любовного капитала»: более 79%

неформальных инвесторов в 2006 г. и около 90 % - в 2007 г. лично знакомы со своими заёмщиками, и только 8% и 3 %,

соответственно, инвестировали в проекты третьих лиц.

Следовательно, чтобы быть конкурентоспособным, микрокредитование для начинающегося бизнеса должно отвечать не столько требованиям быстроты получения и необязательности залога (это важно, скорее, для уже устоявшегося бизнеса), но и отличаться низкой ценой – задача, в обозримом будущем едва ли выполнимая.

Структура кредитования из факторных доходов показана на рисунке 6.3: основная часть кредитов находится в

диапазоне от 2 до 50 тыс. руб., причем удельный вес этой группы кредитов увеличился с 2006 по 2007 г. с 2/3 до 3/4. Однако 14% кредитов – стабильно не меньше 150 тыс. руб. и доходят в отдельных случаях до 500 тыс. руб. Около 65% кредитных сумм не превышают пороговое значение 50 тыс. руб., в 2007 г. - около 75%.

Именно в этой размерной группе программы микрокредитования должны «соревноваться» с «любовным капиталом».

Таблица 6.8

Распределение неформальных инвесторов по типам взаимоотношений с заёмщиками

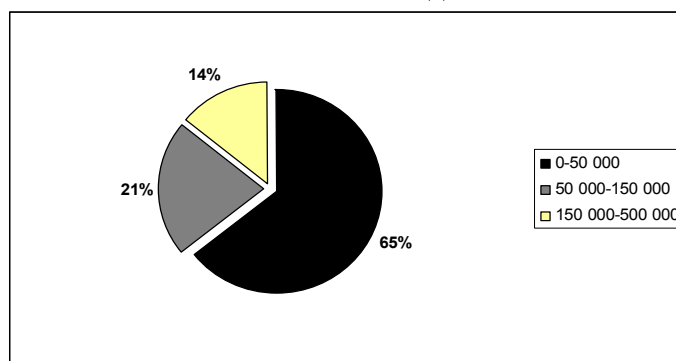
Типы неформальных инвесторов	Доля неформальных инвесторов, %	
	2006	2007
Родственники	33,33	46,43
Коллеги	4,17	3,57
Друзья	41,67	39,29
Третьи лица	8,33	3,57
Другое	12,5	7,14
Всего	100	100

Рисунок 6.3

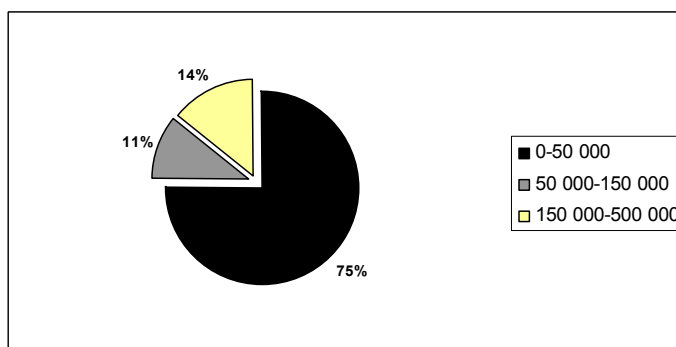
Структура кредитования раннего предпринимательства неформальными инвесторами по размеру выданной суммы (сумма вложений – тыс. рублей).

Источник финансирования – факторные доходы

2006 год



2007 год



6.3 Коллективное предпринимательство и его финансирование

Среди ранних предпринимателей немало коллективных предпринимателей – т.е. тех, кто собирается или уже открыл бизнес вместе с третьими лицами: 64% в 2006 г. и 54,8% в 2007 г. делят владение (создаваемым) бизнесом с несколькими партнёрами. При этом среди владельцев устоявшегося бизнеса коллективными предпринимателями были в 2006 г. лишь 39%, однако в 2007 г. таких в выборке оказалось уже 76,7%.

Из числа коллективных ранних предпринимателей 68,6% собираются привлекать внешние источники финансирования (82,6% - в 2007 г.), 20% (17,4% - в 2007 г.) - намерены самостоятельно финансировать бизнес, остальные ответа не дали. Отметим, что здесь проявляются, очевидно, не только потребности в заемных средствах, всегда острые на начальном этапе развития предпринимательской деятельности, но и некоторые «идеалистические» представления о возможности их получения. Для сравнения, среди устоявшихся предпринимателей в 2006 г. только 3,7%, а в 2007 г. – 6,8% привлекли заемные средства, подавляющее же большинство воспользовалось собственным капиталом.

Из таблицы 6.10 можно видеть, что величина стартового капитала, а также соотношение собственных и заемных средств среди коллективных и одиночных ранних предпринимателей различаются незначительно – если рассматривать типичные значения. При этом и в 2006, и в 2007 г. типичные значения таких показателей, как размер стартового капитала, величина необходимых собственных и заемных средств, практически не изменились.

Это означает, по-видимому, что среди ранних предпринимателей сложение усилий партнеров при создании бизнеса - как правило, не столько следствие стремления увеличить на старте свои финансовые возможности, сколько выражение необходимости такой

кооперации в случаях, когда в одиночку привлечь финансовые ресурсы для успешного старта не представляется возможным.

Таблица 6.11 позволяет выявить интересную особенность: бизнес устоявшихся предпринимателей демонстрирует примерно те же финансовые параметры, что и по категории раннего предпринимательства (выброс по типичному значению заемных средств связан, видимо, с крайне незначительным числом респондентов, давших определенный ответ на соответствующий вопрос).

Таблица 6.9.

Сравнение финансовых параметров коллективного и одиночного предпринимательства по категории ранних предпринимателей

Значения	<i>Необходимые средства, тыс. руб.</i>							
	<i>Коллективное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>	<i>Одиночное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>
	2006	2007			2006	2007		
Среднее значение	679 481	1 084 783	59,65%	6 795	519 447	741 071	42,67%	5 194
Типичное значение	54 529	50 752	-6,93%	545	52 318	50 893	-2,72%	523
Медианное значение	250 000	76 667	-69,33%	2 500	73 885	73 684	-0,27%	739
Значения	<i>Собственные средства, тыс. руб.</i>							
	<i>Коллективное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>	<i>Одиночное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>
	2006	2007			2006	2007		
Среднее значение	322 059	46 875	-85,45%	3 221	108 333	47 368	-56,28%	1 083
Типичное значение	26 733	25 490	-4,65%	267	25 714	25 641	-0,28%	257
Медианное значение	210 714	30 769	-85,40%	2 107	37 500	31 667	-15,55%	375
Значения	<i>Займные средства, тыс. руб.</i>							
	<i>Коллективное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>	<i>Одиночное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>
	2006	2007			2006	2007		
Среднее значение	837 500	382 143	-54,37%	8 375	983 333	350 000	-64,41%	9833,33
Типичное значение	34 615	27 273	-21,21%	346	26 471	30 000	13,33%	264,71
Медианное значение	320 000	275 000	-14,06%	3 200	275 000	275 000	0,00%	2750

Таблица 6.10

Сравнение финансовых параметров коллективного и одиночного предпринимательства среди устоявшихся предпринимателей

Значения	<i>Необходимые средства, тыс. руб.</i>							
	<i>Коллективное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>	<i>Одиночное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>
	2006	2007			2006	2007		
Среднее значение	300 750	1 537 500	411,22%	3 008	743 933	2 775 000	273,02%	7 439
Типичное значение	54 262	51 249	-5,55%	543	54 754	50 000	-8,68%	548
Медианное значение	100 000	100 000	0,00%	1 000	292 857	100 000	-65,85%	2 929
Значения	<i>Собственные средства, тыс. руб.</i>							
	<i>Коллективное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>	<i>Одиночное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>
	2006	2007			2006	2007		
Среднее значение	-	37 500	-	-	336 765	50 000	-85,15%	3 368
Типичное значение	-	25 641	-	-	27 439	26 667	-2,81%	274
Медианное значение	-	30 000	-	-	246 875	37 500	-84,81%	2 469

Значения	<i>Займные средства, тыс. руб.</i>							
	<i>Коллективное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>	<i>Одиночное предпринимательство</i>		<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение 1% прироста</i>
	2006	2007			2006	2007		
Среднее значение	-	150 000	-	-	893 056	275 000	-69,21%	8930,56
Типичное значение	-	26 471	-	-	30 682	275 000	796,29%	306,82
Медианное значение	-	50 000	-	-	320 000	275 000	-14,06%	3200

Краткие выводы

1. Значительная часть ранней предпринимательской активности финансируется из внутренних источников. В то же время нарождающиеся предприниматели активно привлекают и внешние источники финансирования: эти каналы использовали в 2006 г. 51 % из них, а в 2007 г. - уже 65,2%.

2. Среди внешних источников преобладает неформальное финансирование.

3. Чаще всего кредит из неформальных источников относительно невелик - от 2 до 50 тыс. руб., что сопоставимо по размеру с микрокредитами.

4. Среди неформальных инвесторов доля бизнес-ангелов менее значима по

сравнению с непредпринимательскими слоями населения. Нарождающееся предпринимательство нередко финансируют получатели социальных пособий, в первую очередь, пенсионеры.

5. Неформальное кредитование чаще носит характер вложений «любовного капитала», т.е. значительная часть таких инвесторов вообще не ожидает 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.

7. Предприниматели и предпринимательство на ранних стадиях развития: регионы России

7.1. Восприятие условий для развития предпринимательства населением

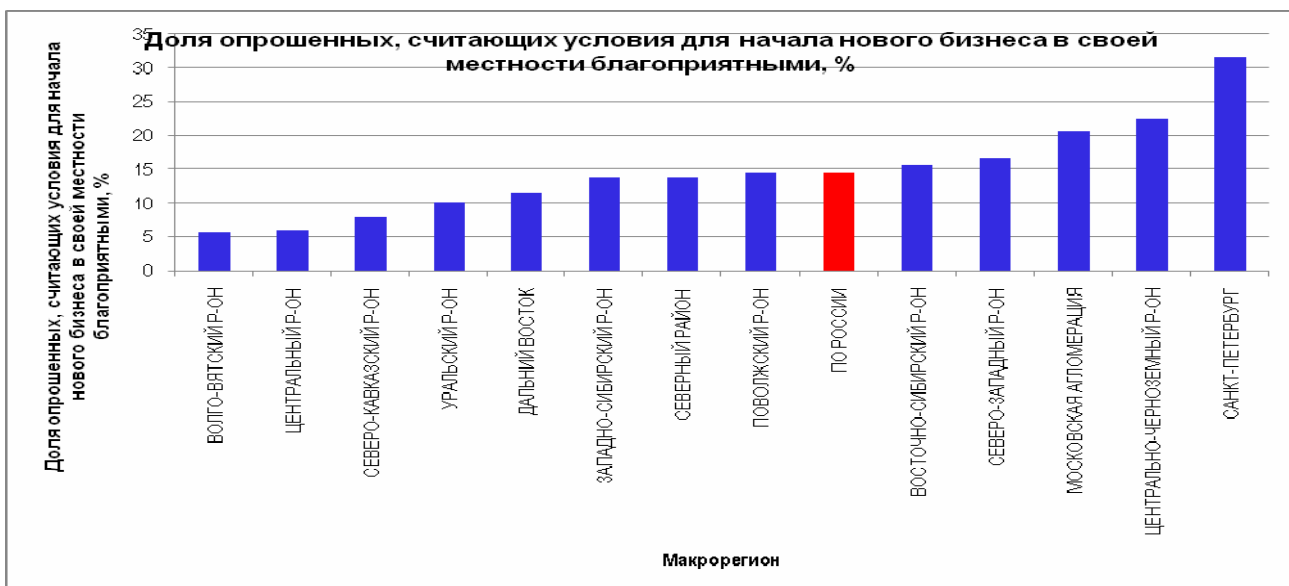
Взрослое трудоспособное население включено в экономическую самодеятельность, а потому оценки им условий для развития предпринимательской деятельности могут рассматриваться как довольно адекватный субъективный индикатор.

К числу так называемых факторов восприятия значимо влияющих на готовность к включению в предпринимательскую деятельность, относится оценка степени благоприятности условий для начала нового бизнеса в местности проживания респондента.

На рис. 7.1 представлены распределения по макрорегионам доли респондентов, считающих условия для начала нового бизнеса в своей местности благоприятными в 2007 г. По сравнению с 2006 г. некоторые макрорегионы продемонстрировали снижение, а некоторые – наоборот, повышение оптимизма респондентов относительно условий бизнес-среды в их местности. Лидерами роста по этому показателю стали Центральный, Центрально-Черноземный и Уральский районы. В них доля оптимистично настроенных жителей в период с 2006 по 2007 гг. возросла почти вдвое. Среднее значение

показателя по РФ в 2007 г. составляет 14,6% (13% - в 2006 г.), однако типичное значение чуть ниже (11,7%), а в 2006 г. – около 10%. Ближе всего к типичной величине по доле оптимистично настроенных респондентов Дальний Восток (в 2006 г. таковым был Восточно-Сибирский экономический район).

Рисунок 7.1 Доля респондентов, которые считают условия для начала нового бизнеса в их местности благоприятными, в 2007 г. (%)



На уровень оптимизма респондентов влияет размер населенного пункта, в котором они проживают. В 2007 г. респонденты из подавляющего большинства типов поселений продемонстрировали снижение благоприятности оценки условий для начала нового бизнеса в своей местности. В то же время оптимизм жителей двух столиц вырос. Это позволило Москве и Санкт-Петербургу выйти в лидеры по оптимизму респондентов в отношении условий бизнес-среды в 2007 г.

В 2006 г. чаще всего условия для старта бизнеса в своем регионе как благоприятные оценивали респонденты в городах с населением свыше 750 тыс. чел., при этом предпринимательская активность была наименьшей в городах с населением от 100 до 500 тыс. чел., а наибольшей – в городах с населением более 750 тыс. чел. В 2007 г. на последнее место по предпринимательской активности опустились села, мегаполисы же уступили первенство средним городам с населением 100-500 тыс. чел.

Рисунок 7.2. Доля респондентов, которые считают условия для начала нового бизнеса в их местности благоприятными, в 2007 г. (%)



Данные таблицы 7.1 характеризуют региональную структуру наличных предпосылок, имеющих у респондентов для включения в предпринимательскую деятельность. Фактор знакомства с действующими предпринимателями важен как показатель степени включенности в действующие предпринимательские сети (которые являются важнейшим источником информации и др. «мягких» ресурсов, необходимых для успешного предпринимательского старта), т.е. наличия социального капитала. Самооценка достаточности знаний и опыта для такого шага является субъективным индикатором наличия необходимого человеческого капитала. Присутствие страха или оценка собственных способностей как недостаточных может рассматриваться как косвенный индикатор отсутствия достаточного человеческого капитала предпринимательскому старту.

Тот факт, что наибольшая доля опрошенных полагает, что страх или недостаточные способности к предпринимательству могут препятствовать им в организации нового бизнеса, в Северо-Западном районе, где мнение респондентов относительно условий для начала нового бизнеса в стабильно выше, чем в целом по России, весьма важен. Он свидетельствует о том, что респонденты дают достаточно объективную оценку условий для развития предпринимательства, не зависящую от оценки ими собственных возможностей для включения в бизнес-деятельность.

Важно отметить также, что оба года по индикатору наличия социального капитала лидировали те районы, где отмечалась наибольшая предпринимательская активность: в 2006 г. – Санкт-Петербург, а в 2007 г. – Северо-Кавказский район. Между этими показателями выявлена довольно устойчивая статистическая связь.

Таблица 7.1

Региональная структура показателей восприятия населением условий для включения в предпринимательскую деятельность, %

Экономический район	Знакомы с предпринимателями		Имеют достаточные знания и опыт для начала нового бизнеса		Согласны, что страх или недостаточные способности могут препятствовать им в организации нового бизнеса	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Северный район	35,94	22,41	18,75	18,97	37,50	32,76
Северо-Западный район	16,67	0,00	16,67	16,67	50,00	66,67
Центральный район	38,10	27,06	14,85	10,59	36,63	41,18
Волго-Вятский район	29,03	24,53	20,97	28,30	22,58	64,15
Центрально-Черноземный район	38,18	44,90	20,00	20,41	34,55	28,57
Поволжье	30,43	26,50	20,87	17,09	38,26	49,57
Северо-Кавказский район	42,57	47,06	27,72	29,41	38,61	41,18
Уральский район	35,57	20,93	14,09	6,98	35,57	50,39
Западно-Сибирский район	42,06	35,29	22,43	17,65	34,58	49,02
Восточно-Сибирский район	42,86	42,86	25,71	19,48	47,14	32,47
Дальний Восток	37,88	29,51	22,73	14,75	37,88	27,87
Санкт-Петербург	51,52	31,58	45,45	10,53	12,12	52,63
Москва	38,33	37,64	22,38	20,66	35,31	41,70
В целом по России	37,78	32,93	21,48	18,03	35,64	43,21

7.2. Потенциальное предпринимательство: региональные различия

Уровень дифференциации распределения по регионам доли потенциальных и ранних предпринимателей среди населения, а также владельцев устоявшихся бизнесов среди населения весьма высок.

В 2006-2007 гг, типичной для регионов России является примерно 11-12-процентная доля потенциальных предпринимателей в составе взрослого трудоспособного населения.

По доле потенциальных предпринимателей среди опрошенных лидирует Северо-Кавказский район (в 2006 г. - Санкт-Петербург); наименьшее значение показатель принимает для Уральского района (в 2006 г. - Северо-Западный район). В 2007 г. наиболее близки к типичному уровню Ростов-на-Дону (10,5%) и Московский регион (12,6%), хотя в 2006 г. эту группу составляли Поволжское РО (12,2%) и Московский регион (12,4%).

Краткие выводы

1. Уровень предпринимательской активности в разных регионах РФ значительно различается. Как и в 2006 г., типичной для российского региона является 11-12-процентная доля потенциальных предпринимателей.
2. Уровень предпринимательской активности варьирует в зависимости от размера населенного пункта, но прямой зависимости между уровнем предпринимательской активности и размером населенного пункта не выявлено.
3. Наиболее проблемными со точки зрения предпринимательской активности являются города с численностью населения 10-100 тыс. чел. (в 2006 г.) и села (2007 г., динамика предпринимательской активности – минус 38%).
4. Оба года по индикатору наличия социального капитала лидировали те районы, где отмечалась наибольшая предпринимательская активность: в 2006 г. – Санкт-Петербург, а в 2007 г. – Северо-Кавказский район. Между этими показателями выявлена довольно устойчивая статистическая связь.
5. При этом в 2007 г., по сравнению с предыдущим годом, существенно сократилась (кроме Северо-Кавказского и Центрально-Черноземного макрорегионов), доля в выборке лиц, лично знающих предпринимателей.
6. В целом по России в 2006-2007 гг. выросла доля лиц, считающих, что страх или недостаточные способности могут препятствовать им 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 настораживающую тенденцию.

8. Факторы смертности малого бизнеса

Предпринимательство является сферой деятельности, связанной со многими рисками. При этом подверженность тем или иным рискам может быть различна - в зависимости как от личностных особенностей самих предпринимателей, характера их бизнеса, так и внешних условий для предпринимательской активности. В тех или иных случаях риски могут приводить к смертности малого бизнеса, в том числе - уже на первых этапах развития нового дела.

Этот процесс отражается на динамике малого предпринимательства, поскольку смертность сокращает чистый прирост числа новых предпринимательских фирм и индивидуальных предпринимателей.

Количество предпринимателей в выборке, которые за последний год прекратили свой бизнес, в 2006г. составило 21 чел, т.е. чуть более 1% от выборочной совокупности. В 2007 г. таковых оказалось – 19 чел., т.е. 0,98% от совокупности.

Динамика развития частного предпринимательства, реализации предпринимательского потенциала населения может быть выражена через коэффициент расширения раннего предпринимательства:

8.1 Характеристика предпринимателей, которые за последний год бросили, приостановили или закрыли свой бизнес

Поло-возрастная структура

Среди лиц, потерпевших неудачу в бизнесе в течение 2006 г., - 57% мужчин и 43% женщин; практически аналогичное соотношение между мужчинами и женщинами и за 2007 г. – 57,8% мужчин и 42,2% женщин. При этом в целом между мужчинами и женщинами

Nascent : Refus,

где **Nascent** – доля лиц, которые за последние 12 мес. предпринимали активные усилия по открытию собственного бизнеса; а **Refus** – доля лиц, которые за последние 12 мес. прекратили /выбыли/ закрыли свой бизнес.

По данным 2006 г., коэффициент расширения составил около 3,5 (3,5:1). Это означает, что в среднем появление трёх с половиной нарождающихся предпринимателей сопровождается выбытием из бизнеса одного неуспешного предпринимателя. По данным 2007 г., этот коэффициент сократился более чем вдвое, до 1,35 (1,33:0,98) – т.е. наметилась *негативная тенденция в развитии предпринимательского потенциала, когда выбытие едва покрывается рождением новых бизнесов.*

Ниже приведены результаты анализа ответов респондентов, которые, по их признанию, в течение последних 12 месяцев закрыли или приостановили свой бизнес: их социально-демографических и психологических особенностей как предполагаемых факторов смертности бизнеса, а также косвенные характеристики бизнес среды на основе оценочных суждений предпринимателей.

различия возрастной структуры в 2006 г. были статистически не значимы (коэффициент структурных различий Гатева составил 0,21), в то время как в 2007 г. структура неуспешных предпринимателей по полу оказались различны по возрасту (коэффициент структурных различий Гатева: за 2006 г. составил за 2007 г. – 0,65).

Таблица 8.1

Распределение по полу и возрасту предпринимателей, которые за последние 12 месяцев закрыли/приостановили/бросили свой бизнес, %

2006	<i>Младше 30</i>	<i>30-39</i>	<i>40-49</i>	<i>50 и старше</i>	<i>всего, %</i>	<i>Чел.</i>
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

2007	<i>Младше 30</i>	<i>30-39</i>	<i>40-49</i>	<i>50 и старше</i>	<i>Всего, %</i>	<i>Чел.</i>	<i>Темп прироста, %</i>	<i>Абсолютное содержание 1%</i>
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

Таблица 8.1 показывает, что вероятность потерять бизнес для предпринимателей, как мужчин, так и женщин, различается в зависимости от возрастной когорты. При этом для женщин – предпринимателей как в 2006 г., так и в 2007 г. наиболее распространенным возрастом, в котором предприниматели закрывали или приостанавливали бизнес, является возраст от 30 до 39 лет. Что касается мужчин, то здесь ситуация по годам оказалась различной – в 2006 г. это была возрастная категория старше - 40 – 49 лет, а в 2007 г. свыше половины неудачников оказались представителями самой молодой когорты до 30 лет.

Образовательная структура

Более трети респондентов с неудачным предпринимательским опытом в 2006 г. имели среднее специальное образование - 38%, и почти 29% - высшее образование. В 2007. г. образовательная структура изменилась: более 2/3 предпринимателей, потерпевших неудачу, имели среднее (36,9%) или высшее образование (31,6%) - меньше стало предпринимателей-неудачников со средним специальным образованием.

Таблица 8.2

Распределение предпринимателей, которые за последние 12 месяцев закрыли, приостановили или бросили свой бизнес, по уровню образования, %

2006	<i>Неполное среднее</i>	<i>Среднее</i>	<i>Среднее специальное</i>	<i>Неполное высшее и высшее</i>	<i>Всего, %</i>	<i>Чел.</i>
Мужчины	8,5	25	50	13,5	100	12
Женщины	0	22	22,5	55,5	100	9
Всего	4,8	23,8	38,0	33,4	100	21

2007	<i>Неполное среднее</i>	<i>Среднее</i>	<i>среднее специальное</i>	<i>Неполное высшее и высшее</i>	<i>Всего, %</i>	<i>Чел.</i>	<i>Темп прироста</i>	<i>Абсолютное значение на 1% прироста</i>
Мужчины	27,3	54,6	9,1	9,1	100	11	-8	0,12
Женщины	0,0	12,5	25,0	62,5	100	8	-11	0,09
Всего	15,8	36,9	15,8	31,6	100	19	-9,5	0,21

Таблица 8.2 показывает различия в уровне образования между мужчинами и женщинами предпринимателями, которые потерпели неудачу в бизнесе в течение последних 12 месяцев в 2006 и 2007 гг., соответственно. Образовательная структура неуспешных предпринимателей для мужской и женской страт существенно различается, причем среди неуспешных предпринимателей, опрошенных в 2007 г. такое различие более существенное (за 2006г. коэффициент Гатева составил 0,6; за 2007 г. – 0,8). В среднем уровень образования женщин с неудачным опытом предпринимательства выше, чем уровень образования у мужчин: среди - женщин устойчиво выше доля тех, кто

имеет высшее образование, а среди мужчин - напротив, больше тех, кто имеет среднее или среднее специальное образование.

Подобный «образовательный» разрыв соответствует общим различиям образовательной структуры между гендерными стратами в российском раннем предпринимательстве.

8.2 Причины прекращения бизнеса неуспешными предпринимателями и экономическая активность после неудачи

В таблице 8.3 представлено распределение респондентов по причинам закрытия бизнеса.

В целом среди предпринимателей с неудачным опытом в 2006 г. чаще всего в качестве причины неудачи называли личные причины – 31,8%. В 2007 г. среди основных лидировали два ответа – свыше четверти респондентов-неудачников указали отсутствие прибыльности у

бизнеса (что можно рассматривать как результат либо неверной рыночной стратегии, либо высокой конкуренции). Еще около 1/5 неуспешных предпринимателей указали в качестве причины прекращения бизнеса проблемы с привлечением финансирования, тогда как личные причины в 2007г. отошли на третье место (чуть выше 15%).

Таблица 8.3

Распределение неуспешных предпринимателей по причинам закрытия бизнеса, %

2006г.	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

2007г.	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

Анализ экономической активности респондентов после прекращения бизнеса вследствие неудачи позволяет оценить, рассматривает ли респондент свою неудачу как временную, или она побудила к окончательному уходу из бизнеса и смене сферы хозяйственной самостоятельности.

Большинство предпринимателей с неудачным опытом и в 2006 г., и в 2007 г. имели работу по найму – постоянную, срочную или на основе устной договоренности. Таковыми были почти половина неуспешных предпринимателей в 2006 г. и свыше 70 % - в 2007 г. Однако если в 2006 г. еще примерно столько же - около 40% из них - были вовлечены в предпринимательскую деятельность на собственном предприятии или в качестве

индивидуальных предпринимателей, то в 2007 г. положение изменилось. Бизнесом в той или иной форме продолжали заниматься лишь немногим более 15 % из них. Относительно немалая доля оставалась не занятой – 14,3% и 10,5 %, соответственно (См. табл. 8.4).

По-видимому, снижение доли предпринимателей-неудачников, после неудачи опять занимающихся бизнесом, можно интерпретировать как проявление рационального выбора в условиях, с одной стороны, роста числа рабочих мест в крупной промышленности и нерыночном секторе, с др. стороны – негативной оценки ими возможностей для ведения предпринимательской деятельности в ближайшее время.

Таблица 8.4

Распределение предпринимателей, которые за последние 12 месяцев закрыли/приостановили/бросили свой бизнес, по статусу занятости в % 2006 г.

2006г.	<i>Экономическая активность после закрытия бизнеса</i>	%
	Нет работы	14,3
	Постоянная работа по найму	42,9
	Срочная работа по найму	4,8
	Работа по найму на основе устной договоренности	0
	Работа на собств. предприятии с использованием рабочей силы	19
	Индивидуальная трудовая деятельность	19
	Служба в армии	0
	Всего	100

2007г.	Экономическая активность после закрытия бизнеса	%	Темп прироста	абсолютный
	Нет работы	10,5	-33,3	0,03
	Постоянная работа по найму	47,4	0,0	0,09
	Срочная работа по найму	15,8	200,0	0,01
	Работа по найму на основе устной договоренности	10,5	-	0
	Работа на собств. предприятии с использованием рабочей силы	5,3	-75,0	0,04
	Индивидуальная трудовая деятельность	10,5	-50,0	0,04
	Служба в армии	0	-	-
	Всего	100	-9,5	0,21

Краткие выводы

1. По сравнению с 2006 г., в 2007 г. практически не изменилось число и доля в выборке, но значительно поменялась социально-демографическая структура предпринимателей-неудачников. Пока нет оснований для окончательных выводов об устойчивости выявленных наблюдений – а потому и для однозначных выводов относительно причин отмеченных фактов.
2. По сравнению с 2006 г. более чем вдвое – с 3,5 до 1,35 – снизился коэффициент расширения раннего предпринимательства. Это значит, что выбывающие предприниматели замещаются вновь открывающими свое дело, но коэффициент расширения крайне невысок. Иными словами, в 2007 г. слой малых частных предпринимателей практически не прирастал за счет новичков.
3. В 2007 г. сравнительно менее успешными оказались женщины, лица со средним и средним специальным образованием.
4. Среди причин неудачи в бизнесе в 2007 г. относительно чаще фигурировали рациональные объяснения - неприбыльность и проблемы с финансированием бизнеса.
5. 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 %, тогда как годом ранее таковых было почти 40 %. Сказались, по-видимому, рост числа рабочих мест в крупной промышленности и нерыночном секторе, с др. стороны – негативная оценка ими возможностей для ведения предпринимательской деятельности в ближайшее время.

9. Параллельное предпринимательство

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

Параллельное предпринимательство не вписывается, строго говоря, ни в первую, ни во вторую модель. Здесь речь идет о том, что предприниматель создает – изначально или по мере развития его бизнеса – группу фирм, в рамках которой ему принадлежит контроль и право решающего голоса, но диверсифицированы риски и децентрализован процесс принятия оперативных решений. Это – отнюдь не всегда классический и распространенный в крупном бизнесе холдинг, зачастую такие группы фирм возникают и в малом предпринимательстве. Они имеют

зонтичную форму, при которой решения об источниках финансирования нового проекта, привлечении квалифицированных специалистов и работников, использовании имеющегося оборудования и площадей, принимаемые в отношении одного из бизнесов, могут осуществляться путем отвлечения соответствующих ресурсов из уже функционирующего, накопившего некоторые внутренние резервы развития другого входящего в группу фирм бизнеса.

Параллельные предприниматели в выборках 2006 и 2007 гг.

По результатам выборочного опроса 2006 г. из 386 респондентов, занимающихся или планирующих в ближайшее время начать заниматься предпринимательской деятельностью, 84 человека (то есть 22% от общего количества предпринимателей) дали ответы, которые позволяли одновременно отнести их к нескольким исследуемым группам одновременно (см. таблицу 9.1). Структура анкеты не позволяет образоваться лишь единственному пересечению: нового и устоявшегося бизнеса.

Таблица 9.1. Группировка респондентов по смешанным категориям в 2006 г.

	<i>Смешанные категории предпринимателей</i>	<i>Численность респондентов, чел.</i>	<i>Доля группы, %</i>
	Потенциальные, нарождающиеся, владельцы нового бизнеса	4	4,8
	Потенциальные, нарождающиеся, владельцы устоявшегося бизнеса	6	7,1
	Потенциальные, нарождающиеся	41	48,8
	Потенциальные, владельцы нового бизнеса	20	23,8
	Потенциальные, владельцы устоявшегося бизнеса	13	15,5
	Всего	84	100,0

Однако относить всех их к числу параллельных предпринимателей представляется неверным - на наш взгляд, категория параллельного предпринимательства должна быть связана исключительно с изучением сетевых эффектов, возникающих в рамках взаимодействия находящихся на различных стадиях развития, но уже действующих бизнесов (группы 1-2 в таблице 9.1).

При таком подходе по совокупности критериальных признаков в выборке 2006 г. оказалось возможным выделить группу параллельных предпринимателей – респондентов, владеющих одновременно несколькими фирмами, которые находятся на разных стадиях развития бизнеса - всего 10 чел. из 386 чел., которых можно отнести к категории раннего или устоявшегося предпринимательства, или порядка 2,6 %.

Опрос 2007 г. показал, что численность параллельных предпринимателей в выборке еще

сократилась, уменьшившись с 10 до 7 человек - за счёт категории респондентов, являющихся одновременно нарождающимися и устоявшимися предпринимателями (см. табл. 9.2).

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

Таблица 9.2. Динамика численности параллельных предпринимателей по результатам обследований по методологии и анкете GEM в 2006 и 2007 году

<i>Группы параллельных предпринимателей</i>	<i>Численность по опросу в 2006 г., чел.</i>	<i>Численность по опросу в 2007 г., чел.</i>
нарождающиеся + владельцы нового бизнеса	4	4
нарождающиеся + владельцы устоявшегося бизнеса	6	3
Всего	10	7

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

показателей) подтвердила такую возможность.

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

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

Обнаружилось, что женщины и мужчины в параллельном предпринимательстве - практически ровесники. Доля женщин среди параллельных предпринимателей (41,2%) на 5% выше, чем по совокупности ранних предпринимателей. Причём среди

параллельных предпринимателей чаще встречаются женщины более младшего возраста (см. таблицу 9.3). Среди раннего предпринимательства в целом наблюдается обратная ситуация: среди них женщины преимущественно старше мужчин более чем на 10 лет.

Таблица 9.3. Распределение параллельных предпринимателей по возрасту (чел.).

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

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

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

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

Предпринимательские способности. Все без исключения параллельные предприниматели высоко оценивают свои предпринимательские способности, несмотря на то, что 6 человек подтвердили, что страх или недостаточные способности могут помешать им в бизнесе. Отметим, что ни один из них не потерпел неудачи в бизнесе в течение года, предшествовавшего наблюдению, и только один упомянул об имевшем место ранее закрытии бизнеса. Среди ранних предпринимателей в целом соответствующие показатели выглядят иначе: высоко оценивают свои предпринимательские способности

только две трети (65,6 %) из них, неудачу в бизнесе приходилось терпеть 13,3% респондентов.

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

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

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

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

Несмотря на очень высокую вариацию объема необходимого финансирования нового бизнеса параллельных предпринимателей (от нуля до 5 млн. рублей, то есть около 200 тыс. USD), подавляющее большинство собираются в полном объеме финансировать новый бизнес самостоятельно. Среди ранних

предпринимателей в целом необходимый объем финансирования варьирует несколько меньше, и типичная доля собственных средств в этом объеме составляет лишь около 40%.

Соответственно, на вопрос о внешних источниках кредитования непротиворечивый ответ дал только 1 параллельный предприниматель, не планирующий привлекать для кредитования неформальный капитал и собирающийся использовать банковскую систему. При этом российские ранние предприниматели в целом достаточно часто склонны прибегать к заимствованиям у коммерческих банков и государственных инвесторов: от 50 до 60 %. Таким образом, наличие параллельного бизнеса, которое может дать преимущество при получении заемных средств в формальном секторе, респондентами в качестве такового не рассматривается – опять-таки, данное обстоятельство, по-видимому, следует отнести на счет незначительных размеров их параллельного бизнеса.

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

В группе ранних предпринимателей, при высокой вариации ответов об ожидаемой эффективности вложенного капитала, соответствующие показатели составляют от нуля до 10-кратной отдачи. В распределении присутствует бимодальность (см. Mo1 и Me, табл. 9.4). Это свидетельствует о неоднородности совокупности респондентов: 2 совокупности с различным предпринимательским и

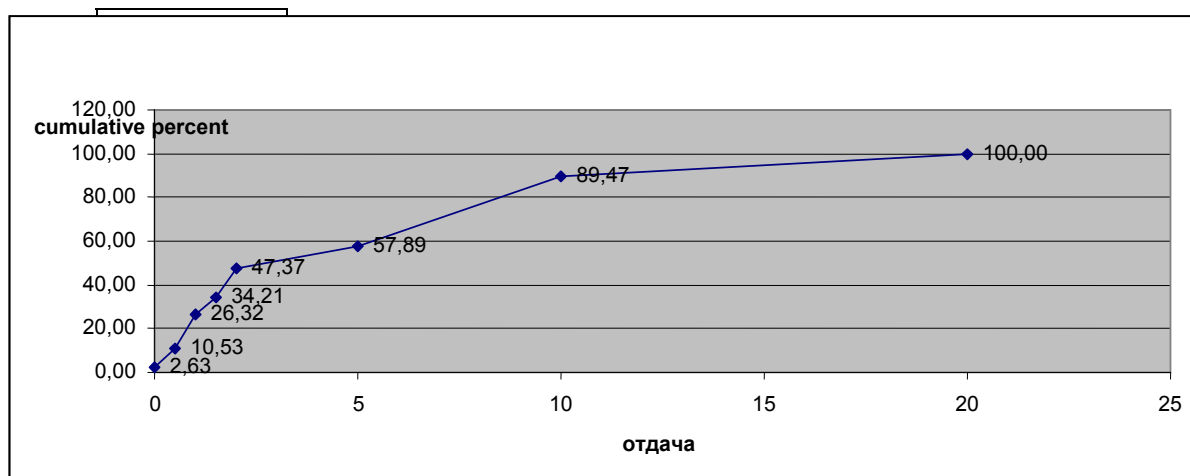
социальным опытом объединены в неоднородной совокупности раннего предпринимательства.

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

Таблица 9.4. Распределение ранних предпринимателей по ожидаемой отдаче

<i>Какую отдачу от денег, вложенных в начинаемый/начатый Вами бизнес Вы ожидаете в ближайшие 10 лет?</i>				
		частота	%	Кумулятивный %
Valid	никакую	1	1,64	1,64
	Около половины	3	4,92	6,56
Mo1	Примерно всю сумму	6	9,84	16,39
	В 1.5 раза больше	3	4,92	21,31
	В 2 раза больше	5	8,20	29,51
	В 5 раз больше	4	6,56	36,07
Mo2, Me	В 10 раз больше	12	19,67	55,74
	В 20 раз больше	4	6,56	62,30
	Затруднились с ответом	19	31,15	93,44
	Нет ответа	4	6,56	100
	всего	61	100	

Рисунок 9.1. Ранние предприниматели по ожидаемой отдаче - кумулята



Параллельные предприниматели и инновации. Ни один из параллельных предпринимателей не считает, что продукт или услуга, которую он производит или начнет производить, могут быть новыми для всех потребителей, и менее трети считают его новым и неизвестным для некоторых. В этом отношении параллельные предприниматели практически не отличаются от выборки в целом: большинство ранних предпринимателей (60-70%) предлагают, либо будут предлагать продукт (услугу), который ни для кого не является новым.

Все респонденты пилотной совокупности либо затрудняются ответить на вопрос о возрасте используемой техники и технологии, либо считают, что к их бизнесу подобные

вопросы вообще не имеют отношения. Единственный параллельный предприниматель, имеющий патент на технологический процесс, эту технологию не использует. Между тем, по выборке ранних предпринимателей в целом около четверти респондентов все же отметили инновационный характер применяемой техники или технологии.

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

Краткие выводы

1. Параллельные предприниматели обладают более высоким уровнем образования, они более плотно включены в предпринимательские сети. Как результат, они обладают более высокой устойчивостью в бизнесе (ниже доля респондентов, которым приходилось терпеть неудачу) и более высоким уровнем оптимизма в отношении собственных предпринимательских навыков.

2. Структура источников финансирования у параллельных предпринимателей более консервативна, чем у прочих ранних предпринимателей: меньше используются внешние источники, в том числе – формальные институты кредитования. С одной стороны, это отражает наличие определенных ресурсов, которые могут быть подтянуты из другого уже действующего бизнеса. С др. стороны, в этом видится свидетельство того, что в основном параллельные

предприниматели, с которыми мы имеем дело по результатам опроса в России, - представители скорее группы самозанятых и владельцев микробизнеса, которые не нуждаются (но и не могут претендовать!) на кредитное финансирование со стороны банковских институтов.

3. Не приходится говорить о высокой инновационности обследованных параллельных предпринимателей – скорее, они тиражируют хорошо известные виды деятельности, технологии и продукты. Респонденты данной группы, с одной стороны, более уверены в перспективах своего вновь начинаемого бизнеса, с др. стороны, ожидаемая отдача представляется вполне умеренной. В этом смысле, параллельных предпринимателей данного типа едва ли можно рассматривать в качестве одной из предпринимательских групп с высоким потенциалом роста.

10. Социально-экономические условия и государственная поддержка малого бизнеса

Опрос населения, и главным образом предпринимателей, как его составной части, проводимый в режиме прямого анкетирования, позволил собрать информацию, характеризующую лишь отдельные итоги политики государственной поддержки предпринимательства. В ряде случаев эти характеристики носят достаточно опосредованный характер, являясь своеобразными номинальными индикаторами предпринимательского климата и всей совокупности мер поддержки. В других случаях можно дать количественную оценку

результативности их конкретных направлений. Ниже мы приводим результаты анализа, выделяя обобщенные характеристики условий предпринимательства и итогов политики государства по отношению к нему, а также показатели, характеризующие результаты отдельных направлений поддержки. При расчетах учитывались только информативные ответы респондентов, а такие варианты ответов, как «затрудняюсь ответить» и «отказ от ответа» в расчет не принимались.

10.1. Общие условия развития предпринимательской активности населения

Стабильно невысокий уровень предпринимательской активности населения России ставит вопрос: что способствует и что сдерживает переход из непредпринимательских в предпринимательские слои общества. Рассмотрим под этим углом зрения результаты обследования, делая акцент на сравнение как не предпринимателей с предпринимателями, так и различных групп внутри предпринимательского сообщества (нарождающиеся предприниматели, владельцы нового или устоявшегося бизнеса).⁷ Последовательно остановимся на факторах, определяющих возможность перехода из не предпринимателей в предприниматели.

Наиболее существенным моментом в контексте возможного «перемещения» из непредпринимательского сообщества в предпринимательское является наличие личных связей с предпринимателями (см. таблица 10.1). Все респонденты внутри предпринимательского слоя объединены личным знакомством, тогда как те, кто не имеет и не стремится иметь бизнес, формируют личностные контакты за пределами предпринимательского сообщества (порядка 70% лично не знакомы с предпринимателями). Разница в ответах респондентов всех предпринимательских групп по сравнению с не предпринимателями значима на уровне менее 1%.

Внутри предпринимательского сообщества нацеленность на личные связи с теми, кто относительно недавно начал свой бизнес, наиболее свойственна

⁷ К непредпринимательскому слою относятся респонденты, не вошедшие ни в одну из предпринимательских групп (нарождающиеся предприниматели, владельцы нового или устоявшегося бизнеса).

нарождающимся предпринимателям и несколько ослабевает у владельцев устоявшегося бизнеса (разница в ответах респондентов указанных групп значима на уровне менее 3%). По мере «старения» бизнеса личные связи его владельца также перемещаются в сегмент

устоявшегося предпринимательства. Очевидно, предприниматели не только ищут поддержку для своего бизнеса внутри предпринимательского сообщества, но и находят лучшие решения в кругу «одногодок», объединенных общими проблемами.

Таблица 10.1. Личные связи с предпринимателями

<i>Знакомы ли Вы лично с человеком, который за последние 2 года начал бизнес?</i>	<i>Нарождающиеся предприниматели, %</i>	<i>Владельцы нового бизнеса, %</i>	<i>Владельцы устоявшегося бизнеса, %</i>	<i>Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес, %</i>
Да, знаком	100	95	76	31
Нет, не знаком	0	5	24	69

Нерегистрируемое предпринимательство является не только головной болью налоговых органов, но и весьма эффективным «подготовительным классом» для перехода из не предпринимателей в легитимные предприниматели (см. таблица 10.2).

Этот опыт имеют значительно больше респондентов из числа предпринимателей (порядка 30%) по сравнению с не предпринимателями (порядка 5%), разница в оценках статистически значима (см. таблица 10.2).

Таблица 10.2. Нерегистрируемое предпринимательство

<i>Занимались ли Вы в прошлом предпринимательством, но без официальной регистрации</i>	<i>Нарождающиеся предприниматели, % *</i>	<i>Владельцы нового бизнеса, %</i>	<i>Владельцы устоявшегося бизнеса, %**</i>	<i>Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес, %</i>
Да, занимался	9	27	33	3
Нет, не занимался	77	64	67	94
Затрудняюсь ответить	0	4	0	2
Отказ от ответа	14	5	0	1
*) Разница в ответах по сравнению с группой устоявшегося бизнеса значима на уровне менее 1%, по сравнению с не предпринимателями – на уровне менее 5%.				
**) Разница в ответах по сравнению с группой не предпринимателей значима на уровне менее 3%.				
<i>Занимались ли Вы в прошлом иногда деятельностью, которую можно назвать предпринимательством, но без официальной регистрации</i>	<i>Нарождающиеся предприниматели, % *</i>	<i>Владельцы нового бизнеса, %**</i>	<i>Владельцы устоявшегося бизнеса, %***</i>	<i>Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес, %</i>
Да, занимался	27	27	33	8
Нет, не занимался	55	59	67	87
Затрудняюсь ответить	0	9	0	3
Отказ от ответа	18	5	0	2
*) Разница в ответах по сравнению с группой устоявшегося бизнеса значима на уровне менее 3%, по сравнению с не предпринимателями – на уровне менее 3%.				
**) Разница в ответах по сравнению с группой устоявшегося бизнеса значима на уровне менее 10%.				
***) Разница в ответах по сравнению с не предпринимателями значима на уровне менее 5%.				

Что удерживает сегодняшних не-предпринимателей от попыток заняться

собственным бизнесом? Судя по полученным результатам, это не

первичные личностные характеристики, такие как боязнь риска и отсутствие способностей, а вторичные, приобретаемые качества – знания, квалификация, опыт (см. таблица 10.3). Порядка 80% предпринимателей каждой из групп считают, что обладают достаточным их запасом для начала бизнеса, среди не предпринимателей – лишь 17% (разница в оценках между

группами предпринимателей и не предпринимателями статистически значима на уровне менее 1%). На наш взгляд, для нарождающихся предпринимателей именно не регистрируемая предпринимательская деятельность в значительной мере дала знания и опыт, необходимые для перехода в легитимное предпринимательство

Таблица 10.3. Способности к организации бизнеса

	<i>Нарождающиеся предприниматели, %</i>	<i>Владельцы нового бизнеса, %</i>	<i>Владельцы устоявшегося бизнеса, %</i>	<i>Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес, %</i>
<i>Согласны ли Вы с утверждением, что страх или недостаточные способности могут помешать Вам в организации бизнеса?</i>				
Да, согласен	23	27	15	45
Нет, не согласен	77	64	78	32
Затрудняюсь ответить	0	9	7	21
Отказ от ответа	0	0	0	3
<i>Согласны ли Вы с утверждением, что у Вас есть знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса?</i>				
Да, согласен	81	83	78	17
Нет, не согласен	19	17	22	83

В чем еще разнятся представления предпринимателей и не предпринимателей, затрудняя переход их из одной когорты в другую? По результатам опроса, между этими двумя общностями уже нет существенного (статистически значимого) расхождения относительно жизненного стандарта, статусности и карьерных перспектив предпринимательской деятельности (см. таблица 10.4). Но в оценках собственно условий для начала бизнеса предприниматели и не предприниматели серьезно расходятся. В большей мере – нарождающиеся предприниматели и владельцы нового бизнеса, от 70% до 76% которых сочли условия хорошими, по сравнению с не предпринимателями (27% позитивных оценок). Разница в оценках между указанными группами значима на уровне менее 1%. Владельцы

устоявшегося бизнеса более скептически, лишь 47% из них сочли, что условия позволяют начать новый бизнес (разница в оценках с группами владельцев нового бизнеса и не предпринимателями значима на уровне менее 10%).

Добавим, что активная «пропредпринимательская» позиция нарождающихся предпринимателей выражена и через повышенное внимание к лучшей бизнес-практике. Так, 78% из них согласились, что СМИ часто информируют об успешных новых бизнесах (см. таблица 4). Разница в оценках по сравнению с владельцами устоявшегося бизнеса значима на уровне менее 10%, по сравнению с не предпринимателями – менее 1%.

Таблица 10.4. Социально-психологические и экономические условия для начала предпринимательской деятельности

	<i>Нарождающиеся предприниматели, %</i>	<i>Владельцы нового бизнеса, %</i>	<i>Владельцы устоявшегося бизнеса, %</i>	<i>Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес, %</i>
<i>Согласны ли Вы с тем, что в России большинство людей предпочитают, чтобы все имели одинаковых жизненный стандарт?</i>				
Да, согласен	46	36	41	39
Нет, не согласен	45	41	30	38
Затрудняюсь ответить	9	23	29	22
Отказ от ответа	0	0	0	1
<i>Согласны ли Вы с тем, что в России большинство людей рассматривают начало нового бизнеса как желательный выбор карьеры?</i>				
Да, согласен	61	67	50	67
Нет, не согласен	39	33	50	33
<i>Согласны ли Вы с тем, что в России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением?</i>				
Да, согласен	70	55	63	70
Нет, не согласен	30	45	37	30
<i>Согласны ли Вы с тем, что в России можно часто узнать из средств массовой информации об успешных новых бизнесах?</i>				
Да, согласен	78	50	44	45
Нет, не согласен	22	50	56	55
<i>Согласны ли Вы с тем, что в следующие 6 месяцев в местности, где Вы живете, будут хорошие условия для начала бизнеса?</i>				
Да, согласен	70	76	47	27
Нет, не согласен	30	24	53	73

Перечисленные выше причины, затрудняющие переход из непредпринимательского сообщества в предпринимательское, весьма устойчивы, тормозят рост предпринимательской активности не только в краткосрочной, но и в среднесрочной – до 3 лет, перспективе. Так, лишь 3% тех, кто сегодня не имеет и не стремится иметь бизнес, намерены организовать его в течение трех следующих лет (см. таблица 5). Предпринимательство, а средний срок жизни малого предприятия составляет не более 5 лет, главным образом самовоспроизводится, и лишь незначительно подпитывается «молодой кровью» принципиально новых участников. Каждый пятый владелец нового и устоявшегося

бизнеса намерен создать новый бизнес в следующие 3 года (разница в оценках по сравнению с не предпринимателями значима на уровне менее 3% и 1% соответственно) – см. таблица 5. Нарождающиеся предприниматели еще более «продуктивны» - более 4/5 из них намерены продублировать попытку создать бизнес в ближайшие 3 года (разница в оценках по сравнению со всеми другими группами респондентов значима на уровне менее 1%). На наш взгляд, это в большей мере объясняется неуверенностью в положительном исходе настоящей попытки создать свой бизнес – в переходе в разряд владельцев нового бизнеса.

Таблица 10.5. Потенциальное предпринимательство

<i>Организация нового бизнеса в течение следующих трех лет</i>	<i>Нарождающиеся предприниматели, %</i>	<i>Владельцы нового бизнеса, %</i>	<i>Владельцы устоявшегося бизнеса, %</i>	<i>Не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес, %</i>
Есть намерение	84	20	20	3
Нет намерения	16	80	80	97

Таким образом, непредпринимательские слои населения России не имеют социально-психологического отторжения предпринимательской деятельности, но «надежно защищены» от нее отсутствием действенных мер государства в таких первоочередных областях, как распространение знаний о предпринимательстве через образование, тренинг.

Без кардинального изменения позиции государства в отношении

Предпринимательские сети как фундамент предпринимательства

Важное значение для успеха при создании бизнеса имеет включенность в предпринимательские сети, понимаемые в данном случае как совокупность людей, занятых предпринимательством и объединенных личным знакомством.

В России вхождение в предпринимательские сети до настоящего времени остается ключевым условием успеха, как для начала, так и для продолжения бизнес-деятельности. Человек, никогда не занимавшийся бизнесом, имеет значительно меньше личных контактов с предпринимателями. Данные 2006 и 2007 гг., представленные в таблице 10.1, говорят о том, что не менее 90% респондентов, предпринимающих реальные действия по созданию бизнеса, имеют личные контакты с действующими предпринимателями. Потенциальные предприниматели также в большинстве включены в предпринимательское сообщество. В 2006 г. 79% из них, а в 2007 г. – 75%, имели личные контакты с

предпринимательства в пользу многократно апробированных в мировой практике мер поддержки, предпринимательский потенциал населения России будет вяло стагнировать, опираясь на механизм самовоспроизводства и «плетясь в хвосте» экономической конъюнктуры. Роль предпринимательства как фактора экономического роста останется не востребованной и не реализованной.

теми, кто имел собственный предпринимательский опыт.

Очевидно, такого рода знакомства компенсируют потенциальным предпринимателям отсутствие опыта и знаний по решению проблем входа: административных, организационных, имущественных, финансовых, а также слабость или разрывы инфраструктурных цепочек, которые в странах с развитой системой содействия стартовому предпринимательству способствуют их преодолению. Показательно, что респонденты, не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес, находятся фактически за пределами предпринимательского сообщества. А те, кто имеет в бизнесе неудачный опыт (закрыл бизнес) постепенно из бизнес-сообщества вытесняются. По результатам 2006г. разница в ответах относительно наличия личных связей с предпринимателями у респондентов из предпринимательского сообщества и находящихся вне него значима на уровне не более 5% (см. таблица 10.1).

Таблица 10.6

Участие в предпринимательском сообществе как фактор предпринимательства

Справедливо ли утверждение?		Группы респондентов, % 2006 г.					Всего по выборке, %
		нарождающиеся предприниматели*	владельцы нового бизнеса*	владельцы устоявшегося бизнеса*	респонденты, закрывшие бизнес**	не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	
Вы лично знакомы с человеком, который за последние два года начал бизнес	Да	91	84	94	58	39	43
	Нет	9	16	6	42	61	57
(*) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес» значима на уровне не более 1%, (**) – разница в ответах значима на уровне до 5%.							
Справедливо ли утверждение?		Группы респондентов, % 2007 г.				Всего по выборке, %	
		нарождающиеся предприниматели	владельцы нового бизнеса	владельцы устоявшегося бизнеса	потенциальные предприниматели		
Вы лично знакомы с человеком, который за последние два года начал бизнес	Да	100	95	76	75	35	
	Нет	0	5	24	25	65	
(**) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «устоявшегося бизнеса» значима на уровне не более 5%							

Среди респондентов, не имеющих и не стремящихся иметь бизнес, в 2006 г. было в 4 раза меньше тех, кто обладает необходимыми знаниями и навыками, по сравнению с предпринимателями в стадии возникновения (см. таблицу 10.2). Разница в ответах относительно наличия необходимых знаний и квалификации у респондентов из предпринимательского сообщества и находящихся вне него значима на уровне не более 1% (см. таблица 10.6). Результаты 2007 г. подтверждают устойчивость данного явления. Так, порядка 80% предпринимателей независимо от стадии бизнеса (от нарождающихся до устоявшихся) обладают, по их мнению, квалификацией и опытом, необходимыми для ведения

бизнеса. В целом по выборке, основную долю которой составляет население, не включенное в предпринимательство, этот показатель составил лишь 21% (см. таблица 10.7). Очевидно, и в 2007 г. знания, необходимые для успеха в бизнесе, концентрируются в предпринимательском сообществе, не распространяются на трудоспособное население страны в целом.

Таким образом, можно констатировать, что вход в России в бизнес для лиц, не имеющих соответствующего социального капитала (в виде сильных и слабых связей с действующими предпринимателями), в настоящий момент очень сложен, если вообще возможен.

Таблица 10.7

Распространение знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала нового бизнеса

Справедливо ли утверждение?		Группы респондентов, % 2006 г.					Всего по выборке, %
		Нарождающиеся предприниматели в стадии возникновения*	владельцы нового бизнеса*	владельцы устоявшегося бизнес*	респонденты, закрывшие бизнес*	не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	
У Вас есть знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса	Да	86	81	94	49	21	29
	Нет	147	19	6	51	79	73
<i>(*) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес» значима на уровне не более 1%.</i>							
Справедливо ли утверждение?		Группы респондентов, % 2007 г.				Всего по выборке, %	
		нарождающиеся предприниматели	владельцы нового бизнеса	владельцы устоявшегося бизнеса	потенциальные предприниматели		
У Вас есть знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса	Да	81	83	78	60	21	
	Нет	19	17	22	40	79	

Среднее и среднее специальное образование не обеспечивает знаний, необходимых для успешного предпринимательского старта. Только у тех, кто имеет высшее образование, относительно выше шанс стать предпринимателем. По данным 2006 г., среди предпринимателей с учетом всех стадий существования бизнеса - от подготовительной до зрелой - в среднем в 1,8 раза больше лиц с полным высшим образованием, чем среди тех, кто бизнес не имеет и не стремится иметь (см. таблица 10.8). Разница в ответах относительно уровня образования у нарождающихся предпринимателей и владельцев устоявшегося бизнеса по сравнению с респондентами вне предпринимательского сообщества значима на уровне не более 5%. Результаты 2007 г. аналогичны: в среднем 44% респондентов, принадлежащих к группе предпринимателей, имели высшее образование, тогда как в целом по выборке этот показатель составил лишь

22% (см. таблица 10.8). Разница данных обусловлена меньшим числом лиц с высшим образованием среди трудоспособного населения, не задействованного в предпринимательстве. При этом важными оказываются, скорее всего, не специальные знания, полученные в ВУЗе, а общие навыки самостоятельного решения разнообразных задач.

Таблица 10.8

Уровень образования

Образование	Группы респондентов, % 2006 г.					Всего по выборке, %
	нарождающиеся предприниматели*	владельцы нового бизнеса	владельцы устоявшегося бизнеса**	респонденты, закрывшие бизнес	не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	
Общее полное среднее	13	30	17	16	22	22
Среднее специальное	27	33	26	28	30	30
Высшее	38	17	52	33	20	21
<i>(*) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес» значима на уровне не более 1%, (**) – разница в ответах значима на уровне до 5%.</i>						
Образование	Группы респондентов, % 2007 г.				Всего по выборке, %	
	нарождающиеся предприниматели	владельцы нового бизнеса	владельцы устоявшегося бизнеса	потенциальные предприниматели		
Общее полное среднее	18	27	11	19	22	
Среднее специальное	23	14	26	26	32	
Высшее	27	36	44	23	22	

Социально-психологический климат для развития предпринимательства

Как показывают данные 2006-2007 гг., в настоящее время социальный статус предпринимателей достаточно высок. В 2006 г. большинство респондентов – порядка $\frac{3}{4}$ опрошенных - указали, что успешные бизнесмены пользуются уважением, а начало нового бизнеса является удачным карьерным выбором (см. таблицу 10.9). В 2007 г. зафиксировано некоторое снижение

социального статуса предпринимателей. Так, в среднем по всем стадиям развития бизнеса от нарождающихся до устоявшихся, порядка 60% респондентов считают, что предпринимательская деятельность обладает высоким статусом, но еще 40% предпринимателей сочли статус своей деятельности недостаточным.

Таблица 10.9

Социально-психологический климат для развития предпринимательства

Справедливо ли утверждение?	ли	Группы респондентов, % 2006 г.					Всего по выборке, %
		Нарождающиеся предприниматели	владельцы нового бизнеса	владельцы устоявшегося бизнеса	респонденты, закрывшие бизнес	не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	
В России большинство людей рассматривают	Да	63	70	65	80	72	73

Т начало нового бизнеса как желательный выбор карьеры	Нет	36	30	35	20	28	29
В России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением	Да	67	77	79	72	68	70
	Нет	33	23	21	28	32	30
В России можно часто узнать из средств массовой информации об успешных новых бизнесах	Да	39**	35***	50	68	54	54
	Нет	61	65	50	32	46	46

(**) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес» значима на уровне до 5%, (***) – значима на уровне до 10%.

Справедливо ли утверждение?		Группы респондентов, % 2007 г.				Всего по выборке, %
		нарождающиеся предприниматели***	владельцы нового бизнеса	владельцы устоявшегося бизнеса	потенциальные предприниматели	
В России большинство людей рассматривают начало нового бизнеса как желательный выбор карьеры	Да	61	67	50	69	66
	Нет	39	33	50	31	34
В России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением	Да	70	55	63	70	69
	Нет	30	45	37	30	31
В России можно часто узнать из средств массовой информации об успешных новых бизнесах	Да	78	50	44	62	46
	Нет	22	50	56	38	54

(***) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «устоявшийся бизнес» значима на уровне до 10%.

Следует подчеркнуть, что непредпринимательские слои общества толерантны к бизнесу. Однако имеются значительные возможности для формирования более благоприятного общественного мнения, достоверного представления об особенностях предпринимательской деятельности, связанных с этим шансах и рисках. Только порядка половины респондентов в целом по выборке в 2006 г. и 2007 г. считают, что СМИ активно

пропагандируют успех в бизнесе (см. табл. 10.9). По-видимому, не вмешиваясь непосредственно в формирование редакционного портфеля независимых СМИ, государство и само бизнес-сообщество, тем не менее, может сформулировать более внятный «заказ» на пропаганду знаний о предпринимательстве. И это также является составной частью его поддержки.

Основные мотивы предпринимательской деятельности

Предпринимательский слой неоднороден в зависимости от мотивов создания бизнеса. В нем отчетливо выделяются группы предпринимателей, решивших заняться бизнесом добровольно, в силу стремления к самореализации, и предпринимателей поневоле, которые не смогли найти иной работы. Указанное различие следует учитывать по двум причинам. Во-первых, добровольное и вынужденное предпринимательство имеют разный потенциал развития (у первой группы он выше) и, как следствие, оказывают различное влияние на экономику. Чем выше доля добровольных предпринимателей по сравнению с предпринимателями поневоле, тем выше в среднесрочной перспективе экономический рост, обусловленный предпринимательской активностью населения. Во-вторых, структура спроса добровольных и вынужденных предпринимателей на меры поддержки различна, наличие/отсутствие их отдельных составляющих неодинаково влияет на саму возможность заниматься бизнесом представителей этих групп.

Основные составляющие внешней среды предпринимательства - доступ к

внешнему финансированию, регулирование предпринимательской деятельности, программы поддержки предпринимательства, уровень образования, возможность выхода на рынок, обеспечение прав интеллектуальной собственности и т.д., разным образом влияют на предпринимательские слои. Если нет доступа к внешнему финансированию, предпринимательство не является одним из приоритетных направлений политики государства, отсутствуют или не реализуются программы поддержки предпринимательства, не защищены права интеллектуальной собственности, вход на рынки затруднен барьерами входа и качеством антимонопольного регулирования, предпринимательский климат в целом неблагоприятный – в этом случае увеличивается доля предпринимателей поневоле. Ухудшается структура предпринимательского слоя общества, ослабевает импульс экономического роста. При наличии благоприятной среды и реальных мер поддержки предпринимательства происходит рост добровольного предпринимательства и сокращение слоя предпринимателей поневоле. Как результат, импульс к повышению темпов роста экономики в среднесрочной перспективе.

Таблица 10.10

Причины, побудившие включиться в организацию бизнеса

Почему стали организовывать бизнес? 2006г.	
Нарождающиеся предприниматели, всего по группе, %	
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	26
Не было лучших вариантов для работы	24
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	15
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	32
Другое	4
Владельцы нового бизнеса, всего по группе, %	
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	23
Не было лучших вариантов для работы	50
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	13
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	10
Другое	3

Владельцы устоявшегося бизнеса, всего по группе, %	
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	39
Не было лучших вариантов для работы	26
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	13
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	17
Другое	4
Почему стали организовывать бизнес? 2007г.	
Нарождающиеся предприниматели, всего по группе, %	
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	36
Не было лучших вариантов для работы	27
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	9
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	23
Другое	5
Владельцы нового бизнеса	
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	40
Не было лучших вариантов для работы	15
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	20
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	20
Другое	5
Владельцы устоявшегося бизнеса	
Чтобы получить преимущества, которые дает занятие бизнесом	33
Не было лучших вариантов для работы	33
И чтобы получить преимущества, и не было лучших вариантов	17
Работа есть, но стремлюсь к лучшим возможностям	13
Другое	4

По результатам обследования 2006 г. доля вынужденных предпринимателей – тех, у кого не было лучших вариантов для работы, достаточно высока: 50% для владельцев нового бизнеса и 26% для действующих предпринимателей (см. таблицу 10.10).

Результаты 2007 г. зафиксировали снижение доли вынужденных предпринимателей по группе «новый бизнес» до 15%. По группе «устоявшийся бизнес» доля вынужденных предпринимателей в 2007 г. выросла до 33%, что не удивительно, учитывая переход в нее за год части «вынужденного бизнеса» из числа владельцев нового бизнеса 2006 г. (см. таблица 10.10).

Доля вынужденного предпринимательства опосредованно характеризует как рынок труда, так и систему социальной поддержки как недостаточно гибкие и эффективные

С др. стороны, различие доли вынужденных предпринимателей среди разных обследованных групп свидетельствует, что внешняя среда предпринимательства, судя по результатам опросов, несколько улучшилась. Во всяком случае, в 2006г. доля вынужденных предпринимателей среди тех, кто только включился в организацию бизнеса, была вдвое ниже, чем среди владельцев нового бизнеса. Хотя в 2007 г. среди нарождающихся предпринимателей по сравнению с новым бизнесом доля «вынужденных» стала выше – 27% против 15%, это не меняет качественный вывод: структура российских предпринимательских слоев улучшается, добровольное предпринимательство доминирует над вынужденным (см. таблица 10.10).

10.2. Результаты отдельных направлений поддержки малого предпринимательства

Условия старта для малого предпринимательства

Таблица 10.11

Оценка условий для начала нового бизнеса

Справедливо ли утверждение? 2006г.		Группы респондентов, %					Всего по выборке, %
		нарождающиеся предприниматели*	владельцы нового бизнеса**	владельцы устоявшегося бизнеса**	респонденты, закрывшие бизнес	не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес	
В следующие 6 месяцев в местности, где Вы живете, будут хорошие условия для начала бизнеса	Да	74	47	55	30	24	29
	Нет	26	53	46	70	76	73
(*) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «не имеющие и не стремящиеся иметь бизнес» значима на уровне не более 1%, (**) – разница в ответах значима на уровне до 5%.							
Справедливо ли утверждение? 2007г.		Группы респондентов, %				Всего по выборке, %	
		нарождающиеся предприниматели**	владельцы нового бизнеса	владельцы устоявшегося бизнеса	потенциальные предприниматели		
В следующие 6 месяцев в местности, где Вы живете, будут хорошие условия для начала бизнеса	Да	70	76	47	57	30	
	Нет	30	24	53	43	70	
(***) отмечены группы респондентов, для которых разница в ответах по сравнению с группой «устоявшийся бизнес» значима на уровне не более 10%.							

Среди тех, кто так или иначе вовлечен в предпринимательство, оценки условий для старта в 2007 г. выше у респондентов, находящихся на стадии возникновения собственного бизнеса, достаточно высока - $\frac{3}{4}$ из них считают, что условия для начала бизнеса хорошие. «Старожилы» в бизнесе более скептически – 47% из них дали положительную оценку. Разница в ответах респондентов указанных групп значима на уровне не более 10%. Учитывая, что лишь часть тех, кто предпринимает первые шаги по созданию бизнеса, становятся впоследствии предпринимателями, их оценки условий для старта в целом, скорее всего, завышены. Далее, по

результатам обследования 2007 г. доля владельцев нового бизнеса, отметивших хорошую перспективу для предпринимательского старта, значительно выросла: 76% против 47% в 2006 г. (см. таблица 10.11). Правда, однозначно отнести позитивные результаты на счет федеральных, региональных или местных властей по данным нашего исследования нельзя. Для этого требуется дополнительный анализ результативности принятых мер каждого уровня власти.

Имеющиеся доказательства позитивных изменений условий для предпринимательского старта относятся к одной из наиболее острых проблем начала бизнеса – проблеме стартового

капитала. По результатам обследования 2006 г. лишь 24% предпринимателей в стадии возникновения предполагали сформировать стартовый капитал самостоятельно. Остальные 76% намеревались привлечь внешнее финансирование из разных источников

(см. таблицу 10.12). В 2007 г. указанная пропорция в целом сохраняется: 21% нарождающихся предпринимателей формируют стартовый капитал из собственных средств, 79% привлекают внешние источники финансирования.

Таблица 10.12

Источники стартового финансирования предпринимателей в стадии возникновения в зависимости от размера населенного пункта

2006 г.		Нарождающиеся предприниматели, %
Будет ли вся сумма денег, необходимая для запуска нового бизнеса, предоставлена Вами одним/одной	Да	24
	Нет	76
Число респондентов, рассчитывающих получить заем для начала бизнеса у следующих лиц и организаций, %		Нарождающиеся предприниматели, %
Близкие члены семьи		39
Другие родственники		9
Коллеги		8
Третьи лица (посторонние)		8
Друзья или соседи		27
Банки или иные финансовые организации		70
Государственные программы		25
Другое		8
2007 г.		Нарождающиеся предприниматели, %
Будет ли вся сумма денег, необходимая для запуска нового бизнеса, предоставлена Вами одним/одной	Да	21
	Нет	79
Число респондентов, рассчитывающих получить заем для начала бизнеса у следующих лиц и организаций, %		Нарождающиеся предприниматели, %
Близкие члены семьи		46
Другие родственники		23
Коллеги		15
Третьи лица (посторонние)		
Друзья или соседи		31
Банки или иные финансовые организации		54
Государственные программы		31
Другое		

Безусловно положительным является тот факт, что уже в 2006 г. порядка 70% респондентов указанной группы планировали привлечь средства банков и иных финансовых организаций. До недавнего времени наиболее часто для пополнения стартового капитала, помимо собственных средств, использовались деньги семьи и родственников. В 2007 г. тенденция несколько ослабла: планировали привлечь средства банков и иных финансовых организаций порядка 55% нарождающихся предпринимателей (см.

таблица 10.12). Возможно, снижение показателя обусловлено характером опросной выборки. На наш взгляд, в этой области действует достаточно устойчивый тренд - изменение структуры возможных располагаемых источников обусловлено повышением интереса банков к относительно мелким заемщикам, в том числе, по-видимому, - под влиянием мер государства по стимулированию кредитования банками малого предпринимательства. С этой целью реализуются программы по субсидированию процентных ставок, в

банках работают специальные кредитные продукты для мелких заемщиков, в том числе микрофинансирование.

Отметим, что кредитная политика банков пока «не дотягивается» до сельских предпринимателей. Здесь ее с

успехом может и должна заменить кредитная кооперация населения, имеющая весьма позитивный опыт развития во многих странах, но сдерживаемая в России отсутствием необходимого законодательства и инфраструктуры.

Предпринимательство и социальная стабильность

Социальная стабильность общества зависит во многом от решения проблемы занятости населения. Разумеется, вклад малого предпринимательства в решение проблем занятости не следует преувеличивать – наибольший эффект достигается в самой начальной стадии, в период создания и первоначального роста, а затем, выйдя на траекторию стабильного и весьма умеренного роста и развития, малые предприниматели, как правило, лишь воспроизводят уже созданные рабочие

места, а то и сокращают их в процессе рационализации.

Результаты обследования 2006 г. подтверждают, что в настоящее время в России количество занятых в малом предпринимательстве определяется не «продолжительностью жизни» малых предприятий, а числом вновь созданных. Малые предприятия со временем не только не перерастают в средние, но в большинстве даже не переходят границу микробизнеса (см. таблицу 10.13). Данные 2007 г. подтверждают данное наблюдение. Микробизнес доминирует в российском предпринимательстве, что вполне согласуется с мировой практикой.

Таблица 10.13

Фактическое количество наемных работников у предпринимателей

	<i>Владельцы нового бизнеса</i>		<i>Владельцы устоявшегося бизнеса</i>	
	Mean	Median	Mean	Median
Количество работников по найму в бизнесе в настоящее время, человек 2006г.	4	3	5	5
	<i>Владельцы нового бизнеса</i>		<i>Владельцы устоявшегося бизнеса</i>	
	Mean	Median	Mean	Median
Количество работников по найму в бизнесе в настоящее время, человек 2007г.	6	3	7	3

Средние размеры малого предприятия практически не зависят от его «возраста» и значительно ниже действующих на сегодня и вводимых с 2008 г. критериальных ограничений для отнесения предприятия к категории

малых. Так, в соответствии с критериями нового закона о развитии малого и среднего предпринимательства в РФ, подавляющее число российских субъектов малого предпринимательства попадет в категорию микробизнеса.

Таблица 10.14

Ожидаемое количество наемных работников у предпринимателей в стадии возникновения

2006г.	Количество работников по найму в бизнесе через 5 лет, человек	
	Mean	Median

В среднем по группе	22	15
2007г.	Количество работников по найму в бизнесе через 5 лет, человек	
	Mean	Median
В среднем по группе	31	8

Респонденты, делающие лишь первые шаги по организации бизнеса, в силу оптимистических ожиданий значительно завышают ожидаемое количество наемных работников в сравнении с данными действующих предпринимателей. Так, в 2006 г. в среднем по группе предприниматели в стадии возникновения планировали привлечь 22 наемных работника, медианное значение равно 15 (см. табл. 10.14). Как показывает сравнение данных, приведенных в таблицах 10.13 и 10.14, ожидания предпринимателей в стадии возникновения, по крайней мере, относительно размера будущего бизнеса, не суждено сбыться. Средний размер «проектируемого» бизнеса, измеряемый числом наемных работников, в 4,4 – 5,5 раза меньше среднего размера действующего бизнеса. К числу причин этого, несомненно, относятся проблемы стартового капитала, поиска помещений и работников нужной квалификации.

Сетевое развитие малого предпринимательства как реакция приспособления

В новом Федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», наконец, сформулированы критерии выделения микро- (до 15 чел. занятых) и средних предприятий (до 250 чел.).

Фактически малые предприятия зачастую даже не стремятся покинуть формально или законодательно очерченные границы малого бизнеса в силу как высоких издержек перехода из одной категории в другую (более крупный бизнес), так и отсутствия

В 2007 г. ситуация с ожиданиями предпринимателей в стадии возникновения относительно численности занятых сколько-нибудь значимо не изменилась. Так, среднее значение ожидаемой численности составило 31 человек (см. таблица 10.14), тогда как фактическая занятость у уже действующих предпринимателей не превысила 7 человек (см. таблица 10.13).

Приведенные выше результаты (см. табл. 10.13 и 10.14) говорят о том, что создание условий, стимулирующих граждан к осуществлению самостоятельной предпринимательской деятельности, и рост числа занятых в малом предпринимательстве – задачи не просто взаимосвязанные, но без решения первой вторая неосуществима. Действующий малый бизнес не перерастает в средний, приток новых рабочих мест обеспечивается притоком новых предпринимателей.

каких-либо специальных режимов, помогающих новичкам закрепиться в среднем бизнесе. Для малого предприятия альтернативой роста «по вертикали»/перехода в категорию средних может становиться рост «по горизонтали»/создание сети малых предприятий, в совокупности образующих единый бизнес одного или группы собственников.

По результатам нашего обследования в 2006 г. (см. таблицу 10.15), каждый пятый владелец нового и каждый второй/третий владелец действующего бизнеса планирует в течение следующих трех лет организовать новый. Опрос 2007 г. в целом подтвердил устойчивость тенденции: 1/5 часть действующих

предпринимателей планируют в среднесрочной перспективе организовать новый бизнес.

Это подтверждает, что в России - в силу ряда причин - распространенной траекторией развития малого бизнеса

является не превращение его в средний, а «отпочкование» от уже действующего новых малых фирм, формирование сетевой структуры.

Таблица 10.15

Сетевое развитие малого предпринимательства

Справедливо ли утверждение?	Группы респондентов, % 2006 г.			
	владельцы нового бизнеса		владельцы устоявшегося бизнеса	
В течение следующих трех лет Вы - один или вместе с другими - предполагаете организовать новый бизнес	Да	Нет	Да	Нет
	21	79	41	59
Справедливо ли утверждение?	Группы респондентов, % 2007 г.			
	владельцы нового бизнеса		владельцы устоявшегося бизнеса	
В течение следующих трех лет Вы - один или вместе с другими - предполагаете организовать новый бизнес	Да	Нет	Да	Нет
	20	80	20	80

Сетевые малые предприятия более устойчивы к возможным неблагоприятным изменениям бизнес-среды, т.к. бизнес-сети в том числе выполняют функцию финансово-экономического «амортизатора». Т.е. именно сетевые малые предприятия имеют реальный потенциал перехода в средний бизнес. Удерживают их в секторе малого предпринимательства проблемы, свойственные для более крупного бизнеса и, соответственно, дополнительные затраты на их решение. Главные из этих проблем – обеспечение безопасности бизнеса, недобросовестная конкуренция, таможенные процедуры,

получение и оформление земельных участков.

Результаты проекта наглядно подтвердили необходимость государственной политики поддержки среднего бизнеса со стороны представителей малого бизнеса. Учитывая экономический потенциал сетевого сегмента малого предпринимательства, эффект такой политики может быть значительным.

11. Экспертные оценки рамочных условий предпринимательской деятельности

На фокус-группу (16 июля 2007 г.)⁸ были вынесены – по итогам анализа экспертных анкет - следующие вопросы:

• *Что в большей мере препятствует входу на рынок начинающих предпринимателей: законодательство, действия чиновников, сопротивление уже присутствующих на рынке игроков? Как повлиять на тенденцию к «закрытию» рынка со стороны государства и уже действующего на этом рынке бизнеса?*

Высказанные по данному суждения характеризовались большим единодушием, их можно сгруппировать следующим образом. Есть естественные барьеры – в первую очередь, многократно повысились размеры первоначального капитала, требуемого для старта. Далее, конкурентные преимущества малого предпринимательства, связанные с возможностью существовать в «серой» экономике, являются в то же время его недостатком: мешают встраиваться в цепочки добавленной стоимости. Отсюда – сокращение привлекательных ниш, возможность быстрого роста с нуля есть только у тех, кто обладает нетривиальными идеями.

Однако главную проблему представляет собой чиновничий прессинг (главным образом, в области проверок и регистрации), иногда осуществляемый в интересах более крупных игроков – примеры: строительство крупных торговых комплексов не на периферии, а в самих крупных городах (вытеснение малого торгового бизнеса); ситуация с

«регулируемым» отпускных цен на нефтепродукты в нефтяной отрасли.

Варианты смягчения этих трудностей эксперты видят в усилении адвокатирования конкуренции, стабильности законодательства («плохой, но стабильный закон лучше постоянных новаций»), а также его проработанности («надо писать законы о процессах, а не об объектах»), повышении уровня самоорганизации малого и среднего предпринимательства – в том числе, в целях противодействия произволу чиновников и коррупции.

• *Если потребитель приветствует нововведения, почему предприниматели с ними не торопятся – при высокой конкуренции на рынках традиционных товаров? Есть ли в России целостная система поддержки инновационного предпринимательства, или лишь отдельные ее звенья, разрозненные функционально и территориально?*

Мнения экспертов вновь были практически совпадающими. Причины слабости инновационного предпринимательства видятся в том, что венчурный бизнес связан с высокими рисками и относительно дорог. К тому же рынки некоторых высокотехнологичных товаров (мобильные телефоны, компьютеры и т.д.) быстро насыщаются. Между тем, комплексная государственная политика отсутствует:

- политика направлена на решение предзаданных целей, а не на поддержку процессов общественного развития;

- нет системы обучения инновационному менеджменту, кадров и политики в этой области;

- у государства нет необходимых ресурсов и грамотных технологий для

⁸ Данные экспертного опроса см. Приложение 2. Список экспертов см. Приложение 3.

поддержки инновационного предпринимательства;

- имущественная поддержка техностартеров не сопрягается с др. мерами, а потому оказывается не вполне эффективной;

- недобросовестная конкуренция на рынках ИТ в России на сегодня эффективнее.

• *Возможно, основным барьером для развития инновационного предпринимательства является не отсутствие системы поддержки, а отсутствие культуры уважения прав собственности на ноу-хау? Как изменить ситуацию?*

С одной стороны, эксперты не склонны драматизировать ситуацию с правами на интеллектуальную собственность в России («Контрафакт существует везде»), и считают, что к малому предпринимательству это имеет косвенное отношение. Более того, высказано мнение, что более жесткие меры по защите интеллектуальной собственности могут привести к массовому «вымыванию» многих предпринимателей поневоле, которые занимаются тиражированием дешевых подделок и т.п. С др. стороны, в качестве мер, которые способствовали бы повышению культуры уважения прав собственности, были предложены:

- упрощение регистрации прав, создание программ льготного патентования и лицензирования;

- более эффективная защита прав собственности в имущественной сфере (арендные отношения);

- повышение роли саморегулируемых организаций в создании и поддержании стандартов соблюдения прав собственности.

• *Способствует ли система образования*

переориентации национальной культуры на поддержку индивидуальной инициативы и успеха? Что еще нужно сделать, чтобы сформировать человеческий капитал для успешного предпринимательского старта, отвлекаясь от проблем системы образования?

Система российского образования, по мнению экспертов, в последние годы привносит элементы состязательности в те сферы, где этого быть не должно (школьное образование стандартного типа должно быть равно доступно всем), и не обеспечивает его в должной мере там, где они необходимы (в вузе).

Что касается бизнес-образования, то оно зачастую вторично (изучаются западные кейсы и западные бизнес-практики), слишком академично.

Чтобы формировать человеческий капитал для бизнеса, необходимо, по мнению экспертов:

- поднять статус и престиж учителя средней школы и преподавателя вуза (сформировать человеческий капитал, необходимый для воспитания предприимчивых и социально ответственных учеников и студентов);

- на этой основе – создать у них мотивацию к воспитанию уважения к успеху, чувства социальной сопричастности, привитию общей культуры;

- повышать квалификацию преподавателей вузов в части знаний о бизнес-процессах и умения формировать у студентов навыки применять академические знания для решения практических задач;

- привлекать к процессу преподавания практикующих бизнесменов;

- формировать в вузах институты выращивания предпринимательства (бизнес-инкубаторы, технопарки и т.д.)

Заключение: выводы и рекомендации в области содействия развитию предпринимательского потенциала населения России

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

1. Социально-психологический климат благоприятен для развития предпринимательства. Сегодня непредпринимательские слои общества столь же лояльны к бизнесу, как и сами предприниматели. В то же время как действующие предприниматели, так и начинающие свой бизнес, не видят эффективной работы масс-медиа по пропаганде предпринимательства как той силы, которая оказывает положительное воздействие на решение социально-экономических проблем общества. Негативный информационный фон, связанный с разоблачениями ряда олигархов, не блокируется повседневной работой по донесению до общества той полезной функции, которую берут на себя малые и средние предприниматели, по формированию благоприятного отношения к начинающим. Это особенно важно для той немалой доли взрослого трудоспособного населения (в особенности – женского), которую удерживает от предпринимательского старта страх, либо неуверенность в собственных силах и терпимом отношении окружающих. В этой связи важной задачей государственной политики – в частности, целевых программ поддержки малого и среднего предпринимательства – должны быть меры по созданию устойчивого информационного поля – как с целью воздействия на окружение начинающего предпринимателя, так и с целью донесения информации о необходимых шагах, насущных проблемах и ограничениях при старте, возможных путях и формах их преодоления.

2. Вхождение в предпринимательские сети является важным условием как для принятия решения, так и для успеха первых шагов в области бизнеса. Предпринимательское сообщество в значительной мере берет на себя выполнение основных функций институциональной и инфраструктурной поддержки своих членов. Знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса, сконцентрированы внутри предпринимательского сообщества, являющегося довольно закрытым образованием. Это, с одной стороны, свидетельствует о недостаточном развитии институтов и инфраструктуры поддержки предпринимательства, об ограниченных возможностях расширения и реализации предпринимательского потенциала российского общества. С др. стороны, направив усилия на выявление и поддержку предпринимательских сетей, обеспечивающих трансляцию так называемого «скрытого знания», необходимого для успеха на старте, государство могло бы превратить их – в том числе торгово-промышленные палаты, объединения отраслевого и регионального характера и проч. бизнес-ассоциации – в важный элемент инфраструктуры содействия раннему предпринимательству. Распределение грантов на различные мероприятия по содействию начинающим предпринимателям (начиная с бизнес-тренингов и заканчивая ярмарочно-выставочной деятельностью и иными мерами содействия нахождению поставщиков и потребителей) на конкурсной основе могло бы стать важным направлением консультационной поддержки МСП.

3. Важной мерой содействия успешному функционированию сетевых сообществ,

помогающих ранним предпринимателям при расшивке узких мест, может явиться содействие созданию ассоциаций бизнес-ангелов. Практика стран с несравненно более развитой формальной инфраструктурой поддержки раннего предпринимательства показывает, что даже там ведущую роль во внешнем финансировании играют неформальные инвесторы – прежде всего, бизнес-ангелы. Продуманные меры по привлечению бизнес-ангелов к деятельности центров промышленной субконтрактации, технопарков и бизнес-инкубаторов и др. вновь создаваемых элементов инфраструктуры поддержки МСП могли бы сыграть положительную роль в выводе этой сферы из тени и одновременно – в привлечении сбережений средних слоев к финансированию раннего предпринимательства.

5. Несмотря на устойчивый рост экономики, который способствует рассасыванию очагов безработицы, а также на существенное повышение доходов работников нерыночного сектора (государственные служащие), доля вынужденных предпринимателей остается достаточно высокой – до трети ранних предпринимателей. Индикатор вынужденного предпринимательства косвенно характеризует низкую степень динамичности рынка труда, наличие значительных групп взрослого трудоспособного населения, вынужденных брать на себя риски и ответственность по созданию собственного дела. Данное обстоятельство необходимо учитывать, поскольку для поддержки этой группы нужны иные меры, нежели для поддержки добровольных предпринимателей, и при выстраивании политики поддержки здесь просматриваются две отчетливо различающиеся целевые функции. В отношении вынужденных предпринимателей (зачастую самозанятых, создающих рабочие места для самих себя и иногда – для членов своей семьи) такой целевой функцией

является вывод с рынка труда членов потенциальной группы риска. В отношении добровольных предпринимателей – создание условий для относительно устойчивого расширенного воспроизводства такой предпринимательской фирмы в среднесрочной перспективе. В отношении первой целевой группы эффективными могут быть меры активной политики на рынке труда (капитализация пособия по безработице вкуче с обучением основам предпринимательской деятельности и консультированием при составлении бизнес-плана), в отношении второй – поддержка инноваций, поддержка усилий по нахождению бизнес-ангелов и иных небанковских источников формирования основных фондов (лизинг и проч.).

6. С одной стороны, 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 др. стороны, снижение коэффициента расширения, некоторое возрастание доли респондентов, характеризующих условия для предпринимательского старта в ближайшие 6 мес. как негативные свидетельствует о том, что условия для «входа» в предпринимательство, по-видимому, становятся более сложными. Отчасти это связано с ростом конкуренции за

рыночные ниши. В этих условиях важную роль в среднесрочной и долгосрочной перспективе может сыграть усиление элементов обучения предпринимательству в средних специальных и высших учебных заведениях (нацеленных на формирование компетенций в области распознавания возможности для предпринимательского старта, оценки бизнес-идеи, бизнес-планирования, формирования социального капитала и проч.), повышение качества бизнес-образования (второе высшее). В рамках инновационного национального проекта в сфере образования следует уделить особое внимание выстраиванию сквозной линии предпринимательского образования, поддержке соответствующих образовательных инициатив и проектов, в том числе – партнерств образовательных учреждений и бизнеса. Формирование человеческого и социального капитала будущих предпринимателей является важной предпосылкой повышения вероятности предпринимательского старта и его большей успешности, расширения доли добровольного предпринимательства, в том числе – стартового предпринимательства с высоким потенциалом роста.

7. Крайне невысокая доля среди ранних предпринимателей тех, кто рассматривает свой продукт/услуги как новые, кто предусматривает возможность расширения числа рабочих мест через 5 лет, с одной стороны, свидетельствует о важности мер по стимулированию инновационного МСП (создание новых технопарков, поддержка экспортоориентированных МСП и проч.). С др. стороны, это означает, что дополнительные рабочие места создаются в секторе МСП главным образом за счет нарождающихся фирм. С течением же времени – по мере рационализации технологических процессов и т.п. – они могут даже сокращать число рабочих мест. Поэтому так важно, чтобы коэффициент расширения стремился к росту – в 2006-

2007 гг. он, напротив, сократился более чем вдвое, так что число нарождающихся предпринимателей превышает число выбывающих лишь на 1/3. По-видимому, важную роль в расширении числа нарождающихся бизнесов могли бы сыграть меры по содействию развитию микрофинансирования, в том числе – МФО, работающих с определенными группами населения (женщины) и в определенных регионах и типах поселений с пониженным предпринимательским потенциалом (средние и малые города, Север и некоторые районы Сибири).

8. С учетом значительной роли параллельного предпринимательства, существующих, по-видимому, высоких рисков перехода микробизнеса в категорию малого, а последнего – в категорию среднего, следует проводить более целенаправленную политику на снижение административных барьеров, в особенности в области имущественных, и в частности арендных отношений, дальнейшую рационализацию специальных налоговых режимов для МП, неуклонное соблюдение антимонопольного законодательства на региональных и отраслевых рынках. В противном случае клонирование микрофирм, создание зонтичных структур вместо органического роста и перехода в более высокую размерную группу будет оставаться разумной альтернативой для многих растущих молодых бизнесов.

Приложение 1

МЕТОДИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО ОПРОСУ ВЗРОСЛОГО ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ РФ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА» В 2006 и 2007 ГОДУ

База данных для анализа предпринимательского потенциала сформирована путём обследования взрослого трудоспособного населения РФ методом четырёхступенчатого пропорционального стратифицированного выборочного опроса. В 2006 и в 2007 году обследование было организовано, по методологии и анкете GEM, в форме «омнибуса» в рамках майской волны регулярного Мониторинга социально-экономических перемен, проводящегося Аналитическим Центром Юрия Левады. Это позволило, помимо характеристик предпринимательской активности населения, получить сопоставимые данные по социально-демографическим показателям.

Начало полевых работ – 02 мая, соответственно, 2006 и 2007 года.

Окончание полевых работ – 17 мая, соответственно, 2006 и 2007 года.

ФОРМИРОВАНИЕ ВЫБОРКИ

1. ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ: ОТБОР ТОЧЕК ПРОВЕДЕНИЯ ОПРОСА

1.1. Предварительная стратификация

На первой ступени выборки в качестве первичных единиц отбора (PSU) используются городские населенные пункты (ГНП) и сельские административные районы (САР). При отборе PSU использована процедура предварительной стратификации. В соответствии с ней, еще до того как приступить к отбору PSU, они группируются в страты. Стратификация PSU производилась следующим образом: сначала вся территория России была разделена на 7 федеральных округов (Северо-Западный, Центральный, Приволжский, Южный, Уральский, Сибирский и Дальневосточный), а затем в каждом из этих округов, независимо друг от друга, все PSU были разбиты на типы.

При формировании основы выборки использовались данные Всероссийской переписи населения 2002 года. Выборка 2006 года содержала 1894 респондента, 2007 года – 1939 респондентов. Обе выборки репрезентативны относительно всего взрослого населения России в возрасте от 16 лет и старше. Опросы 2006 и 2007 года были проведены в 108 городских и сельских населенных пунктах, расположенных в 8-ми республиках, 6-ти краях, 24-х областях, Еврейской автономной области и Коми-Пермяцком автономном округе.

Необходимо отметить, что в силу различных обстоятельств часть субъектов РФ были 'исключены' из рассмотрения в процессе проектирования выборки. На Северном Кавказе исключены Чеченская и Ингушская Республики. Из-за сложных климатических условий также исключены некоторые районы Крайнего Севера — Ненецкий АО, Ямало-Ненецкий АО, Таймырский АО, Эвенкийский АО, Чукотка и Сахалинская область. Всего из рассмотрения исключено 8 субъектов РФ, взрослое население которых составляет менее 3 % взрослого населения России.

В каждом из федеральных округов, независимо друг от друга, все первичные единицы отбора были разбиты на типы. В качестве стратообразующих признаков использованы: численность населения и административный статус PSU. По этим признакам выделено 6 типов PSU:

- 1) города с численностью более 1 млн.
- 2) города с численностью от 500 тыс. до 1 млн.
- 3) города с численностью от 100 тыс. до 500 тыс.
- 4) города и поселки городского типа (пгт) с численностью от 20 до 100 тыс.
- 5) города и поселки городского типа (пгт) с численностью до 20 тыс.
- 6) сельские административные районы.

Для каждой страты было подсчитано число постоянно проживающих жителей в возрасте от 16 лет и старше и доля этой страты во взрослом (16+) населении России. Всего в проекте выборки «Мониторинг» образовано, с учетом того, что в Северо-Западном ФО отсутствуют города с населением от 500 тыс. до 1 млн. человек, а в Дальневосточном ФО нет городов с населением более 1 млн., 40 страт.

1.2 Отбор населенных пунктов

Следующим шагом первоначальный объем выборки (2000 респондентов) распределяется между всеми стратами пропорционально весу (численности взрослого населения) каждой страты. Затем определяется число PSU, которое следует отобрать в каждой страте. Для определения этих

чисел была использована следующая процедура. При проектировании выборки в проект было заложено ограничение на среднее число респондентов в одной PSU равное 10-12. Число точек опроса в каждой страте определялось исходя из этого ограничения. Для этого количество анкет в ней делилось на установленное среднее количество анкет в одной PSU. При получении дробного результата он округлялся в большую сторону. Таким образом, на первой ступени выборки в каждой страте были отобраны от 1 до 10 первичных выборочных единиц в зависимости от числа респондентов, пришедшегося на страту. Количество анкет, приходящееся на страту, делилось поровну между отобранными точками опроса.

Отбор городских населенных пунктов и сельских административных районов осуществлялся случайным методом с вероятностью, пропорциональной размеру (PPS). Всего было отобрано 108 PSU (см. таблицу 1).

Таблица 1. Схема размещения выборки

№	Регион	Сельские поселения и города менее 10 тыс. чел.			Города от 10 до 100 тыс. чел.			Города от 100 до 500 тыс. чел.			Города от 500 до 750 тыс. чел.			Города более 750 тыс. чел.			ИТОГО		
		%	<u>Rs</u>	<u>PSUs</u>	%	<u>Rs</u>	<u>PSUs</u>	%	<u>Rs</u>	<u>PSUs</u>	%	<u>Rs</u>	<u>PSUs</u>	%	<u>Rs</u>	<u>PSUs</u>	%	<u>Rs</u>	<u>PSUs</u>
1	Север и Северо-Запад	3,13%	66	5	1,71%	36	3	2,47%	52	3	0,00%			3,13%	66	1	10,44%	220	12
2	Центральный	3,46%	73	4	5,70%	120	6	5,36%	113	5	0,00%			6,12%	129	1	20,65%	435	16
3	Волго-Вятский	3,37%	71	5	0,00%			1,33%	28	2	0,00%			1,00%	21	1	5,70%	120	8
4	Центрально-Чернозёмный	2,04%	43	2	1,28%	27	2	0,95%	20	1	0,00%			0,95%	20	1	5,22%	110	6
5	Поволжский	2,90%	61	3	2,28%	48	3	1,61%	34	2	0,90%	19	1	3,56%	75	4	11,25%	237	13
6	Северный Кавказ	4,70%	99	5	1,76%	37	2	4,08%	86	4	0,00%			0,71%	15	1	11,25%	237	12
7	Урал	3,42%	72	4	3,75%	79	4	2,23%	47	3	1,09%	23	1	3,32%	70	4	13,81%	291	16
8	Западная Сибирь	2,66%	56	4	2,94%	62	3	0,00%			2,66%	56	2	1,80%	38	1	10,06%	212	10
9	Восточная Сибирь	1,71%	36	2	0,76%	16	1	1,95%	41	2	0,76%	16	1	1,04%	22	1	6,22%	131	7
10	Дальний восток	1,28%	27	3	2,28%	48	3	0,90%	19	1	0,95%	20	1	0,00%			5,41%	114	8
	Всего	28,67%	604	37	22,45%	473	27	20,88%	440	23	6,36%	134	6	21,64%	456	15	100,00%	2107	108

Обозначения: Rs – численность респондентов (respondents); PSUs – Первичные единицы выборки (Primary Sampling Units)

2. Вторая ступень выборки – отбор опросных участков

На второй ступени выборки в качестве единиц отбора (secondary sampling points - SSP) выступают опросные участки: избирательные участки – в городских населенных пунктах и села/деревни – в сельских районах. Количество отбираемых опросных участков определяется из следующего условия: на одном опросном участке должно опрашиваться в среднем около 6-8 респондентов. Таким образом, в сельских районах отбирается 1-2 села, а в городских населенных пунктах по 2-3 избирательных участка. Исключения составляют г.г. Москва и Санкт-Петербург, где отбирается по 21 и 10 избирательных участков, соответственно. Всего опрос проводился в 2006 году на 217 опросных участках, в 2007 году - на 270 опросных участках.

Отбор опросных участков в городских населенных пунктах производится вероятностным методом из полных списков избирательных участков заданного города.

По данным Госкомстата РФ около 50% сельского населения проживает в населенных пунктах с численностью жителей менее 1000 человек и столько же в населенных пунктах с численностью жителей более 1000 человек. Поэтому отбор опросных участков в половине сельских районов проводится из списков сел заданного района с численностью жителей более 1000 человек, в половине – из списков сел с численностью менее 1000 человек.

На отобранных участках проводится 2-3 волны исследования, после чего процедура отбора производится заново и опросные участки заменяются. При замене опросных участков в сельских районах может поменяться размер отбираемого села в конкретном районе при сохранении общего соотношения больших и малых сел в выборке в целом.

Ниже (см. табл. 2) приведена схема размещения выборочной совокупности по субъектам РФ.

Таблица 2. Схема территориального размещения выборки (с указанием количества анкет по плану)

№№ п/п	Название региона	Количество анкет по плану
1.	Москва	429
2.	Санкт-Петербург	66
3.	Ленинградская область	16
4.	Архангельская область	87
5.	Республика Карелия	31
6.	Владимирская область	123
7.	Калужская область	22
8.	Московская область	118
9.	Костромская область	43

10.	Нижегородская область	65
11.	Кировская область	12
12.	Республика Чувашия	43
13.	Воронежская область	55
14.	Липецкая область	55
15.	Волгоградская область	20
16.	Самарская область	59
17.	Саратовская область	61
18.	Ульяновская область	39
19.	Республика Татарстан	58
20.	Краснодарский край	42
21.	Республика Адыгея	35
22.	Ставропольский край	62
23.	Карачаево-Черкесская республика	40
24.	Ростовская область	58
25.	Оренбургская область	61
26.	Пермская область	60
27.	Коми-Пермяцкий АО	23
28.	Свердловская область	39
29.	Челябинская область	35
30.	Республика Башкортостан	45
31.	Курганская область	28
32.	Алтайский край	28
33.	Республика Алтай	27
34.	Кемеровская область	54
35.	Новосибирская область	103
36.	Красноярский край	83
37.	Республика Хакасия	32
38.	Иркутская область	16
39.	Приморский край	71
40.	Хабаровский край	29
41.	Еврейская АО	14
42.	Калининградская область	20
	ИТОГО	2407

3. Третья ступень выборки

На третьей ступени выборки интервьюеры отбирают домохозяйства маршрутным методом.

4. Четвертая ступень выборки

В отобранном домохозяйстве опрашивается один респондент. Отбор проводится методом «ближайший день рождения». В случае отсутствия нужного респондента интервьюер делает до трех повторных посещений, варьируя время посещения.

Опрос проводится на дому у респондента в режиме самозаполнения анкеты. Некоторые разделы анкеты могли быть заполнены в режиме личного интервью.

2. СПОСОБ ОПРОСА

Опрос был проведен способом формализованных интервью «лицом – к - лицу» (face – to –face interviews) с использованием заранее подготовленных карточек, макеты которых гармонизированы с общей для всех стран методикой GEM и составлены на базе вопросов, адаптированных к российским социально-экономическим условиям.

3. ИТОГИ ПРОВЕДЕНИЯ ОПРОСА

При расчете общей недостижимости не учитывались визиты по адресам, которые приходились на нежилые строения, квартиры. В табл.2 представлены данные о количестве визитов с различной результативностью, сделанных интервьюерами в ходе полевых работ.

Таблица 3. Результативность визитов интервьюёров в ходе полевых работ

Причины недостижимости	2006	2007
Общее количество визитов	5955	10572
Визиты по адресам, пришедшимся на нежилые строения, квартиры	169	264
Общее количество визитов в домохозяйства (за исключением визитов по адресам, приходящимся на нежилые строения, квартиры)	5786	10308
Количество визитов, в которые было получено согласие на интервью	3156	3824
Количество визитов, в которых первичный контакт с кем-либо из членов домохозяйства состоялся, но были получены отказы от участия в опросе	698	2029
Количество прерванных интервью	51	63
Количество успешных интервью	2407*	2407
Количество визитов, при которых не состоялся первичный контакт (не пустили в квартиру, никого не было дома после трех посещений и т.п.)	2630	4392

Таким образом, коэффициент достижимости в 2006 году составил 41,6%; в 2007 году – 37,1%.

4. КОНТРОЛЬ РАБОТЫ ИНТЕРВЬЮЕРОВ

По **окончании** опроса в региональных офисах осуществлялась проверка работы интервьюеров методом **телефонного контроля** и **повторным посещением**. Всего проконтролировано **448** адресов. Из них телефонными звонками проконтролировано **434** интервью; повторным посещением проконтролировано **9** интервью по почте - **5**. Контроль на этом этапе составил 17,7% от общего количества проведенных интервью. В ходе

* Кроме этого, было еще 114 успешных интервью, но они были достигнуты методом «снежного кома».

контроля было забраковано 15 анкет (в г. Москве). Все анкеты были перезапущены. Главной причиной выбраковки анкет было проведение интервью по блоку «предпринимательская деятельность» с респондентами, не входящими в целевую возрастную группу. Эти случаи были выявлены в ходе полевых работ при приемке анкет у интервьюеров.

Контроль работы интервьюеров осуществляется следующими методами:

100 % контроль маршрутных карт;

10 % контроль проведенных интервью повторным посещением или по телефону;

15 % почтовый контроль проведенных интервью.

5. КАЧЕСТВО КОРРЕКЦИИ

Для устранения смещений, возникающих в ходе проведения полевых работ, обусловленных отказами респондентов от участия в исследовании, недостижимостью и т.д., собранные данные взвешиваются по полу, возрасту, уровню образования, размеру домохозяйства, региону, типу населенного пункта. Данные обследования взвешены в каждой из перечисленных в протоколе страт (см. в таблицах ниже). При взвешивании 10 эконом-географических регионов объединяются в 5 макрорегионов:

- 1) Север Европейской части России (Северный и Северо-Западный, Центральный регионы);
- 2) Восток Европейской части России (Урал, Волго-Вятский регион);
- 3) Юг Европейской части России (Поволжье, Северный Кавказ, Центрально-Черноземный регион);
- 4) Сибирь и Дальний Восток (Западная Сибирь, Восточная Сибирь, Дальний Восток);
- 5) Москва (как отдельный макрорегион).

В каждом макрорегионе (кроме Москвы) избирательные округа (SSP) были сгруппированы по следующим типам населенных пунктов:

- 1) крупные города с численностью населения более 500 тыс. чел.;
- 2) средние города с численностью населения 100-500 тыс. чел.;
- 3) малые города с численностью населения менее 100 тыс. чел.;
- 4) сёла.

Контролируемые группы населения группировались по основным демографическим признакам (пол, возраст) и образованию (как частной факторной характеристике социального положения).

СЕВЕР ЕВРОПЕЙСКОЙ ЧАСТИ РОССИИ

2006 год

Крупные города

Выборка:	3461	6538	1923	3269	4423	385	4230	5384	385
Взвешенные:	4631	5368	1789	3090	3548	1572	3713	4813	1474
Статистика:	4628	5371	1787	3088	3548	1577	3711	4817	1472
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 52 анкеты, 14 типов, смещение - 0.03% - в среднем.

Средние города

Выборка:	3333	6666	1852	2815	4296	1037	2296	5555	2148
Взвешенные:	4630	5369	1792	3148	3582	1477	2963	5210	1827
Статистика:	4632	5367	1787	3148	3586	1479	2967	5208	1824
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 135 анкет, 21 тип, смещение - 0.02% - в среднем.

Малые города

Выборка:	4603	5396	2222	2619	2698	2460	2143	5714	2143
Взвешенные:	4777	5222	1624	3151	3785	1438	1969	5464	2567
Статистика:	4781	5218	1628	3150	3783	1439	1967	5463	2569
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 126 анкет, 23 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

Села

Выборка:	4333	5666	889	2444	4777	1889	1222	5888	2889
Взвешенные:	5045	4954	1514	3032	3840	1614	1185	4713	4101
Статистика:	5042	4957	1516	3026	3841	1617	1189	4710	4101
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 90 анкет, 20 типов, смещение - 0.03% - в среднем.

2007 год

Крупные города

Выборка:	2931	7068	4827	2758	1552	862	2414	6206	1379
Взвешенные:	4269	5370	1783	3089	3551	1575	3715	4817	1467
Статистика:	4628	5371	1787	3088	3548	1577	3711	4817	1472
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 58 анкет, 17 типов, смещение - 0.02% - в среднем.

Средние города

Выборка:	4112	5887	1451	3225	3269	1693	3145	5483	1371
Взвешенные:	4634	5365	1788	3149	3585	1476	2971	5212	1816
Статистика:	4632	5367	1787	3148	3586	1479	2967	5208	1824
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 124 анкеты, 23 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

Малые города

Выборка:	3475	6524	1560	3049	3829	1560	2411	6099	1489
Взвешенные:	4782	5217	1628	3152	3784	1435	1968	5462	2569
Статистика:	4781	5218	1628	3150	3783	1439	1967	5463	2569
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 141 анкета, 22 типа, смещение - 0.01% - в среднем.

Села

Выборка:	3690	6309	1309	3333	3809	1547	1547	5833	2619
Взвешенные:	5042	4957	1514	3026	3843	1616	1195	4708	4096
Статистика:	5042	4957	1516	3026	3841	1617	1189	4710	4101
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 84 анкеты, 22 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

ЮГ ЕВРОПЕЙСКОЙ ЧАСТИ РОССИИ

2006 год

Крупные города

Выборка:	2805	7194	2073	2439	4024	1463	2073	7072	854
Взвешенные:	4627	5372	1869	3169	3504	1457	3106	5152	1742
Статистика:	4627	5372	1870	3169	3503	1458	3110	5146	1743
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 82 анкеты, 19 типов, смещение - 0.02% - в среднем.

Средние города

Выборка:	4615	5384	1978	3736	2857	1428	3077	3956	2967
Взвешенные:	4658	5341	2054	3203	3400	1341	2772	5401	1826
Статистика:	4660	5339	2052	3206	3402	1340	2772	5404	1823
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 91 анкета, 23 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

Малые города

Выборка:	5111	4888	2000	3333	3333	1333	2666	5444	1889
Взвешенные:	4747	5252	1704	3208	3651	1435	1848	5637	2514
Статистика:	4750	5249	1699	3212	3651	1438	1853	5635	2511
	П=м	П=ж	В<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 90 анкет, 22 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

Села

Выборка:	4423	5576	1090	3397	4230	1282	1859	5448	2692
Взвешенные:	4911	5088	1590	3352	3492	1566	1143	5062	3794

Статистика:	4910	5089	1590	3349	3489	1572	1143	5058	3798
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 156 анкет, 22 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

2007 год

Крупные города

Выборка:	3644	6355	2523	2243	2990	2243	3831	4859	1308
Взвешенные:	4627	5372	1870	3169	3502	1459	3110	5149	1740
Статистика:	4627	5372	1870	3169	3503	1458	3110	5146	1743
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 107 анкет, 22 типа, смещение - 0.01% - в среднем.

Средние города

Выборка:	3619	6380	2571	2952	3047	1428	2857	5618	1524
Взвешенные:	4656	5343	2059	3202	3397	1341	2769	5406	1824
Статистика:	4660	5339	2052	3206	3402	1340	2772	5404	1823
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 105 анкет, 20 типов, смещение - 0.03% - в среднем.

Малые города

Выборка:	4390	5609	1219	2927	3414	2439	1951	6463	1585
Взвешенные:	4753	5246	1697	3211	3653	1439	1849	5633	2517
Статистика:	4750	5249	1699	3212	3651	1438	1853	5635	2511
	П=м	П=ж	В<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 82 анкеты, 22 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

Села

Выборка:	4635	5364	1391	3311	3245	2053	1854	6754	1391
Взвешенные:	4906	5093	1588	3353	3484	1574	1146	5057	3797
Статистика:	4910	5089	1590	3349	3489	1572	1143	5058	3798
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 151 анкета, 24 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

ВОСТОК ЕВРОПЕЙСКОЙ ЧАСТИ РОССИИ

2006 год

Крупные города

Выборка:	3500	6499	2000	3300	2700	2000	3900	4200	1900
Взвешенные:	4593	5406	1937	3216	3460	1385	2837	5147	2014
Статистика:	4594	5405	1942	3214	3461	1383	2836	5145	2018
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 100 анкет, 24 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

Средние города

Выборка:	4426	5573	2295	3114	3114	1475	2623	5901	1475
Взвешенные:	4619	5380	1818	3239	3603	1339	2100	5299	2600
Статистика:	4621	5378	1823	3240	3603	1334	2106	5296	2597
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 61 анкета, 22 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

Малые города

Выборка:	3882	6117	1765	2823	3529	1882	1176	4470	4353
Взвешенные:	4780	5219	1685	3175	3802	1337	1455	5436	3108
Статистика:	4781	5218	1685	3169	3806	3340	1455	5440	3104
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 85 анкет, 22 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

Села

Выборка:	4512	5487	1341	3048	3292	2317	1341	5121	3536
Взвешенные:	5065	4934	1484	3298	3780	1436	949	4574	4477
Статистика:	5067	4932	1480	3301	3782	1437	946	4570	4484
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 82 анкеты 21 тип, смещение - 0.03% - в среднем.

2007 год*Крупные города*

Выборка:	3529	6470	2000	3294	2588	2117	3411	4353	2235
Взвешенные:	4597	5402	1943	3214	3463	1379	2832	5148	2019
Статистика:	4594	5405	1942	3214	3461	1383	2836	5145	2018
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 85 анкет, 22 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

Средние города

Выборка:	3650	6349	2222	3174	3492	1111	1905	5396	2698
Взвешенные:	4621	5378	1823	3240	3605	1331	2107	5295	2597
Статистика:	4621	5378	1823	3240	3603	1334	2106	5296	2597
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 63 анкеты, 21 тип, смещение - 0.01% - в среднем.

Малые города

Выборка:	3684	6315	1053	2947	3368	2631	2105	4631	3263
Взвешенные:	4780	5219	1689	3163	3806	1342	1457	5438	3104
Статистика:	4781	5218	1685	3169	3806	1340	1455	5440	3104

	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н
--	-----	-----	------	------	------	------	-----	-----	-----

Обработано 95 анкет, 22 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

Села

Выборка:	2561	7438	1585	3292	3170	1951	2073	5609	2317
Взвешенные:	5072	4927	1478	3304	3777	1439	942	4574	4483
Статистика:	5067	4932	1480	3301	3782	1437	946	4570	4484
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 82 анкеты 21 тип, смещение - 0.03% - в среднем.

СИБИРЬ И ДАЛЬНИЙ ВОСТОК

2006 год

Крупные города

Выборка:	3389	6610	3220	3051	2118	1610	2542	5338	2118
Взвешенные:	4656	5343	2129	3221	3323	1326	3133	5032	1834
Статистика:	4657	5342	2123	3225	3324	1328	3135	5028	1836
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 118 анкет, 22 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

Средние города

Выборка:	4800	5199	1800	2000	3000	3200	2400	4600	3000
Взвешенные:	4758	5241	2085	3291	3437	1186	2546	5377	2076
Статистика:	4758	5241	2086	3291	3439	1184	2547	5378	2074
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 50 анкет, 18 типов, смещение - 0.01% - в среднем.

Малые города

Выборка:	3513	6486	2252	2612	3333	1802	2432	5855	1712
Взвешенные:	4882	5117	1716	3327	3785	1171	1647	5629	2723
Статистика:	4878	5121	1714	3324	3792	1170	1648	5627	2724
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 111 анкет, 21 тип, смещение - 0.03% - в среднем.

Села

Выборка:	3762	6237	1584	3465	2871	2079	1584	4752	3663
Взвешенные:	5023	4976	1652	3204	3860	1284	1005	4695	4299
Статистика:	5025	4974	1655	3198	3865	1282	1003	4694	4303
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 101 анкета, 22 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

2007 год

Крупные города

Выборка:	3828	6171	2734	3047	2500	1719	3437	5234	1328
Взвешенные:	4655	5344	2127	3225	3321	1326	3128	5031	1840
Статистика:	4657	5342	2123	3225	3324	1328	3135	5028	1836
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 128 анкет, 21 тип, смещение - 0.03% - в среднем.

Средние города

Выборка:	3333	6666	2631	2982	2631	1754	2105	5789	2105
Взвешенные:	4753	5246	2086	3289	3438	1186	2548	5380	2071
Статистика:	4758	5241	2086	3291	3439	1184	2547	5378	2074
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 57 анкет, 22 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

Малые города

Выборка:	4070	5929	1504	3716	2920	1858	3097	5663	1239
Взвешенные:	4878	5121	1713	3321	3790	1176	1649	5627	2723
Статистика:	4878	5121	1714	3324	3792	1170	1648	5627	2724
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 113 анкет, 24 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

Села

Выборка:	3800	6199	1600	2500	3000	2900	1300	5399	3300
Взвешенные:	5027	4972	1657	3193	3863	1286	1004	4695	4300
Статистика:	5025	4974	1655	3198	3865	1282	1003	4694	4303
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 100 анкета, 22 типа, смещение - 0.02% - в среднем.

МОСКВА КАК ОТДЕЛЬНЫЙ МАКРОРЕГИОН

2006 год

Выборка:	3104	6895	1923	3736	3049	1291	4203	4697	1099
Взвешенные:	4968	5031	1621	3392	3528	1458	4130	4614	1255
Статистика:	4970	5029	1626	3392	3525	1457	4127	4620	1253
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 364 анкеты, 24 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

2007 год

Выборка:	3818	6181	1813	3901	2802	1483	4313	4230	1456
Взвешенные:	4970	5029	1628	3390	3530	1451	4128	4622	1249
Статистика:	4970	5029	1626	3392	3525	1457	4127	4620	1253
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

Обработано 364 анкеты, 23 типа, смещение - 0.03% - в среднем.

АРЕАЛ В ЦЕЛОМ

2006 год

Выборка:	3833	6166	1895	3136	3342	1626	2655	5195	2149
Взвешенные:	4794	5205	1752	3226	3611	1410	2247	5147	2605
Статистика:	4794	5205	1752	3225	3611	1411	2248	5146	2606
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

2007 год

Выборка:	3770	6229	1893	3218	3068	1820	2857	5353	1789
Взвешенные:	4794	5205	1752	3225	3611	1410	2248	5146	2604
Статистика:	4794	5205	1752	3225	3611	1411	2248	5146	2606
	П=м	П=ж	в<25	в<40	в<55	в>54	О=В	О=С	О=Н

В 2006 году откорректированная выборка содержала 1894 респондента, представляющих население изучаемых регионов. Отклонение в распределении выборки по контролируемым социально-демографическим группам в среднем составляло 0,01. В 2007 году откорректированная выборка содержала 1939 респондентов, представляющих население изучаемых регионов. Отклонение в распределении выборки по контролируемым социальным группам в среднем составляло 0,00.

Весовые коэффициенты анкет были ограничены значением 10,0 и распределены следующим образом:

Значение весового коэффициента	0	0	0,01	0,02	0,05	0,1	1	2	5	10
Количество респондентов	200	0	12	35	75	75	57	77	20	0
	200	0	0	50	85	48	16	10	0	0
	0	0	0	6	5	6	8	0	0	0
	0	0	0	0	8	8	7	0	0	0

В 2006 году сумма весовых коэффициентов была равна 1660; индекс статистического эквивалента – 0,708 (0,80 от максимального). В 2007 году сумма весовых коэффициентов равна 1717; индекс статистического эквивалента – 0,675 (0,75 от максимального).

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВОПРОСНИКА

Вопросник, в соответствии с методологией GEM, сформирован из 3 блоков вопросов (см. табл.5):

- I. Социально-демографические характеристики (пол, возраст, семейное положение, уровень жизни и социальное положение респондента и его семьи и т.п.);
- II. Оценка респондентом экономической и социально-политической ситуации в регионе проживания и в стране в целом (включая оценку ожидаемых социально-экономических и политических рисков);
- III. Предпринимательская активность и предпринимательская деятельность (III1 – III5) .

Таблица 5. Общая характеристика вопросника в Методологии GEM.

№	Тематика вопросов	Количество вопросов	в том числе	
			Атрибутивные	Количественные
I	Социально-демографический блок	6	3	3
II	Вопросы о экономической и социально-политической ситуации в регионе проживания и в стране в целом	8	8	-
III	Вопросы о предпринимательской активности и предпринимательской деятельности	48	38	11
III1	Вопросы о перспективах открытия бизнеса	9	9	-
III2	Вопросы о только что начавшемся бизнесе	18	13	6
III3	Вопросы о действующем бизнесе	14	10	4
III4	Вопросы инвесторам	4	3	1
III5	Вопросы о закрытии бизнеса	3	3	-
	Всего вопросов	62	48	14

Вопросы двух первых блоков были заданы всем респондентам, вопросы 3 блока – только выявленным в процессе опроса предпринимателям различных групп предпринимательского потенциала.

Приложение 2

Баланс ответов экспертов на вопросы анкеты

Раздел I

Следующие утверждения позволяют оценить внутренние условия, влияющие на предпринимательскую деятельность в России. Пожалуйста, обведите в круг цифру, наиболее соответствующую Вашему мнению по каждому вопросу.

Не имеет отношения (НО)													
Затрудняюсь ответить (30)													
Полностью согласен (5)													
Отчасти согласен (4)													
Согласен и не согласен одновременно (3)													
Отчасти не согласен (2)													
Полностью не согласен (1)													
Тема А Финансирование новых и растущих фирм													
Сальдо оценок													
- 78%	В России новые и растущие фирмы могут привлечь достаточное финансирование за счет использования акций	1	2	3	4	5					30	НО	
- 14%	В России новые и растущие фирмы могут привлечь достаточное финансирование за счет использования кредитов и займов	1	2	3	4	5					30	НО	
- 69%	В России новым и растущим фирмам доступно достаточное государственное субсидирование	1	2	3	4	5					30	НО	
+ 22%	В России новые и растущие фирмы могут привлечь достаточное финансирование со стороны частных лиц, помимо самих учредителей	1	2	3	4	5					30	НО	
- 64%	В России новые и растущие фирмы могут привлечь достаточное финансирование за счёт венчурного капитала	1	2	3	4	5					30	НО	
- 86%	В России новые и растущие фирмы могут привлечь достаточное финансирование за счет первичного размещения акций	1	2	3	4	5					30	НО	
Тема В Госполитика и госрегулирование для новых и растущих фирм													
- 67%	В России меры государственной политики (например, в области государственных закупок) благоприятны для новых фирм	1	2	3	4	5					30	НО	
- 61%	В России поддержка новых и растущих фирм является одним из главных приоритетов государственной политики на национальном уровне	1	2	3	4	5					30	НО	
- 67%	В России поддержка новых и растущих фирм является одним из главных приоритетов государственной политики на региональном уровне	1	2	3	4	5					30	НО	
- 72%	В России новые фирмы могут получить большинство необходимых разрешений и лицензий примерно в течение недели	1	2	3	4	5					30	НО	
- 22%	В России размер налогов не является бременем для новых и растущих фирм	1	2	3	4	5					30	НО	

- 39%	В России применение налогов и других инструментов государственного регулирования к новым и растущим фирмам является предсказуемым и последовательным	1	2	3	4	5	30	НО
- 64%	В России преодоление бюрократических барьеров, регулирующих норм и требований по лицензированию не является чрезмерно сложным для новых и растущих фирм	1	2	3	4	5	30	НО
Тема С Инфраструктура и программы господдержки								
- 86%	В России множество различных видов государственной поддержки может быть получено новой и растущей фирмой посредством обращения в одну организацию	1	2	3	4	5	30	НО
- 36%	В России технопарки и бизнес-инкубаторы предоставляют новым и растущим фирмам эффективную поддержку	1	2	3	4	5	30	НО
- 39%	В России существует достаточное количество государственных программ поддержки новых и растущих фирм	1	2	3	4	5	30	НО
- 72%	В России работники государственных учреждений оказывают компетентную и эффективную поддержку новым и растущим фирмам	1	2	3	4	5	30	НО
- 89%	В России практически каждый, кто нуждается в помощи по линии государственных программ для нового и растущего бизнеса, может получить то, что ему необходимо	1	2	3	4	5	30	НО
- 61%	В России государственные программы, направленные на поддержку новых и растущих фирм, являются эффективными	1	2	3	4	5	30	НО
Тема D Преподавание как подготовка к началу бизнеса								
- 17%	В России обучение в начальной и средней школе поощряет творчество, самостоятельность и личную инициативу	1	2	3	4	5	30	НО
- 47%	В России обучение в начальной и средней школе дает достаточные знания в области принципов функционирования рыночной экономики	1	2	3	4	5	30	НО
- 61%	В России в процессе обучения в начальной и средней школе уделяется достаточное внимание вопросам предпринимательства и создания новых фирм	1	2	3	4	5	30	НО
- 22%	В России учреждения среднего специального образования и университеты дают студентам хорошие и адекватные знания и навыки, необходимые для создания и обеспечения роста новых фирм	1	2	3	4	5	30	НО
- 3%	В России уровень образования в сфере бизнеса и управления дает хорошие и адекватные знания и навыки, необходимые для создания и обеспечения роста новых фирм	1	2	3	4	5	30	НО
- 14%	В России системы профессионального, профессионально-технического и дополнительного образования дают хорошие и адекватные знания и навыки, необходимые для создания и обеспечения роста новых фирм	1	2	3	4	5	30	НО
Тема E Передача новых знаний и технологий новым и растущим фирмам								
- 67%	В России новые знания и технологии эффективно передаются университетами и государственными научными центрами новым и растущим фирмам	1	2	3	4	5	30	НО
- 69%	В России новые и растущие фирмы имеют такой же доступ к новым исследованиям и технологиям, как крупные устоявшиеся компании	1	2	3	4	5	30	НО
- 19%	В России новые и растущие фирмы имеют возможность использовать новейшие технологии	1	2	3	4	5	30	НО
- 83%	В России существует достаточное государственное субсидирование приобретения новыми и растущими фирмами новых технологий	1	2	3	4	5	30	НО
- 31%	В России научная и технологическая база, по крайней мере, в одной из областей деятельности эффективно содействует созданию технологических венчурных предприятий мирового уровня	1	2	3	4	5	30	НО
- 69%	В России существует хорошая поддержка для инженеров и ученых в области коммерциализации их идей новыми и растущими фирмами	1	2	3	4	5	30	НО

Тема F Субконтрактация, банковские, юридические, бухгалтерские услуги										
- 44%	В России для поддержки новых и растущих фирм существует достаточное количество субконтракторов, поставщиков и консультантов	1	2	3	4	5		30	НО	
- 36%	В России новые и растущие фирмы могут осуществлять затраты, связанные с использованием субконтракторов, поставщиков и консультантов	1	2	3	4	5		30	НО	
- 58%	В России новым и растущим фирмам легко получить хороших субконтракторов, поставщиков и консультантов	1	2	3	4	5		30	НО	
- 6%	В России новым и растущим фирмам легко получить хорошие, профессиональные юридические и бухгалтерские услуги	1	2	3	4	5		30	НО	
+ 28%	В России новым и растущим фирмам легко получить хорошие банковские услуги (текущий счет, обмен иностранной валюты, аккредитивы т.п.)	1	2	3	4	5		30	НО	
Тема G Динамика рынков, вход на рынок для новых и растущих фирм										
+ 28%	В России рынок потребительских товаров и услуг значительно меняется из года в год	1	2	3	4	5		30	НО	
- 3%	В России рынок товаров и услуг производственного назначения значительно меняется из года в год	1	2	3	4	5		30	НО	
- 61%	В России новые и растущие фирмы могут легко войти на новые рынки	1	2	3	4	5		30	НО	
- 22%	В России новые и растущие фирмы могут осуществлять затраты, связанные с входом на рынок	1	2	3	4	5		30	НО	
- 22%	В России новые и растущие фирмы могут входить на рынок, не будучи незаконно блокируемыми существующими компаниями	1	2	3	4	5		30	НО	
- 33%	В России антимонопольное законодательство является эффективным и правильно применяется	1	2	3	4	5		30	НО	
Тема H Доступ к материальной инфраструктуре и средствам связи										
- 69%	В России материальная инфраструктура (дороги, коммунальные услуги, коммуникации, утилизация отходов) является хорошей поддержкой новым и растущим фирмам	1	2	3	4	5		30	НО	
+ 61%	В России получение хорошего доступа к средствам связи (телефон, Интернет и т.д.) не является слишком дорогим для новых и растущих фирм	1	2	3	4	5		30	НО	
+ 33%	В России новые и растущие фирмы могут получить хороший доступ к средствам связи (телефону, Интернету и т.п.) примерно в течение недели	1	2	3	4	5		30	НО	
+ 28%	В России новые и растущие фирмы могут оплатить расходы на основные коммунальные услуги (газ, воду, электроэнергию, канализацию)	1	2	3	4	5		30	НО	
- 22%	В России новые и растущие фирмы могут получить доступ к качественным коммунальным услугам (газу, воде, электроэнергии, канализации) примерно в течение месяца	1	2	3	4	5		30	НО	
Тема I Роль предпринимательства в национальной культуре										
- 39%	В России в национальной культуре высоко ценится индивидуальный успех, достигнутый посредством личных усилий	1	2	3	4	5		30	НО	
- 44%	В России в национальной культуре особое значение придается самостоятельности, независимости и личной инициативе	1	2	3	4	5		30	НО	
- 36%	В России национальная культура одобряет предпринимательский риск	1	2	3	4	5		30	НО	
+ 33%	В России национальная культура одобряет творчество и новаторство	1	2	3	4	5		30	НО	
- 17%	В России национальной культурой подчеркивается, что	1	2	3	4	5		30	НО	

	ответственность за свою жизнь несет скорее сам человек, а не коллектив										
Тема К Возможности для предпринимательского старта											
0%	В России существует множество хороших возможностей для создания новой фирмы	1	2	3	4	5		30	НО		
+ 25%	В России хороших возможностей для создания новых фирм больше, чем людей, способных воспользоваться ими	1	2	3	4	5		30	НО		
+ 3%	В России хороших возможностей для новых фирм стало значительно больше за последние пять лет	1	2	3	4	5		30	НО		
- 31%	В России люди могут легко использовать предпринимательские возможности	1	2	3	4	5		30	НО		
- 19%	В России существует множество хороших возможностей для создания действительно быстро растущих фирм	1	2	3	4	5		30	НО		
Тема L Предпринимательский потенциал населения											
- 72%	В России многие люди знают, как начать бизнес и как управлять быстрорастущим бизнесом	1	2	3	4	5		30	НО		
- 53%	В России многие люди знают, как начать малый бизнес и управлять им	1	2	3	4	5		30	НО		
- 47%	В России многие люди имеют опыт организации нового бизнеса	1	2	3	4	5		30	НО		
- 28%	В России многие люди способны быстро среагировать на хорошие возможности для нового бизнеса	1	2	3	4	5		30	НО		
- 44%	В России многие люди способны сформировать ресурсы, необходимые для нового бизнеса	1	2	3	4	5		30	НО		
Тема М Отношение населения к предпринимательству											
- 36%	В России создание нового рискованного предприятия считается подходящим способом разбогатеть	1	2	3	4	5		30	НО		
- 53%	В России большинство людей рассматривает начало нового бизнеса как желательный выбор карьеры	1	2	3	4	5		30	НО		
+ 6%	В России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением	1	2	3	4	5		30	НО		
- 6%	В России можно часто узнать из средств массовой информации об успешных новых предпринимателях	1	2	3	4	5		30	НО		
- 14%	В России большинство людей считает предпринимателей компетентными и находчивыми людьми	1	2	3	4	5		30	НО		
Тема N Защита прав интеллектуальной собственности											
- 56%	В России законодательство в области защиты прав интеллектуальной собственности предусматривает все возможные случаи их нарушения	1	2	3	4	5		30	НО		
- 72%	В России законодательство в области защиты прав интеллектуальной собственности применяется эффективно	1	2	3	4	5		30	НО		
- 83%	В России незаконные продажи "пиратского" программного обеспечения, видео, CD и других товаров, защищенных законами об авторском праве и торговых марках, мало распространены	1	2	3	4	5		30	НО		
- 78%	В России новые и растущие фирмы могут быть уверены в том, что их патенты, авторские права и торговые марки будут защищены	1	2	3	4	5		30	НО		
- 14%	В России общепризнано, что права на изобретения должны быть защищены	1	2	3	4	5		30	НО		
Тема P Женское предпринимательство											
- 53%	В России существует достаточное социальное обеспечение - такое, что женщины могут продолжать работать даже после создания семьи	1	2	3	4	5		30	НО		
- 19%	В России создание нового предприятия является социально приемлемым вариантом карьеры для женщин	1	2	3	4	5		30	НО		
- 64%	В России женщины поощряются к тому, чтобы заняться индивидуальной трудовой деятельностью или начать новый бизнес	1	2	3	4	5		30	НО		
- 17%	В России мужчины и женщины имеют одинаковый доступ к хорошим возможностям для создания нового бизнеса	1	2	3	4	5		30	НО		

+ 19%	В России мужчины и женщины одинаково способны создать новый бизнес	1	2	3	4	5		30	НО
Тема Q Поддержка быстрорастущих фирм									
- 39%	В России существует множество инициатив, разработанных специально для поддержки быстро растущего предпринимательства	1	2	3	4	5		30	НО
- 6%	В России политики и государственные деятели осознают значимость быстро растущего предпринимательства	1	2	3	4	5		30	НО
- 11%	В России люди, работающие в области инициатив по поддержке предпринимательства, обладают достаточными навыками и компетенцией для поддержки быстро растущих фирм	1	2	3	4	5		30	НО
- 11%	В России потенциал быстрого роста часто используется в качестве критерия отбора тех, кому будет оказана поддержка в сфере предпринимательства	1	2	3	4	5		30	НО
- 28%	В России поддержка быстрого роста фирм является одним из главных приоритетов политики в сфере предпринимательства	1	2	3	4	5		30	НО
Тема R Отношение к инновациям									
- 17%	В России компании любят экспериментировать с новыми технологиями и новыми способами производства продуктов и услуг	1	2	3	4	5		30	НО
+ 56%	В России потребителям нравится пробовать новые продукты и услуги	1	2	3	4	5		30	НО
- 6%	В России инновации высоко ценятся компаниями	1	2	3	4	5		30	НО
+ 25%	В России инновации высоко ценятся потребителями	1	2	3	4	5		30	НО
- 8%	В России устоявшиеся компании готовы привлекать новые компании в качестве своих поставщиков	1	2	3	4	5		30	НО
+ 39%	В России потребители готовы приобретать продукты и услуги, предоставляемые новыми компаниями	1	2	3	4	5		30	НО

Приложение 3

Список участников фокус-группы

- 1) Шестоперов Олег Михайлович (НИСИПП)
- 2) Заикин Анатолий (первый зам генерального директора Технопарка «Строгино»)
- 3) Буев Владимир Викторович (НИСИПП)
- 4) Смирнов Игорь Николаевич (НИСИПП)
- 5) Виттенберг Евгений Яковлевич (предприниматель)
- 6) Мусыхин Я. (юридический советник ОПОРА России)
- 7) Колесников Андрей Николаевич (руководитель школы бизнеса АНХ)
- 8) Бондаренко Виталий Андреевич (начальник аналитического управления ОЭС при мэре и Правительстве Москвы)
- 9) Молотников Александр Евгеньевич, (директор по правовым вопросам, консалтинговая группа «Аспект»)
- 10) Долгопятова Татьяна Григорьевна (институт предприятий и рынков ГУ-ВШЭ)