

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

© 2022 **Налбандян Гайк Геворгович**

старший преподаватель

Департамента менеджмента и инноваций факультета «Высшая школа управления»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Россия, Москва
E-mail: ggnalbandyan@fa.ru

© 2022 **Ховалова Татьяна Владимировна**

старший преподаватель

Департамента менеджмента и инноваций факультета «Высшая школа управления»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Россия, Москва
E-mail: tvkhovalova@fa.ru

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансовому Университету

Малые и средние предприятия (МСП) играют важную роль в большинстве экономик, МСП составляют большинство предприятий во всем мире и вносят важный вклад в создание рабочих мест и глобальное экономическое развитие. В данной статье в ходе эмпирического анализа проанализированы предпринимательские намерения, а также выявлены драйверы и барьеры создания и развития МСП, даны рекомендации по преодолению барьеров развития малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, предпринимательство, механизмы поддержки малого бизнеса, МСП, предпринимательские намерения

Введение. Малое и среднее предпринимательство (МСП) на сегодняшний день является одним из ключевых элементов экономики, который создает новые рабочие места, участвует в развитии технологического потенциала страны, тем самым вносит существенный вклад в развитие сообщества. В связи с этим успех и устойчивость малого бизнеса важны для общественного и экономического развития. Вместе с тем, несмотря на положительные эффекты, которые могут принести МСП экономике, их доля в России все еще низка. В связи с этим основной целью данного исследования является выявление ключевых факторов, которые являются стимулирующими и препятствующими для открытия собственного бизнеса или его развития, а также разработка рекомендаций по стимулированию предпринимательской активности населения.

Методология исследования. В ходе исследования была предпринята попытка выявить, в какой степени представители различных организаций заинтересованы в открытии собственного бизнеса. Для этого были проанализированы как респонденты, работающие на государственной

службе, так и сотрудники локальных коммерческих организаций, международных компаний, российских компаний.

Для выявления факторов, являющихся драйверами и барьерами создания и развития МСП, в ходе исследования был проведен опрос, в котором приняло участие 276 респондентов. Исследование проводилось с апреля по август 2021 года. Основные регионы присутствия опрошенных — Москва, Московская область (37%), Воронежская область (23%), Республика Татарстан (15%). Характеристика респондентов по половому и возрастному признаку представлена в таблице 1.

Для выявления наиболее значимых драйверов, являющихся стимулом для открытия собственного бизнеса, респондентам было предложено выбрать один или несколько вариантов, при этом ранжировав их от наиболее значимого к наименее значимому по шкале от «0» до «5», где «0» — фактор не имел значение, «5» — наиболее значимый фактор.

Также в анкете была предоставлена возможность высказать собственное мнение, добавив факторы, не указанные в предложенных вариантах. Драйверы открытия собственного бизнеса,

которые были выявлены в ходе теоретического анализа литературы и отраженные в анкете, следующие [1–5]:

Таблица 1. Характеристика респондентов по половому и возрастному признаку

| Возраст | Женщина | Мужчина | Общий итог |
|---------------|---------|---------|------------|
| 18–25 лет | 73 | 48 | 121 |
| 26–35 лет | 32 | 55 | 87 |
| 36–45 лет | 19 | 29 | 48 |
| Старше 45 лет | 3 | 17 | 20 |
| Общий итог | 127 | 149 | 276 |

Источник: составлено авторами.

Для выявления наиболее значимых драйверов, являющихся стимулом для открытия собственного бизнеса, респондентам было предложено выбрать один или несколько вариантов, при этом ранжировав их от наиболее значимого к наименее значимому по шкале от «0» до «5», где «0» — фактор не имел значение, «5» — наиболее значимый фактор.

Также в анкете была предоставлена возможность высказать собственное мнение, добавив факторы, не указанные в предложенных вариантах. Драйверы открытия собственного бизнеса, которые были выявлены в ходе теоретического анализа литературы и отраженные в анкете, следующие [1–5]:

финансовая независимость; сложности в поиске работы по найму; получение нового опыта; свобода в принятии решений; престиж, одобрение со стороны общества; возможность реализации собственной идеи.

Одновременно с выявлением триггеров открытия собственного бизнеса были выявлены барьеры, которые стали препятствием и помешали открытию собственного бизнеса. По результатам анализа были выделены следующие

наиболее часто встречающиеся барьеры [1–5]: сложная экономическая ситуация; недостаточно знаний и опыта; бюрократические проблемы; недостаток финансирования; отсутствие хорошей бизнес-идеи; сложности при поиске партнеров, отсутствие «связей»; высокий уровень коррупции; высокий уровень неопределенности, риск потерять бизнес, финансовые вложения.

Результаты исследования и разработка рекомендаций. Используя вопрос-маркер по примеру исследования Бленчфлауэра, анализ полученных данных показал, что почти 64% опрошенных сделали бы выбор в пользу предпринимательской деятельности. Любопытно отметить, что мужчины более склонны к предпринимательству, чем женщины. Частное предпринимательство предпочитают 72% мужчин и 59% опрошенных женщин. Такой результат частично подтверждает исследование Х. Атасой, где утверждалось, что мужчины более предпринимательски настроены, чем женщины [6]. Однако, Х. Атасой также подчеркивала, что процент успеха начинающих женщин и мужчин-предпринимателей одинаков, что в данном исследовании не подтвердилось.

Таблица 2. Разделение в предпочтениях между работой по найму и предпринимательством

| Если бы вам предложили выбор, кем бы вы хотели быть? | Женщина | Мужчина |
|--|---------|---------|
| Наемным сотрудником | 41% | 28% |
| Частным предпринимателем | 59% | 72% |
| Общий итог | 100% | 100% |

Источник: составлено авторами.

Кроме того, что женщины предпочитают предпринимательство меньше, чем мужчины, среди них больше тех, кто задумывался об открытии собственного дела, но ничего не предпринял. В этом разрезе мужчины предстают гораздо более решительными, а женщины склонны бездействовать. Только 33% опрошенных женщин осу-

ществили попытку открыть свое дело, в то время как среди мужчин более половины респондентов решились на свой бизнес. Тем не менее, несмотря на то, что женщины менее предпринимательски настроены, процент неудач среди них ниже, 20% против 28% у мужчин (Таблица 3).

Таблица 3. Склонность к предпринимательству

| Предлагаемые ответы | Женщины | Мужчины |
|---|---------|---------|
| Задумывались ли вы над открытием собственного дела? | | |
| Да, но ничего не предпринял(а) | 67% | 48% |
| Да, попробовал, но провалился | 20% | 28% |
| Да, преуспел в его развитии | 13% | 24% |
| Общий итог | 100% | 100% |

Источник: составлено авторами

Далее были проанализированы предпринимательские ориентации респондентов в зависимости от их места работы. Сотрудники государственных служб и национальных компаний больше всех хотят быть предпринимателями (79% и 80% соответственно). Меньше всех — локальные компании (46%) Только там больше половины хотят быть наемными сотрудниками. Вероятно, сотрудники государственных служб изъявляют такое желание, так как испытывают недостаток финансовых средств. Это предположение также

подтверждают данные исследования — 63% сотрудников государственных служб недовольны своим доходом, в то время как в целом по результатам исследования можно заключить, что удовлетворенность сотрудников по найму получаемым доходом разделила выборку ровно пополам: 50% довольны своим заработком, 50% — нет. Продолжая тему достаточности заработка, более других своим доходом довольны сотрудники локальных и международных компаний (более 50%). (Таблицы 4, 5).

Таблица 4. Латентное предпринимательство в разрезе компаний

| Укажите, пожалуйста, тип компании, в которой вы работаете по найму | Если бы вам предложили выбор, кем бы вы хотели быть? | |
|---|--|--------------------------|
| | Наемным сотрудником | Частным предпринимателем |
| 1. Государственная служба | 21% | 79% |
| 2. Локальная компания, единственный офис | 54% | 46% |
| 3. Международная компания с зарубежными представительствами | 40% | 60% |
| 4. Национальная компания, есть представительства в нескольких городах | 20% | 80% |
| Общий итог | 38% | 62% |

Источник: составлено авторами

Таблица 5. Удовлетворенность получаемым доходом

| Укажите, пожалуйста, тип компании, в которой вы работаете по найму | Устраивает ли вас получаемый доход? | |
|--|-------------------------------------|-----|
| | Да | Нет |
| Государственная служба | 37% | 63% |
| Локальная компания, единственный офис | 54% | 46% |
| Международная компания с зарубежными представительствами | 56% | 44% |
| Национальная компания, есть представительства в нескольких городах | 40% | 60% |
| Общий итог | 50% | 50% |

Источник: составлено авторами

Исследование показало, что все задумывались над открытием собственного дела, но наиболее активными оказались работники именно локальных и национальных компаний. Самые решительные — сотрудники локальных компаний. 38% из них пробовали начать свой бизнес, в то время, как в международных компаниях попытавшихся всего 16%. Однако, если считать конверсию в успех, среди сотрудников государственных служб она самая большая — ни один из тех, ко

попытался, не «провалился». Самая маленькая конверсия в успех — у представителей национальных компаний. (Таблица 6). Таким образом, если оценивать стремление стать предпринимателем, учитывая только тех, кто предпринял реальные попытки, а не просто изъявил склонность к занятию бизнесом, зависимость между размером компании и стремлением стать предпринимателем — обратно пропорциональная.

Таблица 6. Предпринимательские ориентации в разрезе компаний

| Укажите, пожалуйста, тип компании, в которой вы работаете по найму | Задумывались ли вы над открытием собственного дела? | | |
|--|---|-------------------------------|-----------------------------|
| | Да, но ничего не предпринял(а) | Да, попробовал, но провалился | Да, преуспел в его развитии |
| Государственная служба | 82% | 0% | 18% |
| Локальная компания, единственный офис | 62% | 31% | 7% |
| Международная компания с зарубежными представительствами | 84% | 8% | 8% |
| Национальная компания, есть представительства в нескольких городах | 67% | 28% | 5% |
| Общий итог | 75% | 17% | 8% |

Источник: составлено авторами

Обработка результатов опроса показала, что у подавляющего большинства респондентов (96%) есть примеры частных предпринимателей среди ближайшего окружения. Среди тех, кто выбирает собственный бизнес как вид занятости доля имеющих положительные примеры почти в 2 раза выше, чем среди тех, кто выбирает работу по найму. У 32% латентных предпринимателей есть только успешные примеры открытия собственного дела друзьями и знакомыми, в то время как у тех, кто

выбирает занятость по найму, эта доля составляет 19%. Количество негативных примеров (тех знакомых, кто рискнул открыть свое дело, но потерпел неудачу) в 4 раза больше в процентном соотношении у тех, кто предпочитает работу «на зарплате» самозанятости (12% против 3%). Таким образом, те, кто хотели бы стать предпринимателями, имеют перед собой гораздо больше позитивных и меньше негативных примеров открытия собственного дела, чем те, кто выбирает работу по найму (Таблица 7).

Таблица 7. Наличие успешного примера среди коллег и знакомых влияет на желание становиться предпринимателем

| Есть ли среди ваших родственников, друзей и знакомых частные предприниматели? | Если бы вам предложили выбор, кем бы вы хотели быть? | | |
|---|--|--------------------------|------------|
| | Наемным сотрудником | Частным предпринимателем | Общий итог |
| Да, и они весьма успешны | 19% | 32% | 27% |
| Да, но их бизнес прогорел | 12% | 3% | 6% |
| Есть и те, и другие | 64% | 61% | 62% |
| Нет | 5% | 4% | 4% |
| Общий итог | 100% | 100% | 100% |

Источник: составлено авторами

Также в ходе проведения исследования выявлены основные драйверы и барьеры, побуждающие и препятствующие открытию собственного бизнеса. По результатам опроса было выявлено, что основным драйвером создания бизнеса является свобода

в принятии решений, финансовая независимость, возможность реализации собственной идеи. Более подробные результаты представлены на рисунке 1.

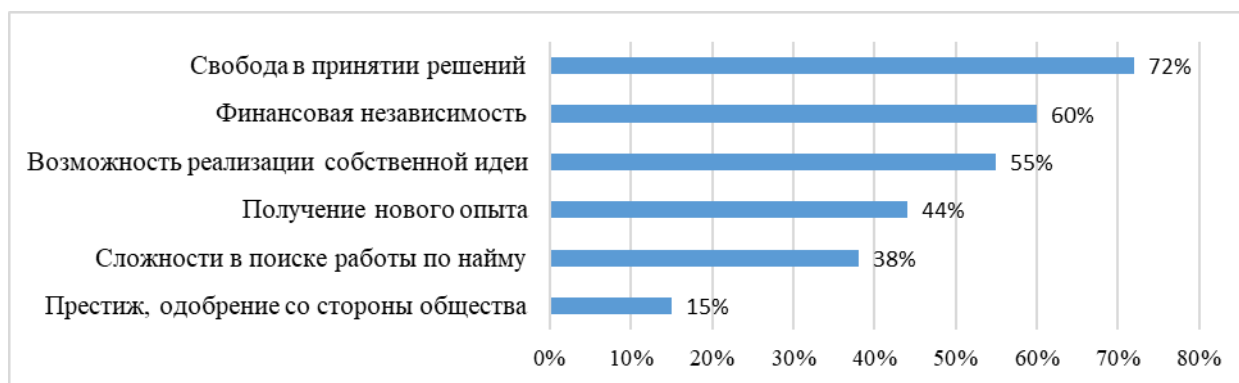


Рис. 1. Результаты выявления драйверов создания малых и средних предприятий

Источник: составлено авторами.

Барьеры открытия собственного бизнеса представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Результаты выявления барьеров создания МСП

Источник: составлено авторами.

Одновременно были выявлены барьеры, препятствующие развитию уже созданных МСП, результаты опроса представлены на рисунке 3.



Рис. 3. Результаты выявления барьеров развития существующих МСП

Источник: составлено автором.

Как видно из представленных результатов, при создании собственного бизнеса ключевую роль играет отсутствие знаний и опыта, недостаток финансирования и сложности при поиске партнеров. Также треть опрошенных отметила, что созданию собственного бизнеса препятствует отсутствие хорошей бизнес-идеи.

Несмотря на имеющуюся схожесть с барьерами, наиболее часто упоминаемых при создании МСП, можно отметить и отличия. Так, недостаток финансирования является наиболее часто упоминаемым при развитии бизнеса. Ситуация с финансированием может усугубляться в связи с тем, что опрос проводился во время пандемии COVID-19, когда многие предприятия столкнулись со снижением спроса. Предприниматели также отмечали недостаток знаний, сложную экономическую ситуацию, связанную, в том числе, со снижением покупательского спроса.

Исходя из выделенных драйверов и барьеров можно понять ключевые направления, по которым могут быть предложены рекомендации для повышения предпринимательской активности населения.

Консалтинговая компания McKinsey, проводившая анализ механизмов поддержки МСП в различных странах, выделяет три ключевых направления, по которым поддержка национальных агентств наиболее результативна [8]. К таким направлениям можно отнести следующие: создание деловой среды, которая позволяет малому и среднему бизнесу развиваться; создание благоприятной нормативно-правовой базы; стимулирующая налоговая политика; снижение уровня коррупции; подготовка кадров и т.д.

Во-вторых, это меры, направленные на поддержание роста и развития МСП: повышение доступности локального рынка, поддержка при выходе на международный рынок, что также подразумевает доступность финансовых ресурсов.

В третью группу входят меры, положительно влияющие на повышение конкурентоспособности МСП, создание инфраструктуры, позволяющей, в том числе, выстроить цепочку поставок, внедрять новые технологии, повысить производительность предприятия.

Одним из ключевых направлений развития предпринимательства на раннем этапе является образовательная деятельность в сфере предпринимательства, которая имеет важное значение не только для формирования мировоззрения отдельных людей, но и для формирования взглядов,

знаний и навыков, которые играют центральную роль в развитии предпринимательской культуры. Можно отметить, что на европейском уровне было создано множество инициатив по образованию в области предпринимательства, таких как Школа предпринимательства (TES), KidVenture, DigiYouth, UKIDS и проекты «Молодежный старт», которые позволяют сформировать предпринимательское мышление среди молодежи [9]. Образовательная сеть по обучению предпринимательству США охватывает более 23 000 студентов в штатах и еще около 50 000 студентов по всему миру. Кроме того, 75% выпускников сети поступили в колледжи, а 25% открыли хотя бы один бизнес [9].

В России, несмотря на предпринимаемые попытки формирования предпринимательских компетенций в ВУЗах, на сегодняшний день уровень и объем получаемых навыков остается недостаточно высоким. Так, согласно данным, представляемым Глобальным мониторингом предпринимательства (GEM) в 2020 году, Россия занимает одно из последних мест среди 50 стран, участвовавших в опросе, где респонденты считают, что обладают достаточными знаниями, навыками для открытия собственного бизнеса [10–11].

Одной из причин такого отставания является низкий уровень контактов ВУЗов с бизнес-сообществом, научными лабораториями, занимающимися разработкой инноваций. Часто даже при наличии партнерства между ВУЗом и представителями бизнес-сообщества, их взаимодействие носит эпизодический характер и не оказывает качественного влияния на получаемое студентами образование. В связи с этим у студентов не формируются необходимые для предпринимательства навыки, они не перенимают опыт и не устанавливают контакты, которые могли бы быть полезны для открытия собственного бизнеса. В связи с этим необходимо стимулирование взаимодействия ВУЗов, бизнес-сообщества, научных лабораторий, необходимо на институциональном уровне обеспечивать взаимодействие различных сторон для повышения качества предпринимательского образования, которое в том числе должно основываться на отработке практических навыков.

Другим направлением поддержки может стать использование стартап-инкубаторов и акселераторов, которые используются для развития бизнес-идей, поиска и привлечения инвесторов со стороны бизнес-сообщества, получения мен-

торской консультационной поддержки от разработки идеи до ее коммерциализации. Данные инструменты становятся все более популярными элементами региональной инфраструктуры роста и важнейшим фактором расширения масштабов предпринимательской деятельности [7–8].

Государственные венчурные фонды. Одним из важных компонентов успешной экосистемы, управляемой государством, является способность привлекать инвесторов из частного сектора. Примером может служить Корейский Фонд фондов, созданный Правительством Южной Кореи с целью обеспечения притока венчурных инвестиций в стартапы [12]. В рамках его было создано несколько ключевых направлений венчурного финансирования: инвестиции в МСП на стадии роста с высоким потенциалом создания рабочих мест, инвестиции в технологические малые и средние предприятия, а также поддержка стартапов, планирующих выход на зарубежные рынки. В результате было зафиксировано 178%-е увеличение сделок в стартапы на посевной стадии за счет совместного инвестирования с частным бизнесом [12]. На наш взгляд, разработка аналогичных российских программ позволит не только увеличить количество МСП, функционирующих на территории страны, но также позволит предприятиям выходить на новые рынки. Более того, технологические компании, ориентированные на создание инноваций, позволят обеспечить выполнение политики импортозамещения в области информационных технологий и программного обеспечения.

Программы, направленные на цифровизацию МСП. Для поддержания высокого уровня цифровизации среди малых и средних предприятий в странах Европейского союза создано около 240 цифровых инновационных хабов, которые берут на себя функцию по консультированию бизнеса в области внедрения инноваций в бизнес-модель предприятия и операционные процессы компании [13]. В Финляндии Министерство экономики и занятости и несколько технологических отраслей запустили акселератор, призванный помочь фирмам внедрить искусственный интеллект. Акселератор предлагает шестимесячные программы для компаний, которые уже опробова-

ли приложение искусственного интеллекта для продуктов или услуг и внедряют другие инновации в свою деятельность [14]. Создание подобных программ в России будет способствовать усилению позиций предприятий, которые в условиях пандемии оказались в сложном положении. В условиях распространения технологий Индустрии 4.0, использование которых во многом определяет конкурентные преимущества организаций, существенна поддержка в области цифровизации.

Заключение. Как показал проведенный анализ, предпосылки к росту предпринимательской активности населения в России имеются, однако необходимо создание среды, которая позволит населению реализовать свои идеи. К ключевым барьерам, которые препятствуют развитию малого и среднего бизнеса в России, можно отнести недостаточный уровень знаний и опыта в предпринимательстве, недостаток финансовых ресурсов, а также сложности с поиском партнеров. В то же время, при создании собственного бизнеса важно наличие успешного примера, сформированной бизнес-идеи. Несмотря на то, что предприниматели стремятся открыть собственный малый и средний бизнес для получения финансовой независимости, разработки бизнес-идей и принятия самостоятельных решений относительно управления предприятием, их усилий часто может быть недостаточно для закрепления предприятия на рынке.

В связи с этим авторы полагают, что должна быть создана среда, которая будет формировать компетенции, практические навыки и сеть полезных контактов. Одним из направлений такого развития является усиление позиции ВУЗов в области предпринимательского образования и установление партнерств с представителями бизнес-сообщества и научными лабораториями.

Более того, для стимулирования создания и развития МСП необходимо развивать инструменты финансовой поддержки, которая может учитывать различную направленность МСП. Учитывая положительный опыт зарубежных стран в использовании рекомендованных инструментов, можно предположить, что они также будут стимулировать развитие предпринимательства в России.

Библиографический список

1. Дело за малым: почему россияне боятся открывать свой бизнес // URL: <https://mbnso.ru/articles/analytics> (Дата обращения: 15.12.2021).
2. Широкова, Г. В. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов / Г. В. Широкова, К. А. Богатырева, Т. В. Беляева [и др.] // Национальный отчет. Россия 2018. — 2018. — С. 53.
3. Guerrero, M., Liñán, F. & Cáceres-Carrasco, F. R. The influence of ecosystems on the entrepreneurship process: a comparison across developed and developing economies. *Small Bus Econ* 57, 1733–1759 (2021). <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00392-2>
4. Urbano, D., Aparicio, S. & Audretsch, D. Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: what has been learned?. *Small Bus Econ* 53, 21–49 (2019). <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0038-0>
5. Unleashing the full potential of European SMEs // URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/fs_20_426 (Дата обращения: 15.11.2021).
6. Atasoy H. Latent entrepreneurship in transition economies // *IZA World of Labor*. — 2015.
7. Annual report on European SMEs 2020/2021 // URL: https://www.interregeurope.eu/policylearning/news/12597/annual-report-on-european-smes-2020-2021/?no_cache=1&cHash=a9eb2e5bfa8a6ec41e05c97cc81a420c (Дата обращения: 02.01.2022).
8. Unlocking growth in small and medium-size enterprises // <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/unlocking-growth-in-small-and-medium-size-enterprises> (Дата обращения: 15.11.2021).
9. From Entrepreneurship Education to Entrepreneurial Learning // URL: <https://parentrepreneurs.eu/from-entrepreneurship-education-to-entrepreneurial-learning/> (Дата обращения: 17.12.2021).
10. 2020/2021 GEM Global Report / GEM: Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK. 214 p. — ISBN (print): 978–1–9160178–6–3.
11. Обучение предпринимательству в вузах России и мира: зачем, как и с какими результатами? / Авт. коллектив: П. С. Сорокин, А. Б. Повалко, С. Е. Черненко; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2020. — 48 с. — 200 экз. — (Современная аналитика образования. № 9 (39)).
12. About the Growth Ladder Funds (the «GLF») // URL: https://eng.kgrowth.or.kr/page/fund_about.asp (Дата обращения: 15.12.2021).
13. Matt D. T., Modrák V., Zsifkovits H. Industry 4.0 for SMEs: Challenges, opportunities and requirements. — Springer Nature, 2020. — С. 412.
14. Leading the way into the age of artificial intelligence: Final report of Finland’s Artificial Intelligence Programme 2019, Finland Ministry of Economic Affairs and Employment // URL: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/> (Дата обращения: 17.12.2021).