



Высшая школа
менеджмента
Санкт-Петербургский
государственный университет



Национальный отчет



Глобальный мониторинг предпринимательства

Россия 2021/2022

Национальный отчет

ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Россия 2021/2022

Верховская О. Р.

Богатырева К. А.

Дорохина М. В.

Ласковая А. К.

Шмелева Э. В.

Whilst this work is based on data collected by the GEM consortium, responsibility for analysis and interpretation of those data is the sole responsibility of the authors.

Настоящий отчет основан на данных, собранных консорциумом GEM, тем не менее ответственность за их анализ и интерпретацию полностью лежит на авторах.



Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2021/2022» выполнен в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM). Задача отчета — познакомить российских предпринимателей, экспертов в области предпринимательства и другие заинтересованные стороны с общими положениями проекта и основными результатами исследования за 2021 год.

В настоящее время GEM является наиболее влиятельным исследовательским проектом, изучающим взаимоотношения между предпринимательством и экономическим ростом. Отчеты GEM являются основным источником информации для проведения сравнительных исследований об уровнях предпринимательской активности как на этапе создания, так и на этапе развития предпринимательской фирмы.



**Высшая школа
менеджмента**

Санкт-Петербургский
государственный университет

В России проект реализуется исследовательской группой Высшей школы менеджмента **Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ)** — ведущей российской бизнес-школой, созданной на базе СПбГУ, старейшего российского университета, крупнейшего центра науки, образования и культуры.

ВШМ СПбГУ была основана в 1993 г. в альянсе со Школой бизнеса им. Хааса Калифорнийского университета г. Беркли (США) при активной поддержке отечественного и международного бизнеса. Инициированный Президентом РФ приоритетный национальный проект «Образование» придал новый импульс развитию ВШМ СПбГУ и поставил задачу создать российскую бизнес-школу мирового уровня для подготовки лидеров, способных решать глобальные экономические задачи и увеличивать конкурентоспособность как отдельных секторов экономики, так и страны в целом.

Сегодня ВШМ СПбГУ — это Бизнес-школа № 1 в России, обладающая глобальным видением и компетенциями в управлении, адаптированными для российского рынка труда. ВШМ СПбГУ входит в топ-100 лучших Европейских школ в рейтинге Financial Times и имеет статус первой российской бизнес-школы с «тройной короной» аккредитаций самых авторитетных международных ассоциаций EQUIS, AMBA и AACSB.

Кроме того, ВШМ СПбГУ входит в топ-100 международных рейтингов QS Executive MBA Rankings и Financial Times Executive MBA Ranking, является признанным центром научных исследований и обучения в области менеджмента. В составе Попечительского совета Бизнес-школы — лидеры бизнеса, органов власти и международного академического сообщества.

Бизнес-школа реализует полный спектр образовательных программ в области менеджмента: бакалавриат, магистратура, аспирантура, MBA и Executive MBA, корпоративное обучение. ВШМ СПбГУ является членом многих престижных профессиональных и академических ассоциаций: PIM, AACSB, ABIS, CEMS, AMBA, EBSLG, EFMD, GMAC, PRME, WACRA, AIB, РАБО, Ассоциации менеджеров России и других.

Официальный сайт ВШМ СПбГУ: www.gsom.spbu.ru

Руководитель проекта: Ольга Рафаиловна Верховская.

Исследователи проекта: Богатырева К. А., Дорохина М. В., Ласковая А. К., Шмелева Э. В., Лисицина А. Д., Рылеева М. О.

БЛАГОДАРНОСТЬ

**Исследовательская группа Высшей школы менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета
выражает благодарность ПАО «Сбербанк» за финансовую
поддержку исследовательского цикла проекта
«Глобальный мониторинг предпринимательства»
в 2021–2022 г.**



СОДЕРЖАНИЕ

ЧТО ТАКОЕ GEM?	7
Чем уникален GEM?	8
Методы сбора информации	9
Всесторонний и неформальный анализ	10
Фокус на людях	10
Участие национальных команд	11
Концептуальная модель проекта GEM	11
Страны — участницы GEM	16
GEM в период пандемии COVID-19	18
ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ	19
Показатели, используемые для оценки отношения к предпринимательству	19
Оценка факторов восприятия предпринимательства	21
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ	29
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ	32
Предпринимательская активность в странах — участницах проекта GEM	32
Внутрифирменное предпринимательство	35
Предпринимательская активность в России	37
Закрытие бизнеса	38
Секторальное распределение	42
СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ	44
Пол	44
Возраст	48
Образование	52
Тип занятости	54
Тип населенного пункта	56
НЕФОРМАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ	60
МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	62
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ	65
Инновационность	65
Ориентация на международный рынок	68
Предпринимательство с высоким потенциалом роста	70
Использование цифровых технологий	74
СОЦИАЛЬНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	77
ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ АКТИВНОСТЬ	81
АНАЛИЗ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES)	84
Условия развития предпринимательства в странах — участницах проекта GEM	87
Условия развития предпринимательства в России	88
Факторы, способствующие и препятствующие развитию предпринимательства в России	94
Индекс национального предпринимательского контекста (THE NATIONAL ENTREPRENEURSHIP CONTEXT INDEX, NECI)	96
СПИСОК РИСУНКОВ	99
СПИСОК ТАБЛИЦ	101



ЧТО ТАКОЕ GEM?

Предпринимательство — важнейший двигатель общественного благосостояния и экономического роста, позволяющий создавать рабочие места и внедрять инновации для эффективного развития бизнеса. Уровень предпринимательской активности отображает состояние и динамичность экономики. В условиях разрушительных последствий пандемии COVID-19 предпринимательство является одним из важных инструментов преодоления мирового экономического кризиса. В обозримом будущем поддержка предпринимательства будет занимать центральное место в повестках правительств большинства стран, и для принятия ключевых решений о формах стимулирования предпринимательской активности потребуются достоверные и надежные данные. За 23 года своего существования Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM)¹ неоднократно выступал источником таких данных, а в 2020–2021 гг. стал главным авторитетным инструментом оценки влияния пандемии COVID-19 на уровень предпринимательской активности во всем мире.

GEM впервые возник в 1999 году как совместный проект Бэбсон колледжа (Babson College) в США и Лондонской школы бизнеса (London Business School) в Великобритании. Сейчас GEM — это ассоциация университетов, бизнес-школ и исследовательских центров, осуществляющая сбор и обмен информацией о предпринимательстве, предпринимательской активности и предпринимательских экосистемах по всему миру. Уже более 20 лет GEM сохраняет свою уникальность среди других исследований в области предпринимательства, являясь основным глобальным источником данных о феномене предпринимательства и его кросс-национальных показателях: каждый год публикуется глобальный отчет, национальные отчеты стран — участниц проекта, а также целый ряд дополнительных отчетов по узким тематикам.

В условиях разрушительных последствий пандемии COVID-19 предпринимательство является одним из важных инструментов преодоления мирового экономического кризиса.

¹ Раздел составлен по материалам Global Entrepreneurship Monitor, www.gemconsortium.org

Глобальный отчет GEM содержит обширный анализ актуальных данных о мировом предпринимательстве сквозь призму различных этапов предпринимательской активности, предпринимательских профилей, в том числе демографических показателей, предпринимательских мотивов и устремлений, а также таких характеристик бизнеса, как уровень инновационности и отраслевая принадлежность. Национальные отчеты стран-участниц проекта содержат более детальный анализ предпринимательства на национальном уровне с учетом локальных изменений, условий развития предпринимательства и инициатив, влияющих на предпринимательскую активность в каждой отдельно взятой стране/регионе.

ЧЕМ УНИКАЛЕН GEM?

GEM — единственное глобальное исследование, которое получает данные о предпринимательстве непосредственно от самих предпринимателей. Это не просто исследовательский проект, это масштабный международный совместный исследовательский консорциум, проводящий систематический и последовательный анализ феномена предпринимательства и его характеристик. Такой подход позволяет проводить мониторинг предпринимательской деятельности и ее особенностей посредством прямого сравнения показателей нескольких десятков стран одновременно, а также отслеживать развитие предпринимательства в разных странах с течением времени. Это позволяет, с одной стороны, сохранять ценность набора данных GEM по мере их роста, а с другой стороны, адаптировать глобальное исследование под меняющиеся обстоятельства, что как никогда наглядно продемонстрировали циклы исследования 2020–2021 гг., проводимые в условиях мировой пандемии COVID-19.

Таким образом, Глобальный мониторинг предпринимательства по праву является крупнейшим и ведущим мировым исследованием в области предпринимательства, ежегодно предоставляющим оценку уровня предпринимательской активности и различных аспектов предпринимательской деятельности на глобальном и национальном уровнях. За годы существования проекта силами национальных команд GEM было опрошено более трех миллионов человек в 120 странах. В 2021 году в исследовании приняли участие 50 стран.

Россия участвует в проекте с 2006 года. Проект реализуется исследовательской группой Института «Высшая школа менеджмента» Санкт-Петербургского государственного университета.

Таким образом, проект GEM является уникальным инструментом для целого ряда заинтересованных сторон:

- исследователи имеют возможность применять уникальный подход GEM к изучению предпринимательства на национальном уровне;
- правительства могут использовать данные GEM для принятия максимально обоснованных решений в области поддержки предпринимательской экосистемы в стране;
- предприниматели получают информацию о возможных областях влияния и инвестирования;
- международные организации и эксперты используют данные проекта GEM в своих отчетах для более детального анализа и обсуждения новых идей в области предпринимательства.

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Каждая страна — участница GEM использует два основных взаимодополняющих источника данных на национальном уровне: **опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Survey — APS)** и **национальные экспертные интервью (National Expert Survey — NES)**.

- **Опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Survey — APS)** проводится на выборке не менее 2000 респондентов из числа взрослого трудоспособного населения (от 18 до 64 лет) и представляет собой исчерпывающую анкету для интервью, предназначенную для сбора подробной информации о предпринимательской деятельности в стране. Специально разработанная анкета GEM содержит вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респондента к предпринимательской деятельности, включенность индивидуума в предпринимательский процесс, а также его мотивы и устремления. Такой всесторонний подход отличает GEM от официальной государственной статистики, а также от частных исследований, позволяя получить представление об индивидуальных предпринимательских путях, начиная с намерения открыть бизнес и заканчивая его успешным ведением/закрытием, в том числе с учетом влияния пандемии COVID-19 во всем мире. В 2021 году для реализации методологии GEM при проведении опроса взрослого трудоспособного населения в России использовалась многоступенчатая стратифицированная вероятностная выборка объемом 2010 респондентов. При проектировании выборки использовались данные официальной статистики Росстата о численности населения России и его половозрастной и территориальной структуре. Опрос проводился методом формализованного интервью «лицом к лицу», а также с использованием телефонной связи (в связи с пандемией COVID-19).
- **Национальные экспертные интервью (National Expert Surveys — NES)** — это экспертный опрос, используемый для определения экономического, социального и политического контекстов, а также условий развития предпринимательства в каждой отдельно взятой стране. Опрос проводится среди предпринимателей и экспертов в области предпринимательства в формате глубинного интервью по специально разработанным анкетам с целью оценки ряда социально-экономических характеристик, которые оказывают значительное влияние на формирование условий предпринимательской среды для открытия и развития бизнеса в стране. В исследовании в каждой стране принимают участие не менее 36 экспертов разного пола, обладающих различным опытом предпринимательской деятельности, представляющих национальный, региональный и местный уровни из различных географических областей. В России в выборке 2021 года было представлено 36 экспертов. Эксперты отражают свое индивидуальное восприятие национального предпринимательского контекста по ряду категорий, определенных методикой GEM: доступность финансовых инструментов для предпринимателей, государственные программы поддержки предпринимательства, каче-

ство предпринимательского образования на различных уровнях, доступность инфраструктуры и т. д. Результаты интервью имеют практическую ценность для самих

предпринимателей, а также могут быть использованы при разработке государственных и частных стратегий поддержки предпринимательства.

ВСЕСТОРОННИЙ И НЕФОРМАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

GEM предоставляет подробный и комплексный анализ предпринимательства, позволяющий составлять детальные предпринимательские профили в каждой исследуемой экономике. Благодаря безусловной анонимности опросов GEM, исследование выходит за привычные рамки рассмотрения только официально зарегистрированных бизнесов, представляющих лишь часть предпринимательства во многих странах, и имеет возможность отслеживать развитие неформальной предпринимательской активности и неформальной экономики. Некоторые респонденты, отвечающие, что работают сами на себя, не всегда

официально регистрируют свой бизнес, а просто используют возникающие возможности для заработка. Подобные данные не включаются в официальную государственную статистику, но являются важной частью национальной экономики. Иными словами, GEM охватывает данные о разнообразии видов экономической активности, предприятий, а также трудовой деятельности, не регулируемой и не поддерживаемой государством. Таким образом, данные GEM впоследствии могут быть эффективно использованы при разработке новых программ поддержки предпринимательской деятельности в стране.

ФОКУС НА ЛЮДЯХ

Главное отличие GEM от других количественных исследований предпринимательства — это фокус не на общедоступных источниках данных о количестве и размере компаний, а на людях, оценке их восприятия и вовлеченности в предпринимательство. GEM исходит из того, что обществу нужны те, кто готов заняться предпринимательством, и те, кто готов оказывать предпринимателям поддержку. Поэтому помимо предпринимательской активности в проекте изучается общественное мнение о необходимости предпринимательства и то, как оно воспринимается населением. Так, в рамках опроса APS изучается восприятие населением условий, возможностей и препятствий для открытия бизнеса, а также мотивы для открытия бизнеса и вовлеченность граждан в предпринимательство. Это крайне

важно, поскольку именно отношение, деятельность и амбиции людей (ранних и устоявшихся предпринимателей) значительным образом влияют на предпринимательский процесс. Таким образом, GEM рассматривает разные этапы предпринимательского процесса и признает важность для экономики как новых фирм, так и устоявшихся бизнесов, которые обеспечивают стабильные рабочие места и создают ценность для различных заинтересованных сторон. Традиционные исследования на уровне компаний и официальная статистика позволяют получить данные об отдельных предпринимательских фирмах и их поведении, в то время как GEM позволяет получить уникальный профиль предпринимателя в обществе и определить размеры предпринимательского ландшафта для каждой страны.

УЧАСТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ КОМАНД

Уникальная черта GEM — участие национальных команд во всех этапах исследования. Каждая команда в своем исследовании использует единую четкую методологию, дизайн выборки и инструменты для сбора репрезентативных данных о предпринимательстве. Строгая методология, которой придерживаются все национальные команды GEM, тщательный контроль за репрезентативностью выборки и обработка данных глобальным офисом позволяют проводить достоверные межнациональные сравнения различных аспектов предпринимательства в различные

периоды времени. Кроме того, глубокие знания представителей национальных команд о предпринимательстве и понимание ими национальных условий помогают найти объяснение самым неожиданным результатам на страновом уровне. Национальные команды обеспечивают распространение знаний об особенностях развития предпринимательской активности в пределах своей страны на академическом и экспертном уровнях, а также могут принимать участие в разработке рекомендаций в области предпринимательской поддержки.

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТА GEM

Открытие бизнеса во многом зависит не только от личных качеств предпринимателей, их стремлений, компетентности и мотивации, но также и от контекста социальных ценностей, которые могут способствовать или препятствовать предпринимательскому мышлению. Предприниматели являются частью экосистемы, которая может предоставлять или ограничивать доступ к ресурсам, в том числе финансовым. В связи с этим, подробный всесторонний анализ отношения к предпринимательству и предпринимательской активности по всему миру, предоставляемый проектом GEM, требует особой концептуальной модели, отражающей экономическое развитие как результат способности индивидуальных предпринимателей и их объединений воспользоваться возможностями для развития бизнеса. Существует прямая связь между решением открыть новый бизнес, выбором отрасли и локальной, региональной и национальной средой, которая влияет на это решение напрямую (через доступ к ресурсам) и косвенно (через воз-

действие на социальные ценности и приоритеты). Именно восприятие и использование существующих возможностей в контексте локальной экономической среды обеспечивают рост и развитие предпринимательской деятельности и, как следствие, социально-экономическое развитие общества. Здесь предпринимательство четко определяется как деятельность тех, кто активно вовлечен в создание или ведение бизнеса. При этом осознание возможностей для открытия бизнеса и намерение открыть бизнес не являются предпринимательской деятельностью, но напрямую связаны с предпринимательской активностью. Концептуальная модель GEM (Рис. 1) отображает отношения между предпринимательством и локальной, региональной и национальной средами, а также описывает комплексные характеристики предпринимательства, отображая проактивное, инновационное поведение индивидов, готовых брать на себя риски. Экономический, социальный, культурный и политический контексты одновременно и оказывают влияние,

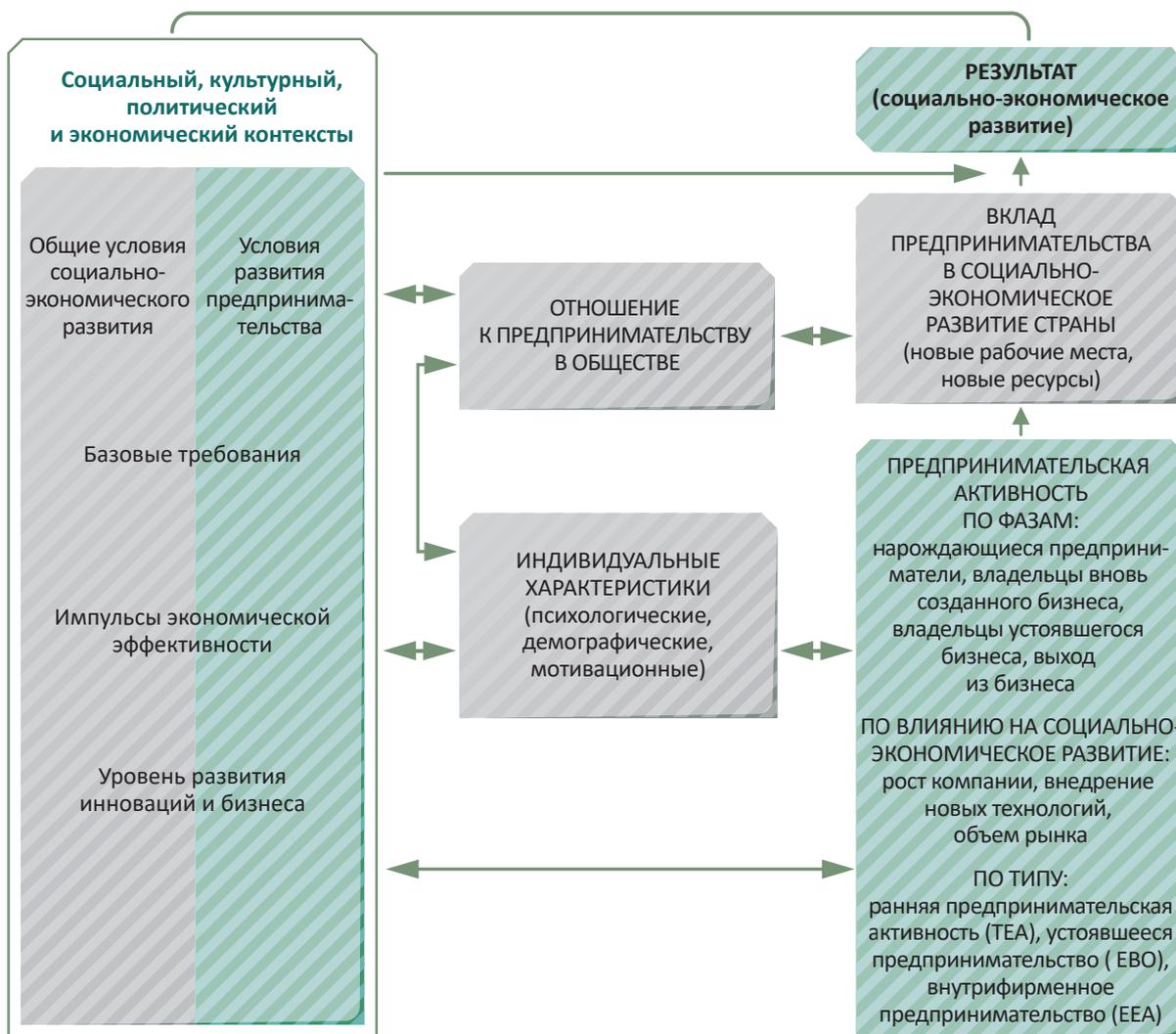


Рис. 1. Концептуальная модель проекта GEM

и подвержены влиянию предпринимательской деятельности через изменение индивидуальных ценностей. Это влияние может носить как положительный, так и отрицательный характер. Предпринимательство способствует социально-экономическому развитию, в первую очередь за счет создания рабочих мест и новых ценностей. Таким образом, экономический рост, развитие общества и социальных ценностей являются результатом индивидуальных способностей человека по выявлению и использованию предпринимательских возможностей. Оба метода сбора

данных GEM (APS и NES) наполняют содержанием концептуальную модель, определяя факторы, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность, и предоставляя всестороннюю картину предпринимательства в каждой стране — участнице проекта. Четкая методология GEM позволяет использовать результаты опросов в качестве точных измерителей уровня предпринимательской активности, предоставляя необходимые данные для мониторинга и оценки политики и инициатив по поддержке предпринимательства на государственном уровне.

**Концептуальная модель GEM является основой для сбора и анализа данных.
Ее использование обеспечивает достижение ключевых целей проекта:**

- определение факторов, влияющих на уровень предпринимательской активности (как стимулирующих, так и ограничивающих предпринимательскую деятельность), особенно в части социальных ценностей, индивидуальных характеристик и предпринимательской экосистемы;
- создание возможностей для оценки уровня влияния предпринимательской активности на экономический рост страны (включая экономический и социально-ориентированный рост);
- выявление мер по увеличению предпринимательской активности и результативности на национальном уровне.

Социальный, культурный, политический и экономический контексты формируют национальную предпринимательскую экосистему, определяющую условия развития предпринимательства в стране. Предпринимательская экосистема основана на инструментах финансирования предпринимательства, государственной политике, программах поддержки предпринимательства, предпринимательском образовании, внедрении научно-технических разработок, инфраструктуре (коммерческой, юридической, физической), динамике и открытости рынков, а также культурных и социальных нормах.

Отношение к предпринимательству в обществе определяется рядом факторов: насколько удачным выбором для карьеры воспринимается предпринимательство, насколько высокий социальный статус имеют предприниматели, насколько легко можно открыть бизнес, а также насколько положительно предпринимательство освещается в СМИ. Именно общественные убеждения формируют предпринимательскую культуру.

Индивидуальные характеристики предпринимателя формируются на основе демографических показателей (пол, возраст, уровень образования и т. д.), психологических факторов (оценка предпринимательских воз-

можностей, страх провала) и мотивационных аспектов.

Понятие **предпринимательской активности** в проекте GEM позволяет анализировать различные стадии динамичного процесса развития предпринимательства (от замысла создания компании до устоявшегося бизнеса и/или его закрытия), потенциальный вклад в социально-экономическое развитие (создание рабочих мест, внедрение новых технологий, охват рынка), а также непосредственно типы предпринимательской активности (например, раннюю предпринимательскую активность (ТЕА), устоявшееся предпринимательство (ЕВО), внутрифирменное предпринимательство (ЕЕА)).

На Рис. 2 представлены ключевые индикаторы предпринимательского процесса и этапы предпринимательского пути от намерения открыть новый бизнес до владения устоявшимся бизнесом. Также на рисунке отображены возможные варианты выхода из бизнеса, позволяющие впоследствии открыть новый бизнес или иным образом остаться вовлеченным в предпринимательскую деятельность. Выход из бизнеса является важной частью предпринимательского процесса, предоставляющей необходимый опыт и знания как действующим, так и потенциальным предпринимателям.

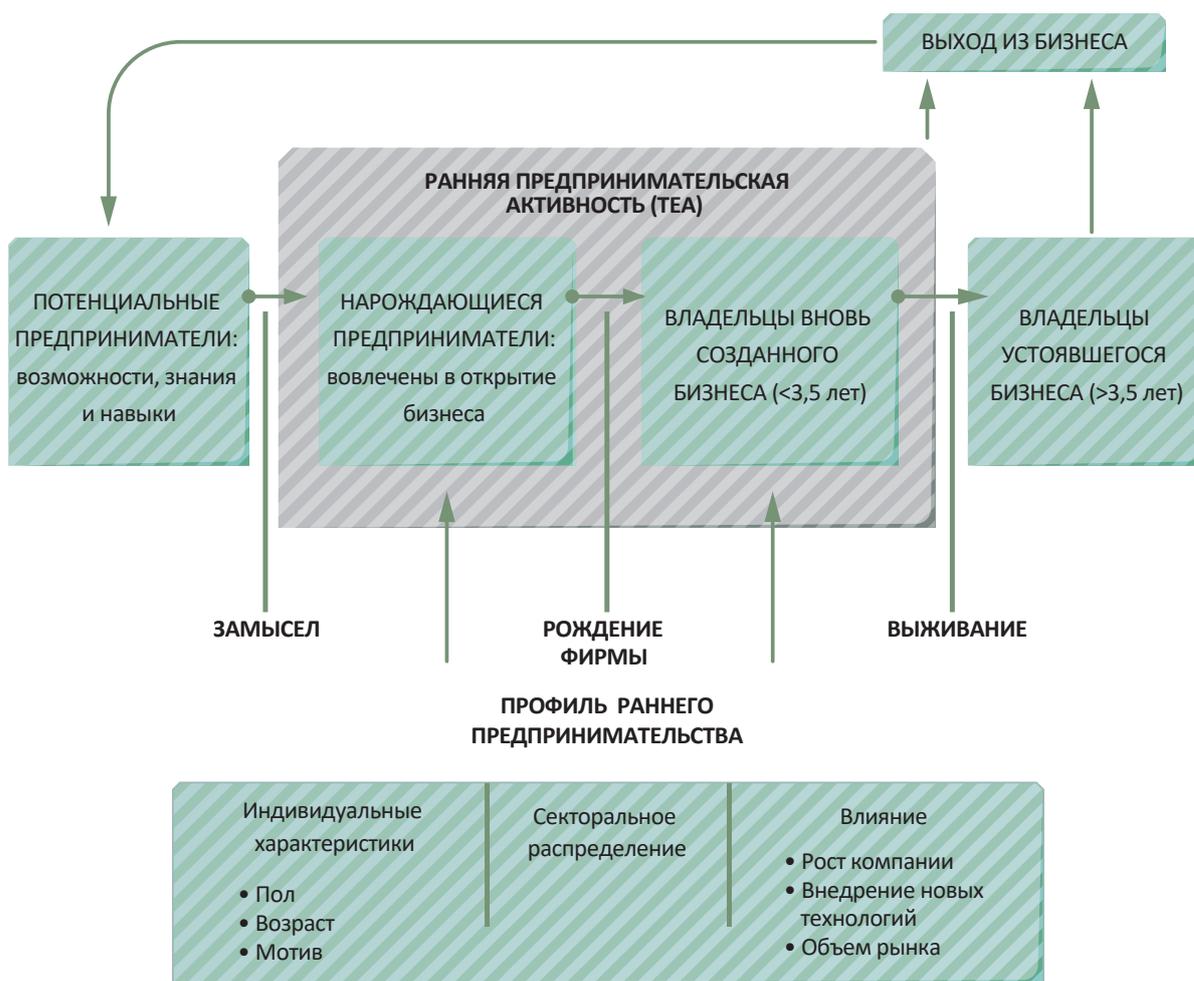


Рис. 2. Предпринимательский процесс и базовые индикаторы проекта GEM

В своем исследовании проект GEM выделяет три основные стадии предпринимательской активности:

- Нарождающиеся предприниматели: те, кто активно вовлечены в открытие бизнеса, но еще не выплачивали заработную плату (в том числе самим себе) в течение трех месяцев;
- Владельцы вновь созданного бизнеса: те, кто владеют и управляют бизнесом, и уже выплачивают заработную плату не менее трех месяцев;
- Владельцы устоявшегося бизнеса: те, кто владеют и управляют устоявшимся бизнесом (успешно реализуемым бизнесом

более 3,5 лет, с выплатой заработной платы сотрудникам). Устоявшийся бизнес — это логичная ступень развития для успешных новых бизнесов.

Ключевым индикатором предпринимательской активности в проекте GEM является ранняя предпринимательская активность (TEA), представляющая собой процент взрослых, которые либо активно занимаются открытием нового бизнеса (нaroждающиеся предприниматели), либо владеют и управляют новым бизнесом (без учета тех, кто вовлечен в эти оба вида активности).

Эти и другие базовые понятия проекта GEM представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Базовые понятия проекта GEM

Социальные ценности и восприятие предпринимателей	<ul style="list-style-type: none"> • Удачный выбор карьеры Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, считающего карьеру предпринимателя привлекательной
	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий социальный статус Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, полагающего, что успешные предприниматели имеют высокий социальный статус
	<ul style="list-style-type: none"> • Внимание СМИ к предпринимательству Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, полагающего, что СМИ уделяют много внимания предпринимательству
Индивидуальные характеристики потенциального предпринимателя	<ul style="list-style-type: none"> • Предпринимательские возможности Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, полагающего, что существуют благоприятные условия для открытия бизнеса в месте их проживания
	<ul style="list-style-type: none"> • Предпринимательские способности Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, полагающего, что оно обладает необходимыми навыками и знаниями для того, чтобы открыть бизнес
	<ul style="list-style-type: none"> • Предпринимательские намерения Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет (за исключением включенных в любой этап предпринимательской активности), являющегося латентными предпринимателями и планирующего открыть бизнес в течение трех лет
	<ul style="list-style-type: none"> • Страх провала Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, отмечающего, что страх провала останавливает его от открытия бизнеса
Индикаторы предпринимательской активности	<ul style="list-style-type: none"> • Ранняя предпринимательская активность (ТЕА) Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, находящегося в процессе открытия бизнеса (нарождающиеся предприниматели) или владеющего, либо управляющего новым бизнесом менее 3,5 лет. Этот показатель может быть расширен данными о мотивах (добровольные и вынужденные предприниматели), социально-демографических характеристиках (пол, возраст), влиянии (рост бизнеса с точки зрения роста компании, внедрения новых технологий, ориентации на внешние рынки и секторального распределения)
	<ul style="list-style-type: none"> • Устоявшийся бизнес (ЕВО) Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, владеющего или управляющего устоявшимся бизнесом и получающего связанные с этим доходы более 3,5 лет
	<ul style="list-style-type: none"> • Выход из бизнеса Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, продавшего, закрывшего или каким-либо иным способом переставшего являться владельцами и управляющими бизнеса в последние 12 месяцев

<p>Индикаторы специфических типов предпринимательской активности</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Внутрифирменное предпринимательство (ЕЕА) Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, вовлеченного в предпринимательскую активность в рамках основного места работы по найму (разработка и запуск новых продуктов или услуг, создание нового бизнес-подразделения или филиала)
<p>Восприятие качества предпринимательской экосистемы</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Социальное предпринимательство (SEA) Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, вовлеченного в раннюю предпринимательскую активность социальной направленности • Экспертная оценка восприятия с помощью шкалы Лайкерта от 1 (крайне неудовлетворительно) до 9 (крайне удовлетворительно) по компонентам условий развития предпринимательства: <ul style="list-style-type: none"> • финансирование предпринимательства • государственная политика • государственные программы в области предпринимательства • предпринимательское образование • внедрение научно-технических разработок • коммерческая и юридическая инфраструктура • открытость рынков • физическая инфраструктура • культурные и социальные нормы • Индекс национального предпринимательского контекста (NECI) Индекс уровня простоты открытия и развития бизнеса, суммирующий и отображающий общую оценку условий для предпринимательства в рамках национальной предпринимательской экосистемы

СТРАНЫ — УЧАСТНИЦЫ ПРОЕКТА GEM

GEM изучает предпринимательство как в отдельных странах, так и в регионах, объединенных по схожему уровню экономического развития. В связи с этим в отчете часто используется термин «экономики» вместо «страны». В 2021 году 50 стран, принявших участие в проекте GEM, разделены на три группы по уровню дохода (Таблица 2)*:

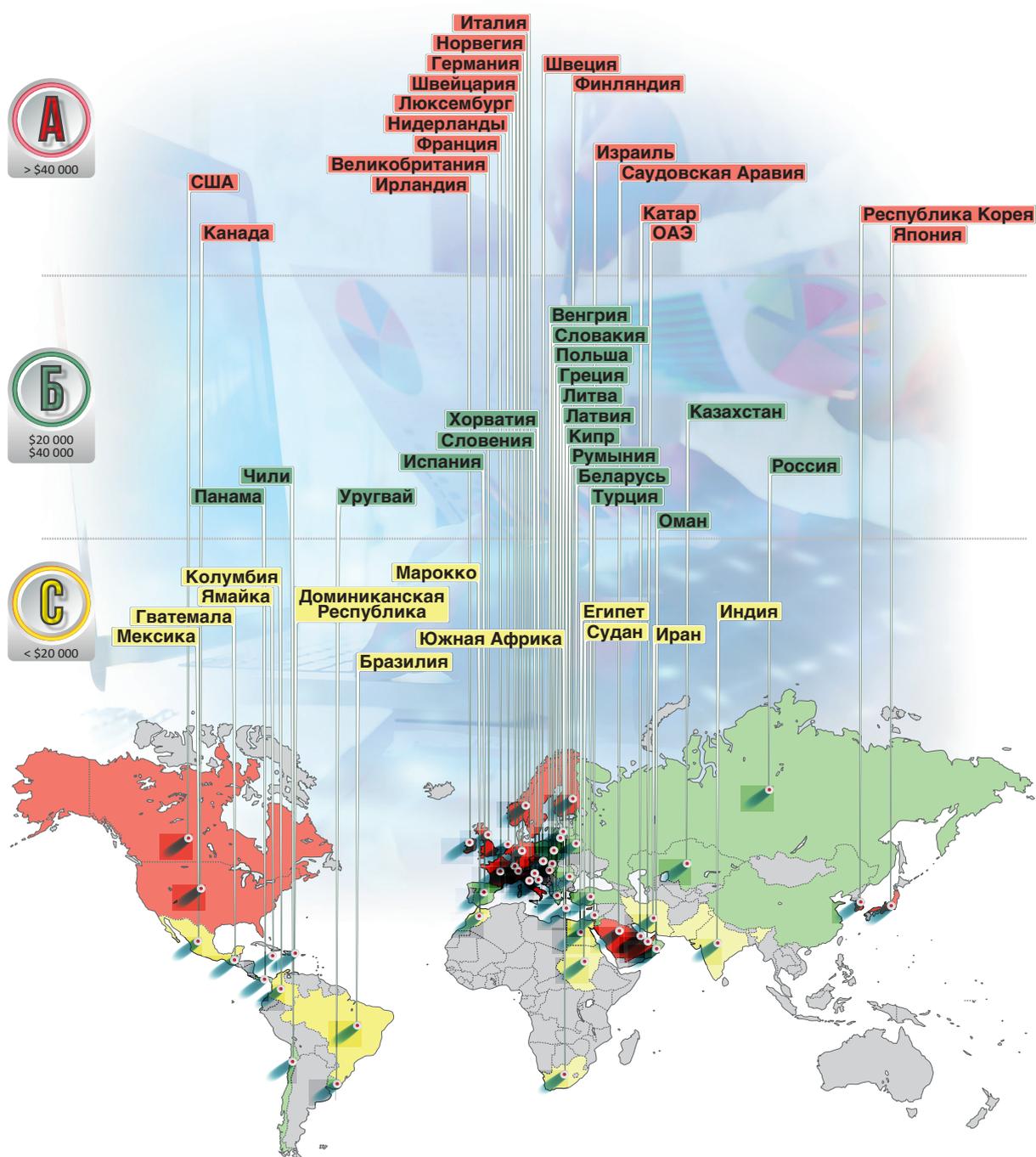
Уровень А: экономики с ВВП на душу населения более 40 000\$

Уровень В: экономики с ВВП на душу населения от 20 000\$ до 40 000\$

Уровень С: экономики с ВВП на душу населения менее 20 000\$

* Принимали участие только в NES 2021.

Таблица 2

Страны — участницы проекта GEM 2021/2022 по уровню дохода¹

Источник: GEM Global Report 2021/2022

¹ В 2018–2021 гг. страны — участницы проекта GEM были сгруппированы по географическим регионам и уровням дохода на основе классификации Всемирного Банка (<https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-country-classifications-income-level-2020–2021>). До 2017 года в проекте GEM использовалась классификация стран по уровню экономического развития (ресурсно-ориентированные, эффективно-ориентированные, инновационно-ориентированные). С предыдущими классификациями можно ознакомиться на сайте GEM (<https://www.gemconsortium.org/report>) и в национальных отчетах GEM Россия.

GEM В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Уже два года мировое сообщество находится в тяжелом экономическом кризисе, вызванном пандемией COVID-19, что, безусловно, находит отражение в результатах исследования GEM. Поскольку предпринимательство является важным фактором экономического развития, источником новых рабочих мест и получения дохода, правительства все чаще рассматривают его в качестве ключевого ин-

струмента для восстановления национальных экономик, устойчивого развития и социального благополучия в постпандемийную эпоху. В текущих реалиях GEM остается важнейшим источником информации как для предпринимателей, так и для экспертов и политиков при принятии решений и разработке стратегических инициатив в области предпринимательства.



ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ

ПОКАЗАТЕЛИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОТНОШЕНИЯ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Все годы существования проекта GEM особое внимание уделялось тому, как в обществе относятся к предпринимательству и фигуре предпринимателя. Представления о статусе предпринимателя и о предпринимательской деятельности, как удачном карьерном выборе в обществе, могут влиять на выбор предпринимательской деятельности вместо работы по найму. Это, в свою очередь, может быть крайне важным для стран с неэффективным рынком труда, поскольку влияет на количество открывающихся бизнесов. С другой стороны, даже при уважительном отношении к предпринимателям и предпринимательской деятельности в обществе, рост числа предпринимателей будет существенно сдерживаться в случае, если у людей отсутствуют необходимые социальные

связи и уверенность в том, что им хватит знаний и навыков для построения собственного дела.

Уровень самооценки индивида, общественное мнение, а также социальные связи человека могут оказывать значительное влияние на решение о выборе предпринимательства как вида деятельности. Сочетание данных факторов отражает то, как общество и индивид воспринимают предпринимательство через уникальный национальный контекст, который в свою очередь влияет на потенциал и развитие данного вида деятельности в стране.

Уровень самооценки индивида, общественное мнение, а также социальные связи человека могут оказывать значительное влияние на решение о выборе предпринимательства как вида деятельности. Сочетание данных факторов отражает то, как общество и индивид воспринимают предпринимательство через уникальный национальный контекст, который в свою очередь влияет на потенциал и развитие данного вида деятельности в стране.

Для измерения характеристик предпринимательской самооценки (индивидуальные характеристики потенциального предпринимателя) в модели GEM используются следующие показатели:

- **Оценка того, насколько условия внешней среды в местности, где проживает респондент, благоприятны для начала бизнеса в ближайшие шесть месяцев.** При этом речь идет не об объективной оценке факторов внешней среды, а о том, каким образом условия внешней среды воспринимаются индивидом. С другой стороны, данная оценка отчасти может свидетельствовать о том, способен ли индивид разглядеть бизнес-возможности в национальном контексте.

- **Оценка индивидом собственных знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала предпринимательской деятельности.** Большая уверенность в наличии необходимых знаний и навыков влияет не только на личное отношение к созданию бизнеса и увеличивает привлекательность предпринимательства как карьерного выбора, но и оказывает воздействие на восприятие того, насколько легко можно добиться успеха в предпринимательской деятельности. Данный показатель связан как с общей уверенностью индивида в собственных силах, так и с оценкой наличия соответствующих

навыков и знаний, необходимых для ведения предпринимательской деятельности.

- **Страх неудачи в бизнесе, сдерживающий создание собственного дела.** Начало собственного дела в подавляющем большинстве случаев связано с неопределенностью будущего и возможностей получения доходов. Отношение к риску рассматривается как одна из характеристик личности, определяющая желание стать предпринимателем, наравне со стремлением к достижениям и локусом контроля. Индивиды, не готовые взять на себя риск и опасющиеся быть неуспешными, с меньшей вероятностью создадут собственный бизнес, даже несмотря на наличие или отсутствие возможностей на рынке.

В модели GEM для измерения общественного отношения к предпринимательству (социальные ценности и восприятие предпринимателей) используются следующие показатели:

- **Привлекательность предпринимательства как карьеры.** Привлекательность карьеры предпринимателя зависит от того, насколько она может повысить роль индивида в обществе, помочь добиться признания, достичь финансового успеха, независимости и самореализации. Интерес к карьере предпринимателя может также зависеть от спроса на труд в крупных компаниях, способных предоставить привлекательную работу при высокой оплате труда.

- **Престижность предпринимательства в обществе.** Если предприниматели пользуются уважением в обществе, гораздо легче получать поддержку со стороны инвесторов, поставщиков, потребителей. Кроме того, высокий статус может оправдывать серьезные риски и трудности, связанные с предпринимательством.

- **Внимание в СМИ к историям успеха предпринимателей.** Опубликованные в СМИ истории о предпринимателях, которые смогли создать фирмы с нуля и стать лидерами в своих отраслях бизнеса, способствуют повышению общей привлекательности предпринимательства в обществе.

В модели GEM для измерения характеристик социальных взаимосвязей, важных для предпринимательства, используется следующий показатель:

- **Наличие в окружении индивида, который за последние два года открыл бизнес.** Воздействие на решение об организации собственного бизнеса может оказывать включенность в предпринимательское сообщество, которая проявляется в нескольких формах: наличие прошлого опыта предпринимательской деятельности, работа в качестве наемного работника в предпринимательской фирме и наличие предпринимателей среди родственников и знакомых. Вовлеченность в предпринимательство может положительно влиять как на решение стать предпринимателем, так и на восприятие окружающими принятого

решения и повышать, таким образом, уровень предпринимательских намерений.

Также, в рамках исследования GEM используются дополнительные показатели, связанные с особенностями восприятия обществом предпринимательства и его условий, в том числе:

- **Легкость открытия нового бизнеса.** Данный параметр отражает то, насколько среди людей в обществе распространено мнение о том, что в стране легко открыть новый бизнес, в том числе в отношении таких шагов, как открытие и регистрация фирмы, постановка на учет в налоговых органах, открытие расчетного счета и т. п.

- **Предпочтение общих стандартов жизни.** Данный показатель отражает то, насколько среди людей распространено мнение о необходимости и востребованности в едином стандарте жизни.

- **Решение бизнесом социальных проблем.** Данный параметр отражает то, насколько распространено мнение о том, что в стране часто встречаются компании, которые приоритетно решают различные социальные проблемы в стране.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Динамика оценок характеристик предпринимательской самооценки респондентов за период 2010–2021 годов представлена на Рис. 3.

Несмотря на продолжающуюся пандемию и экономический кризис, в 2021 году оценка наличия благоприятных возможностей для открытия бизнеса в регионах проживания респондентов сохранилась на уровне 2020 года. Это наивысшее значение с 2010 года (33,5 %). За последний год Россия немного опустилась в рейтинге оценки возможностей для создания бизнеса. В 2021 году Россия занимает 41 место из 47 стран — участниц

проекта, тогда как в 2020 году Россия была на 35 месте из 43. Наиболее оптимистично возможности для открытия бизнеса оценивают жители Саудовской Аравии (95,38 %), Индии (83,41 %) и Швеции (79,61 %).

Наиболее оптимистично возможности для открытия бизнеса оценивают жители Саудовской Аравии (95,38 %), Индии (83,41 %) и Швеции (79,61 %).

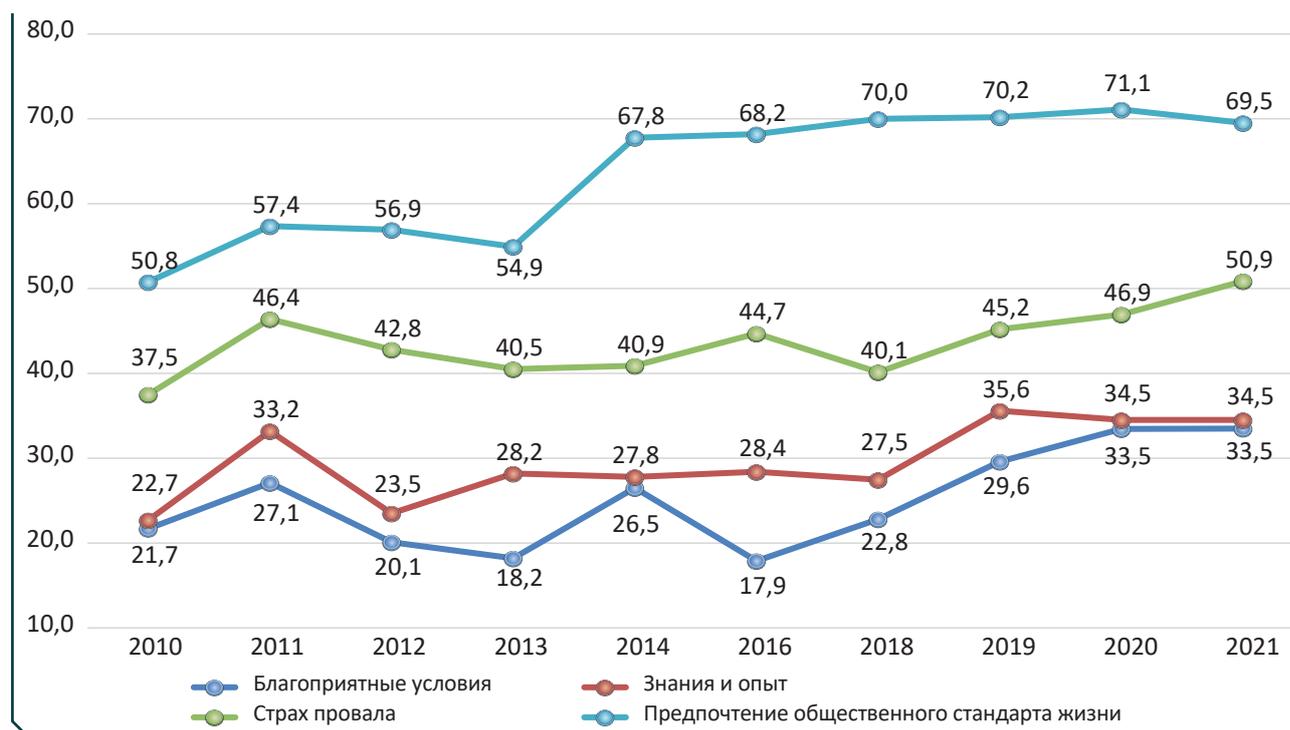


Рис. 3. Динамика характеристик предпринимательской самооценки 2010–2021, %
Источник: APS 2010–2021

Помимо наличия бизнес-возможностей на рынке, на предпринимательскую активность существенное влияние оказывает факт того, насколько просто предпринимателю начать бизнес. В 2021 году в России 32,5 % респондентов заявили, что начать свой бизнес сравнительно легко. Этот показатель вырос на 8 % по сравнению с 2020 годом, что может быть связано с возрастающим количеством возможностей для предпринимателей в меняющихся условиях рынка. Также с 2010 года в России устойчиво растет запрос общества на необходимость и востребованность в общих стандартах жизни. В этом году 69,5 % респондентов отметили, что предпочитают общие стандарты жизни. Этот показатель снизился на два процентных пункта с прошлого года, что схоже с уровнем 2016 года.

В 2021 году оценка уровня достаточности знаний, опыта и навыков для ведения

предпринимательской деятельности осталась на том же уровне, что и в 2020 году. 34,5 % индивидов оценивают свои знания и опыт как достаточные для начала предпринимательской деятельности. С 2012 года наблюдается устойчивый рост данного показателя. Если учесть ежегодно повышающиеся требования к навыкам и компетенциям предпринимателя, в особенности под влиянием цифровизации и постоянных изменений во внешней

В 2021 году в России 32,5 % респондентов заявили, что начать свой бизнес сравнительно легко. Этот показатель вырос на 8 % по сравнению с 2020 годом, что может быть связано с возрастающим количеством возможностей для предпринимателей в меняющихся условиях рынка.

среде, то даже сохранение единого уровня самооценки предпринимателей может быть хорошим показателем наличия образовательных инициатив. Тем не менее, по данному показателю Россия устойчиво занимает одно из самых низких мест среди всех стран проекта. В 2021 году Россия заняла 46 место — предпоследнее в рейтинге стран-участниц. В таких странах как США, Великобритания, Италия, Канада этот показатель составляет более 50 %. Необходимо отметить, что оценка восприятия знаний, необходимых для начала своего дела, зависит от сложности бизнеса, которым планирует руководить респондент. Например, в Индии, Судане, Доминиканской Республике и Саудовской Аравии большинство респондентов также считают, что у них достаточно знаний для открытия собственного дела.

Оценка восприятия индивидами своих предпринимательских способностей выступает важным фактором, влияющим на предпринимательскую активность в регионе. С этим фактором тесно связан уровень восприятия возможностей для ведения бизнеса в стране. Уже второй год подряд эти показатели практически совпадают по количеству опрошенных. В динамике с 2016 года наблюдалось превышение процента тех, кто оценивает свои знания и навыки как достаточные для начала предпринимательской деятельности над теми, кто видит благоприятные предпринимательские возможности в регионе проживания, а в 2020–2021 годах значение этих показателей сравнялось и находится на уровне 34 %. В то же время в Испании и Греции число людей, положительно оценивающих собственные предпринимательские способности, превышает число людей, оценивающих возможности среды как благоприятные. Например, для Греции эта оценка составляет 53,1 % против 48,63 %. Для стран Азии и Ближ-

него Востока характерна комбинация высоких оценок существования предпринимательских возможностей в регионе и высокой уверенности в собственных знаниях. Например, в Саудовской Аравии, Индии, Катаре эти показатели составляют больше 70 %.

В 2021 году доля респондентов, которые отмечают, что страх провала мешает им реализовывать возможности и удерживает от открытия собственного бизнеса, выросла до 50,9 %. Это на 4 % выше, чем в 2020 году. Такой же рост наблюдался в 2018–2019 гг., когда повышение составило пять процентных пунктов. Рост этого показателя может быть связан с повышением уровня неопределенности в бизнес-среде. По этому показателю Россия стабильно входит в топ-20 стран, где наблюдается высокий страх провала (14-е место из 47 стран-участниц в 2021 году), наряду с такими странами как Италия, Уругвай, Хорватия и Франция. Учитывая низкую долю предпринимателей, мотивированных внешними возможностями в стране, сравнительно высокое значение показателя страха провала может быть причиной малой вовлеченности населения России в предпринимательство. От решения об открытии бизнеса страх провала удерживает 46 % респондентов, позитивно оценивающих легкость открытия собственного бизнеса в регионе проживания, и 49 % тех, кто видит хорошие бизнес-возможности для начала предпринимательской деятельности.

Помимо факторов самооценки индивидов по отношению к предпринимательству, существенную роль в стимулировании предпринимательской активности в регионе играют факторы общественного восприятия данного вида деятельности.

Оценка национальных факторов **общественного отношения к предпринимательству (социальные ценности и восприятие предпринимателей)** представлена на Рис. 4.

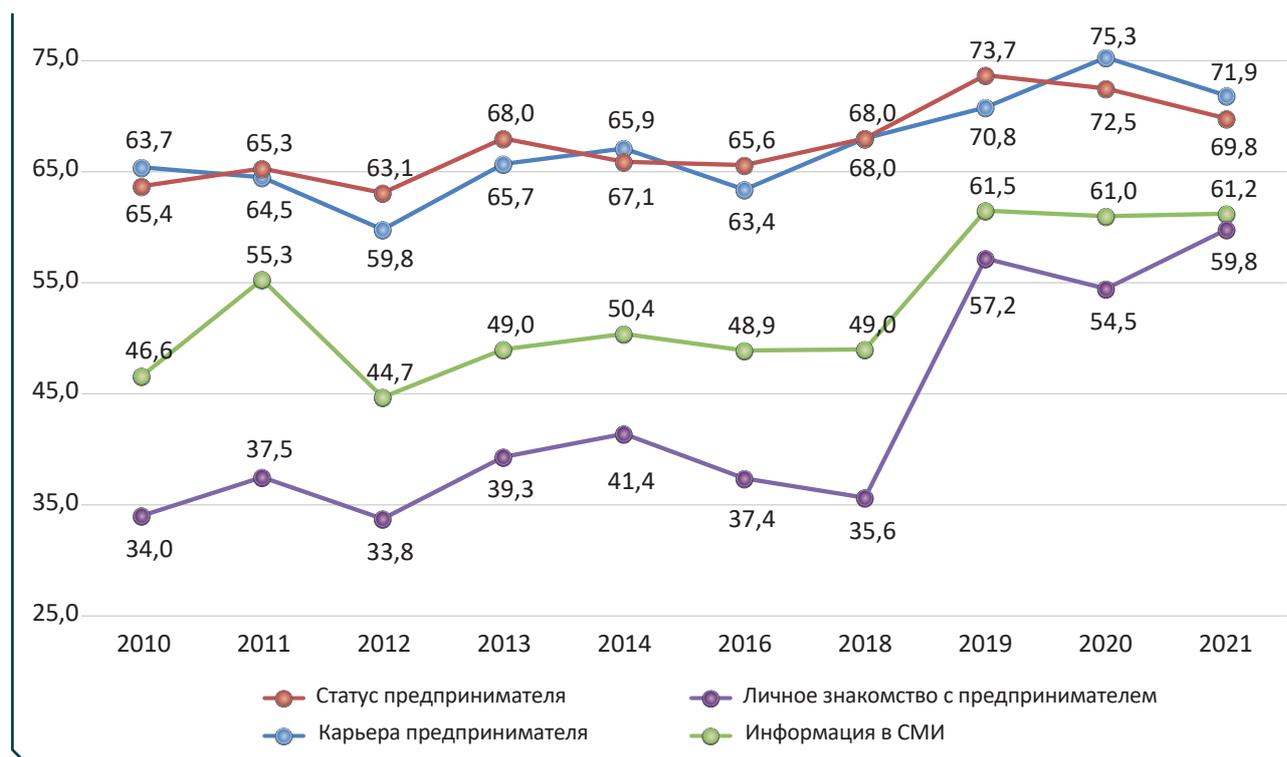


Рис. 4. Динамика национальных характеристик восприятия предпринимательства, 2010–2021, %
Источник: APS 2010–2021

В 2021 году немного снизились значения факторов привлекательности предпринимательской карьеры и восприятия статуса предпринимателя, в то время как оценка СМИ осталась на прежнем уровне, а знакомство с предпринимателями выросло. Можно предположить, что эффект пандемии практически не повлиял на положительную оценку предпринимательства как карьерного выбора в российском обществе, поскольку она сохранилась на уровне допандемийных значений. На протяжении всех лет наблюдений большинство россиян высоко оценивают статус и привлекательность карьеры предпринимателя. В 2021 году 71,9 % респондентов согласились с тем, что предпринимательство — это удачный выбор карьеры, и 69,8 % воспринимают статус предпринимателя в обществе как высокий. Такое сочетание высоких оценок по обоим факторам может отражать поло-

жительную оценку обществом предпринимательства как привлекательного карьерного выбора индивида. Также необходимо отметить, что, несмотря на высокие оценки статуса и привлекательности карьеры, около 43,2 % российских респондентов, которые положительно ответили на вопрос о привлекательности статуса и карьеры предпринимателя, отметили, что в стране отсутствуют благоприятные возможности для предпринимательства в регионе их проживания. Этот показатель снизился по сравнению с прошлым годом (на 3 %), но все еще может свидетельствовать о важности оценки условий ведения бизнеса в стране как фактора, который может препятствовать запуску собственного дела, даже несмотря на положительную оценку карьеры предпринимателя в обществе.

Публикации в СМИ историй о предпринимателях, которые смогли создать фирмы

с нуля и стать лидерами в своих отраслях бизнеса, способствуют повышению восприятия привлекательности предпринимательства. В 2021 году процент россиян, считающих, что СМИ часто освещают истории успеха остался на уровне 2020 года (61,2 %). При этом респонденты, положительно ответившие на вопрос об освещении СМИ историй успеха предпринимателей, в 1,6 раза выше оценивают карьеру и статус предпринимателя как престижные. По сравнению с 2020 годом дистанция в оценках сократилась в два раза.

Стимулирующее воздействие на предпринимательскую активность на начальном этапе предпринимательской карьеры может оказать личное знакомство с человеком, недавно открывшим свой бизнес. Он может познакомить начинающего предпринимателя с будущими клиентами, инвесторами, рассказать о подстерегающих «подводных камнях», что существенно упрощает создание бизнеса, а также может влиять на восприятие собственных предпринимательских способностей и легкости открытия своего дела. В проекте GEM для описания социальных связей с предпринимателями используется показатель, отражающий количество тех, кто знаком с индивидом, открывшим бизнес в течение прошедших двух лет. В 2021 году 59,8 % респондентов отметили, что знакомы с человеком, недавно создавшим собственное дело. Значение этого показателя изменилось на пять процентных пунктов по сравнению с 2020 годом (54,5 %), что может свидетельствовать о том, что многие из-за пандемии вынуждены были уйти из найма в развитие собственного бизнеса. Также это может говорить о том, что в пандемию появилось много возможностей для создания собственного дела. Например, около 15 % предпринимателей считают, что пандемия COVID-19 открыла новые возможности для

их бизнеса. Данное значение сопоставимо со странами Азии, Ближнего Востока и Северной Америки. Иная картина сложилась в некоторых странах Латинской Америки, где доля респондентов, лично знающих предпринимателей, превышает 70 % (Бразилия — 70,6 %, Чили — 70,7 %, Гватемала — 71,1 % и Доминиканская Республика — 82,7 %).

В международном рейтинге GEM Россия по значению показателя «знакомство с предпринимателями» получила результат 13/47 и приблизилась по данному показателю к таким странам как Колумбия (58,2 %), США (58,8 %), Индия (63,1 %), Израиль (63,5 %). Органам поддержки необходимо проанализировать, какие из региональных инструментов стимулирования предпринимательской активности могут положительно повлиять на значение данного показателя. Дальнейшее развитие инициатив, направленных на формирование сети знакомств между людьми, заинтересованными в предпринимательстве и вовлеченными в предпринимательскую деятельность, является критически важным для развития предпринимательской активности в стране. Необходимо отметить, что по фактору «знакомство с предпринимателями» респонденты, вовлеченные в предпринимательскую активность, и не-предприниматели существенно различаются. Так, в 2021 году 80,8 % предпринимателей знакомы по крайней мере с одним предпринимателем, а у 30 % из них круг знакомых предпринимателей превышает пять человек. Для не-предпринимателей вопрос размера круга знакомых предпринимателей стоит более остро, поскольку из них 57 % имеют в своем кругу знакомств по крайней мере одного предпринимателя (Рис. 5). Этот показатель вырос на 6 % с прошлого года, однако до сих пор остается несравнимым с уровнем связей между предпринимателями.

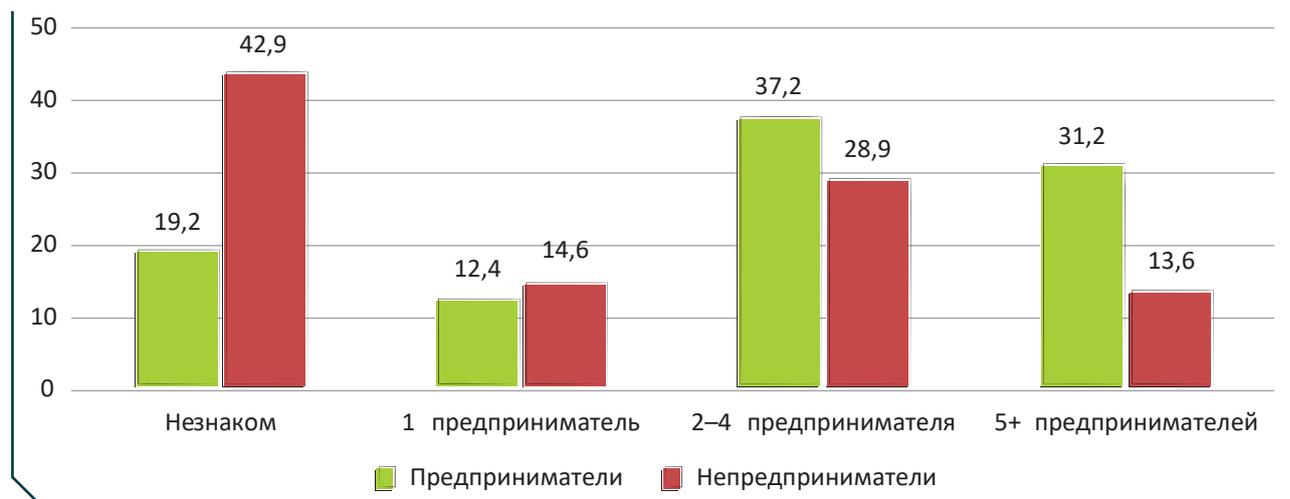


Рис. 5. Количество знакомств с предпринимателями (среди предпринимателей и непредпринимателей), %
Источник: APS 2021

Отношение к предпринимательству существенно различается у тех, кто занят бизнесом, от той части населения, которая не вовлечена в предпринимательскую деятельность (Рис. 6). Наибольший разрыв наблюдается в оценке предпринимательских способностей. Если

75,1 % предпринимателей считают, что обладают достаточными знаниями и опытом для ведения собственного дела (на 7 % меньше, чем в 2020 году), то среди непредпринимателей эта доля составила 25,1 % (на 3 % больше, чем в 2020 году).

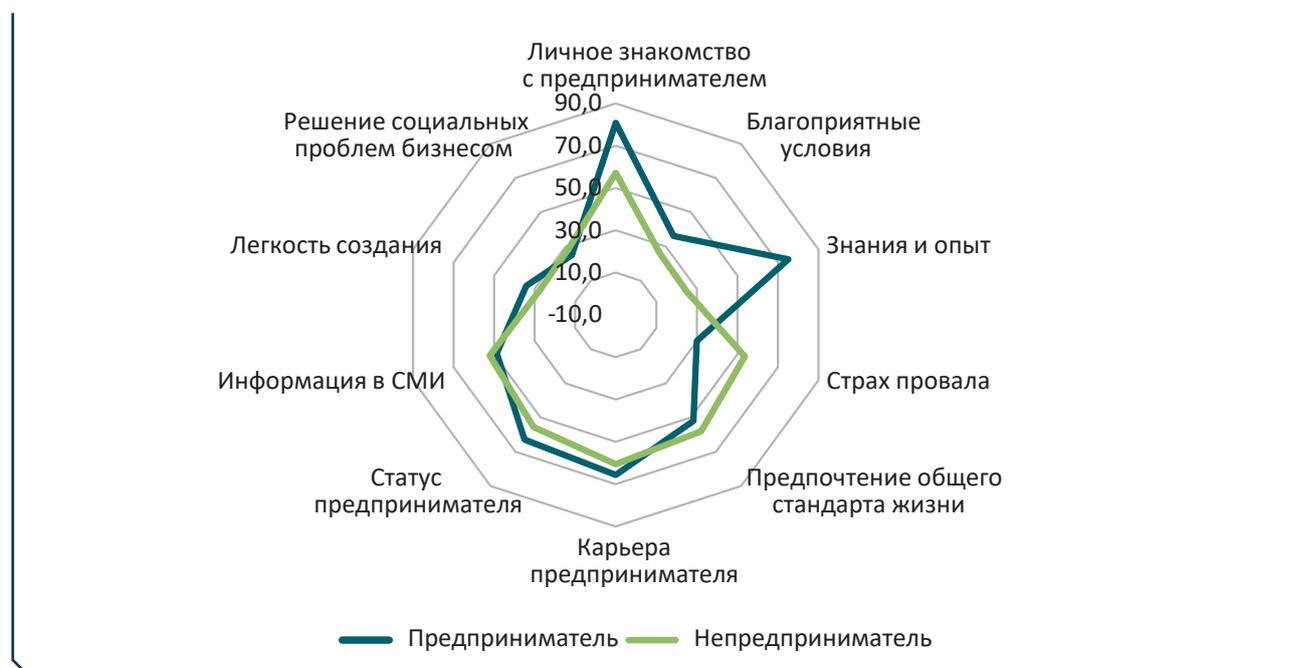


Рис. 6. Оценка характеристик восприятия предпринимательства в России, предприниматели и непредприниматели, 2021, %
Источник: APS 2021

В оценке общественного отношения к предпринимательству предприниматели и непредприниматели более единодушны. Хотя предпринимателей отличает больший оптимизм в оценке привлекательности карьеры предпринимателя (65,7 % против 60,5 %), в 2021 году количество людей, оценивающих карьеру и статус предпринимателя позитивно, отличается всего лишь на пять процентных пунктов среди предпринимателей и непредпринимателей.

Предприниматели и непредприниматели согласны с тем, что открытие нового бизнеса в России сопряжено с трудностями, при этом разрыв в их оценках составляет около 7 % (только 27,5 % непредпринимателей и 34,2 % предпринимателей предполагают, что открыть компанию легко). Интересный факт: среди непредпринимателей доля тех, кто оценивает легкость открытия бизнеса высоко, выросла на 5 % по сравнению с 2020 годом. При этом, 60 % респондентов считают, что открыть бизнес в 2021 году стало сложнее по сравнению с 2020 годом. Не верят респонденты и в то, что предпринимательство в России часто способствует решению социальных задач. Мнение о том, что в стране существует много компаний, основной задачей которых является решение

В периоды кризисов фокус на социально-значимые активности может снижаться из-за необходимости обеспечения стабильности бизнеса на операционном уровне.

социальных проблем, разделяют только 28,15 % непредпринимателей и 25 % предпринимателей. Интересно, что количество тех, кто воспринимает бизнес как социально ответственный, снова (как и в 2020 году) выросло среди непредпринимателей (на 2 %) и практически не изменилось среди предпринимателей. Это

может быть связано с тем, что почти 50 % предпринимателей отметили, что ожидают замедление роста бизнеса в 2021 году по сравнению с прошлым годом. В периоды кризисов фокус на социально-значимые активности может снижаться из-за необходимости обеспечения стабильности бизнеса на операционном уровне. И предприниматели, и непредприниматели соглашались с тем, что в обществе предпочтительны единые стандарты жизни для всех, однако среди непредпринимателей таких больше (58 % против 52 %).

На отношение к предпринимательству влияют социально-демографические факторы.

Мужчины и женщины приблизительно одинаково оценивают возможности для создания бизнеса (35 % и 32 % соответственно). Однако мужчины больше уверены в успехе своих начинаний, чем женщины. Если среди мужчин только 46,6 % заявили о том, что страх провала препятствует началу собственного дела, то среди женщин подобным образом ответили уже 54,9 %. В то же время оценка предпринимательских способностей среди мужчин выше (около 40 %), чем среди женщин (около 30 %).

Предпринимательские способности оказывают существенное воздействие на предпринимательский старт. Для более детального анализа отношения к предпринимательству в обществе респонденты были разделены на тех, кто считает, что они обладают предпринимательскими способностями, и на тех, кто считает, что у них отсутствуют такие способности (Рис. 7). Отмеченные различия могут быть использованы при профилировании программ обучения, направленных на развитие предпринимательского мышления и навыков у непредпринимателей.

Анализ показывает, что те, кто считает себя обладателями предпринимательских навыков, гораздо чаще знакомы с теми, кто открыл свой бизнес за последние два года (76,4 % против

50,5 %), они также гораздо позитивнее оценивают возможности для предпринимательства (36,1 % среди имеющих предпринимательские способности против 25,5 % среди людей, не имеющих предпринимательских способностей). При этом за 2021–2020 гг. среди не обладающих предпринимательскими навыками доля знакомых с опытом создания бизнеса выросла гораздо существеннее, чем у обладающих такими навыками (рост 8 % против 1 % соответственно). В 2021 году доля респондентов, положительно оценивающих статус предпринимателя и рассматривающих предпринимательство как удачный выбор карьеры, практически сравнялась среди тех, кто оценивает обладание предпринимательскими навыками на высоком уровне и тех, кто счита-

ет, что не обладает необходимыми навыками. Не менее интересным является вопрос страха провала, поскольку респонденты, считающие, что они обладают необходимыми предпринимательскими способностями и навыками, реже отмечают, что страх провала может помешать им создать новый бизнес (37,7 % против 59 %). Это дает возможность предполагать, что развитие предпринимательских навыков может сопутствовать как увеличению уверенности в себе, так и распространению более позитивного отношения к предпринимательству в обществе и, как следствие, к росту предпринимательской активности. За прошедший год доля тех, кто оценивает свои навыки высоко и боится провала выросла довольно существенно — на восемь процентных пунктов.



Рис. 7. Оценка характеристик восприятия предпринимательства в России респондентами с разной оценкой предпринимательских способностей, 2021, %
 Источник: APS 2021



ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ

Под предпринимательскими намерениями понимается готовность индивида создать свой бизнес в ближайшем будущем. Конечно, далеко не все, кто планирует создание бизнеса, реализуют свои планы, но понимание того, что лежит в основе предпринимательских намерений, является важнейшей ступенью в понимании предпринимательского поведения, а также может быть надежным способом предсказания начала процесса создания бизнеса. Можно предположить, что чем выше предпринимательские намерения индивида, тем больше усилий он готов приложить, чтобы стать предпринимателем. Выбор предпринимательской карьеры и стремление создать бизнес явля-

ются индивидуальными решениями, однако экономические, исторические, культурные и институциональные факторы также влияют на индивидуальные желания и стимулируют трансформацию желаний в действия.

В 2021 году наблюдается небольшой рост (12,4 %) значения предпринимательских намерений в России (Рис. 8). В 2019 году в России зафиксирован рекордный уровень предпринимательских намерений — 14 %, в 2020 году это значение составило 11 %. В 2021 году в рейтинге предпринимательских намерений Россия находится на одном уровне с такими странами как Италия (11,2 %), Финляндия (11,8 %) и Великобритания (12,1 %). Наиболее высокий уровень предпринимательских намерений демонстрируют Оман, Египет, Казахстан и Доминиканская Республика, в которых более 55 % населения имеют намерения создать собственный бизнес. Высокий уровень предпринимательских намерений в этих странах может свидетельствовать об отсутствии альтернативных вариантов занятости и может

Наиболее высокий уровень предпринимательских намерений демонстрируют Оман, Египет, Казахстан и Доминиканская Республика, в которых более 55 % населения имеют намерения создать собственный бизнес.

в дальнейшем снижаться по мере экономического развития стран и повышения уровня образования населения.

В России среди респондентов, имеющих предпринимательские намерения, около 30 % составляют уже действующие предприниматели, планирующие открыть еще один бизнес. При этом, 9,6 % россиян, не являющихся предпринимателями, рассматривают для себя возможность начать новое дело (Рис. 9).

По сравнению с 2020 годом этот показатель вырос на 1,4 процентных пункта. Рост мотивации непредпринимателей к созданию собственного бизнеса может быть связан с повышением привлекательности карьеры и статуса предпринимателя среди населения в целом и среди непредпринимателей в частности, а также с увеличением числа публикаций в СМИ и развития программ поддержки начинающих предпринимателей.

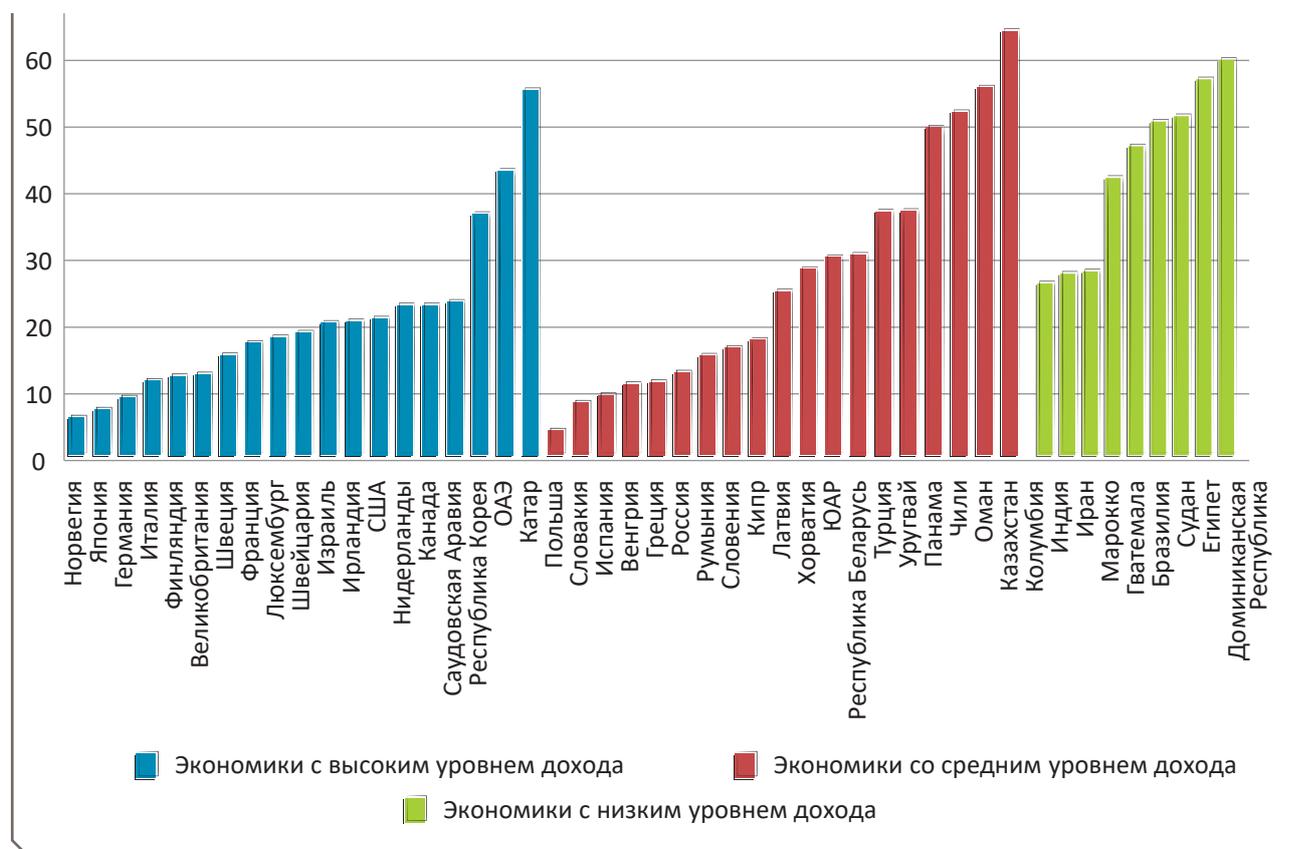


Рис. 8. Предпринимательские намерения в странах — участницах проекта, 2021, %
 Источник: APS 2021

Среди респондентов 2021 года, выразивших намерения начать свой бизнес в ближайшие три года, около 17 % отмечают, что планируют воспользоваться возможностями, которые открылись вследствие пандемии. При этом около 40 % из планирующих открыть бизнес оценивают условия в регионе для начала предпринимательской деятельности как благопри-

ятные. Стоит отметить, что среди индивидов с предпринимательскими намерениями 80 % знакомы хотя бы с одним предпринимателем, открывшим бизнес в последние два года.

В 2021 году чаще всего о намерении создать бизнес заявляли респонденты в возрасте от 25 до 40 лет. Из них больше всего респондентов, намеревающихся открыть свой

бизнес в ближайшие три года, принадлежат к возрастной группе от 25 до 34 лет. Среди имеющих предпринимательские намерения немного выше доля мужчин (58,4 %). Сред-

ний возраст для группы людей, планирующих стать предпринимателями, составляет 36 лет, тогда как для всей выборки средний возраст составляет 41 год.

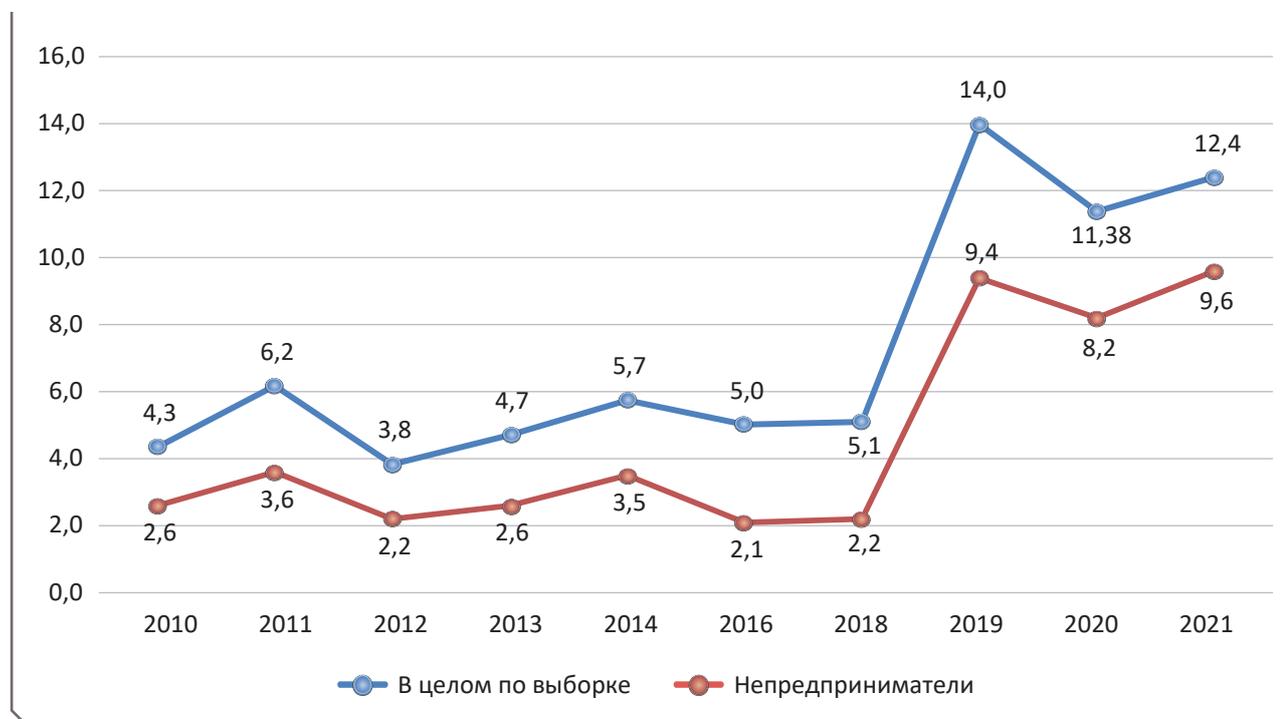


Рис. 9. Динамика предпринимательских намерений в России, 2010–2021, %
Источник: APS 2010–2021

До 2020 года в России устойчиво наблюдался более низкий уровень предпринимательских намерений среди непредпринимателей относительно уровня ранней предпринимательской активности (2,2 % против 5,5 % в 2018, 2,1 % против 6,7 % в 2016, 2,6 % против 5,8 % в 2013). В 2019 году произошел трехкратный рост числа россиян, не имеющих собственного бизнеса, выразивших желание заняться предпринимательской деятельностью, а в 2020 году эти показатели сравнялись. В 2021 году число

желающих заняться бизнесом оказалось в два раза выше числа респондентов, вовлеченных в раннюю предпринимательскую активность (около 6,6 %). Наличие большого числа людей, намеревающихся заняться предпринимательством, и в то же время обеспечение благоприятных условий ведения бизнеса может выступать крайне важным фактором для увеличения естественного прироста числа предпринимателей в стране, даже в периоды глобальных кризисов.



ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В СТРАНАХ — УЧАСТНИЦАХ ПРОЕКТА GEM

В проекте GEM предпринимательство понимается как процесс открытия нового бизнеса. Основной показатель, отражающий уровень предпринимательской активности в стране, определяется на основе количества тех, кто создает новый бизнес. Этот показатель рассчитывается на основе опросов, при этом соблюдается четкое понимание того, что значит быть предпринимателем (Таблица 1). Полученная в ходе опросов информация позволяет оценить не только количество новых зарегистрированных компаний и самозанятых, но и тех, кто в силу разных причин не зарегистрировал компанию юридически, таким образом появляется возможность дать оценку и неформальному предпринимательству.

Общий подход, используемый участниками проекта, позволяет сравнивать пред-

Высокий уровень предпринимательской активности сегодня может обеспечить больший уровень экономического развития в будущем, а более высокие доходы сейчас способствовать появлению предпринимательских возможностей.

принимательскую активность населения в различных странах. Страны существенно различаются в зависимости от вовлеченности населения в предпринимательскую деятельность. В некоторых из них среди предпринимателей преобладают те индивиды, которые только начинают собственное дело, в других больше тех предпринимателей, которые владеют бизнесом уже несколько

лет. Страны обладают уникальным набором социально-экономических условий, влияющих на уровень предпринимательской активности. В странах со схожим уровнем экономического развития существуют общие характеристики предпринимательской активности и региональные особенности.

Высокое значение индекса ранней предпринимательской активности не всегда говорит о процветании той или иной страны, не существует прямой зависимости между уровнем ранней предпринимательской активности и ВВП на душу населения. Связь между уровнем экономического развития и уровнем предпринимательской активности находится под влиянием разнонаправленных сил. С одной стороны, более высокий уровень развития и доходов на душу населения может увеличивать возможности для развития

бизнеса и получения лучшего доступа к ресурсам и образованию, с другой — существует больше возможностей для трудоустройства в работающих фирмах, а также больше программ социальной защиты и, следовательно, меньше стимулов для начала собственного дела. В странах, характеризующихся меньшим уровнем экономического развития и низкими доходами населения, существует меньше возможностей из-за сложностей доступа к ресурсам и ограниченного спроса на товарных рынках, но при этом у предпринимательства в этих странах меньше альтернатив в сфере занятости. Высокий уровень предпринимательской активности сегодня может обеспечить больший уровень экономического развития в будущем, а более высокие доходы сейчас способствовать появлению предпринимательских возможностей.

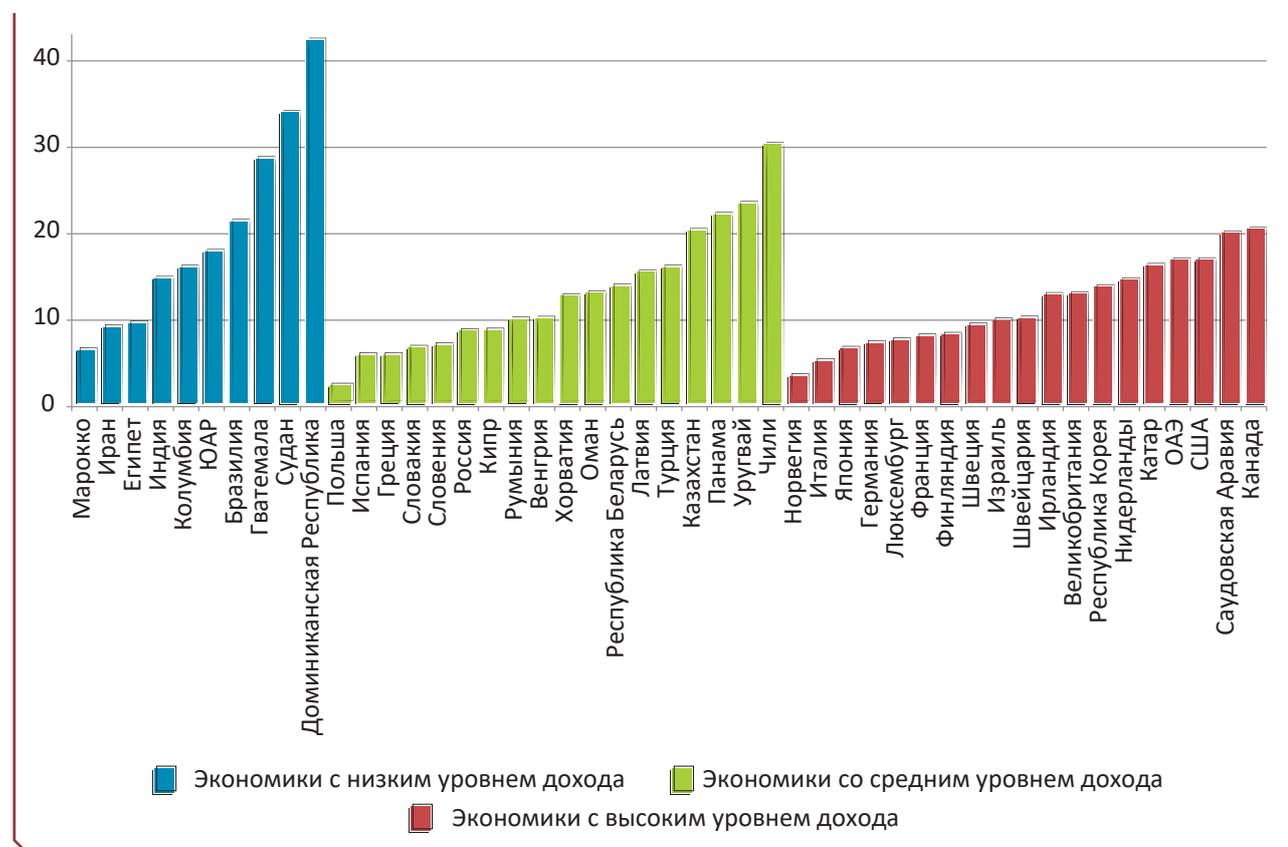


Рис. 10. Уровни ТЕА в странах — участницах проекта, 2021

Источник: APS 2021

В 2021 году самые высокие индексы ТЕА были зафиксированы в Доминиканской Республике и Судане, а самые низкие — в Польше и Норвегии (Рис. 10). В целом в странах с низким уровнем дохода показатель предпринимательской активности составил 19,6 %, со средним — 12,5 %, а с высоким — 11,2 %. Однако внутри группы стран со схожим уровнем экономического развития наблюдается существенный разброс значений индекса ТЕА, например, в группе стран с низким уровнем дохода разрыв между самым высоким (Доминиканская Республика) и самым низким (Марокко) значением уровня ранней предпринимательской активности составляет 6,8 раз, а в группе стран со средним уровнем дохода разрыв между наибольшим (Чили) и наименьшим (Польша) значениями показателя ТЕА еще значительнее — 15 раз.

Представление об уровнях деловой активности трудоспособного населения на всех этапах предпринимательского цикла дополняет уровень активности предпринимателей, которые смогли преодолеть начальный этап существования бизнеса и закрепиться на рынке. Уровень активности

устоявшихся предпринимателей демонстрирует меньшую вариативность по группам стран с разным уровнем экономического развития. В странах с низким уровнем ВВП на душу населения он составляет 6,7 % (минимальное значение зарегистрировано в Колумбии — 2 %, максимальное в Гватемале — 13 %), в странах со средним уровнем ВВП на душу населения индекс активности устоявшихся предпринимателей был зарегистрирован на уровне 7,3 % (минимум в Омане — 2 %, максимум в Греции — 15 %), а в группе стран с наибольшим значением ВВП на душу населения он составил 6,2 % (от 3 % в Израиле до 16 % в Республике Корея).

Соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей отражает условия для развития предпринимательства в стране (Рис. 11). Преобладание ранних предпринимателей над устоявшимися может быть как свидетельством динамизма и развития экономики, так и сложностей, возникающих на этапе зрелости бизнеса. Недостаточное развитие предпринимательской экосистемы может приводить к тому, что лишь часть стартапов выживает.

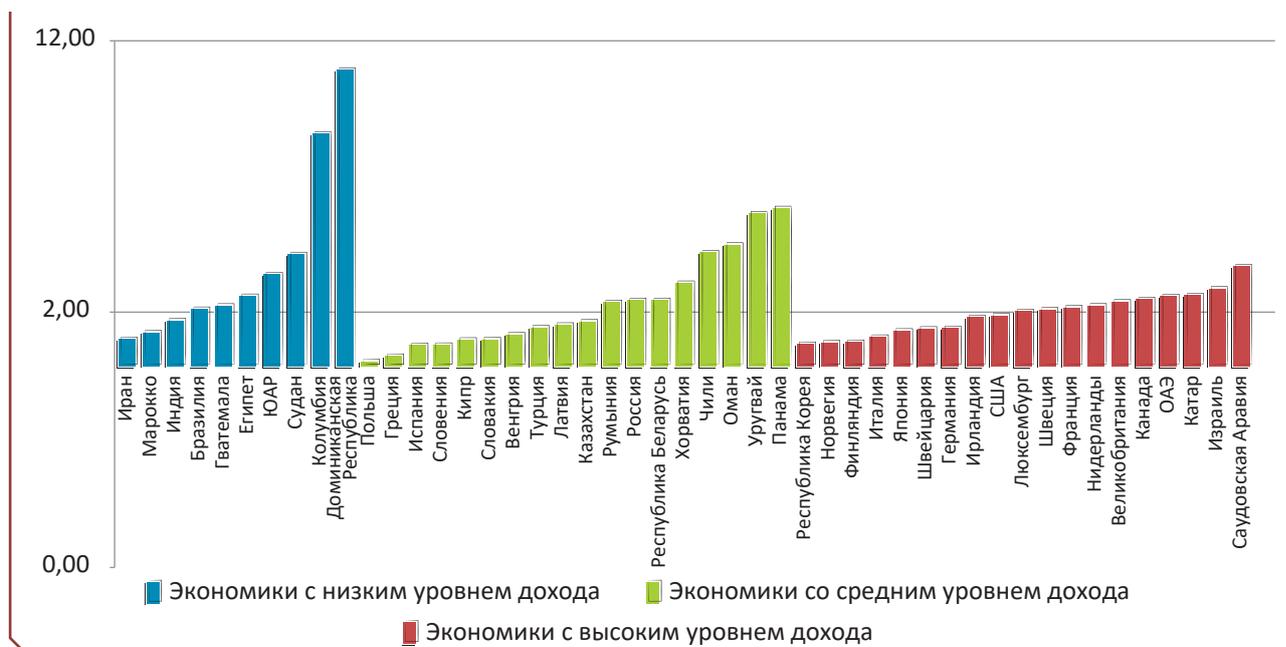


Рис. 11. Соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей, 2021

Источник: APS 2021

Если количество новых компаний значительно меньше количества зрелых, то это говорит о трудностях открытия бизнеса или большей поддержке действующих фирм в сравнении с только создающимися. То, что компании удалось выжить на рынке, не всегда говорит об ее успешности, компании могут не приносить прибыли своим владельцам, и закрытие бизнеса может быть предпочтительным исходом, если изменения во внешней среде приводят к убыткам. Высокий уровень ТЕА по сравнению с показателем устоявшейся деловой активности говорит о том, что начало предпринимательской деятельности достаточно привлекательно, при этом достичь фазы зрелости удастся не всем фирмам. Компании в этих странах могут столкнуться с низким спросом на продукцию, неблагоприятными рыночными условиями, бюрократией, недостатком знаний — это мешает им развивать бизнес.

Выживаемость бизнеса может свидетельствовать о лучших условиях внешней среды для

предпринимательства, и в целом страны с более высоким уровнем развития демонстрируют и более высокое значение показателя соотношения устоявшихся и ранних предпринимателей. В экономиках с низким уровнем дохода на одного предпринимателя, бизнес которого просуществовал более 3,5 лет, приходится почти четыре ранних, в экономиках со средним уровнем дохода — больше двух, с высоким — чуть меньше двух. Наибольший разрыв между уровнем ранней предпринимательской активности и активности устоявшихся предпринимателей был зафиксирован в Доминиканской Республике, где на одного владельца налаженного бизнеса приходилось 10 начинающих предпринимателей. Напротив, в Польше доля устоявшихся предпринимателей более чем в пять раз превышает долю ранних, то есть устоявшиеся фирмы в этой стране способны обеспечить рабочие места и доходы.

В России соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей составило 2,4 раза.

ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Понятие «предпринимательство» не всегда связано исключительно с деятельностью по созданию бизнеса. Предпринимательские инициативы внедряются сотрудниками устоявшейся организации и могут быть связаны с запуском и развитием новых продуктов и услуг, а также с созданием новых бизнес-единиц в рамках существующей компании. Данный феномен получил название внутрифирменного предпринимательства или интрапренерства. Он включает в себя предпринимательские начинания как сотрудников высшего звена, так и рядовых работников. Распределение стран по уровню внутрифирменного предпринимательства среди взрослого трудоспособного населения представлено на Рис. 12. На графике отражено участие в соответствующих проектах

в качестве лидера или ведущего специалиста за последние три года. В среднем лишь порядка 3 % взрослого трудоспособного населения вовлечены в развитие предпринимательских инициатив в своей организации на ключевых ролях. Лидером по данному показателю в 2021 году, как и в 2020, является Катар, где уровень развития внутрифирменной предпринимательской активности достигает почти 7,9 %. В целом уровень внутрифирменного предпринимательства выше в экономиках с высоким уровнем дохода. В России 0,3 % респондентов отметили свою вовлеченность в инициативы, связанные с внутрифирменным предпринимательством. Среди экономик со средним уровнем дохода лидером по этому показателю стала Словения.

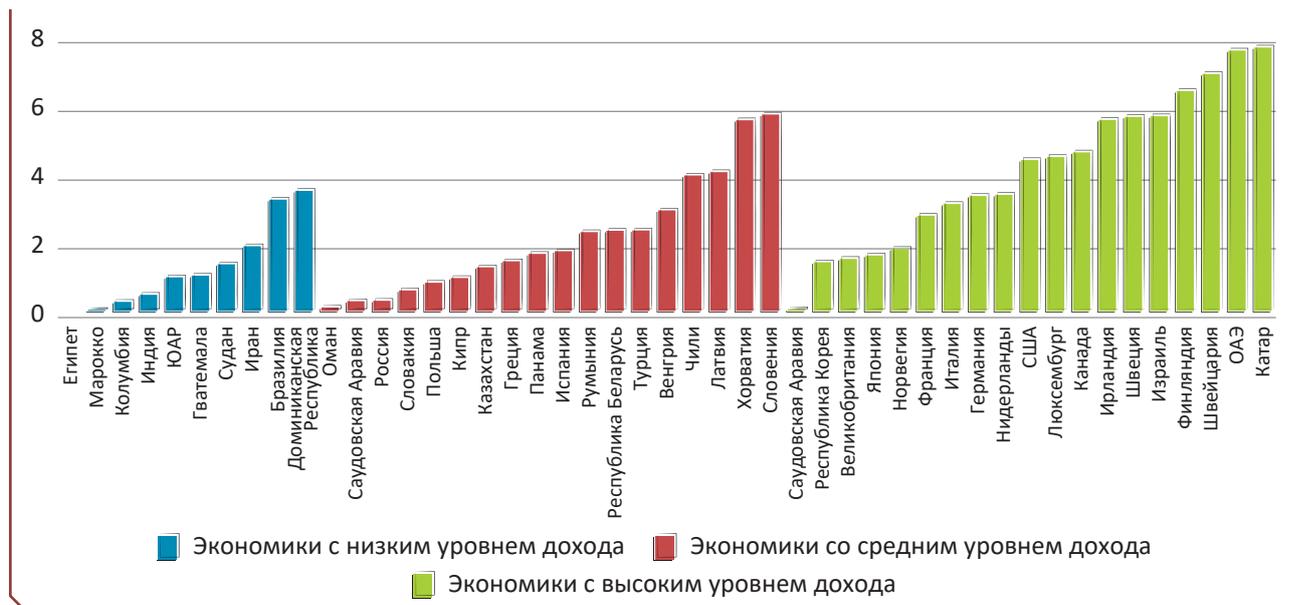


Рис. 12. Вовлеченность взрослого трудоспособного населения во внутрифирменное предпринимательство, 2021, %

Источник: APS 2021

Помимо этого, в 2021 году в рамках проекта GEM проводилась оценка соотношения долей ранней независимой предпринимательской активности и участия в предпринимательских проектах совместно с работодателем на своем основном месте работы, что позволяет более

детально проанализировать вовлеченность населения в инициативы, связанные с внутрифирменным предпринимательством. На Рис. 13 представлено распределение ранних предпринимателей во всех странах — участницах GEM по данному критерию в 2021 году.

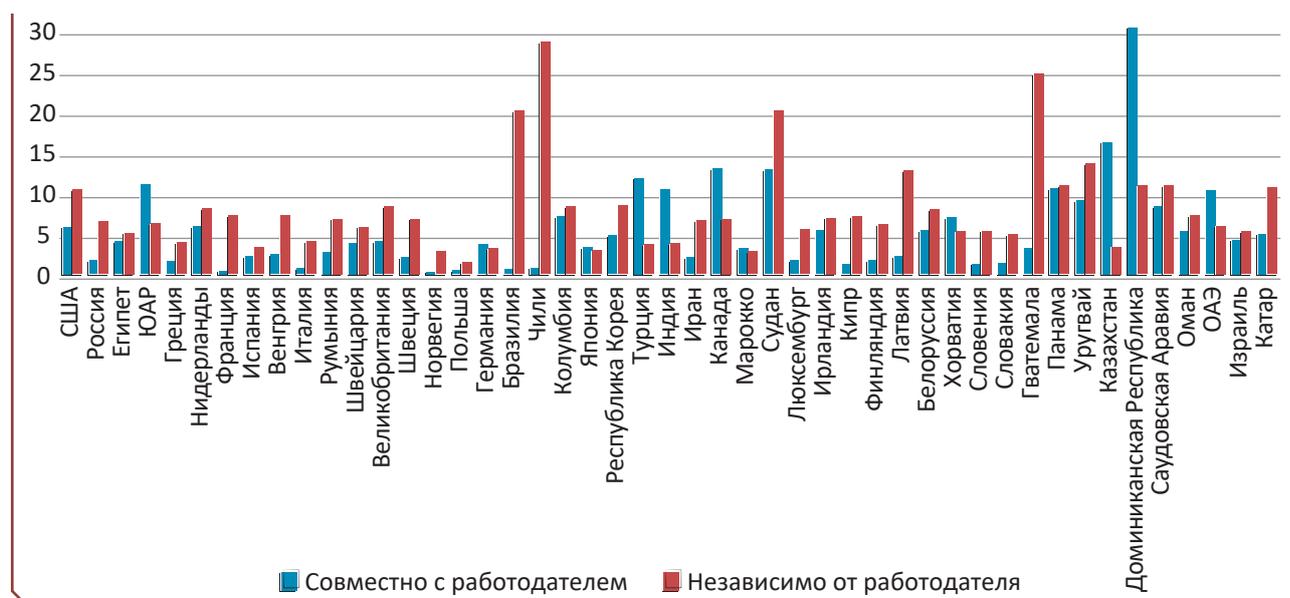


Рис. 13. Раннее предпринимательство совместно с работодателем и независимо от работодателя, 2021, %

Источник: APS 2021

Можно отметить, что число ранних предпринимателей, работающих над своими проектами при финансовом или ином участии работодателя, очень мало в таких странах как Норвегия, Польша, Франция, Бразилия, Италия, Чили. Лидерами по данному показателю являются Доминиканская Республика, Казах-

стан, Канада, Судан, Турция, ЮАР. В России 1,7 % респондентов были отнесены к ранним предпринимателям, ведущим деятельность совместно со своим работодателем, тогда как доля владельцев независимых молодых бизнесов составила 6,6 %, что сопоставимо с результатами 2020 года.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В РОССИИ

Согласно результатам исследования, в России в 2021 году 8,3 % взрослого трудоспособного населения являются ранними предпринимателями. Индекс ТЕА практически не изменился по сравнению с 2020, но, если сравнивать с показателем 2019 года, который был рекордным для России за все время наблюдений (9,3 %), произошло снижение. Среди ранних предпринимателей 3,7 % являются нарождающимися предпринимателями, а 4,7 % — владельцами нового бизнеса. Доля людей, чей бизнес существует на рынке более 3,5 лет, составила около 3,4 %, что ниже значений 2019–2020 гг. на 25 % (Рис. 14).

За время наблюдения было отмечено три значительных изменения в уровне ранней предпринимательской активности. В 2007 году произошло снижение уровня ТЕА, что в условиях роста

экономики свидетельствовало о переходе работающего населения из предпринимательского сектора в работу по найму. В кризис 2008–2009 гг. наблюдалась тенденция к увеличению ТЕА. Следующее увеличение произошло в 2013 году, за которым последовало снижение в 2014-м. В 2015 году исследование в России не проводилось, а в 2016-м был отмечен 30-процентный рост показателя ТЕА по сравнению с 2014 годом. В 2018 году наблюдалось снижение индексов предпринимательской активности, которое сменилось ростом в 2019 году. В сравнении с началом 2000-х годов, когда только каждый 20-й гражданин России был вовлечен в создание нового бизнеса, в последние годы уже каждый 10-й житель России может быть отнесен к ранним предпринимателям.



Рис. 14. Уровни предпринимательской активности в России, 2010–2021, % от взрослого трудоспособного населения

Источник: APS Russia 2010–2021

ЗАКРЫТИЕ БИЗНЕСА

Уровень выхода из бизнеса может рассматриваться как компонент динамики предпринимательства в обществе наряду с показателями ранней и устоявшейся предпринимательской активности. Есть много причин, заставляющих предпринимателя выйти из бизнеса. Наиболее очевидной и очень распространенной причиной является низкий уровень продаж и отсутствие прибыли от бизнеса. К негативным факторам, ведущим к закрытию компании, относятся бремя налогообложения или бюрократия, отсутствие доступа к ресурсам,

в том числе финансовым. В последние два года к ним добавилась пандемия COVID-19, которая могла оказать отрицательное влияние на бизнес напрямую из-за болезни и самоизоляции, или косвенно через воздействие на рынки и цепочки поставок. Выход из бизнеса может происходить и по причине продажи бизнеса по выгодной цене, появления привлекательной стабильной работы, выхода на пенсию или другой деловой возможности. В некоторых случаях выход из бизнеса мог быть неотъемлемой частью плана развития бизнеса.

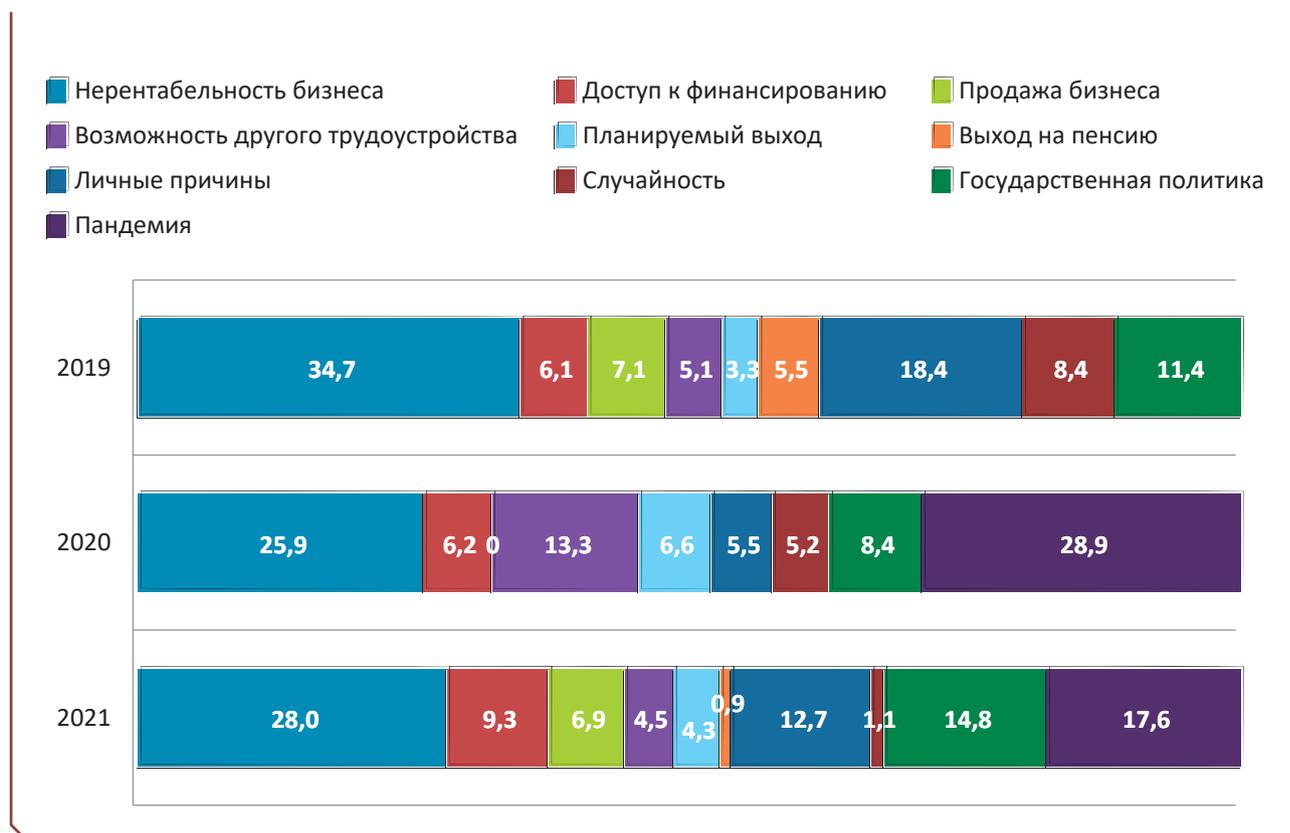


Рис. 15. Причины выхода из бизнеса в России, 2019–2021, %

Источник: APS Russia 2019–2020

Основной причиной выхода из бизнеса в 2021 году была его нерентабельность, эту причину указали 28 % респондентов (Рис. 15). Пандемия потеряла первую строчку среди

причин выхода, которую она занимала годом ранее, но и в 2021 году 17,6 % респондентов назвали именно пандемию как фактор, заставивший их выйти из бизнеса. 14,8 % вы-

шедших из бизнеса объяснили свое решение низкой эффективностью регулирования предпринимательской деятельности, в том числе несовершенством системы налогообложения и бюрократией. 9,3 % респондентов в России заявили, что были вынуждены выйти из бизнеса из-за невозможности получить финансирование. Такие причины как продажа бизнеса, возможности другого трудоустройства, выход на пенсию и планировавшийся заранее выход составляют небольшой процент.

Данные GEM позволяют сравнить причины выхода в разных странах и группах стран, отличающихся уровнем развития экономики. Причины можно разделить на имеющие положительные основания (возможность продать бизнес, возможность другого трудоустройства, запланированный заранее выход или уход на пенсию) и негативные (отсутствие прибыли, проблемы с доступом к финансам, налоги или бюрократия). В 2021 году среди негативных причин отдельно рассматривалась пандемия (Рис. 16).

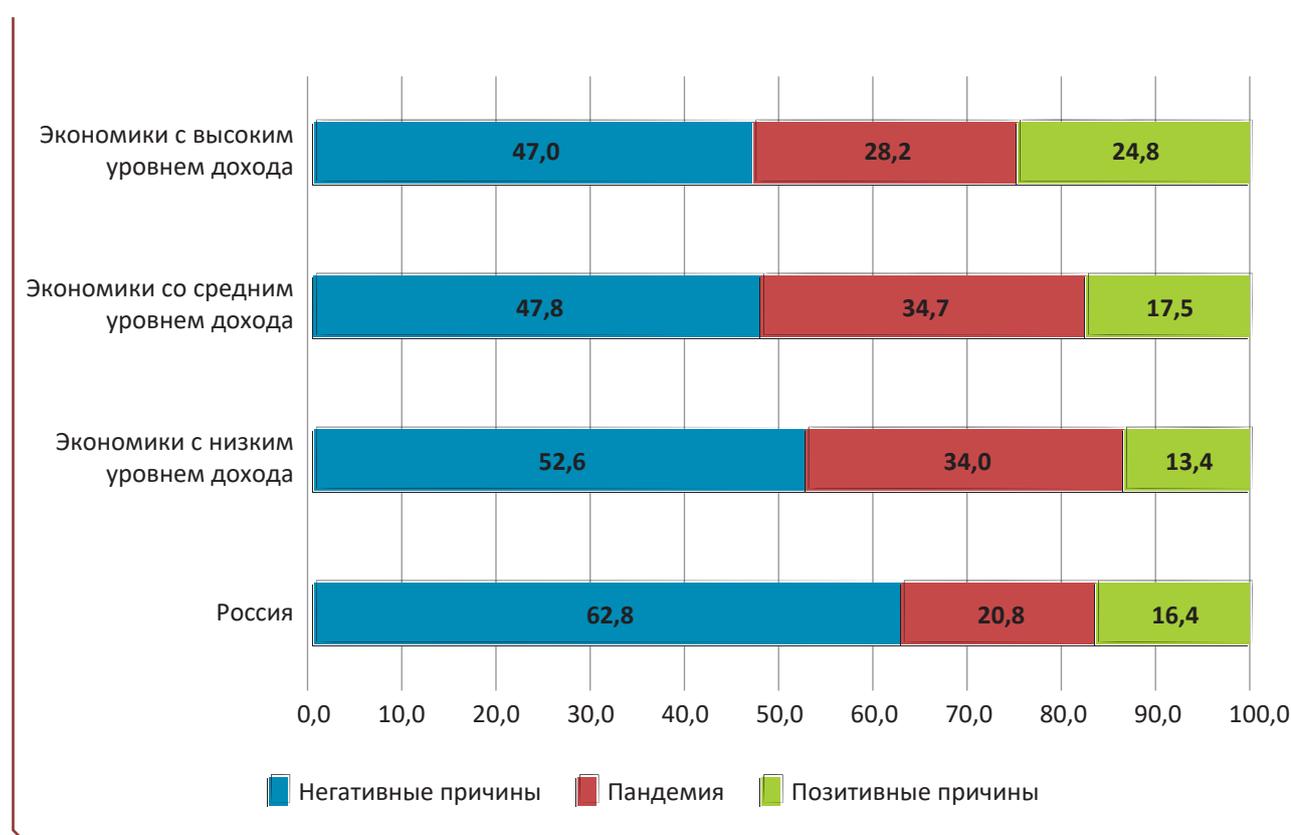


Рис. 16. Причины выхода из бизнеса в странах с разным уровнем экономического развития, 2021, %
Источник: APS 2021

В среднем в странах с более высоким уровнем дохода предприниматели чаще выходят из бизнеса по причинам, имеющим позитивные основания. Пандемию в качестве причины выхода чаще указывали респонденты в странах с более низким уровнем ВВП на душу населения.

В целом влияние этого фактора существенно варьируется по странам: от 3,1 % в Судане до 57 % в Катаре. Это может быть связано как с несовпадением по времени волн пандемии COVID-19, так и с разным уровнем поддержки компаний, попавших в кризисную ситуацию.

В 2021 году в России индекс выживания, рассчитанный как процент взрослого трудоспособного населения продавшего, закрывшего или каким-либо иным способом переставшего являться владельцами и управляющими бизнеса в последние 12 месяцев, составил 3,9 %, что несколько выше, чем годом ранее (3,3 %). Компании, собственники которых покинули их, могут продолжить существование с другими собственниками или в другой форме, поэтому выживание предпринимателя из бизнеса не обязательно характеризует процесс закрытия компании. В 2021 году число бизнесов, которые прекратили свое существование после ухода собственника, составило около 74 % из всех выходов, остальные продолжили существование с другими собственниками.

Причины, которые привели к тому, что респонденты перестали быть предпринимателями, различаются для бизнесов, которые были закрыты, и для бизнесов, продолживших

свое существование с другими владельцами (Рис 17). Для бизнесов, переставших существовать, нерентабельность послужила причиной закрытия 36,3 % компаний, а те предприниматели, которые вышли из бизнеса, продолжившего существование, объяснили свое решение нерентабельностью только в 12,6 % случаев. Сложности в получении финансирования в качестве причины выхода чаще объяснили выход из бизнеса в случае его полного закрытия (10,9 % против 4 %). Возможности другого трудоустройства и продажи более популярны среди тех предпринимателей, бизнес которых продолжил существование с другими владельцами. Они также чаще упоминали пандемию в качестве причины выхода. В оценке влияния пандемии и государственной политики на выход предпринимателя из бизнеса не наблюдалось существенных различий для закрывшихся и работающих компаний.



Рис. 17. Причины выхода из бизнесов, продолжающих существование и переставших существовать в России, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

Выход из бизнеса — важный элемент процесса предпринимательства. Те, кто закрыл бизнес, могут в будущем вернуться в предпринимательское сообщество. Приобретенный ими

опыт, даже если он был негативным, позволяет не повторять прошлых ошибок и стать более успешным при создании нового бизнеса. Кроме того, эти предприниматели могут передавать

свой опыт начинающим предпринимателям. Из тех, кто вышел из бизнеса в 2021 году 62 % не рассматривают для себя возможность снова начать свое дело в ближайшие три года. 34,2 % респондентов, закрывших бизнес, готовы попробовать себя еще раз на предпринимательском поприще и рассматривают возможность открытия нового бизнеса в ближайшие три года. На протяжении последних лет около одной трети бывших предпринимателей заявляли о наличии предпринимательских намерений.

Компании, прекращающие свою деятельность, особенно в силу негативных причин,

высвобождают ресурсы для их более эффективного использования, что, в конечном итоге, может способствовать повышению эффективности экономики. Существенные сложности выхода из бизнеса, сопряженные с правовыми или бюрократическими препятствиями, или наличие социальных и культурных ценностей, делающих его неприемлемым, могут влиять на нежелание начинать новое дело. Соотношение респондентов, предпринимających первые шаги по созданию компаний, и вышедших из бизнеса может рассматриваться как одна из характеристик предпринимательства.

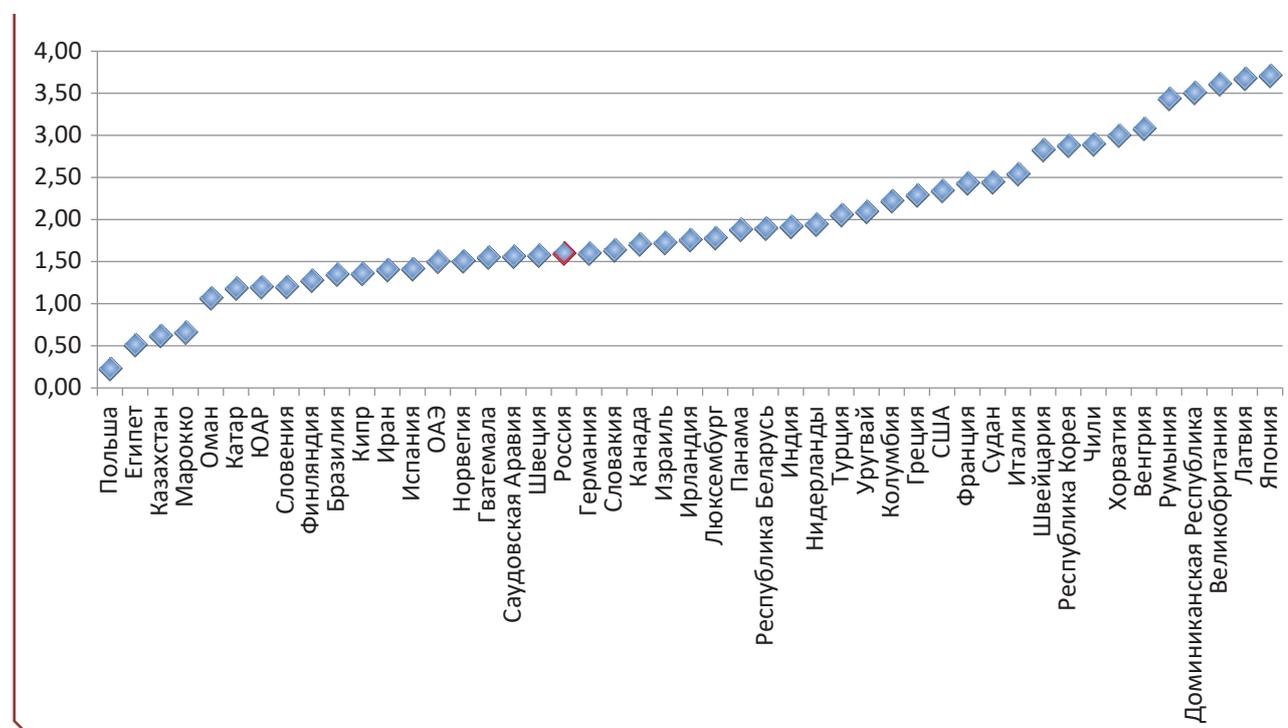


Рис. 18. Соотношение начинающих предпринимателей и вышедших из бизнеса в странах — участницах проекта, 2021
Источник: APS 2021

В 2021 году в России число тех, кто предпринимал активные действия по созданию бизнеса и предполагает владеть бизнесом или его частью, в 1,6 раза превысило число тех, кто вышел из бизнеса. Значения данного показателя по всем странам приведены на Рис. 18. В Польше, Египте, Казахстане и Марокко коли-

чество респондентов, вышедших из бизнеса, было меньше числа начинающих предпринимателей. В Японии, Латвии, Великобритании, Доминиканской Республике и Румынии число тех, кто вовлечен в создание нового бизнеса, в три с лишним раза больше числа тех, кто вышел из бизнеса.

СЕКТОРАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

Выбор того, чем заниматься, имеет важное значение не только для конкретного бизнеса, но для экономики в целом. В сфере оказания услуг или розничной торговле входные барьеры относительно невысоки и, как следствие, в этих секторах наблюдаются высокая конкуренция, низкий уровень рентабельности и значительная ротация компаний. В тех отраслях, где доминируют несколько крупных фирм, вхождение сопряжено с высокими затратами, недоступными для большинства небольших компаний. Устойчивую конкурентную позицию небольшим компаниям может обеспечить нишевая стратегия, при которой потребитель готов платить более высокую цену за дифференцированный продукт, но для реализации этой стратегии могут быть необходимы уни-

кальные ресурсы, в том числе человеческие и отношенческие.

GEM анализирует структуру предпринимательства по видам экономической деятельности и разделяет компании на четыре группы: добывающие компании, в том числе в нефтегазовой, горнодобывающей промышленности и сельском хозяйстве, обрабатывающие отрасли и транспорт, сфера потребительских услуг и оказание услуг для бизнеса, включая телекоммуникационные и информационные услуги. Необходимо учесть, что база GEM не является лучшим источником информации для изучения секторального распределения предпринимательских фирм, но может быть полезна для характеристики активности ранних предпринимателей.

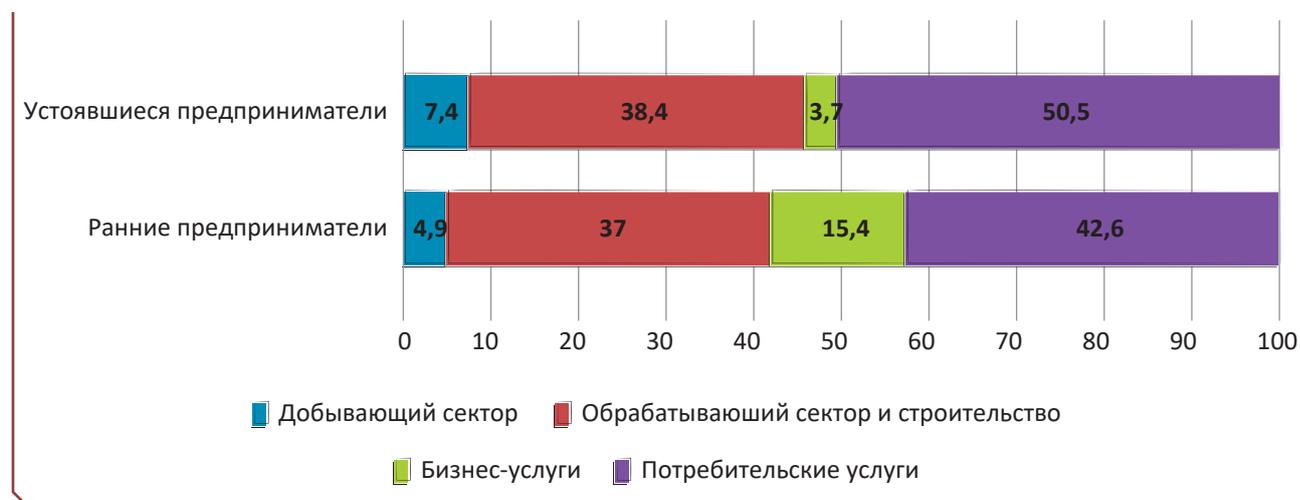


Рис. 19. Секторальное распределение ранних и устоявшихся предпринимателей в России, 2021, %
Источник: APS 2021

Наибольшую активность в России как ранние, так и устоявшиеся предприниматели проявляют в оказании услуг потребителям (Рис. 19). На долю потребительского сектора приходится 42,6 % ранних и 50,5 % устоявшихся предпринимателей. Этот показатель отыгры-

вает падение прошлого года и возвращается к ситуации, характерной для большинства лет наблюдений, когда на потребительский сектор приходилось около половины бизнесов. В России значительную долю занимают предприниматели, занятые строительством и пере-

работкой. На их долю пришлось 37 % ранних и 38,4 % устоявшихся предпринимателей.

В 2021 году сократилась доля предпринимателей, оказывающих бизнес-услуги. В первую очередь это коснулось устоявшихся предпринимателей. Доля ранних предпринимателей в этом секторе практически не изменилась по сравнению с предыдущим годом. Отраслевая структура каждой страны уникальна, но в целом доля предпринимателей, занятых

оказанием услуг для бизнеса, является косвенным индикатором экономического развития страны: по мере экономического роста снижается доля компаний, занятых оказанием услуг потребителям, и увеличивается доля компаний, предоставляющих бизнес-услуги (Рис. 20). Значение этого показателя составляет 9,2 % в странах с низким значением ВВП на душу населения, 18,8 % — со средним, и 29,2 % — с высоким.

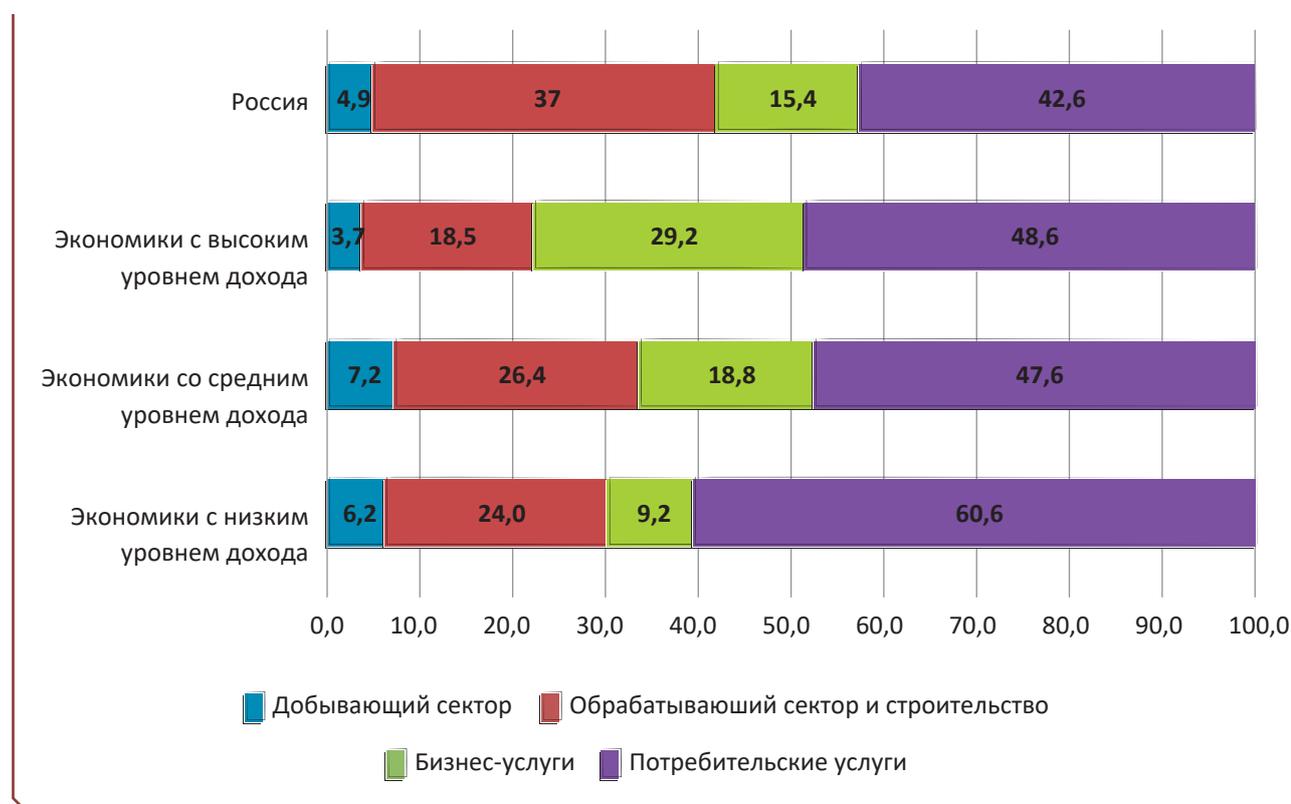


Рис. 20. Секторальное распределение ранних предпринимателей в странах с разным уровнем экономического развития, 2021, %

Источник: APS 2021



СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Для проведения исследования в каждой стране GEM использует четко структурированную, репрезентативную случайную выборку взрослого трудоспособного населения. Выборка отражает ключевые социально-демографические характеристики, такие как пол, возраст, уровень образования, доход, тип занятости и тип поселения. Анализ вовлеченности в предпринимательскую деятельность мужчин и женщин, представителей разных

возрастных групп, граждан с разным уровнем образования и типом занятости, жителей различных типов поселений позволяет создать уникальный портрет предпринимателя с учетом различных локальных и национальных социально-демографических особенностей, а также факторов, влияющих на них в каждой стране. В 2021 году к таким факторам во всем мире по-прежнему в первую очередь относятся последствия пандемии COVID-19.

ПОЛ

Для российского предпринимательства в целом характерно преобладание мужчин-предпринимателей на протяжении всех лет исследования GEM (с 2006 года). Лишь в 2019 году в гендерной структуре впервые наблюдалось

изменение в сторону преобладания женщин-предпринимателей (54,4 %), но затем распределение вернулось к привычной картине (2020—57,4 % мужчин-предпринимателей). В 2021 году доля предпринимателей-мужчин

составила 58,6 %. Показатели предпринимательской активности мужчин остаются по-прежнему стабильно выше как среди устоявшихся (54,8 % мужчин, 45,2 % женщин), так и среди ранних предпринимателей в целом (59,9 % мужчин к 40,1 % женщин). Такая же тенденция наблюдается среди нарождающихся предпринимателей (61,3 % мужчин и 38,7 % женщин) и владельцев нового бизнеса (59,1 % мужчин к 40,9 % женщин). При этом доля мужчин среди владельцев нового бизнеса за год выросла заметнее всего (2020–52,8 % мужчин, 47,2 % женщин).

В 2021 году ранняя предпринимательская активность мужчин остается выше предпринимательской активности женщин (Рис. 21): 10,2 % мужчин и 6,6 % женщин вовлечены в со-

здание нового бизнеса. Несмотря на то, что показатели для мужчин и женщин с 2019 года остаются выше средних показателей за предыдущие годы исследования, очевидно, что экономический кризис, вызванный условиями пандемии COVID-19, оказал более негативное влияние на раннюю предпринимательскую активность женщин. После ожидаемого общего снижения активности для представителей обоих полов в 2020 году (9,7 % мужчин, 7,3 % женщин) по сравнению с 2019 годом (10,2 % мужчин, 8,6 % женщин), в 2021 году этот показатель для мужчин вернулся к максимальному допандемийному значению, а для женщин отмечается продолжение снижения ранней предпринимательской активности.

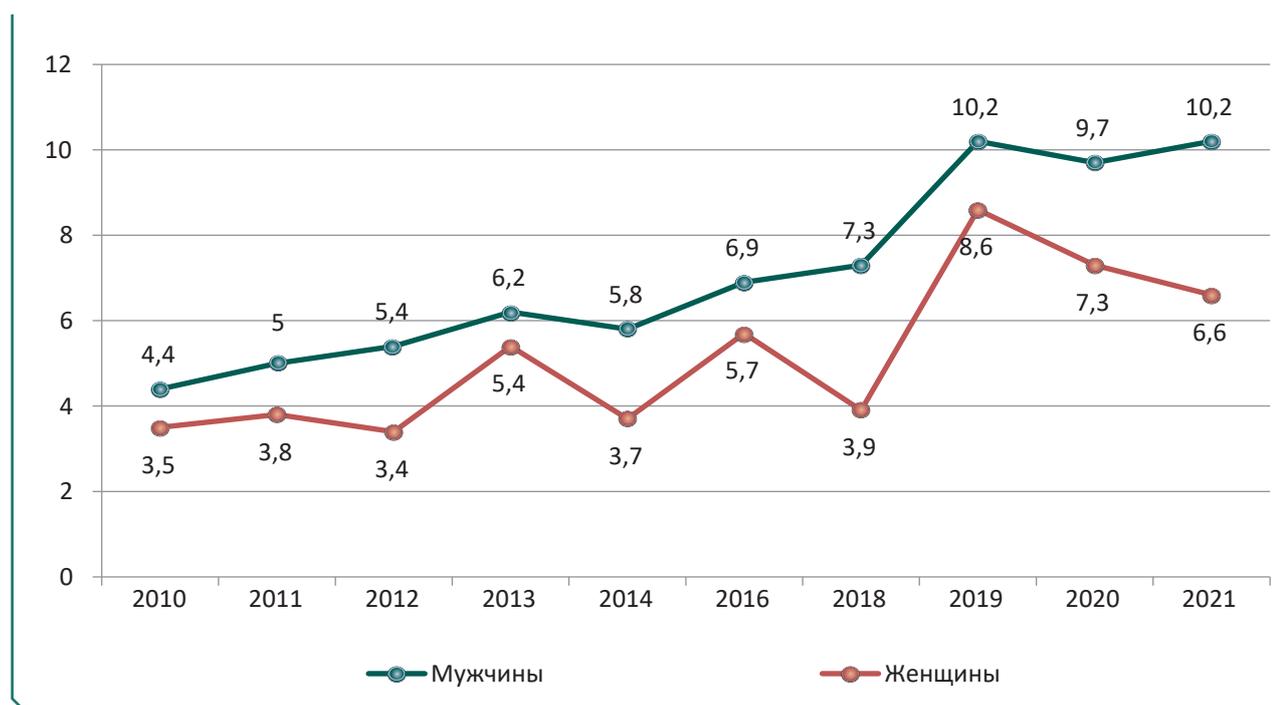


Рис. 21. Ранняя предпринимательская активность мужчин и женщин, 2010–2021, %
Источник: APS Russia 2010–2021

Эту же тенденцию иллюстрирует и относительный гендерный разрыв ранней предпринимательской активности (Рис. 22). В целом до 2019 года соотношение активности женщин-предпринимателей и активности

мужчин-предпринимателей отражало нестабильность гендерного распределения и скачкообразный характер вовлеченности женщин в раннее предпринимательство. Так, начиная с 2013 года при общем преобладании мужчин-

предпринимателей чередовались более равномерное гендерное распределение (например, в 2013-м, 2016-м и в 2019 году) и более выраженный разрыв между представителями обоих полов (например, в 2012-м, 2014-м и в 2018 году). В 2020 году гендерный разрыв

вновь плавно начал смещаться в пользу мужчин-предпринимателей, этот процесс продолжился и в 2021 году, вернувшись на уровень соотношения показателей 2012-го и 2014 года, когда на каждую женщину-предпринимателя приходилось примерно два мужчины-предпринимателя.

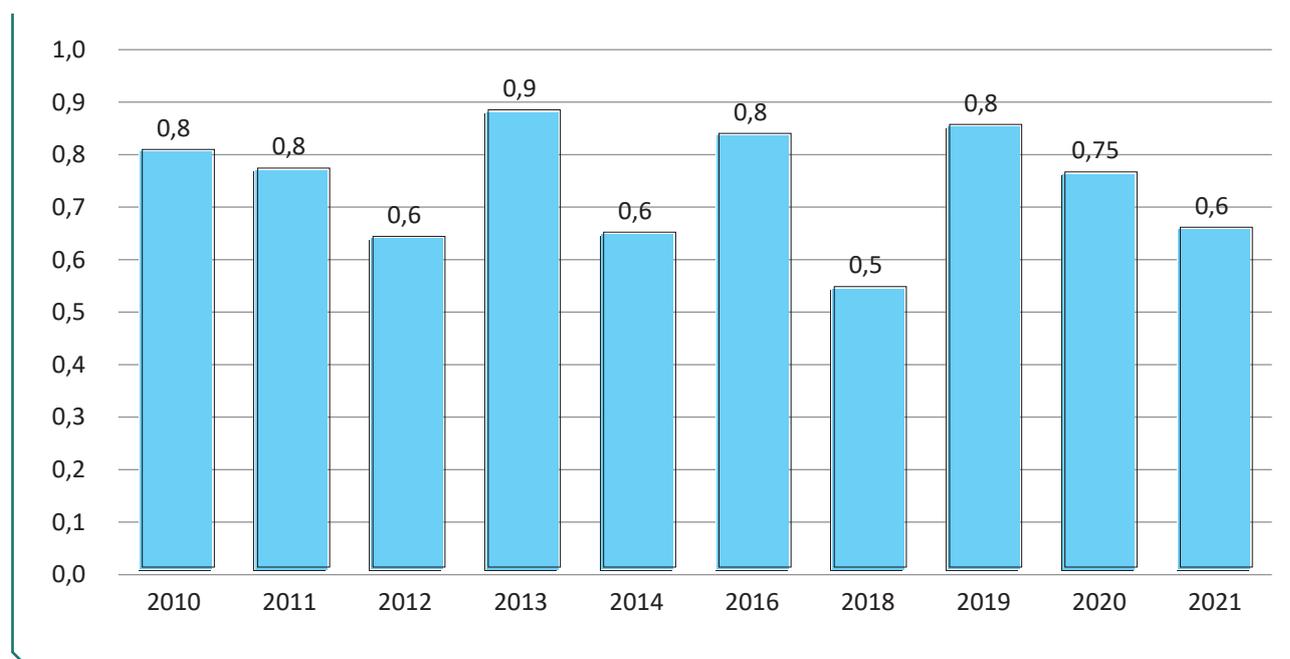


Рис. 22. Относительный гендерный разрыв ранней предпринимательской активности: соотношение женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей, 2010–2021

Источник: APS Russia 2010–2021

Таким образом, показатели 2021 года свидетельствуют о том, что в условиях пандемии COVID-19 мужчины-предприниматели быстрее адаптировались к изменившимся условиям и смогли вернуться к инициативам, связанным с открытием бизнеса. Женщины-предприниматели оказались более подверженными влиянию негативных экономических условий, они обращаются к предпринимательским инициативам в более благоприятные для экономики периоды и скорее выбирают работу по найму в периоды экономических кризисов. Процент нарождающихся предпринимателей для представителей обеих гендерных групп незначительно уменьшился

по сравнению с 2020 годом и составил 4,8 % мужчин (2020–5 %) и 2,8 % женщин (2020–3 %). Эти показатели свидетельствуют о продолжающемся как среди мужчин, так и среди женщин поиске возможностей адаптироваться к последствиям пандемии COVID-19 для реализации предпринимательских инициатив.

Динамика предпринимательской активности устоявшихся предпринимателей по годам представлена на Рис. 23. До 2012 года гендерная структура устоявшихся предпринимателей была представлена относительно равномерным соотношением мужчин и женщин. С 2013 года, несмотря на общий рост активности в обеих гендер-

ных группах, индекс активности мужчин-предпринимателей хоть и развивается скачкообразно, но остается стабильно выше, чем женщин-предпринимателей. После максимальных показателей за все годы наблюдений в 2016–2018 гг. (4,6 %) для женщин с 2019 года наблюдается постепенный спад устоявшейся предпринимательской активности. После незначительного роста этого показателя в 2020 году (2019–3,7 %, 2020–3,8 %), в 2021-м снова отмечается снижение активности устоявшихся предпринимателей-женщин до 3,1 %.

Активность устоявшихся предпринимателей-мужчин с 2014 года в целом характеризовалась поочередной сменой роста (2016–6 %, 2019–6,6 %) и падения (2014–4,6 %, 2018–5,2 %, 2020–5,6 %). В 2021 году активность предпринимателей-мужчин снизилась в 1,5 раза по сравнению с 2020 годом и составила 3,8 %. Таким образом, можно сделать вывод, что последствия пандемии COVID-19 крайне негативно сказались на устоявшейся предпринимательской активности представителей обеих гендерных групп.

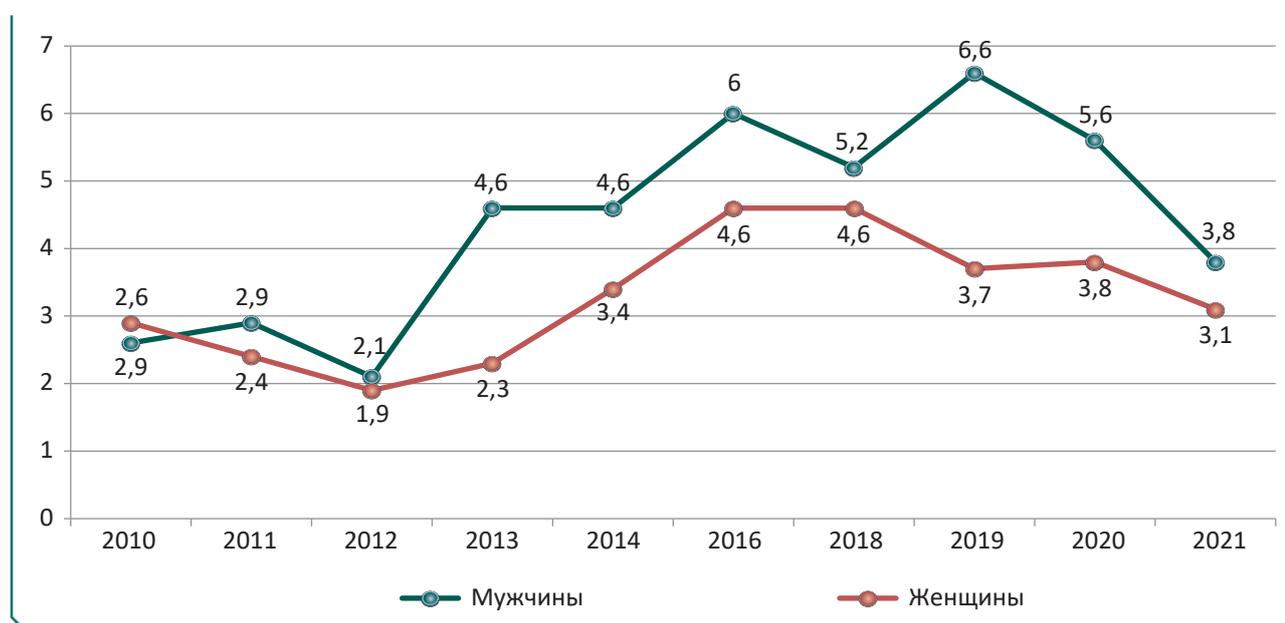


Рис. 23. Активность устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2010–2021, %

Источник: APS Russia 2010–2021

Общую картину изменений вовлеченности мужчин и женщин в раннее и устоявшееся предпринимательство по годам можно увидеть через соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей в обеих гендерных группах (Рис. 24). Этот показатель неоднороден на протяжении всего исследования. Для мужчин до 2012 года была характерна большая вовлеченность в раннее предпринимательство с резкими скачками в 2012-м (2,6), падениями в 2013-м (1,3) и после-

дующим постепенным ростом превалирования их вовлеченности в предпринимательские инициативы вплоть до 2020 года (1,7). В 2021 году рост не только продолжился, но и был отмечен резким скачком до рекордного за все годы исследования показателя соотношения ранней и устоявшейся предпринимательской деятельности мужчин (2,7). Для женщин характерна более волнообразная картина соотношения ранней и устоявшейся предпринимательской деятельности.

До 2012 года женщины в целом были меньше вовлечены в предпринимательскую активность на стадии зрелости, но в 2013 году соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей-женщин было практически вдвое больше, чем у мужчин. В 2014–2016 гг. соотношение мужчин и женщин в раннем и устоявшемся бизнесе было равным (1,2 для обеих гендерных групп), то есть распределение по двум типам предпринимательской активности было максимально равномерным. В 2018 году женщины были больше вовлечены в устоявшийся бизнес, а в 2019-м в создание нового бизнеса. В 2020 году женщины вновь отдали большее предпочтение устоявшемуся бизнесу (1,9), хотя в целом остались

более открытыми новым предпринимательским инициативам, чем мужчины-предприниматели. В 2021 году соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей-женщин незначительно изменилось в сторону открытия нового бизнеса. Таким образом, в целом можно отметить, что в последние два года в условиях пандемии COVID-19 мужчины показали большую готовность к поиску возможностей для открытия бизнеса в новых экономических реалиях. Женщины же демонстрируют более осторожное предпринимательское поведение в условиях приспособления к кризису, сочетая новые предпринимательские инициативы с сохранением уже существующих бизнесов.

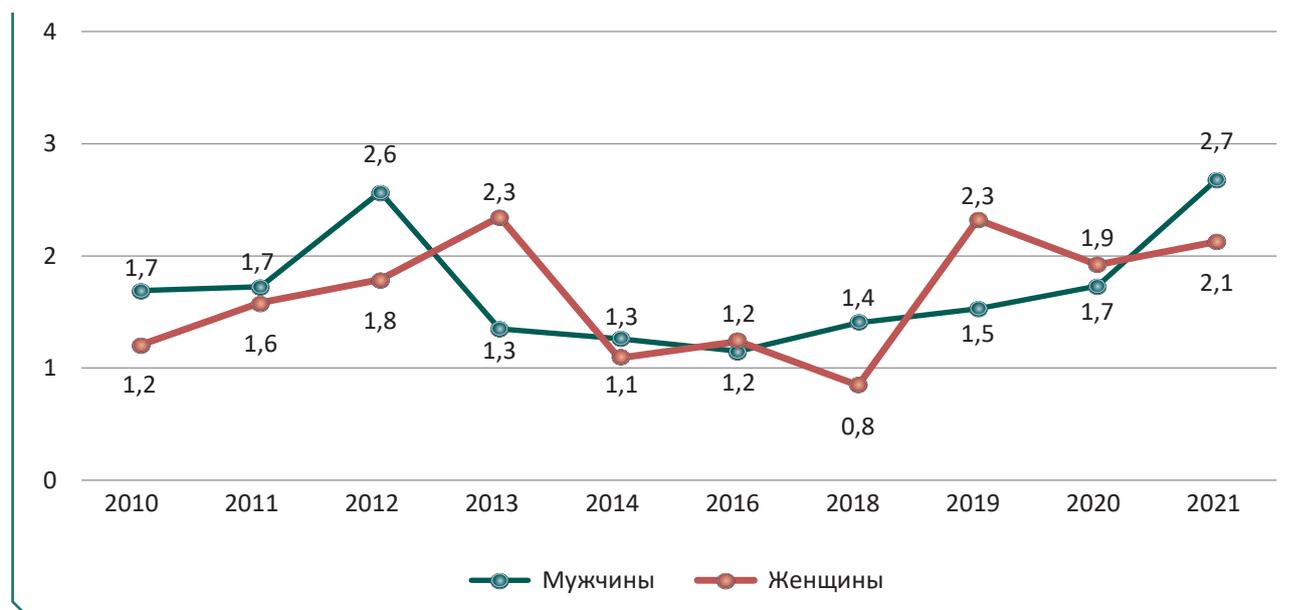


Рис. 24. Соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2010–2021
Источник: APS Russia 2010–2021

ВОЗРАСТ

В 2021 году средний возраст российского предпринимателя составляет 39 лет. Возраст типичного раннего предпринимателя — 37 лет. Владельцы устоявшегося бизнеса несколько старше, их средний возраст составляет 43 года.

Распределение предпринимательской активности по возрастным группам (Рис. 25) претерпело изменения. Наиболее ощутимо в 2021 году снизилась вовлеченность молодежи в предпринимательство: активность групп 25–34 года (2020–17 %)

и 18–24 года (2020–15,1 %) составила в обеих группах 12,2 %. Самая возрастная группа 55–64 года по-прежнему стабильно менее остальных вовлечена в предпринимательство, а после пика предпринимательской активности в 2020 году для нее отмечается заметное снижение (2020–6,3 %, 2021–5,2 %). В 2021 году группа 35–44 года стала не только самой активной, но и единственная среди всех возрастных групп продемонстрировала рост предпринимательской активности по сравнению с 2020 годом (2020–13,7 %, 2021–15,8 %). Представители возрастной группы 45–54 года с 2018 года показывали рост вовлеченности в предпринимательскую деятельность (2018–9,5 %, 2019–12,6 %, 2020–13,7 %), а в 2021 году было отмечено лишь незначительное снижение активности по сравнению с прошлым годом

(2021–13,6 %). Таким образом, данные 2021 года показывают, что в условиях пандемии COVID-19 распределение предпринимательской активности по возрастным группам претерпевает видимые изменения. Молодые люди и представители старшего поколения в условиях пандемии COVID-19 все реже рассматривают предпринимательство в качестве варианта карьерного выбора и отдают предпочтение стабильной работе по найму. Представители средних возрастных групп, напротив, демонстрируют более активную вовлеченность в предпринимательские инициативы, что свидетельствует об их готовности в условиях экономического кризиса брать на себя риски и рассматривать предпринимательство в качестве основного способа адаптации к сложным экономическим условиям и получения заработка.

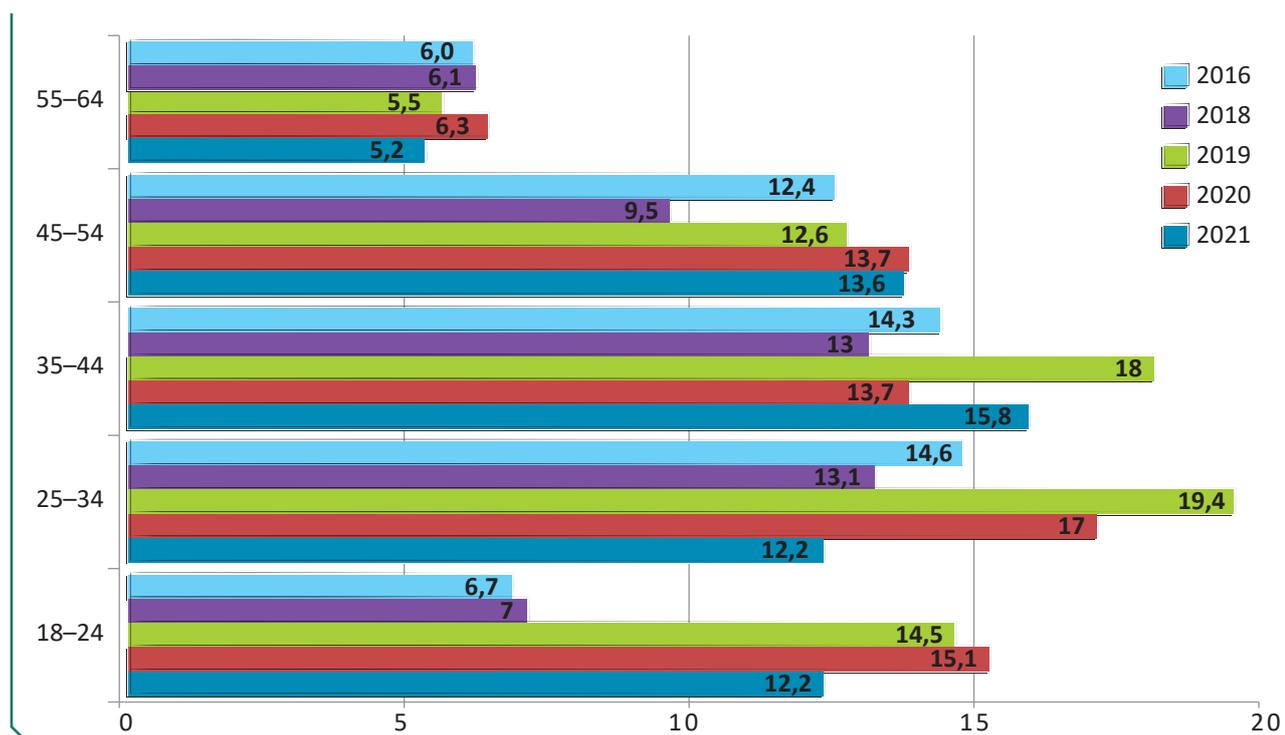


Рис. 25. Предпринимательская активность представителей различных возрастных групп, 2016–2021, %

Источник: APS Russia 2016–2021

Более детальное рассмотрение по группам предпринимателей говорит о том, что в 2021 году произошли изменения (Рис. 26). Если в 2020 году

наибольшее количество ранних предпринимателей было отмечено в группе 18–24 года, то в 2021 году наибольшую активность в открытии нового бизнеса

проявила группа 25–34 года, несмотря на снижение активности в этой группе в целом (2021–10,7 %, 2020–12,2 %). Рост ранней предпринимательской активности отмечается только в возрастных группах 35–44 года (2021–10,4 %, 2020–8 %) и 55–64 года (2021–3,4 %, 2020–2,2 %). Наиболее заметный спад активности произошел среди молодых ранних предпринимателей в возрасте 18–24 года (2021–10,2 %, 2020–14,1 %). Сократилась в раннем предпринимательстве и доля возрастной группы 45–54 года (2021–7,3 %, 2020–8,6 %).

Среди устоявшихся предпринимателей наиболее активной в 2021 году является группа 45–54 года, при этом по сравнению с прошлым годом активность устоявшихся предпринимателей этого возраста выросла (2021–6,5 %, 2020–5,1 %). Если по данным 2020 года самыми активными были представители группы 35–44 года, то в 2021 году показатели их активности несколько снизились (2021–5,6 %, 2020–5,9 %). Наиболее заметный рост устоявшейся предпринимательской активности продемонстрировала возрастная группа 18–24 года, ее показатели выросли вдвое (2021–2 %, 2020–1 %). Для остальных возрастных групп зафиксировано резкое падение вовлеченности в устоявшийся бизнес. Так, показатель для группы 25–34 года упал в 2021 году более чем в три

раза (2021–1,6 %, 2020–5 %), а для возрастной группы 55–64 года — более чем в два раза (2021–1,8 %, 2020–4,1 %). В целом представители трех молодых возрастных групп по-прежнему больше вовлечены в раннюю предпринимательскую активность, чем в устоявшуюся, причем в 2021 году все три группы продемонстрировали примерно одинаковый уровень активности в открытии нового бизнеса. Для возрастной группы 45–54 года соотношение активности по-прежнему остается в пользу ранних предпринимателей, но отмечается рост активности и в устоявшемся бизнесе. Наиболее примечательна ситуация в группе 55–64 года, где за год произошли зеркальные изменения, и доля респондентов, вовлеченных в создание нового бизнеса, стала практически вдвое выше, чем доля вовлеченных в устоявшийся бизнес. Таким образом, общая картина предпринимательской активности возрастных групп в 2021 году отражает преобладание ранней предпринимательской деятельности среди респондентов всех возрастов (во всех пяти возрастных группах) с заметным ростом вовлеченности в нее представителей возрастной группы 35–44 года. В устоявшийся же бизнес активнее всего вовлечены представители среднего возраста (возрастные группы 35–44 года и 45–54 года).

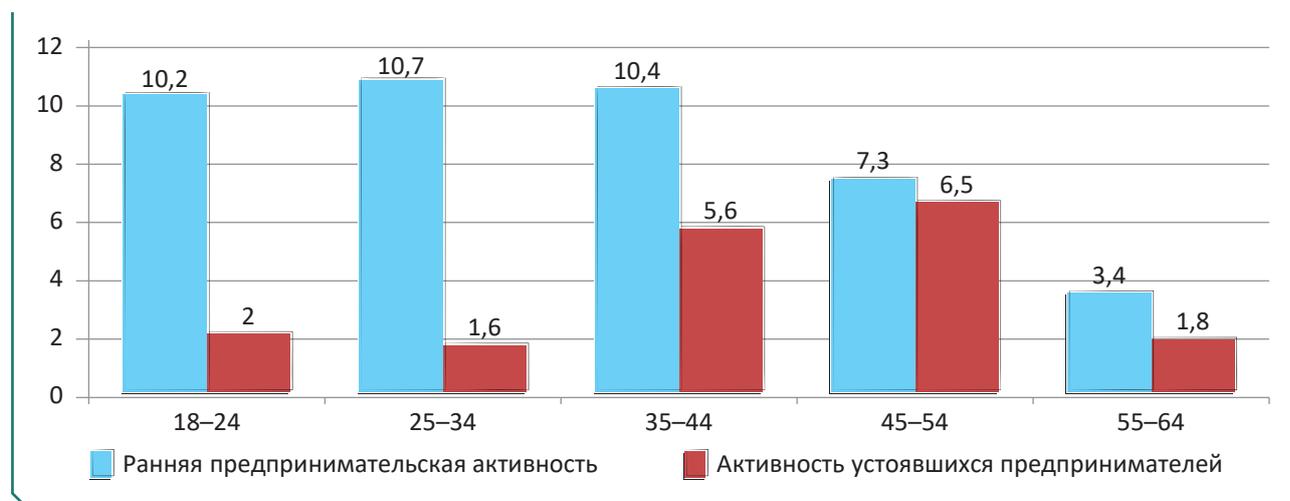


Рис. 26. Предпринимательская активность разных возрастных групп, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

Произошедшие изменения отразились и на распределении ранних и устоявшихся предпринимателей по возрастным группам в 2021 году менее однородно, чем в 2020 году (Рис. 27). Среди ранних предпринимателей по-прежнему наиболее активна возрастная группа 25–34 года (31,1 %), хотя в целом активность данной группы снижается на протяжении последних трех лет (2020–34,7 %, 2019–39,2 %). Также ощутимое снижение в структуре ранней предпринимательской активности отмечено для самой молодой возрастной группы 18–24 года (2021–12,6 %, 2020–16,8 %) и возрастной группы 45–54 года (2021–17,4 %, 2020–19,2 %). Доля остальных возрастных групп возросла, в частности, наиболее заметно выросла ранняя предпринимательская активность группы 35–44 года (2021–29,9 %, 2020–23,4 %). Активность самых возрастных ранних предпринимателей группы 55–64 года в 2021 году выросла в полтора раза и составила 9 % (2020–6 %).

Среди устоявшихся предпринимателей произошли более заметные изменения. Доля группы 35–44 года заметно выросла (2021–37 %, 2020–31,2 %), и эта группа по-прежнему пред-

ставляет большинство устоявшихся предпринимателей. Значительный рост отмечается также для группы 45–54 года (2021–35,6 %, 2020–20,4 %). Доля молодежи в возрасте 18–24 года также продемонстрировала резкий скачок активности в ведении устоявшегося бизнеса, за год показатель для этой возрастной группы вырос более чем в два раза и в 2021 году составил 5,5 % (2020–2,2 %). Для остальных возрастных групп напротив наблюдается резкое снижение устоявшейся предпринимательской активности: доля молодых людей в возрасте 25–34 года сократилась более чем вдвое (2020–25,8 %), а доля самой возрастной группы устоявшихся предпринимателей в возрасте 55–64 года сократилась практически в два раза (2020–20,4 %) и для обеих групп в 2021 году составила 11 %. Если наиболее возрастная группа 55–64 года уже не первый год демонстрирует скачкообразные изменения вовлеченности в устоявшееся предпринимательство (2018–20 %, 2019–8,5 %, 2020–20,4 %), то доля молодых людей в возрасте 25–34 года такое резкое сокращение продемонстрировала впервые за последние годы исследований (2018–20 %, 2019–22,3 %).

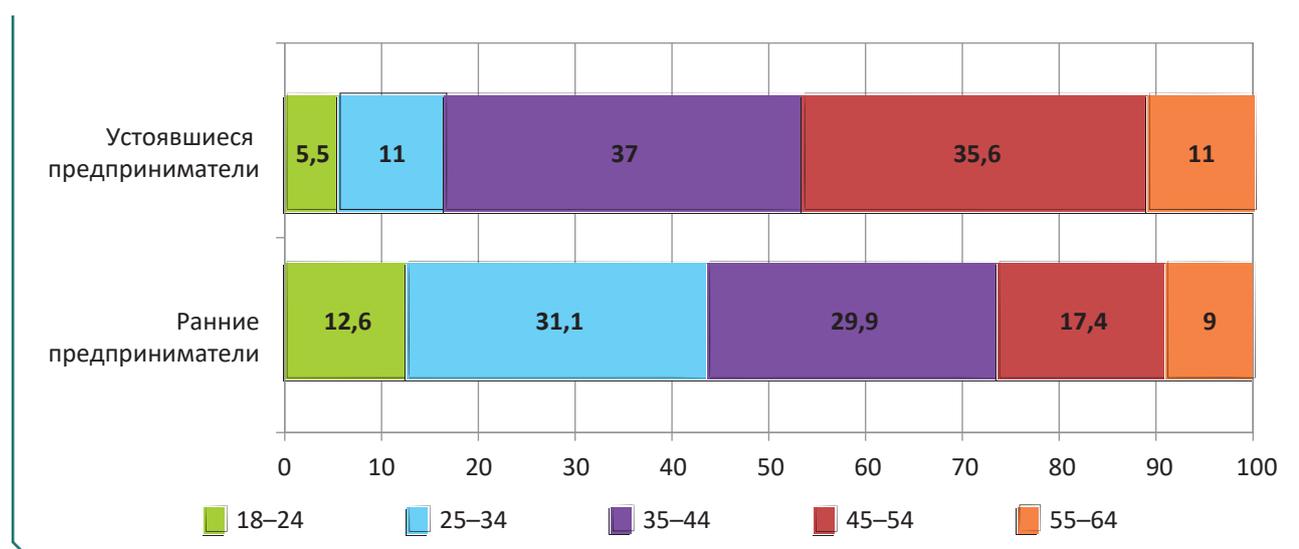


Рис. 27. Предпринимательская активность по возрастным группам среди устоявшихся и ранних предпринимателей, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

ОБРАЗОВАНИЕ

На Рис. 28 представлены индексы активности в 2021 году ранних и устоявшихся предпринимателей с разным уровнем образования.

В 2021 году наиболее активно в раннюю предпринимательскую деятельность вовлечены респонденты с незаконченным высшим образованием. По сравнению с 2020 годом, индекс активности ранних предпринимателей в этой группе значительно вырос (2021–16,9 %, 2020–12,6 %). Несмотря на небольшое снижение, в 2021 году остается высоким индекс активности и ранних предпринимателей с высшим образованием (2021–11,76 %, 2020–12,6 %). Вовлеченность в открытие нового бизнеса среди респондентов со средним образованием незначительно выросла (2021–6,7 %, 2020–6,1 %), а среди респондентов с незаконченным средним образованием, напротив, отмечается резкое снижение ранней предпринимательской активности (2021–1,9 %, 2020–5,2 %). Среди устоявшихся предпринимателей наиболее вовлеченными в ведение бизнеса остаются респонденты с высшим образованием, хотя в 2021 году отмечается заметное снижение

индекса их активности (2021–5,8 %, 2020–9,2 %). В два раза вырос индекс активности владельцев устоявшегося бизнеса с незаконченным высшим образованием (2021–4,2 %, 2020–2 %). Индекс активности устоявшихся предпринимателей со средним образованием незначительно вырос (2021–2,8 %, 2020–2,7 %), а респонденты с незаконченным средним образованием по-прежнему остаются в целом не вовлечены в ведение устоявшегося бизнеса. Для устоявшихся предпринимателей в 2021 году можно отметить резкий рост вовлеченности респондентов с незаконченным высшим образованием и заметное падение активности предпринимателей с высшим образованием. Для ранних предпринимателей в целом отмечается резкий рост вовлеченности в открытие нового бизнеса респондентов с незаконченным средним и незаконченным высшим образованием. Также примечательно, что респонденты с незаконченным высшим образованием более чем в четыре раза активнее вовлечены в открытие нового бизнеса, чем в устоявшееся предпринимательство.

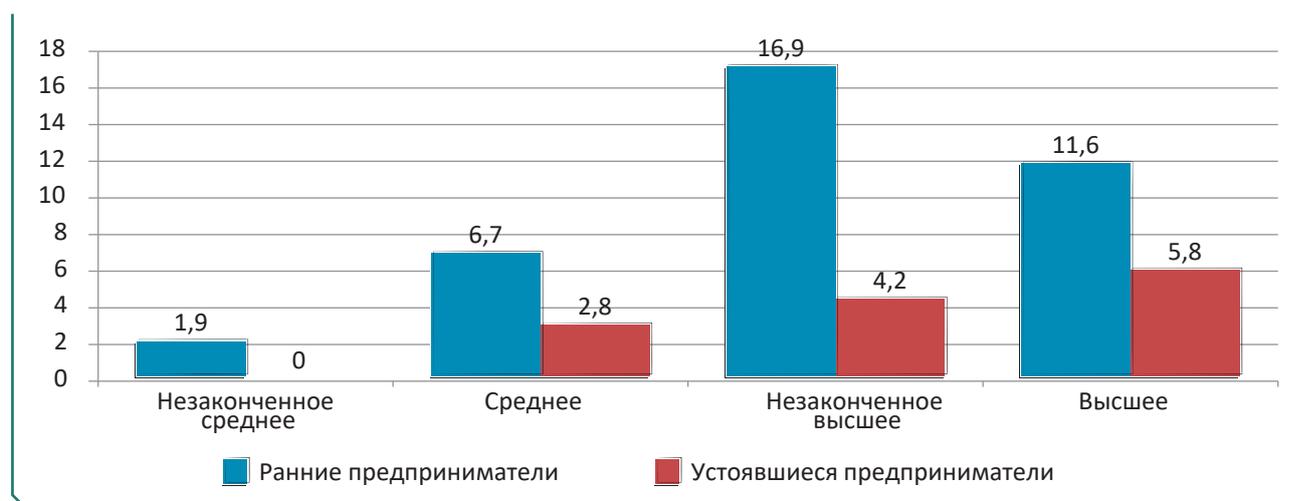


Рис. 28. Индексы предпринимательской активности респондентов с разным уровнем образования, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по уровню образования (Рис. 29 и Рис. 30) остается неоднородным. Для ранних предпринимателей возвращается преобладание респондентов со средним образованием, отмечавшееся в целом на протяжении всех лет исследования, за исключением 2020 года. В 2021 году 48,5 % ранних предпринимателей имеют высшее образование, а среднее — 43,1 %. Для устоявшихся предпринимателей в 2021 году изменения не менее значительны. Несмотря на то, что, как и в прошлом году, преобладают респонденты с высшим образованием, их доля упала практически на треть: с 64,5 % в 2020-м до 46,6 % в 2021-м. Доля устоявшихся предпринимателей со средним образованием напротив резко выросла (2021—49,3 %, 2020—34,4 %). Таким образом, наблюдается диаметрально противоположная картина в показателях по сравнению с 2020 годом. Представленные графики иллюстрируют насколько динамично меняется внутреннее

распределение предпринимателей по уровню образования в зависимости от внешних условий, в том числе от изменений в экономической ситуации. Если в начале пандемии COVID-19 и ранние, и устоявшиеся предприниматели с высшим образованием чаще отдавали предпочтение бизнесу в качестве основного источника заработка, то в условиях затяжного экономического кризиса, вызванного последствиями пандемии, предприниматели с высшим образованием, в первую очередь владельцы устоявшегося бизнеса, начинают выбирать работу по найму в качестве более стабильного и гарантированного источника заработка. Для ранних и устоявшихся предпринимателей со средним образованием распределение выглядит зеркально: в начале пандемии они скорее были склонны к выбору работы по найму, а по прошествии двух лет вновь чаще отдают предпочтение развитию собственного бизнеса как основного источника заработка.

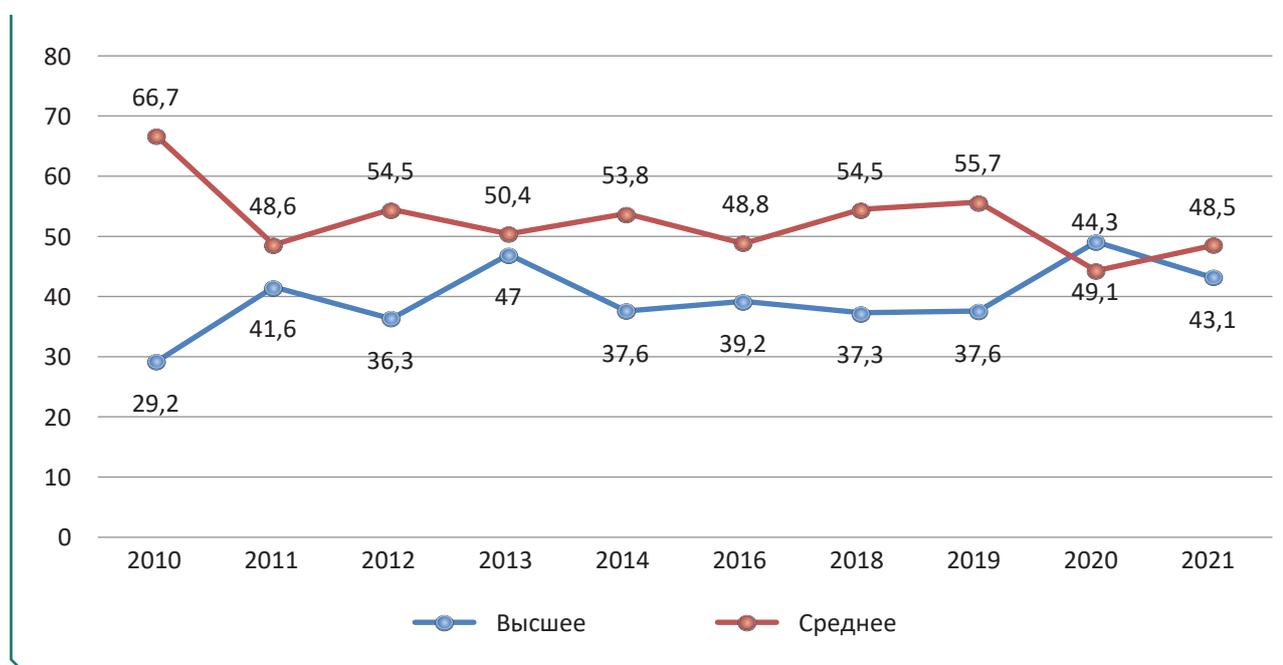


Рис. 29. Распределение ранних предпринимателей по уровню образования, 2010–2021, %

Источник: APS Russia 2010–2021

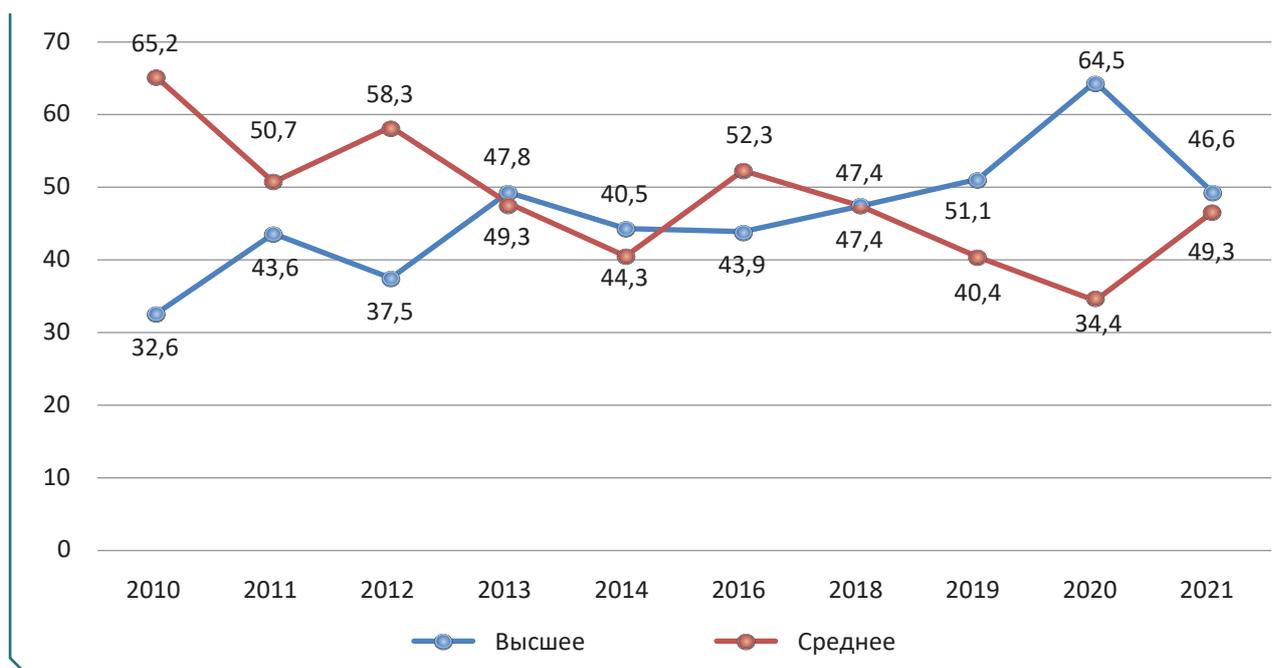


Рис. 30. Распределение устоявшихся предпринимателей по наличию высшего и среднего образования, 2010–2021, %

Источник: APS Russia 2010–2021

GEM ежегодно проводит сравнительный анализ индекса образованности предпринимателей среди стран — участниц исследования. На протяжении всех лет исследования и ранние, и устоявшиеся предприниматели из России стабильно относились к числу самых высокообразованных.

В 2018 и 2019 годах Россия была на втором месте по индексу образованности, а в 2020 году вышла на первое место, обогнав ОАЭ. В 2021 году впервые за последние годы исследования Россия опустилась на шестое место, уступив США, Румынии, Израилу, Люксембургу и Казахстану.

ТИП ЗАНЯТОСТИ

Дополнением к портрету российского предпринимателя выступает распределение по основным типам занятости. В 2021 году 34,2 % респондентов, вовлеченных в предпринимательство, продолжали трудовую деятельность по найму (с полной или частичной занятостью), 3 % респондентов не имели официального места работы, а 4,2 % относились к группе студентов и пенсионеров.

На Рис. 31 представлен индекс ранней предпринимательской активности в России по основным типам занятости за послед-

ние четыре года исследования. В 2020 году во всех группах занятости произошел спад вовлеченности в открытие нового бизнеса. Данные 2021 года свидетельствуют о том, что значительных изменений за прошедший год не наблюдалось. Респонденты, работающие по найму, в 2021 году по-прежнему наиболее активно вовлечены в раннее предпринимательство, индекс их активности незначительно снизился (2021–10,7 %, 2020–10,9 %). Индекс для группы безработных в 2020 году заметно снизился, а в 2021 году продемонстрировал

незначительный рост (2021–2,1 %, 2020–2 %). Группа студентов и пенсионеров остается наименее вовлеченной в предпринимательские

инициативы, но после резкого спада активности в 2020 году индекс вовлеченности этой группы немного вырос (2021–0,6 %, 2020–0,4 %).

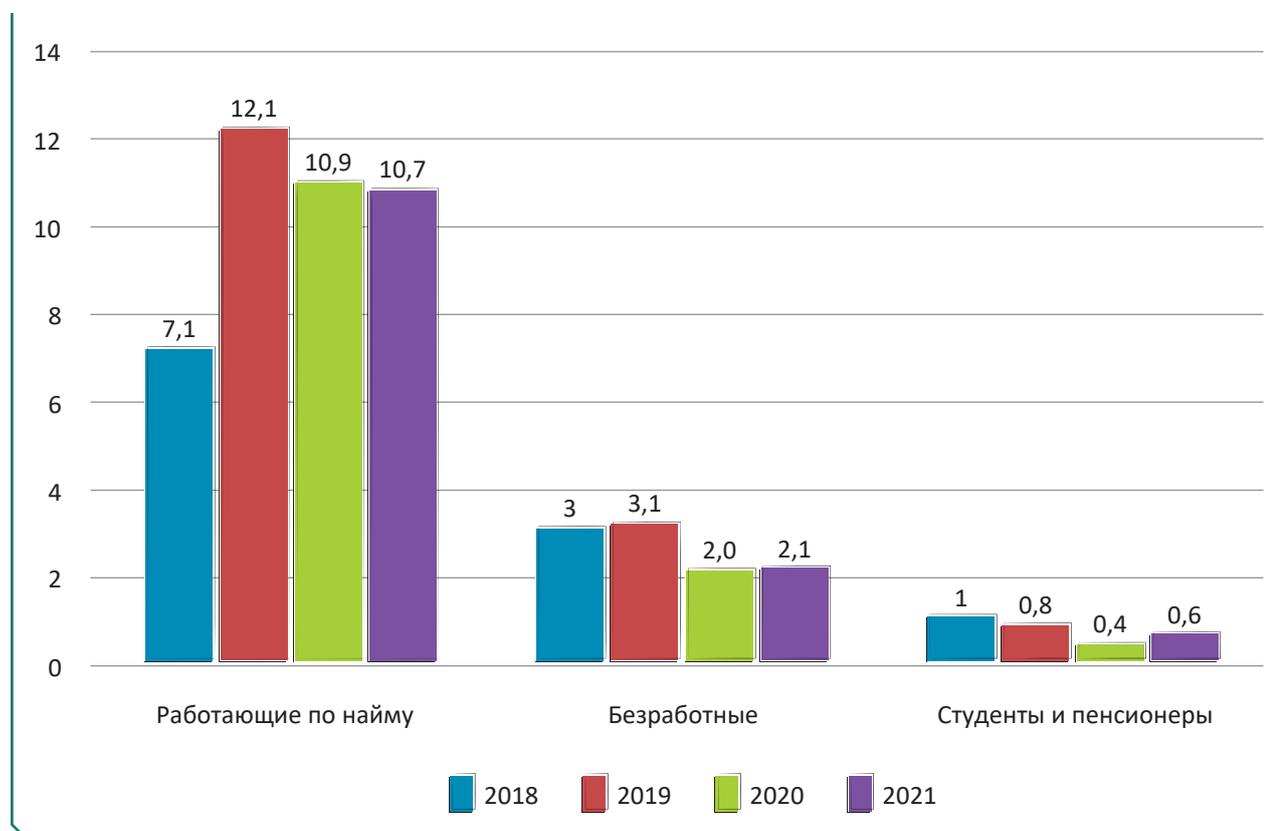


Рис. 31. Индекс ранней предпринимательской активности по типам занятости, 2018–2021, %
Источник: APS Russia 2018–2021

Уже очевидно, что пандемия COVID-19 кардинальным образом изменила условия и возможности для осуществления предпринимательской деятельности во всем мире. Данные GEM 2020–2021 гг. позволяют оценить, какое влияние оказала пандемия на предпринимательскую активность в России по нескольким группам занятости. На Рис. 32 представлены данные о предпринимательской активности респондентов 2020 и 2021 годов по трем типам занятости: работающие по найму (с полной или частичной занятостью), самозанятые и находящиеся в поиске работы — до начала пандемии COVID-19 и в ее условиях. Для респондентов

обоих циклов исследования показатели находятся примерно на одном уровне, и в целом заметна общая тенденция: в условиях пандемии отмечается рост предпринимательской активности тех, кто находится в поиске работы или является самозанятым, и, напротив, снижается вовлеченность в создание бизнеса среди тех, кто работает по найму. Согласно данным 2021 года в период пандемии активность группы респондентов, работающих по найму, значительно снизилась (46,8 % — до COVID-19, 34,2 % — в условиях COVID-19), активность самозанятых заметно выросла (70,9 % — до пандемии, 83,1 % — в условиях

пандемии), а для тех, кто находится в поиске работы, отмечается минимальный рост вовлеченности в бизнес (3,8 % — до пандемии, 4,2 % — в условиях пандемии). Это позволяет сделать вывод о том, что в условиях пандемии COVID-19 многие респонденты, имеющие стабильную работу, скорее отказываются от предпринимательских инициатив, а самозанятые и безработные (находящиеся в поиске

работы), наоборот, пытаются адаптироваться к сложившимся экономическим условиям, открывая бизнес. Примечательно, что показатель предпринимательской активности самозанятых до пандемии в 2020 году (77,1 %) заметно выше, чем в 2021-м. Это может означать, что среди самозанятых респондентов 2021 года есть часть тех, кто открыл свой бизнес уже в условиях COVID-19.

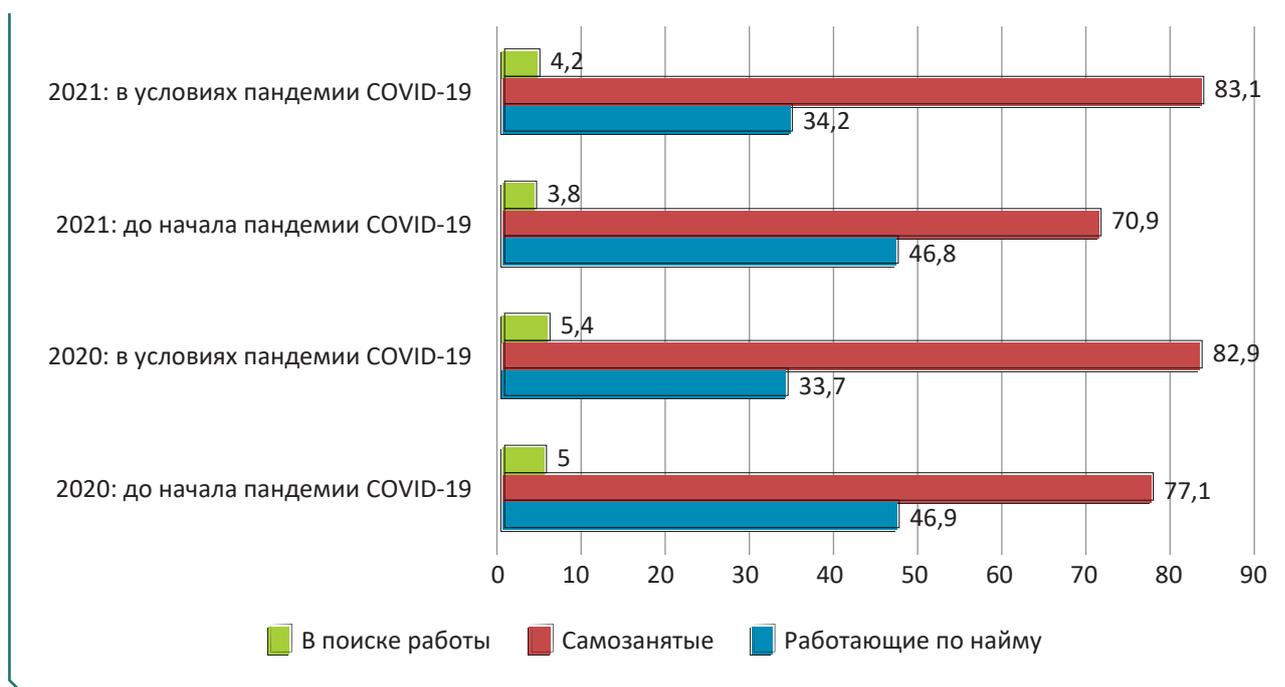


Рис. 32. Предпринимательская активность по типам занятости до и в условиях пандемии COVID-19, 2020–2021, %
Источник: APS Russia 2021

ТИП НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА

Среда для осуществления предпринимательской деятельности определяется условиями населенного пункта и региона проживания. Качество инфраструктуры, уровень доходов, плотность населения и другие локальные факторы влияют на возможности развития предпринимательства.

В целом, так же как и в 2020 году во всех типах населенных пунктов преобладает раннее

предпринимательство (Рис. 33). Однако, если в 2020 году больше всего ранних предпринимателей наблюдалось в городах от 100 до 500 тысяч жителей и от 500 до миллиона жителей, то в 2021 году лидерами по раннему предпринимательству выступают города-миллионники. Показатель для этого типа поселения вырос и составил 10,9 % (2020–8,8 %). Для городов с населением до 100 тысяч жителей (2021–6,5 %,

2020–7,5 %), от 100 до 500 тысяч жителей (2021–9,8 %, 2020–10,4 %) и от 500 тысяч до миллиона жителей (2021–9,7 %, 2020–10,4 %), напротив, отмечается ощутимое снижение ранней предпринимательской активности. Наиме-

нее активно в раннее предпринимательство в 2021 году по-прежнему вовлечены жители сельской местности, активность по открытию новых бизнесов здесь также продолжает снижаться (2021–5,6 %, 2020–6,2 %).

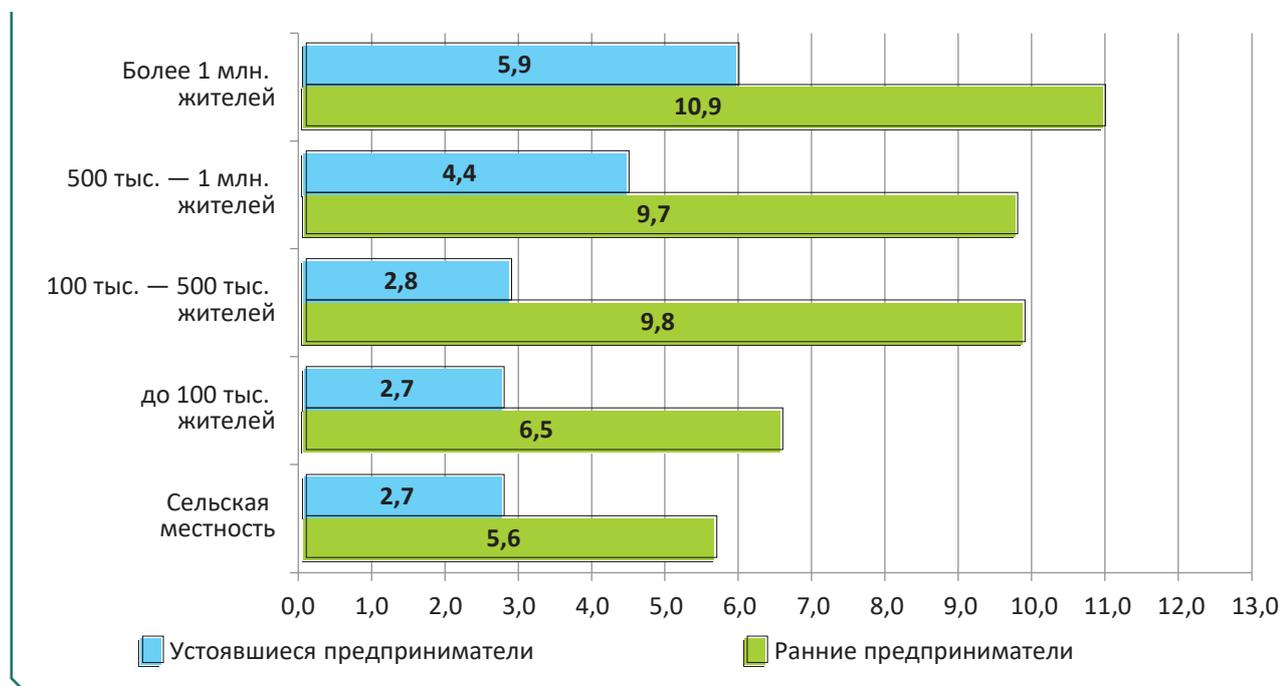


Рис. 33. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по типу поселения, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

Для устоявшихся предпринимателей картина распределения предпринимательской деятельности по типам поселений также изменила свои черты. Спад активности зафиксирован в четырех типах населенных пунктов из пяти. Практически в два раза снизилась вовлеченность в ведение устоявшегося бизнеса в городах с населением от 100 до 500 тысяч жителей (2021–2,8 %, 2020–5,3 %). Менее значительный спад устоявшейся предпринимательской активности зафиксирован для сельской местности (2020–2,9 %) и городов до 100 тысяч жителей (2020–3,2 %), для этих типов поселения показатель в 2021 году составил 2,7 %, что является самым низким процентом вовлеченности в устоявшийся бизнес среди всех типов

населенных пунктов в 2021 году. Активность в городах от 500 тысяч до 1 миллиона жителей осталась на уровне 2020 года и составила 4,4 %. Несмотря на то, что в городах-миллионниках вовлеченность в устоявшийся бизнес также заметно снизилась (2021–5,9 %, 2020–7,2 %), в 2021 году в этом типе поселения по-прежнему фиксируются максимальные значения устоявшейся предпринимательской активности.

В целом, в 2021 году во всех типах поселений отмечается снижение вовлеченности и в ранний, и в устоявшийся бизнес. Исключение составляют города-миллионники, где количество вновь открываемого бизнеса продемонстрировало значительный рост. Также в городах-миллионниках отмечаются самые

высокие показатели вовлеченности и в новые предпринимательские инициативы, и в ведение существующего бизнеса среди всех типов населенных пунктов. Жители сельской местности и малых городов по-прежнему менее вовлечены и в раннюю, и в устоявшуюся предпринимательскую деятельность, чем жители средних и крупных городов. В отношении устоявшихся бизнесов наибольшую стабильность вовлеченности демонстрируют крупные города от 500 тысяч до миллиона жителей.

Различаются типы населенных пунктов и по уровню предпринимательских намерений. Индекс предпринимательских намерений в разных типах поселений представлен на Рис. 34. В целом, в 2021 году можно отметить общее снижение данного показателя во всех пяти типах населенных пунктов. Наиболее заметен спад в намерении открыть новый бизнес в городах от 500 тысяч до миллиона жителей: если в 2020 году индекс предпринимательских

намерений в этом типе поселения был самым высоким (10,9%), то в 2021 году, сократившись почти в четыре раза, он составил лишь 2,9% и стал самым низким среди всех населенных пунктов. Более других нацелены на открытие нового бизнеса в 2021 году респонденты из городов с населением от 100 до 500 тысяч жителей (2021–9,5%, 2020–10,6%), незначительно меньшую готовность демонстрируют жители городов с населением до 100 тысяч жителей (2021–9,4%, 2020–10,4%) и городов-миллионников (2021–9%, 2020–10,2%). Жители сельской местности, чей индекс предпринимательских намерений традиционно был самым низким, в 2021 году, даже несмотря на небольшое снижение готовности открыть бизнес (2021–7,7%, 2020–8,1%), на фоне неожиданно низкого показателя в городах с населением от 500 тысяч до миллиона жителей выглядят более открытыми к предпринимательским инициативам.

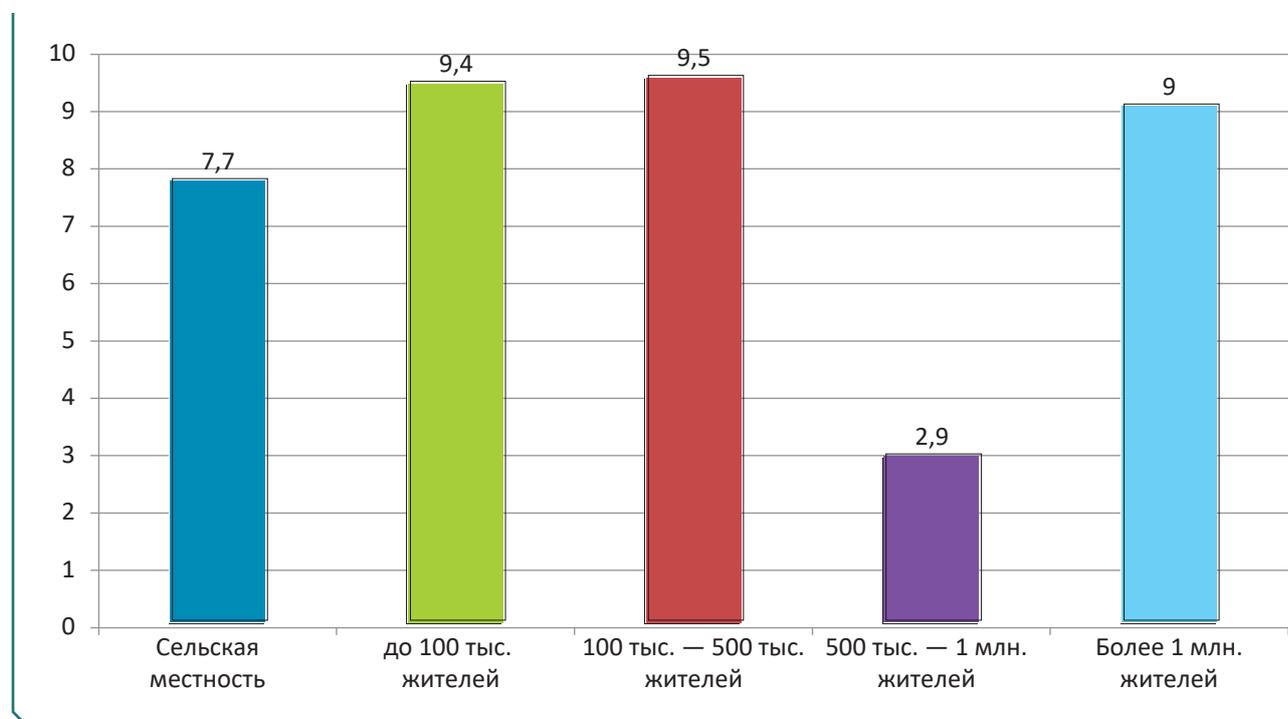


Рис. 34. Индекс предпринимательских намерений в разных типах населенных пунктов, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

Таким образом, можно сделать вывод, что в 2021 году респонденты в целом реже стали задумываться о возможном открытии бизнеса в ближайшие годы во всех типах поселений от сельской местности до городов-миллионников. При этом жители крупных городов (от 500 тысяч до миллиона жителей) стали значительно менее других открыты для предпринимательских инициатив, чем в предыдущие периоды исследований. Оценка предпринимательских намерений в 2021 году с одной стороны может

свидетельствовать о том, что с течением времени в условиях пандемии COVID-19 вновь начинают появляться возможности поиска стабильной работы по найму, и, возможно, предпринимательство уже в меньшей степени рассматривается в качестве вынужденного способа заработка. С другой стороны, снижение индекса предпринимательских намерений может также свидетельствовать о том, что предпринимателям сложно адаптироваться к новым экономическим реалиям и найти возможности и ресурсы для открытия бизнеса.



НЕФОРМАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ

Для открытия нового бизнеса нужны ресурсы, в том числе финансовые. Неформальные инвесторы предоставляют финансирование для чужого нового бизнеса, как правило, для семьи или друзей. Большинство новых предприятий начинают с очень ограниченного финансирования — часто это личные ресурсы, включающие сбережения, кредиты и то, что можно одолжить у семьи и друзей. Неформальные инвестиции могут иметь критически важное значение для стартапов и предоставляться в тех случаях, когда коммерческие кредитные учреждения опасаются инвестировать.

В 2021 году 4 % респондентов инвестировали в развитие чужого бизнеса. В среднем доля неформальных инвесторов в странах-участницах составляет 7,2 %. Однако, если в Японии доля инвестировавших в чужой новый бизнес составила менее 2 %, то в Казахстане почти 32 % за последние три года выступили неформальными инвесторами.

Инвестирование в чужой стартап — деятельность с высоким риском, и это влияет на сумму возможных вложений. Размер финансовых ресурсов, выделяемый респондентами в 38,4 % случаев,

Неформальные инвестиции могут иметь критически важное значение для стартапов и предоставляться в тех случаях, когда коммерческие кредитные учреждения опасаются инвестировать.

не превышал 50 тыс. руб. (Рис 35). Более 500 тыс. руб. вложили лишь 14,5 % респондентов из числа неформальных инвесторов.

В России неформальных инвесторов больше среди мужчин: 5,1 % против 3,2 % у женщин. Наиболее активна в инвестировании чужого бизнеса возрастная группа 35–44 года (4,8 %). Старшие возрастные группы менее активно принимают участие в финансировании чужих бизнесов — около 3 %. Прогнозируемо чаще инвестируют респонденты с более высоким уровнем дохода. Большинство неформальных инвесторов осуществляют вложения в бизнес своих родственников и друзей. Только 5,4 % респондентов заявили, что финансово поддержали людей, с которыми у них нет родственных или дружеских связей (Рис. 36).

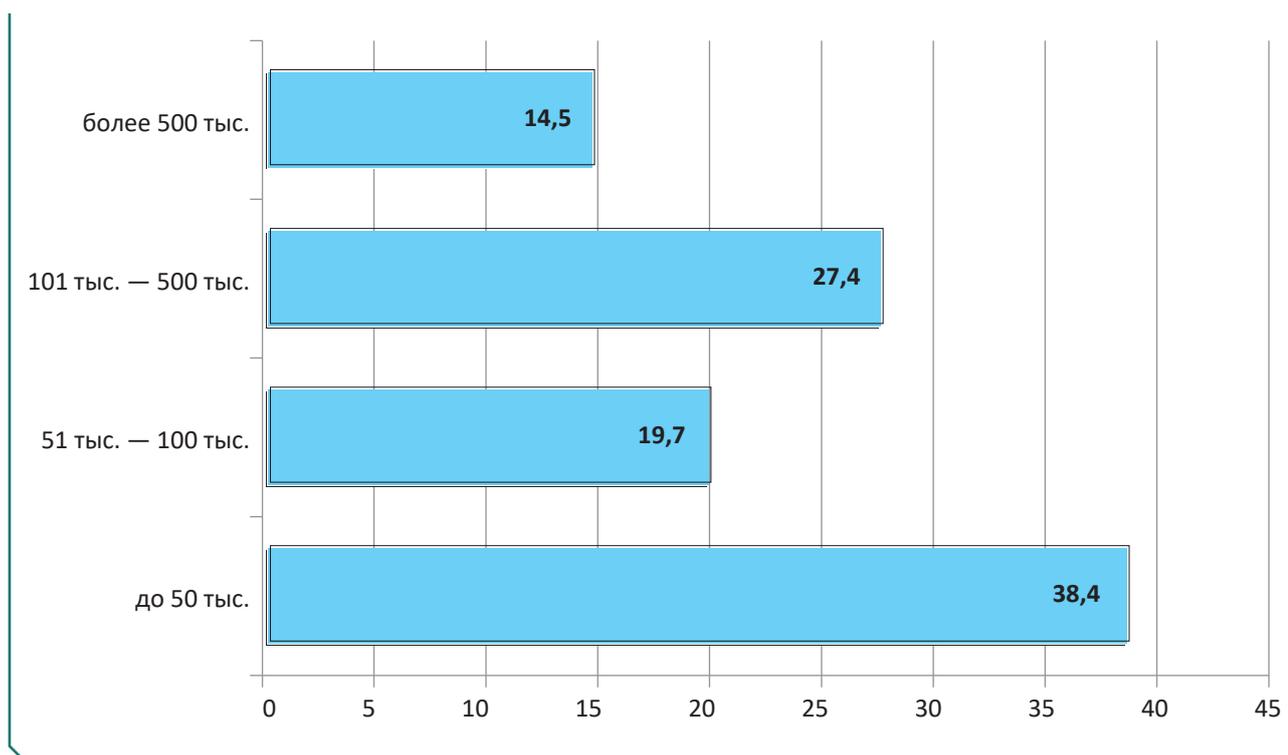


Рис. 35. Инвестиции неформальных инвесторов в руб., %
 Источник: APS Russia 2021

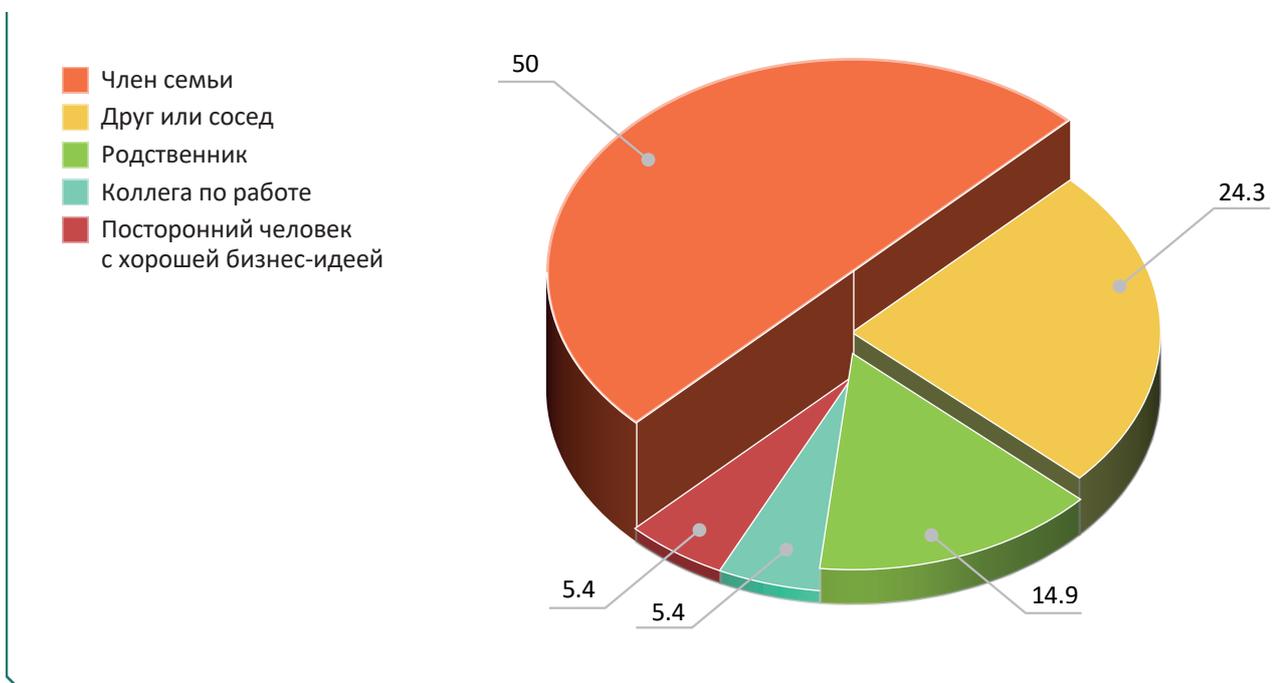


Рис. 36. Взаимоотношения неформального инвестора с тем, в чей бизнес осуществляется инвестирование
 Источник: APS Russia 2021



МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Предпринимательство рассматривается в тесной связи с использованием открывающихся возможностей. Начало собственного бизнеса может быть сопряжено с рядом трудностей, но, конечно, гораздо легче сделать это, когда экономика находится на подъеме и растут потребительские расходы. Открытие бизнеса во время пандемии, когда модели ведения бизнеса меняются, растет неопределенность и ожидания роста падают, влияет и на причины, заставляющие индивида открывать собственное дело.

Открытие собственного дела рассматривается частью индивидов как возможность большего заработка или реализации собственных идей. Одни создают бизнесы, потому что хотят воспользоваться открывающимися возможностями, и для них этот шаг является добровольным. Другие принимают решение о выборе предпринимательской карьеры вынужденно, потому что не существует иных возможностей получения дохода. Исходя из мотивов создания бизнеса,

В 2021 году наиболее часто предприниматели отмечали, что на создание бизнеса их мотивирует необходимость обеспечения источника дохода.

можно выделить добровольное и вынужденное предпринимательство. Различная мотивация по-разному влияет на цели и стратегии новых и развивающихся предпринимательских фирм. Добровольные предприниматели чаще демонстрируют нацеленность на высокие результаты, а вынужденные ставят более достижимые цели. Это оказывает влияние на перспективы роста. Добровольная мотивация позитивно влияет на рост бизнеса и нацеленность на него, а вынужденная — имеет обратный эффект. Тип мотивации влияет и на другие предпринимательские устремления: желание инвестировать в развитие бизнеса, способность предлагать новые продукты и использовать новые технологии.

При проведении опросов взрослого трудоспособного населения респондентов, вовлеченных в создание и управление бизнесом, просили оценить по пятибалльной шкале важность для них четырех мотивов:

- изменить мир к лучшему;
- обеспечить высокое благосостояние и создать значительный капитал;
- продолжить семейную традицию;
- обеспечить источник дохода в условиях недостатка других вариантов трудоустройства.

В 2021 году наиболее часто предприниматели отмечали, что на создание бизнеса их мотивирует необходимость обеспечения источника дохода. С этим в большей или меньшей степени согласились 68,9 % ранних и 70,4 % устоявшихся предпринимателей (Рис. 37). Значение этого показателя сократилось по сравнению с прошлым годом (71,4 % и 78,8 % соответственно), что может говорить о некой адаптации предпринимателей к пан-

демии и открытию ими новых возможностей, но по-прежнему основной мотив связан с вынужденным вовлечением в бизнес, при этом устоявшиеся предприниматели на протяжении всех лет наблюдений чаще заявляют об этом. 65,3 % ранних и 50,3 % устоявшихся предпринимателей согласны с тем, что мотивом их деятельности является желание обеспечить большой доход и благосостояние.

Наиболее сложно интерпретировать мотив «изменить жизнь к лучшему», понимание лучшего может различаться в зависимости от региона проживания и социальной группы. 27,6 % ранних и 19,7 % устоявшихся предпринимателей отметили, что при выборе предпринимательской деятельности ими движет этот мотив. Ранние предприниматели на протяжении всех лет использования данной классификации мотивов чаще указывают эту причину, чем устоявшиеся. 20,8 % ранних и 29,3 % устоявшихся предпринимателей отметили, что продолжают семейную традицию.

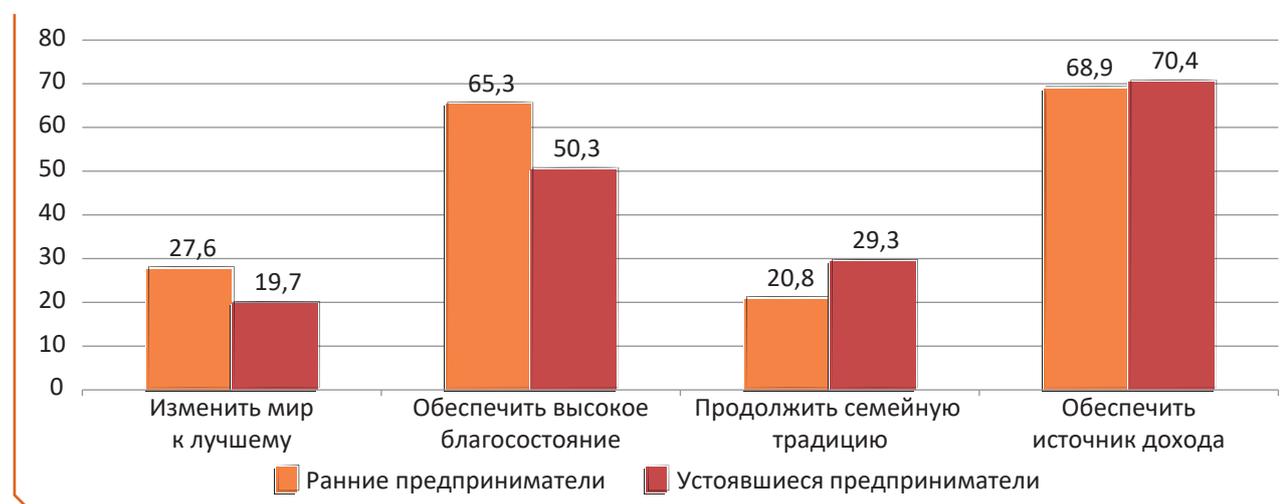


Рис. 37. Мотивы предпринимательской деятельности ранних и устоявшихся предпринимателей, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

Мотивы предпринимательской деятельности различаются у мужчин и женщин (Рис. 38). Процент вынужденной ранней предприни-

мательской активности выше у женщин, чем у мужчин: 62,9 % мужчин и 74,8 % женщин отметили, что отсутствие других вариантов

работы подтолкнуло их к организации бизнеса. Ранние предприниматели мужчины чаще чем женщины указывают в качестве мотива

своей деятельности стремление изменить мир к лучшему и желание обеспечить более высокий доход.

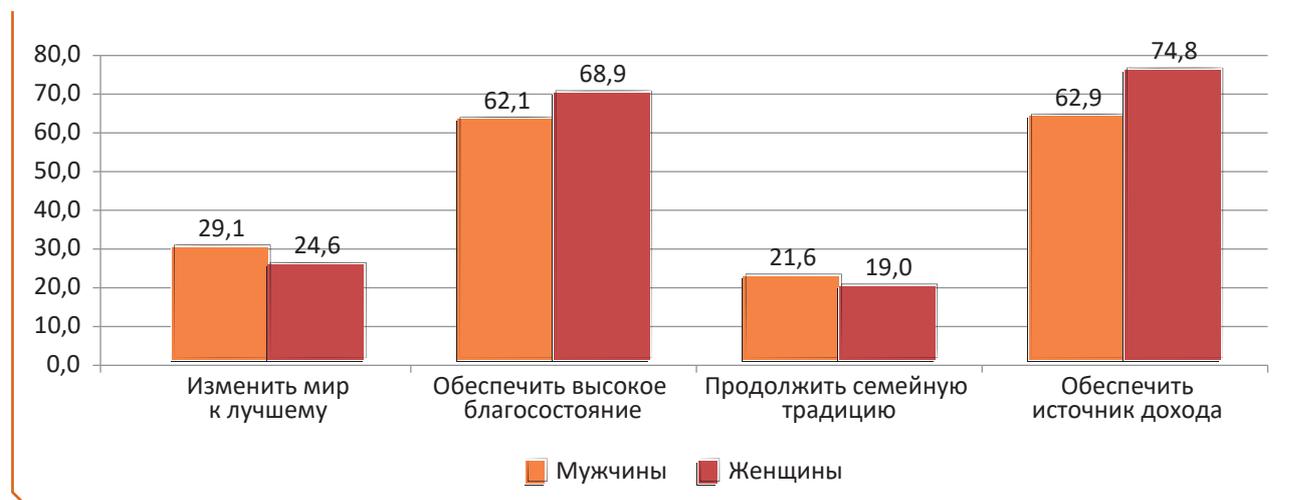


Рис. 38. Мотивы ранней предпринимательской активности мужчин и женщин, 2021, %
 Источник: APS Russia 2021

Различается и мотивация предпринимателей разных возрастных групп. Желание изменить мир к лучшему в России чаще мотивирует предпринимателей старших возрастных групп, что не яв-

ляется типичным для стран-участниц. Желание обеспечить высокое благосостояние, напротив, чаще мотивирует молодежь, и аналогичную картину можно наблюдать в большинстве стран.



ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ

Предпринимательские устремления характеризуют намерения предпринимателей относительно будущего развития фирмы и отражают качественную природу предпринимательства. Страны различаются между собой не только по уровню предпринимательской активности, но и по тому, как предприниматели внедряют новые продукты, осуществляют производственный процесс, работают на зарубежных рынках, развивают свои предприятия и управляют их ро-

стом. Амбициозные устремления ведут к повышению уровня предпринимательской активности, способной оказать наиболее значимое влияние на экономический рост в стране. В проекте GEM изучаются намерения предпринимателей относительно инновационности, роста фирмы, охвата рынка и ориентации на международные рынки. Помимо этого, в 2021 году отдельно рассматривались намерения предпринимателей относительно использования цифровых технологий.

ИННОВАЦИОННОСТЬ

Одной из ключевых характеристик предпринимательства является его инновационность. В 2020 году в рамках проекта GEM рассматривались активность ранних и устоявшихся предпринимателей в высокотехнологичных секторах, а также географические масштабы рыночной экспансии одновременно с оценкой новизны предлагаемых продуктов/услуг и вну-

триорганизационных процессов, что отражает степень внедрения продуктовых и процессных инноваций.

Комбинация двух характеристик — географического охвата и степени новизны — позволяет рассчитать показатель, отражающий инновационный потенциал предприятий страны с точки зрения масштабируемости предлагаемых но-

вовведенных. Этот индекс отражает количество предпринимателей, деятельность которых может быть охарактеризована одним из следующих утверждений:

1) предприятие работает как минимум на национальном рынке и его продукты, услуги или бизнес-процессы являются новыми как минимум в масштабах этого рынка;

2) предприятие работает как минимум на международном рынке и его продукты, услуги или бизнес-процессы являются новыми как минимум в масштабах этого рынка.

Результаты оценки новизны, создаваемой ранними предпринимателями, представлены на Рис. 39.

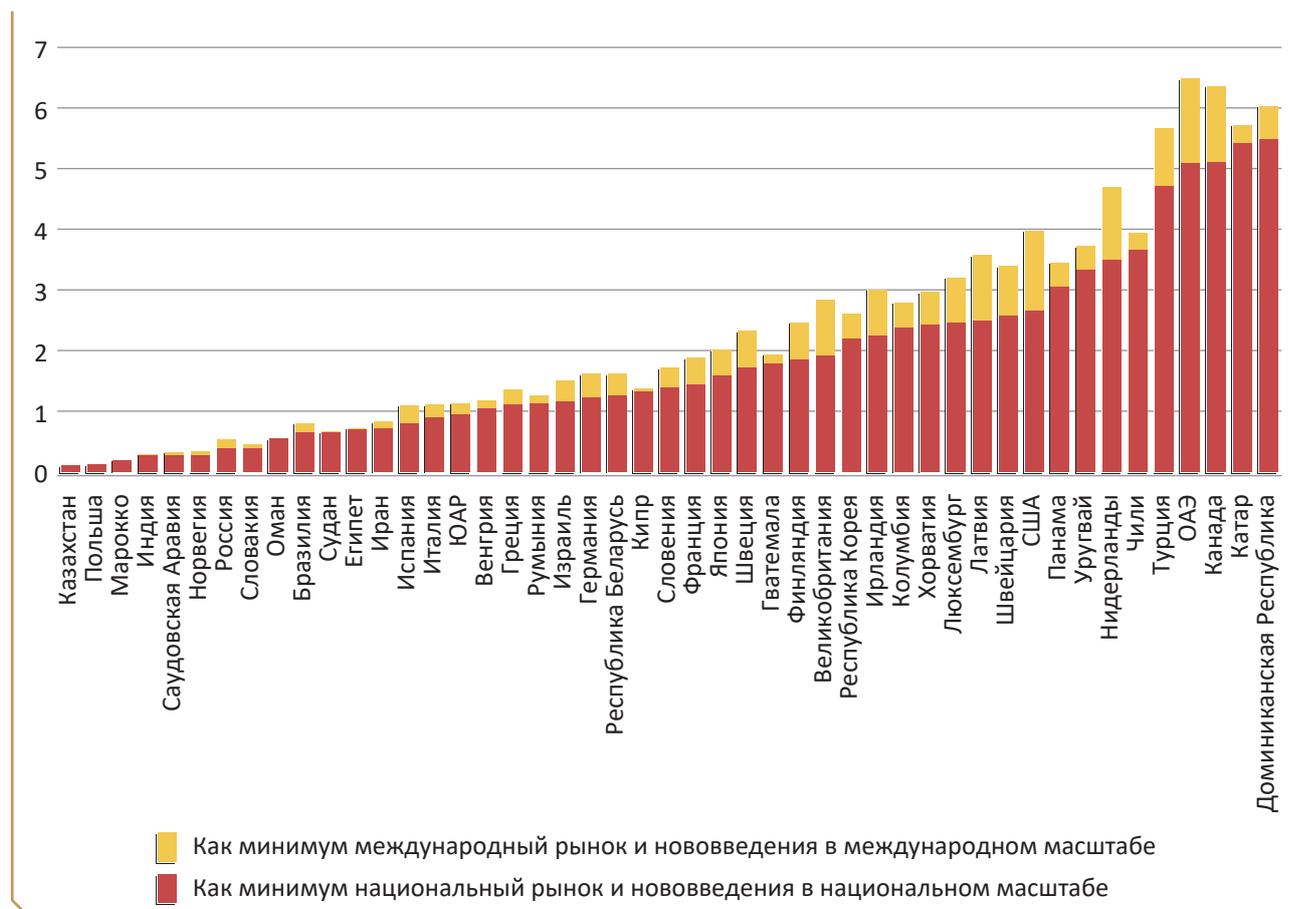


Рис. 39. Новизна продуктов, услуг и бизнес-процессов ранних предпринимателей, 2021, %
 Источник: APS 2021

Показатели по каждой из указанных категорий во всех странах — участницах проекта GEM являются невысокими. Это свидетельствует о том, что подавляющее большинство ранних предпринимателей изначально ориентируется на локальный рынок своего района, города или области, даже в случае наличия инновационного потенциала.

Одновременно с этим, число ранних предпринимателей, являющихся высоко притязательными с точки зрения географической экспансии и новизны продуктов и процессов, заметно различается по странам. Так, ранних предпринимателей, способных предложить нововведения на национальном рынке, оказалось мало среди респондентов из Казахстана, Польши,

Индии, Саудовской Аравии, Норвегии, Словакии и Омана. Лидерами по данному показателю являются Турция, Доминиканская Республика, Катар, Канада и ОАЭ. В отношении России необходимо отметить, что охват рынка и уровень инновационности фирм, создаваемых ранними предпринимателями, является невысоким — страна занимает достаточно низкие позиции в рейтинге экономик со средним уровнем дохода по данному критерию — 0,4 %. Это может быть связано с географическими масштабами, поскольку в условиях более маленьких экономик ведение деятельности и внедрение нововведений в национальных масштабах представляется менее затруднительным.

Доля ранних предпринимателей с международным потенциалом, с точки зрения экспансии и новизны, среди всех стран — участниц GEM оказалась еще ниже, с максимальным

значением чуть более 1 %, в ОАЭ, США, Нидерландах и Латвии. В России данный показатель составил 0,2 %.

В проекте GEM также были рассмотрены аналогичные устремления фирм, в деятельность которых вовлечены интрапренеры. В общем числе респондентов процент тех, кто отметил, что в течение последних трех лет являлся лидером проекта, относящегося к внутрифирменному предпринимательству, в компании, имеющей национальный или международный охват рынка и предлагающей новые продукты и услуги, невелик. Так, в России таких респондентов оказалось менее 0,5 %, а в некоторых странах (Марокко, Казахстан) их не оказалось вовсе (Рис. 40). Лидерами по данным показателям в национальном масштабе оказались Катар, Словения, ОАЭ, а в международном — Словения, Ирландия, США.

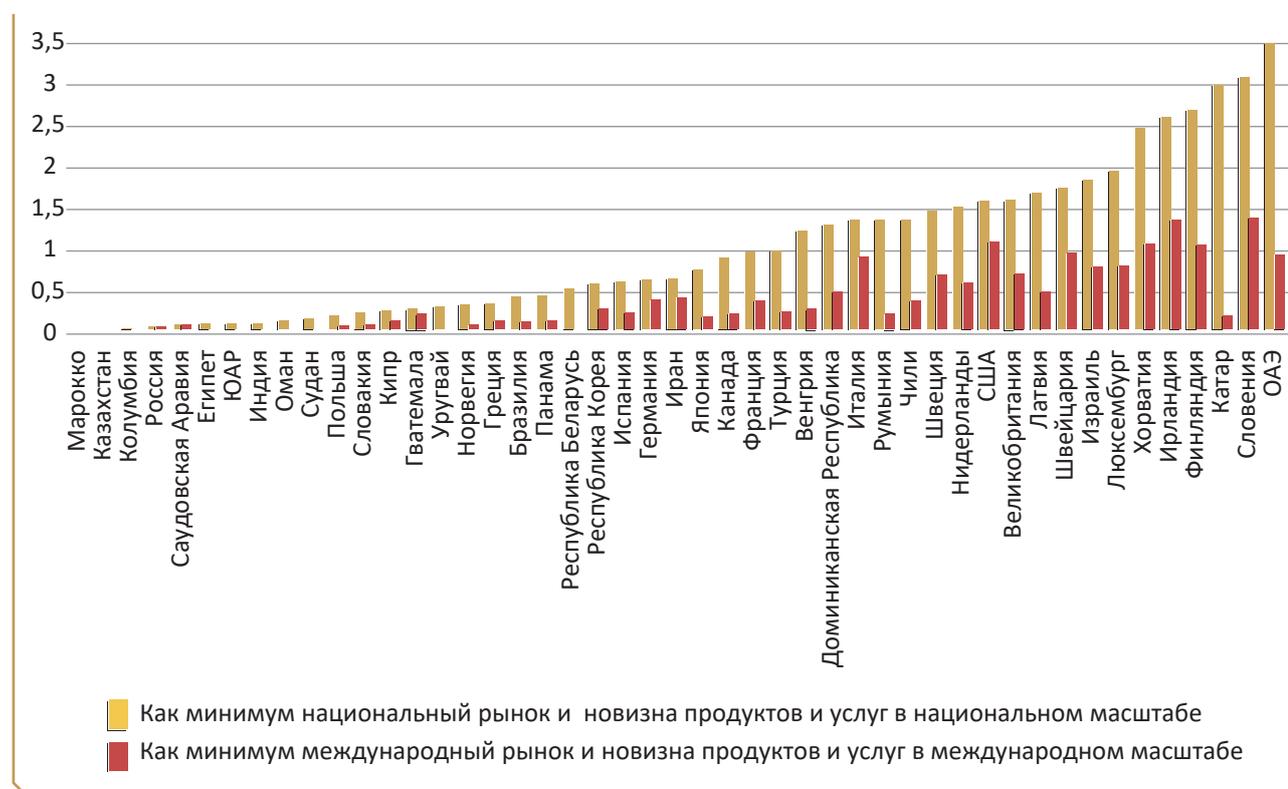


Рис. 40. Охват рынка и новизна продуктов и услуг фирм, в которых работают интрапренеры, 2021, %

Источник: APS 2021

Инновационный потенциал предпринимательства можно также измерить долей занятых в высокотехнологическом секторе.

Рис. 41 отражает активность ранних предпринимателей в технологичных областях.

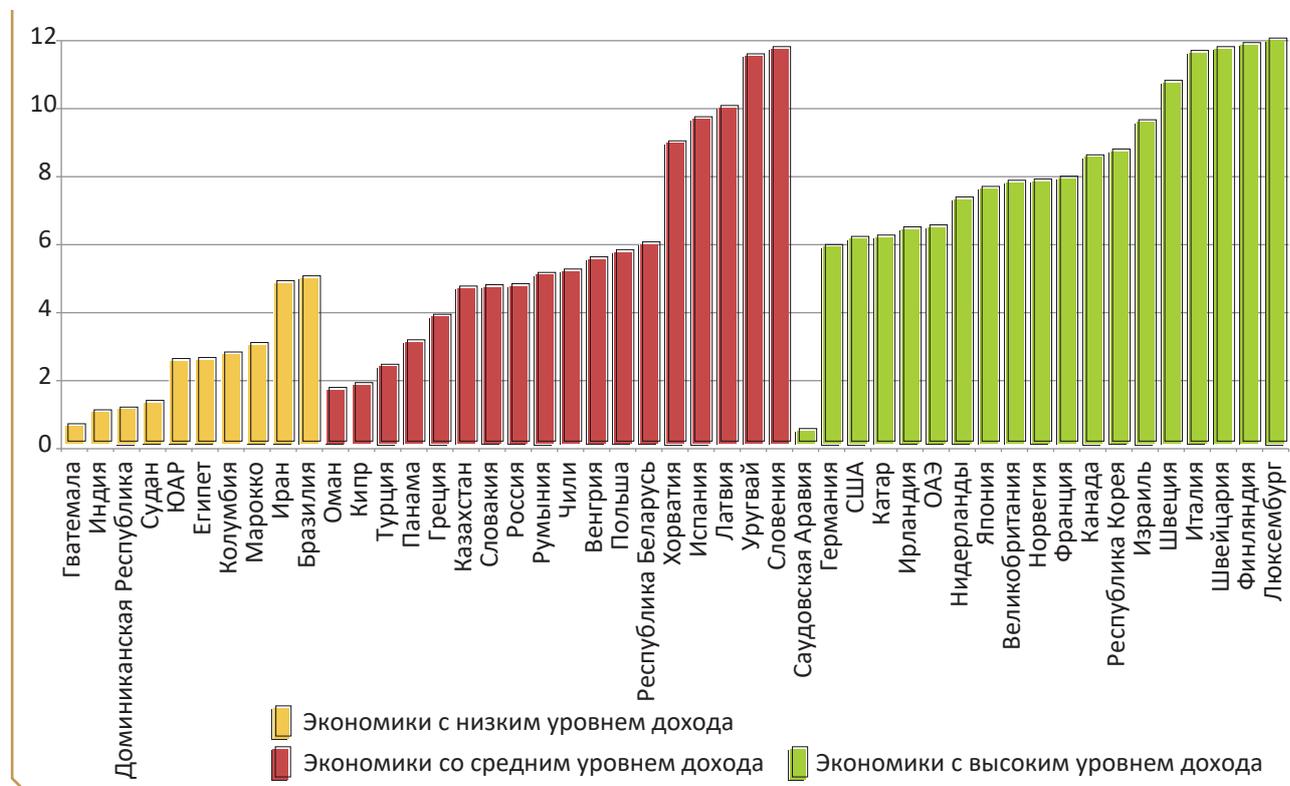


Рис. 41. Активность ранних предпринимателей в умеренно- и высокотехнологичных секторах, 2021, %
Источник: APS 2021

В России в 2021 году 4,6 % ранних предпринимателей отметили, что их бизнес связан с высокими технологиями, что ниже уровня 2020 года — соответствующий показатель в предыдущую волну сбора данных составил 7,6 %. Активность устоявшихся предпринимателей в технологичной сфере в 2021 году составила 3,1 %. Говоря о международном сравнении, интересно отметить, что наиболее

активными в технологичных секторах оказались ранние предприниматели из Словении, Уругвая, Люксембурга, Финляндии, Швейцарии и Италии. Последнее наблюдение особенно интересно с учетом того, что в 2020 году в Италии ранней предпринимательской активности в соответствующих технологичных сферах в рамках проекта GEM зарегистрировано не было.

ОРИЕНТАЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

Еще одним аспектом предпринимательских устремлений можно считать общую ориентацию

на международный рынок. Данная характеристика связана с феноменом международного

предпринимательства, означающим выход предпринимательских фирм за пределы национальных границ в поисках новых возможностей для роста и развития. Вовлечение предпринимателей в международные бизнес-операции может стимулироваться соответствующей торговой политикой, упрощением формальных процедур, созданием условий для организации логистики, а также кооперацией между странами, принадлежащими к одному культурному или языковому кластеру.

В проекте GEM показатель ориентации на международный рынок базируется на оценке объема выручки, получаемой за пределами страны. В 2021 году в России доля ранних предпринимателей, имеющих зарубежных потре-

бителей, составила 13,5 % (Рис. 42), тогда как в 2020 году этот показатель составлял 22,3 %, а в 2019-м — 14,5 %. Заметное снижение данного показателя по сравнению с 2020 годом может отражать затяжное влияние пандемии COVID-19. При этом, в 2021 году 9,2 % российских ранних предпринимателей отметили, что экспортная продукция приносит им до 25 % выручки. Доля тех, кто получает более 25 % выручки от поставок на внешний рынок, составляет порядка 4,2 %. Практически полностью ориентированными на внешний рынок сочли себя лишь 0,9 % ранних предпринимателей (от 75 % до 100 % выручки от зарубежных продаж). Схожая картина наблюдается в Иране, Омане, Венгрии.

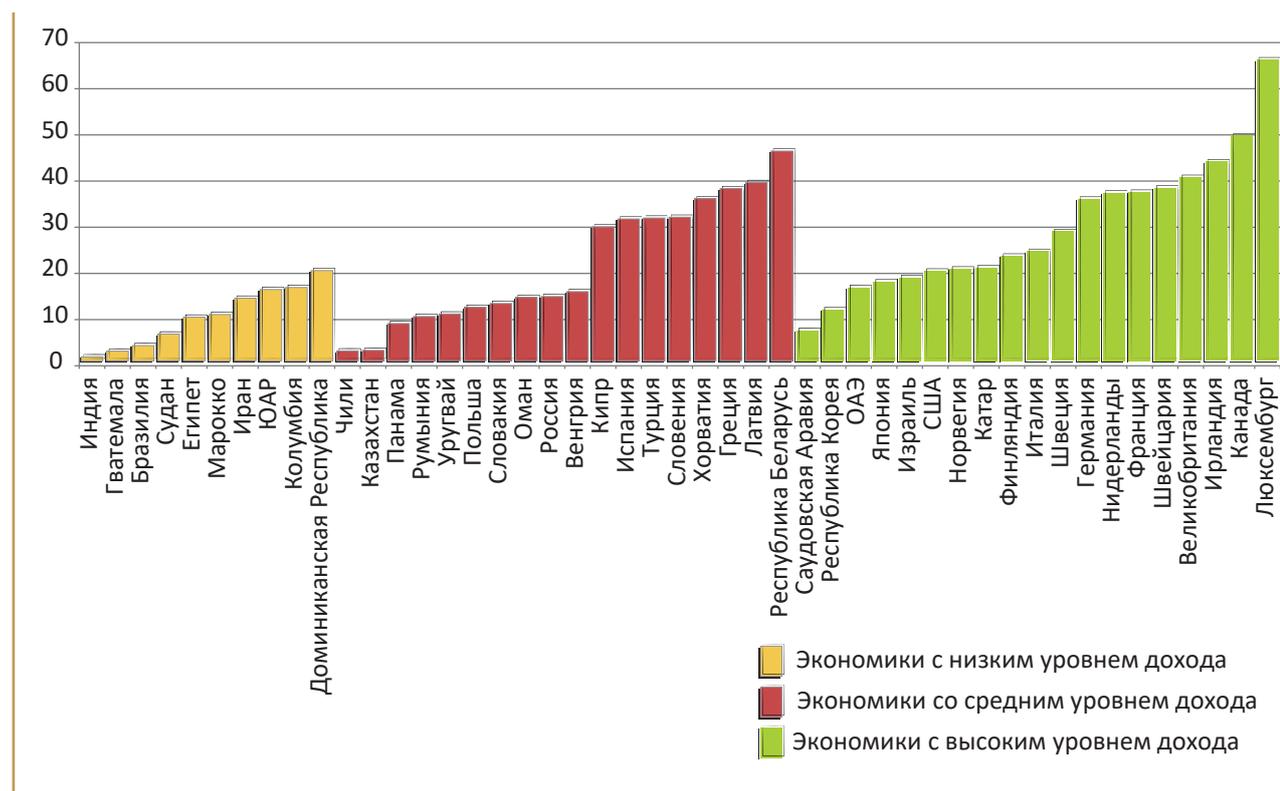


Рис. 42. Доля ранних предпринимателей, имеющих зарубежных потребителей, 2021, %

Источник: APS 2021

К странам с наиболее значительной международной ориентацией ранних предпринимателей в 2021 году можно отнести Люксембург,

Канаду, Ирландию, Белоруссию.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО С ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ РОСТА

Различные предпринимательские фирмы оказывают неодинаковое влияние на экономический рост. Нацеленные на активное развитие компании создают большее количество рабочих мест и, соответственно, вносят больший вклад в экономику страны. Для оценки роста компании в проекте GEM используется показатель

создания новых рабочих мест. К компаниям с высоким потенциалом роста относят предприятия, в которых планируется создать более 10 рабочих мест в течение ближайших пяти лет. Одновременно с этим, дополнительным критерием выступает рост числа рабочих мест более чем на 50 %.

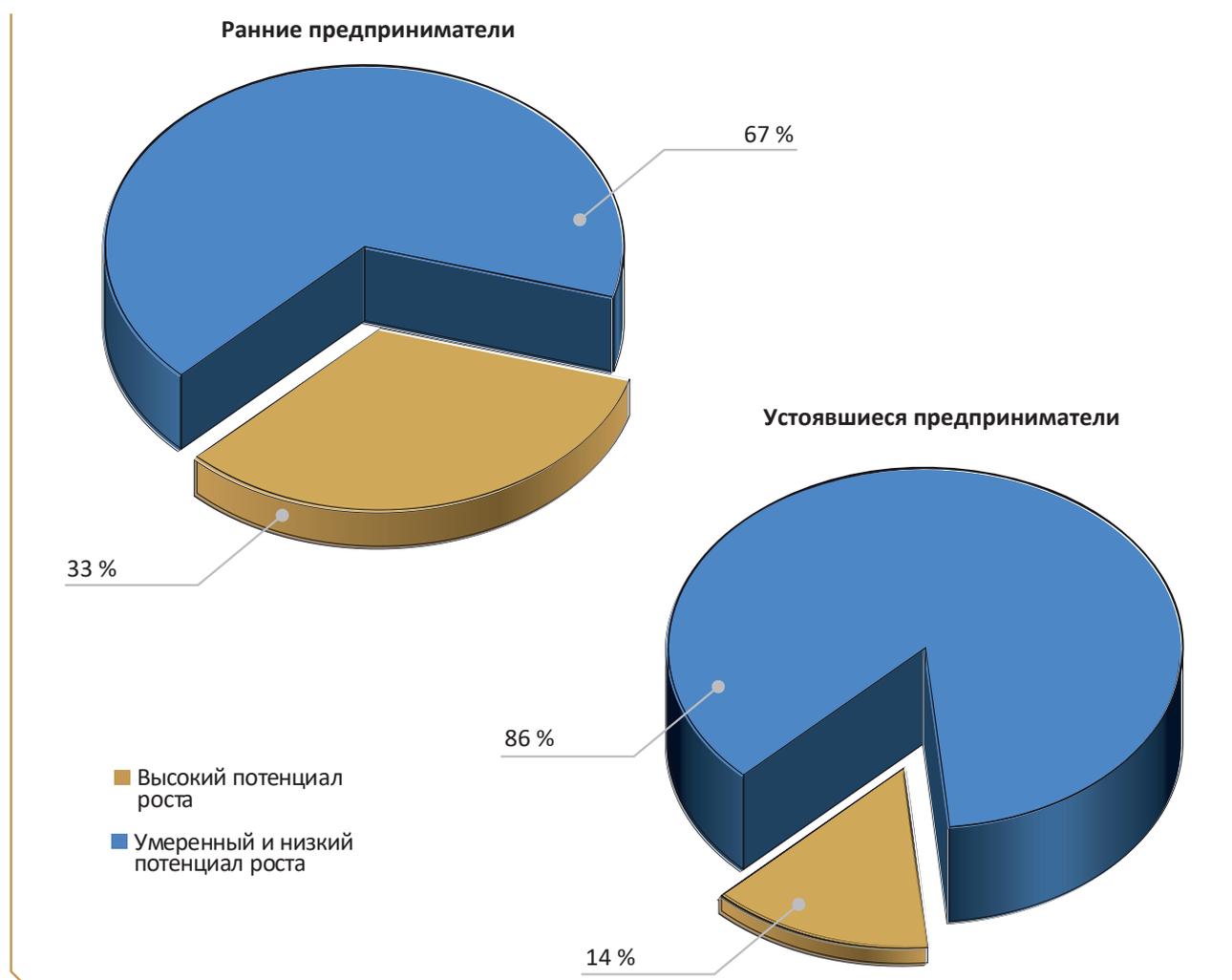


Рис. 43. Распределение предпринимателей в зависимости от планов увеличения рабочих мест в течение пяти лет, 2021, %
 Источник: APS Russia 2021

Как видно на Рис. 43, процент российских ранних предпринимателей, планирующих ак-

тивное расширение штата своих сотрудников, более чем в два раза превышает аналогичный

показатель среди владельцев устоявшегося бизнеса. Это, безусловно, связано с тем, что предприятия участников опроса в данных категориях находятся на разных стадиях своего развития. При этом доля ранних предпринимателей, ориентированных на значительный рост, в 2021 году полностью совпала с данным показателем прошлого года. Процент устоявшихся бизнесов с высоким потенциалом роста в России также сравним с прошлогодним и составляет 14 %.

На Рис. 44 представлена динамика доли ранних и устоявшихся предпринимателей с высоким потенциалом роста за период

с 2010 по 2021 годы в России. Интересно отметить, что, несмотря на кризис, вызванный пандемией COVID-19, устремления к росту ранних предпринимателей оказались в 2021 году такими же высокими, как и годом ранее — данный показатель составил 33 %, что является максимумом за весь период наблюдений. При этом, порядка 38 % ранних и 53 % устоявшихся предпринимателей отметили, что ожидания роста их бизнесов существенно снизились во время пандемии, по сравнению с периодом до нее. Похожая ситуация наблюдается в Греции, Колумбии, Японии, Люксембурге.

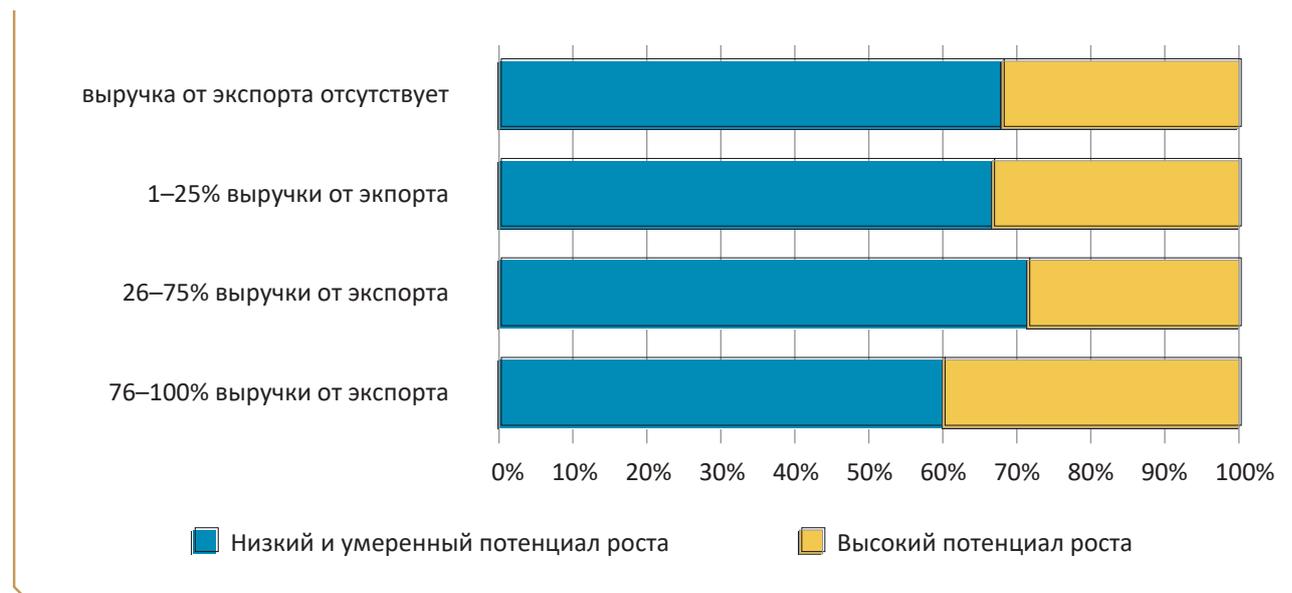


Рис. 44. Ранние и устоявшиеся предприниматели с высоким потенциалом роста, 2010–2021, %

Источник: APS Russia 2010–2021

Исследователями российской команды проекта GEM также рассматривалась взаимосвязь международной ориентации российских предпринимательских фирм и их устремлениями к росту. В частности, было сделано предположение о том, что среди предпринимателей с высоким уровнем вовлеченности в международную деятельность будет больше тех, кто планирует активно расширять штат своей компании. Однако анализ соответствующих

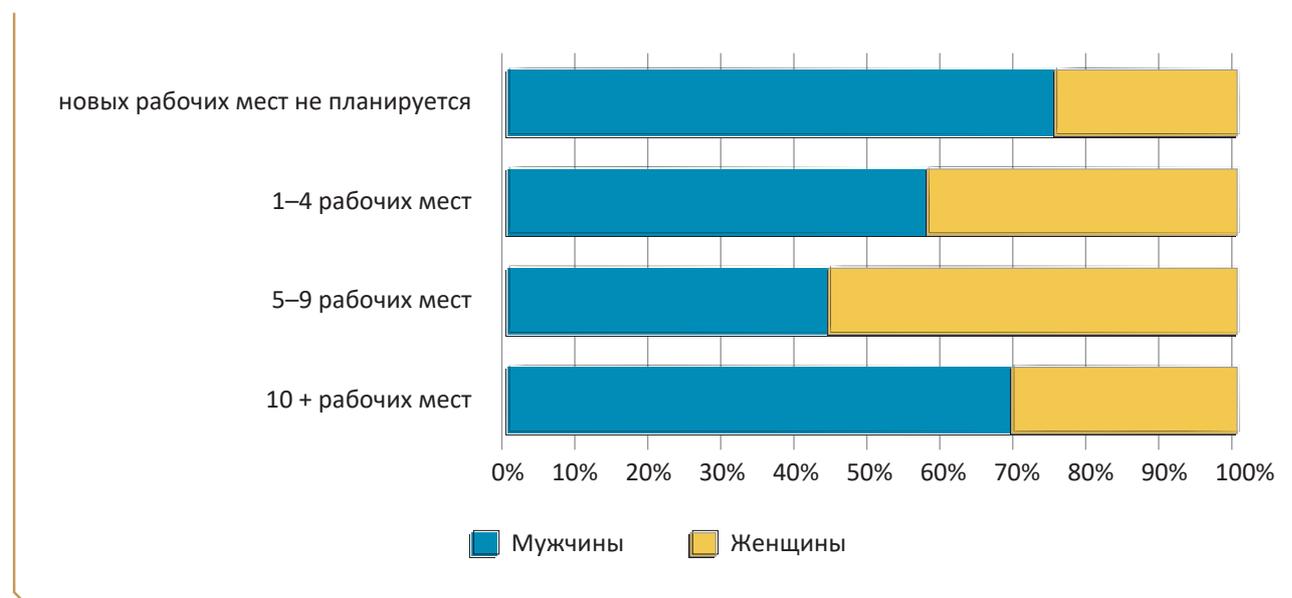
эмпирических данных показал, что среди ранних предпринимателей, получающих от экспортной деятельности 76–100 % своей выручки, в 2021 году владельцев бизнеса с устремлениями к значительному росту около 40 % (Рис. 45). В категории предпринимателей, получающих от экспортной деятельности 26–75 % выручки, доля высоко притязательных с точки зрения роста владельцев бизнеса также не превалирует.



*Рис. 45. Потенциал роста ранних предпринимательских фирм с учетом их вовлеченности в экспортную деятельность, 2021, %
Источник: APS Russia 2021*

Рассматривая гендерный аспект в рамках анализа устремлений ранних предпринимателей к росту, необходимо отметить, что планы женщин в отношении роста их бизнеса в рамках числа сотрудников несколько менее масштабны. Так доля женщин-

предпринимателей, планирующих создать более 10 рабочих мест, составила лишь 30 % (Рис. 46). Одновременно с этим, доля женщин среди тех, кто вовсе не планирует создавать рабочие места, также значительно ниже по сравнению с мужчинами.



*Рис. 46. Планы ранних предпринимателей по созданию рабочих мест в течение пяти лет среди мужчин и женщин, 2021, %
Источник: APS Russia 2021*

Среди всех стран — участниц проекта GEM в 2021 году лидером по доле ранних предпринимателей с высоким потенциалом роста оказались ОАЭ. В число ведущих стран также вошли Катар и Турция (Рис. 47). Россия по данному

показателю в 2021 году оказалась на пятом месте среди всех стран-участниц. Наименьшее количество ранних предпринимателей с высоким потенциалом роста было отмечено в Словакии, Доминиканской Республике и Индии.

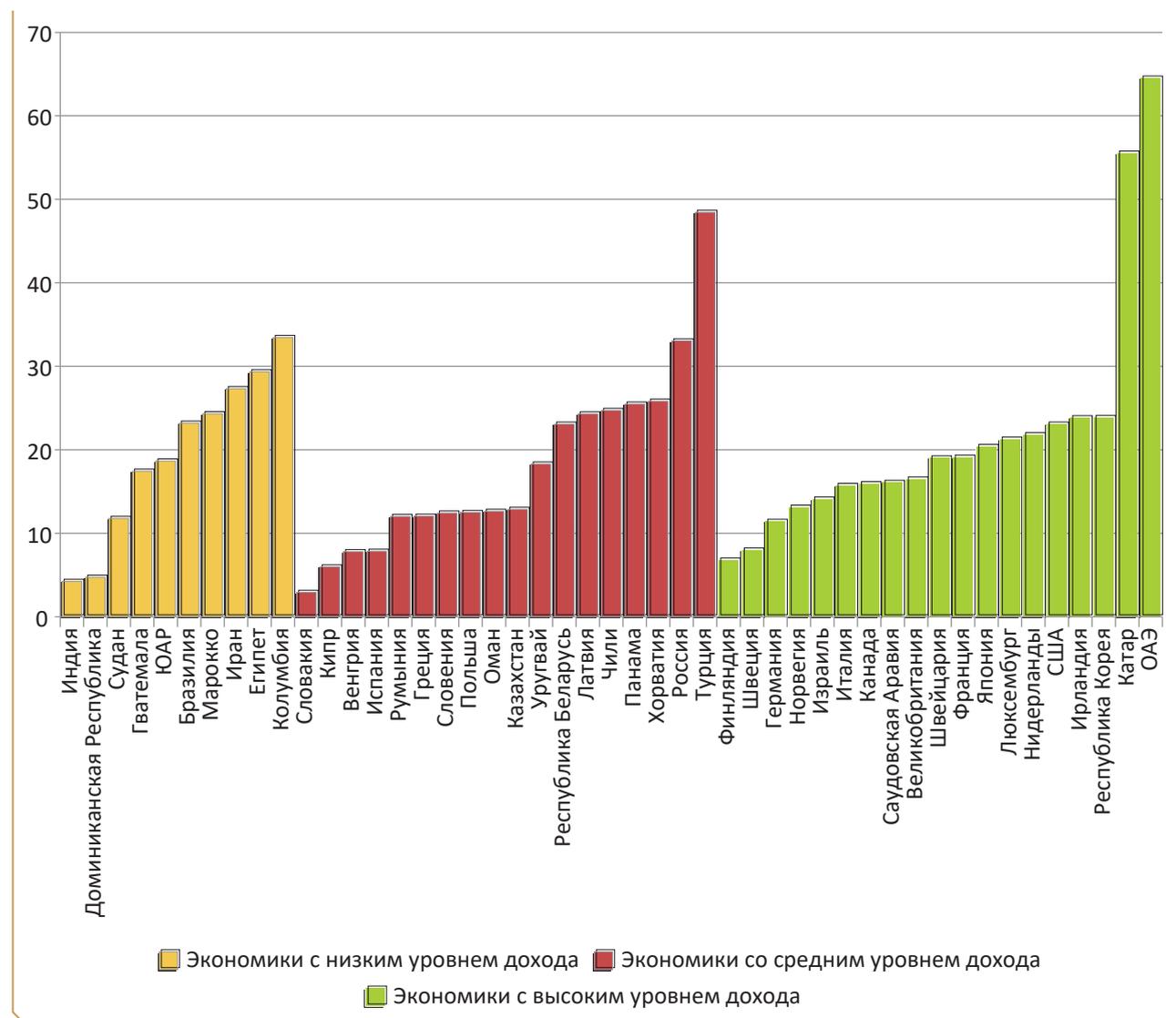


Рис. 47. Доля ранних предпринимателей с высоким потенциалом роста в общем числе ранних предпринимателей, 2021, %

Источник: APS 2021

В проекте GEM также рассматривались устремления к росту фирм, в которых работают интрапренеры. На Рис. 48 представлен процент респондентов, отметивших, что в течение последних трех лет они являлись лидерами проекта, относящегося к внутрифирменному

предпринимательству, с планами по созданию более 19 рабочих мест в пятилетней перспективе. Наибольшее число таких респондентов оказалось в Катаре, ОАЭ и Швеции — порядка 2,4–3,5 %. В России данный показатель составил 0,1 %.

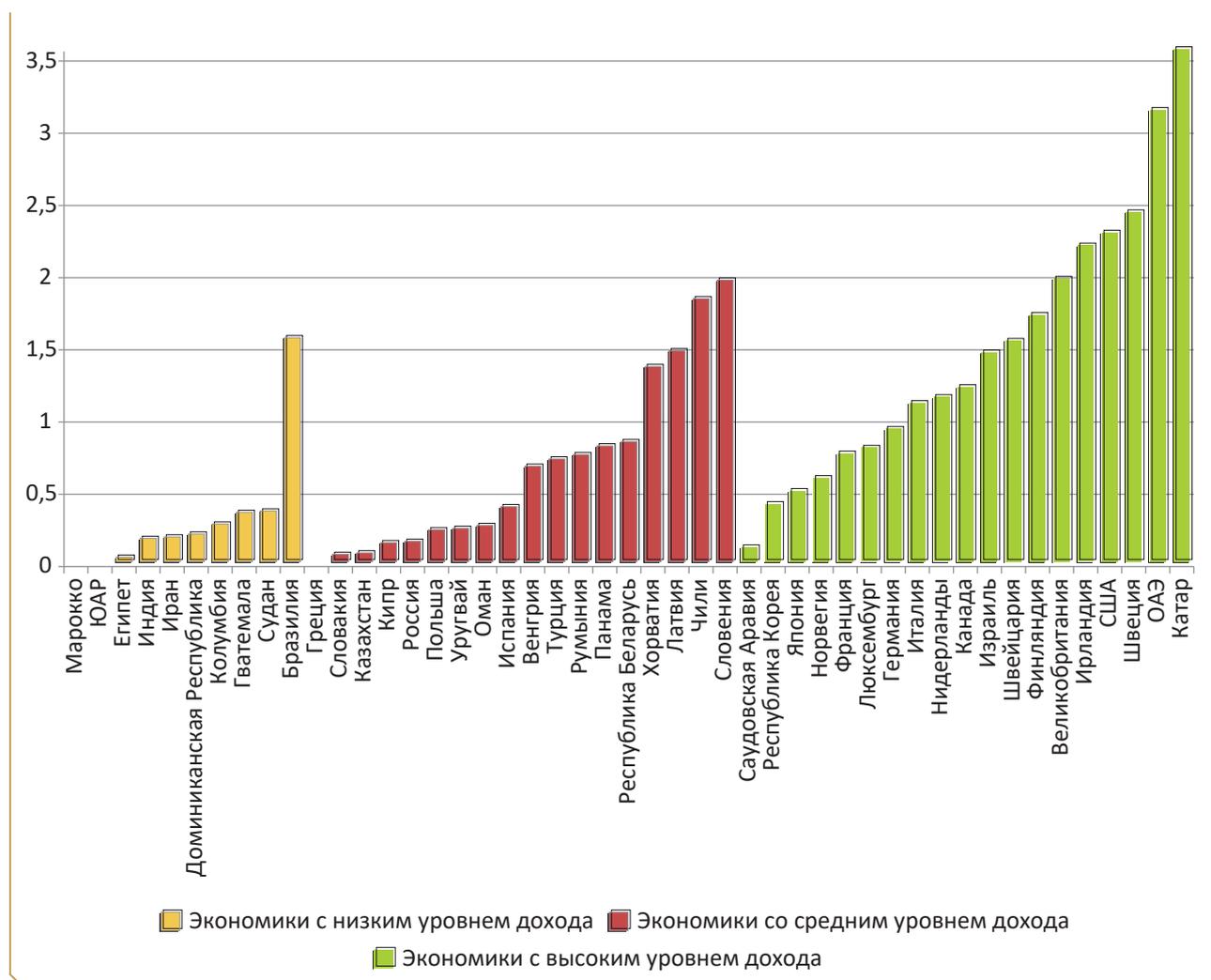


Рис. 48. Устремления к росту фирм, в которых работают интрапренеры, 2021, %
 Источник: APS 2021

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Пандемия COVID-19 стимулировала интенсификацию процессов цифровизации деятельности бизнесов. Речь идет об организации удаленной работы сотрудников, развитии онлайн-заказов, автоматизации производства товаров и предоставления услуг. В рамках проекта GEM в 2021 году предпринимателям задавались вопросы о внедрении цифровых технологий в деятельность их фирм. На Рис. 49 показано распределение российских ранних предпринимателей

с точки зрения текущего уровня цифровизации. Большинство респондентов (51 %) отметили, что их компании могут работать без применения технологий для продажи товаров и услуг. При этом 25,5 % отметили, что цифровизация их бизнесов не связана с пандемией. Наконец, 23 % респондентов отметили, что они либо ввели цифровые технологии в ответ на пандемию, либо расширили планы по их использованию с началом распространения COVID-19.

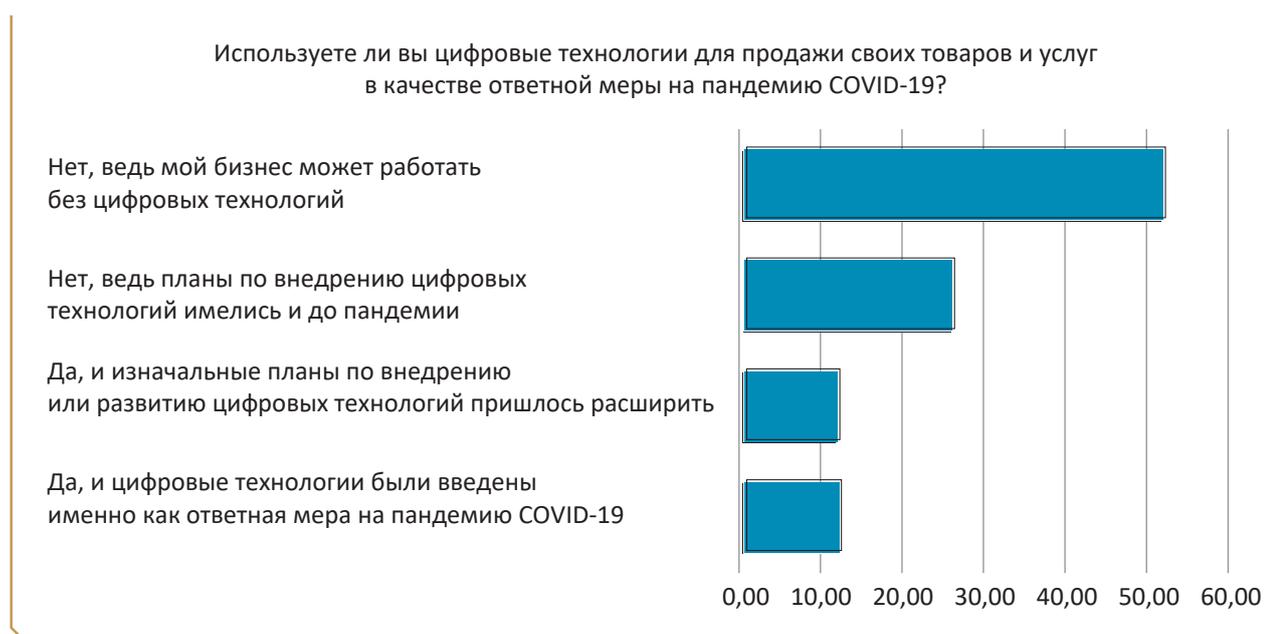


Рис. 49. Использование цифровых технологий ранними предпринимателями в ответ на пандемию COVID-19, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

Помимо этого, предприниматели рассказали о своих планах по расширению использования цифровых технологий в ближайшие шесть месяцев. Результаты представлены на Рис. 50. Порядка 56 % ранних предпринимателей либо уверены

в необходимости интенсификации работы в этом направлении, либо оценивают такую перспективу как возможную. Оставшиеся 44 % планов по дальнейшему внедрению цифровых технологий в деятельность своих бизнесов не имеют.

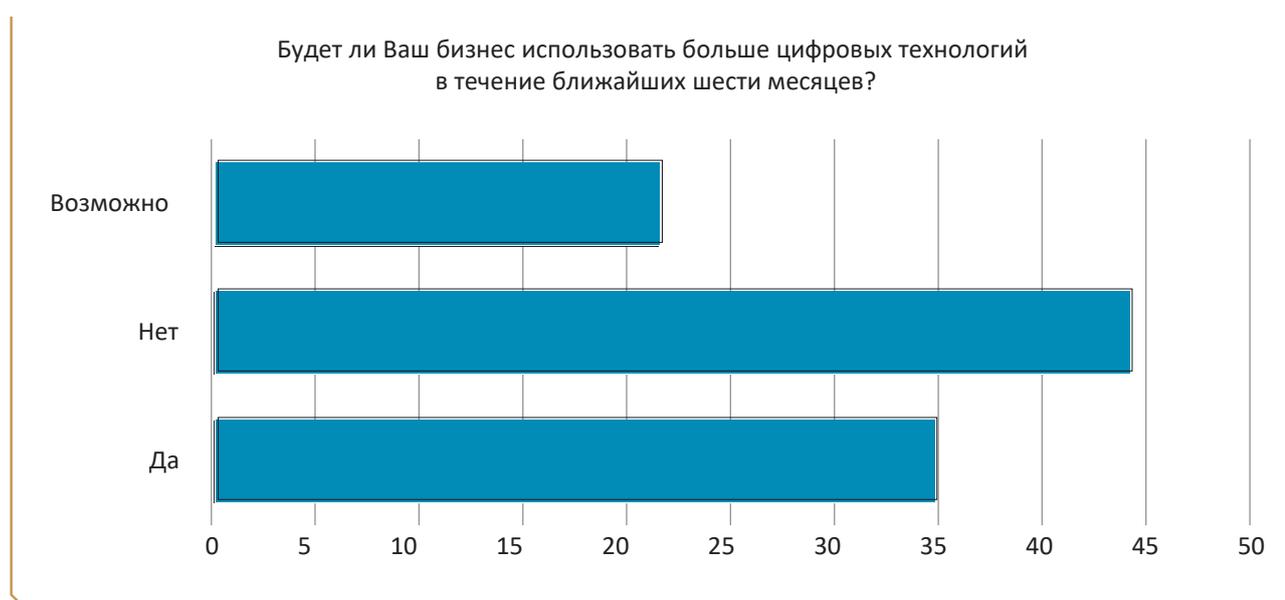


Рис. 50. Планы по использованию цифровых технологий ранними предпринимателями в ближайшие шесть месяцев, 2021, %

Источник: APS Russia 2021

На Рис. 51 представлен процент ранних предпринимателей, применяющих цифровые технологии в качестве ответа на пандемию COVID-19, во всех странах — участницах GEM

в 2021 году. Лидерами по данному показателю являются Судан, Республика Корея, Катар и ОАЭ. Наименьшее число респондентов данной категории оказалось в Финляндии и Швеции.

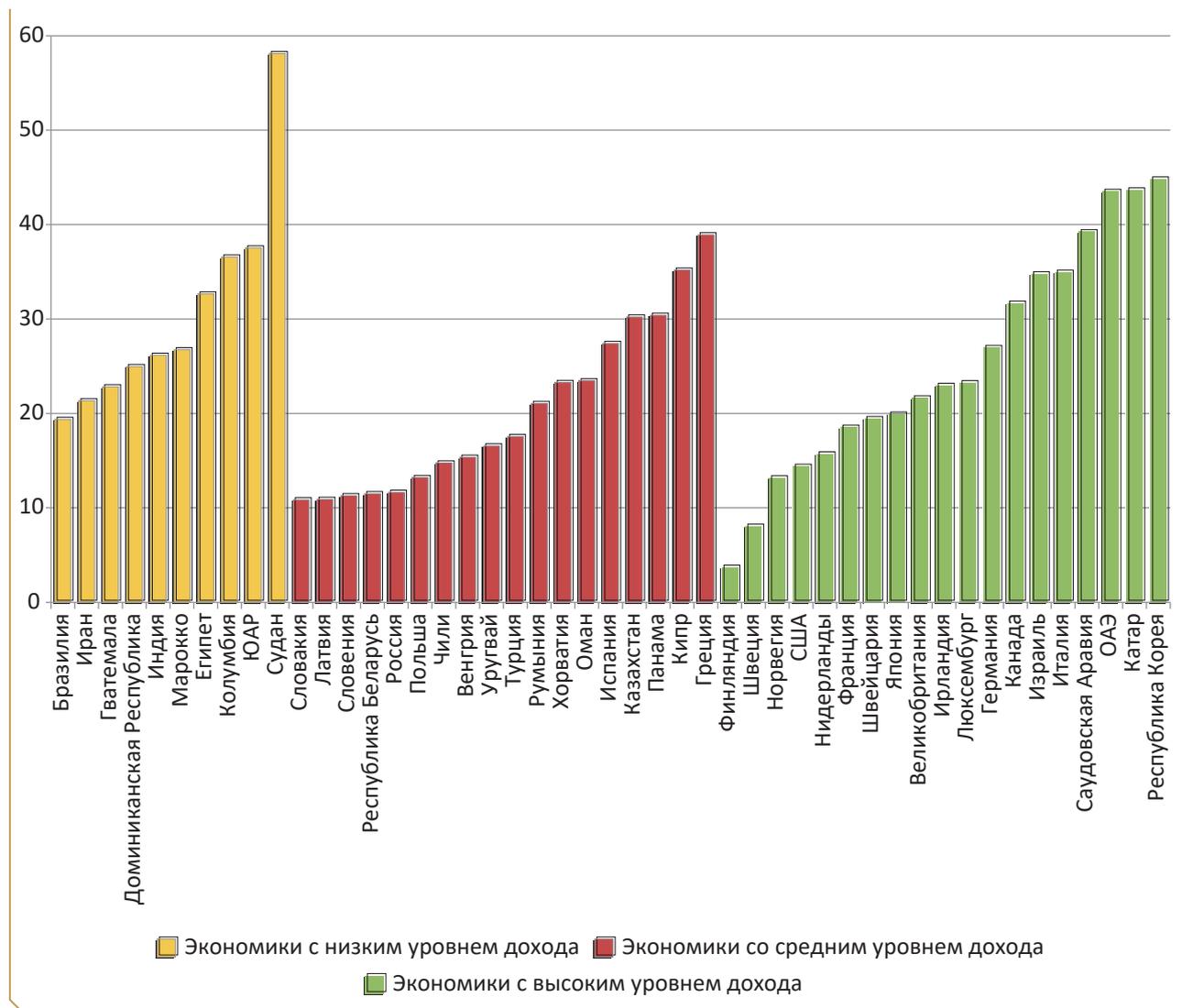


Рис. 51. Доля ранних предпринимателей, использующих цифровые технологии в ответ на пандемию COVID-19, 2021, %

Источник: APS 2021



СОЦИАЛЬНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Развитие экономики создает не только новые возможности для более эффективной работы, но и новые вызовы. Предприниматели все чаще задумываются о том, чтобы увеличение доходов и благосостояния одних не привело к ухудшению жизни других. С каждым годом все громче звучат экологическая повестка и требования не предпринимать действий, которые могут создать ущерб природе и будущим поколениям. Те, кто открывают новый бизнес или управляют существующими компаниями, могут обращать пристальное внимание на социальные и экологические последствия своих решений. В 2021 году в исследовании GEM

был включен блок вопросов, направленных на оценку того, сколько предпринимателей уже сейчас задумываются об этом.

Респондентам задавался вопрос о том, в какой степени они согласны с тем, что при принятии решений о будущем бизнеса они учитывают такие социальные аспекты как доступ к образованию, здравоохранению, безопасность и условия труда и жизни. Результаты опроса показали, что большинство предпринимателей ориентируются при принятии решений на данные аспекты (Рис. 52). 63,3 % ранних и 64,5 % устоявшихся предпринимателей заявили об этом.

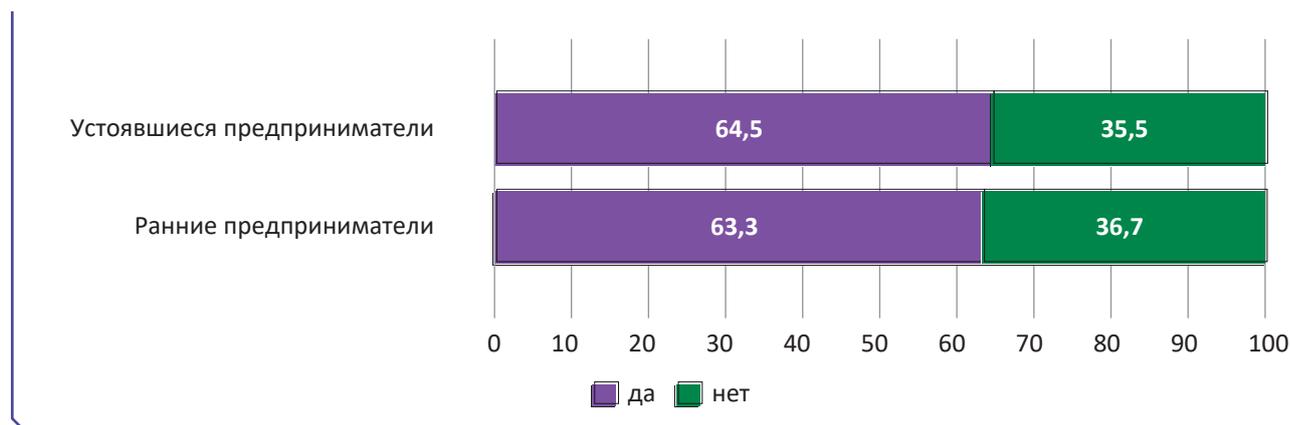


Рис. 52. Учет социальных аспектов при принятии решений ранними и устоявшимися предпринимателями, 2021, %

Источник: APS 2021

Схожие оценки продемонстрировали предприниматели при ответе на вопрос о том, учитывают ли они такие экологические аспекты как сохранение зеленых насаждений, сокращение токсичных выбросов при приня-

тии решений о будущем бизнеса (Рис. 53). Тех, кто не учитывает социальные аспекты, оказалось больше, чем тех, кто не учитывает экологические, в обеих группах предпринимателей.

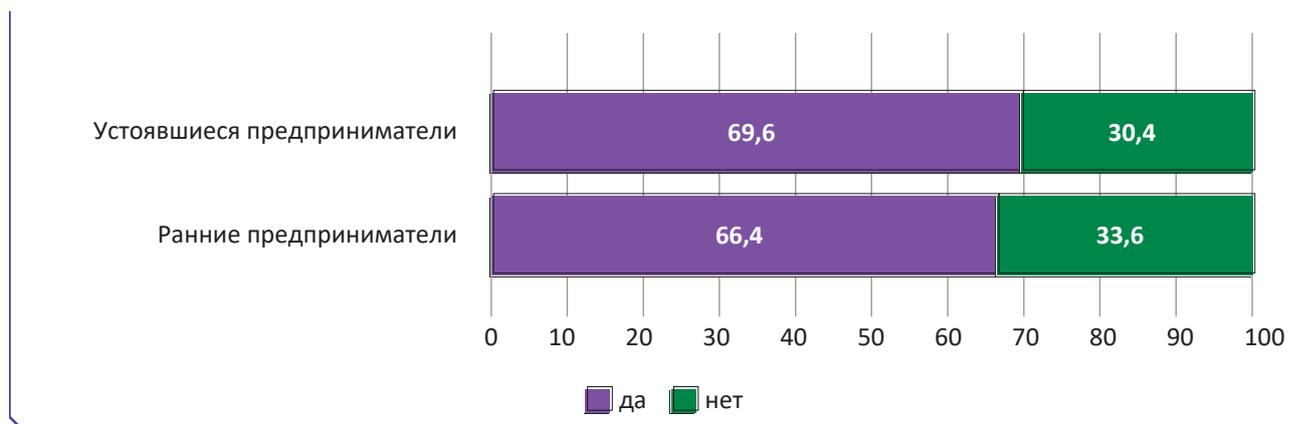


Рис. 53. Учет экологических аспектов при принятии решений ранними и устоявшимися предпринимателями, 2021, %

Источник: APS 2021

Практически во всех странах, принимавших участие в проекте, более половины предпринимателей заявили об учете как социальных, так и экологических последствий при планировании своих решений. Исключениями стали Польша, в которой лишь 5 % устоявшихся и 40 % ранних ответили так, и Казахстан, в котором лишь треть устоявшихся предпринимателей

отметили, что учитывают социальные и экологические факторы. Есть и обратные примеры: так в Люксембурге более 90 % устоявшихся предпринимателей учитывают социальные факторы, а в Уругвае, Чили и Гватемале 90 % устоявшихся предпринимателей принимают во внимание вопросы экологии. В целом, нельзя говорить о росте значимости влияния социаль-

ных и экологических аспектов в зависимости от уровня экономического развития страны.

Изменения затрагивают и систему целеполагания предпринимателей. Респондентам предлагалось оценить, ставят ли они оказание социального или экологического воздействия

выше прибыльности или роста бизнеса. В России 40,1 % ранних и 36,4 % устоявшихся предпринимателей посчитали, что отдадут приоритет неэкономическим целям. Наиболее низкие значения этого показателя были зарегистрированы в Норвегии (26,4 %) и Польше (30,1 %).

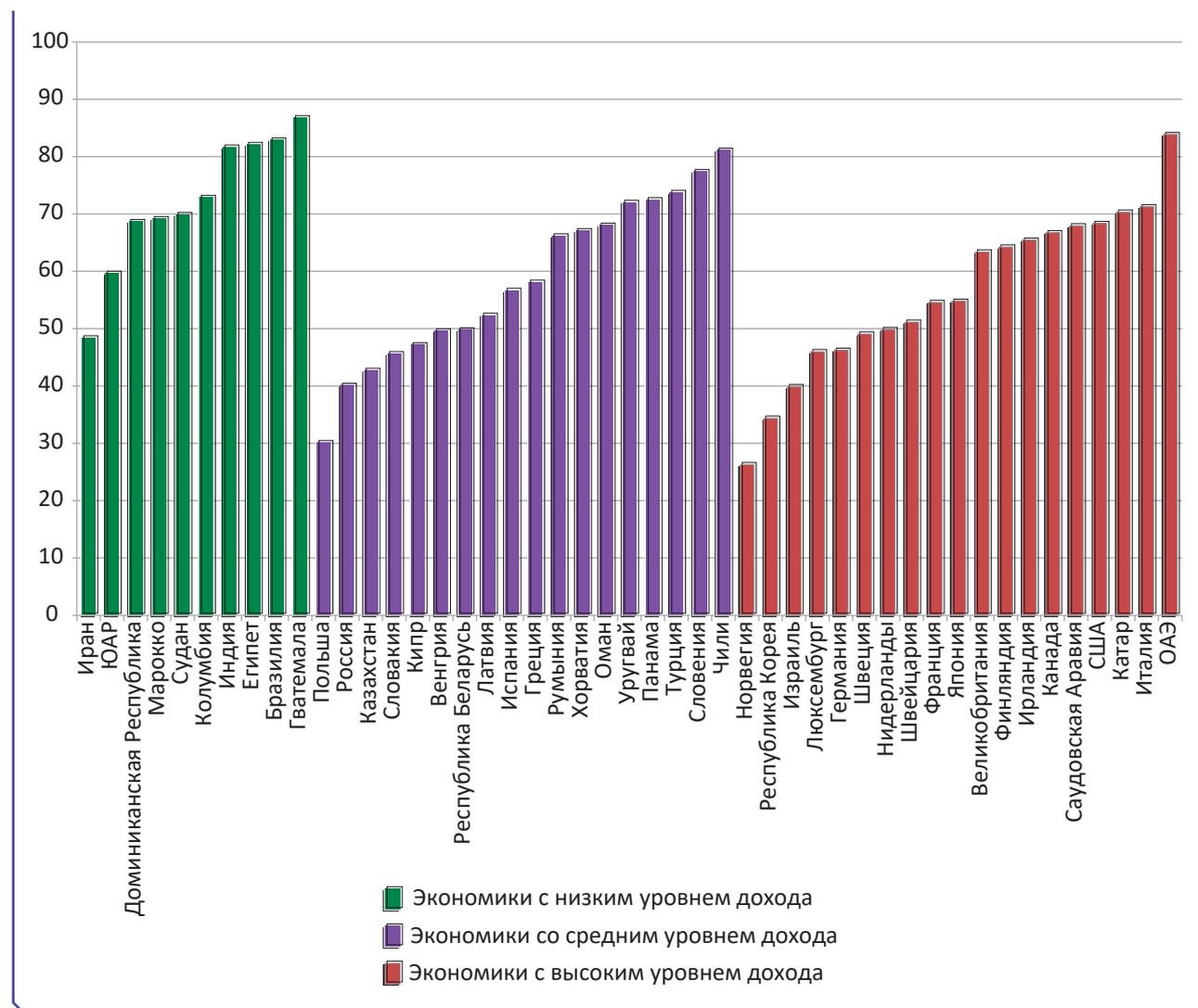


Рис. 54. Приоритет социальных и экологических целей над экономическими у ранних предпринимателей

Источник: APS 2021

Приоритетность социальных и экологических целей чаще отмечают ранние предприниматели в странах с низким уровнем дохода (Рис. 54). В этой группе стран 72,2 % респондентов заявили об этом, в странах со средним

уровнем дохода таковых было 58,8 %, а с высоким — 56,5 %. В целом, не наблюдается существенных различий в восприятии важности целей между ранними (60,5 %) и устоявшимися (57,4 %) предпринимателями, однако,

в некоторых странах значительный приоритет неэкономическим целям отдают ранние предприниматели (Великобритания, Финляндия, Франция, Швейцария, США, Саудовская Аравия), в других (Судан, Словакия, Норвегия, ЮАР) — устоявшиеся.

Принятие новых стандартов не только декларируется, предприниматели готовы на конкретные шаги по минимизации воздействия

бизнеса на окружающую среду. 36,6 % ранних и 39,4 % устоявшихся предпринимателей заявили о том, что осуществляли действия в этом направлении (Рис. 55). Социальный эффект находится в меньшем фокусе у предпринимателей в России, чем экологический. О наличии шагов по максимизации социального эффекта, предпринятых за последний год, заявило 30,3 % ранних и 26,6 % устоявшихся предпринимателей.

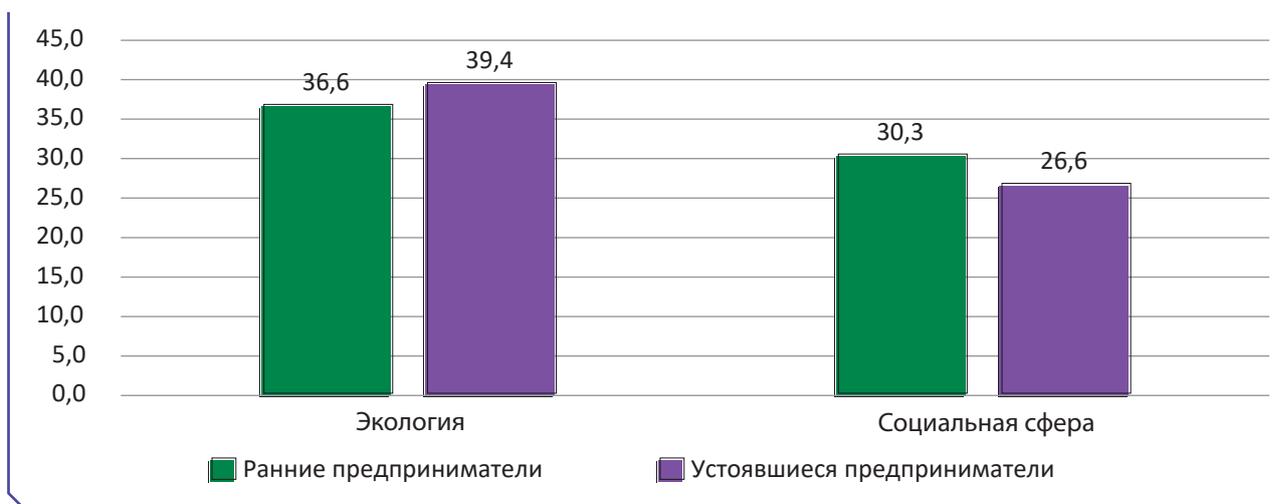


Рис. 55. Наличие конкретных шагов по минимизации негативного экологического влияния при максимизации социального эффекта в течение года ранними и устоявшимися предпринимателями, 2021, %

Источник: APS 2021

23 % ранних и 18 % устоявшихся предпринимателей реализовало как социальные, так и экологические инициативы в предыдущем

году. 54,4 % ранних и 57,1 % устоявшихся предпринимателей не участвовали ни в каких инициативах.



ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ АКТИВНОСТЬ

В 2021 году предприниматели продолжали испытывать на себе влияние пандемии, при этом в изменении уровней предпринимательской активности не было отмечено общего тренда. На Рис. 56 представлено изменение уровней предпринимательской активности в 34-х странах, принимавших участие в трех циклах исследования с 2019 по 2021 год. В шести из них, в том числе и в России, уровень ТЕА снижался два года подряд. Но если в России снижение было менее 10 % к уровню прошлого года, то в Польше сокращение практически

вдвое, отмеченное в прошлом году, продолжилось и в 2021 году. Норвегия, испытывавшая на себе незначительное снижение индекса ТЕА в 2020 году, в 2021-м столкнулась с сокращением уровня ранней предпринимательской активности более чем в два раза. В большинстве стран сокращение числа ранних предпринимателей в 2020 году сменилось ростом в 2021 году, и эти страны смогли вернуться на допандемийный уровень. В ряде стран, например в США, ОАЭ и Швейцарии колебания индекса ТЕА были на уровне 10 %. В Индии, где в прошлом году было зафиксировано сокращение числа ранних предпринимателей на две трети, что было наиболее существенным снижением среди всех стран — участниц

В ряде стран, например в США, ОАЭ и Швейцарии колебания индекса ТЕА были на уровне 10 %.

проекта GEM, в 2021 году произошло увеличение индекса TEA в 2,7 раза. Существенный рост более чем в 2,5 раза наблюдался и в Италии на фоне прошлогоднего снижения на 30 %.

В ряде стран наблюдалась обратная тенденция: рост индекса TEA в прошлом году сменился его падением в этом. Наиболее отчетливо это проявилось в Египте, Колумбии, Омане

и Словакии. В двух странах — Нидерландах и Саудовской Аравии — ранняя предпринимательская активность росла два года подряд, несмотря на пандемию. Неодинаковое изменение показателей может объясняться как несовпадением волн пандемии COVID-19, так и различной реакцией предпринимателей и правительств.

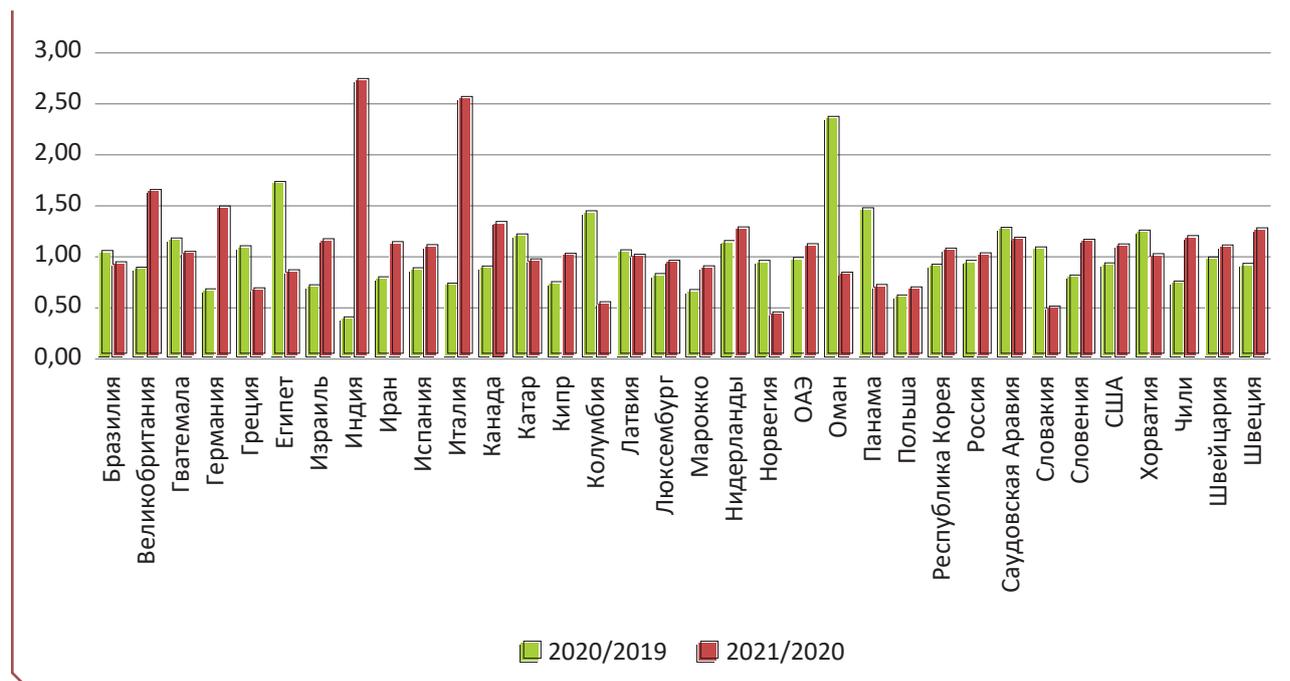


Рис. 56. Соотношение уровней ранней предпринимательской активности 2020/2019 и 2021/2020
Источник: APS 2019–2021

Создание и развитие предприятий являются ответом на открывающиеся возможности. В опросы взрослого трудоспособного населения в 2020 и 2021 годах были включены вопросы, касающиеся оценки появления в результате пандемии новых перспектив создания и развития бизнеса. Российские предприниматели, как ранние так и устоявшиеся, не демонстрировали оптимизма в оценке возможностей (Рис. 57), лишь каждый пятый ранний предприниматель согласился с тем, что пандемия способствует их появлению. При этом доля предпринимателей, увидевших

новые возможности, сократилась по сравнению с прошлым годом как среди ранних, так и среди устоявшихся предпринимателей, причем среди устоявшихся это сокращение было почти вдвое. То, что устоявшиеся предприниматели видят меньше открывающихся возможностей, характерно для подавляющего большинства стран — участниц проекта. Средние значения этих показателей составили 41,5 % для ранних и 31,8 % для устоявшихся предпринимателей. Наибольший оптимизм продемонстрировали ранние предприниматели в Индии — 77,6 %.



Рис. 57. Доля российских предпринимателей, посчитавших, что пандемия создает новые возможности для их бизнеса, 2020–2021

Источник: APS 2020–2021

Предприниматели оценили сложность создания бизнеса и его развития в 2021 году по сравнению с 2020 годом. Если год назад в 77 % стран-участниц большинство ранних предпринимателей согласилось с тем, что бизнес стало создать сложнее, то в этом году такого мнения придерживались большинство предпринимателей в 38 % стран. В 2021 году в России 49,6 % ранних предпринимателей посчитали, что открыть бизнес стало сложнее, чем годом ранее (в 2020 году — 58,3 %).

В 2021 году в рамках проекта GEM была проведена оценка восприятия интрапренерами последствий пандемии COVID-19 для бизне-

сов, в которые они вовлечены. В частности, им предлагалось оценить, открыла ли пандемия для них новые предпринимательские возможности. На Рис. 58 представлено распределение ответов по странам. В России интрапренеры скорее обозначили негативный эффект COVID-19 на компании, в которых они работают, тогда как респондентов, указавших на новые возможности, не оказалось вовсе. Схожая ситуация сложилась в Египте, Марокко, Республике Корея. В Индии, Панаме, Саудовской Аравии, Великобритании, Чили, Уругвае, Словакии, напротив, респондентов, увидевших в новом глобальном вызове открывающиеся возможности, оказалось более 70 %.

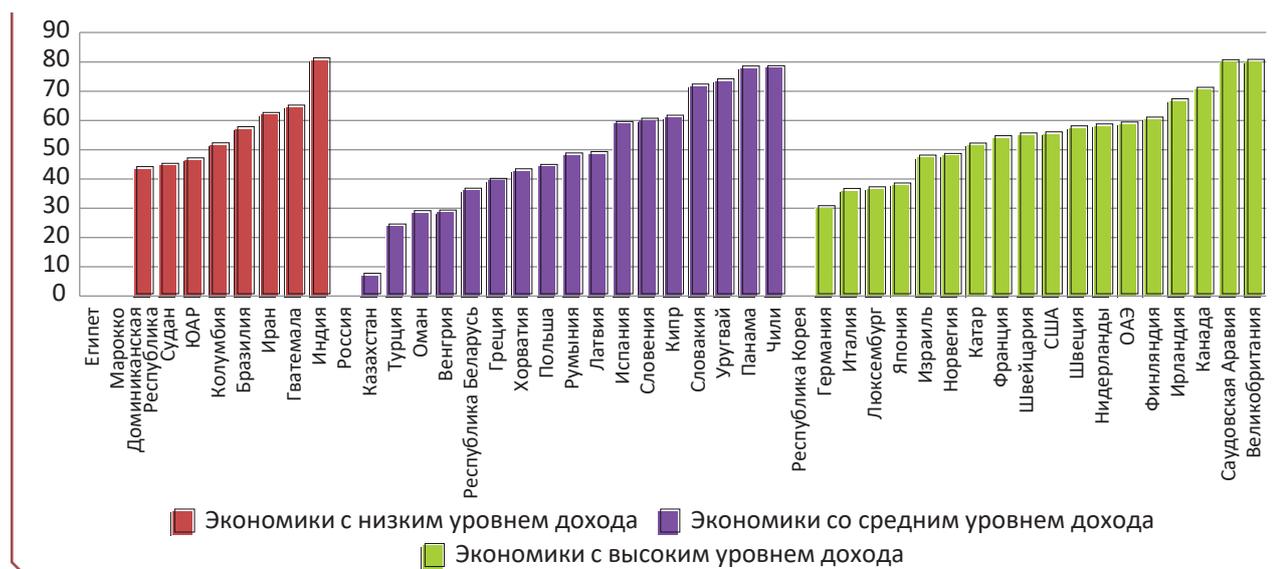


Рис. 58. Процент интрапренеров, считающих, что пандемия COVID-19 открыла новые возможности для их бизнесов, 2021, %

Источник: APS 2021



АНАЛИЗ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES)

Основное внимание в Глобальном отчете GEM 2021/2022 уделялось личным решениям начать свой бизнес. Однако эти решения, при всей важности влияния на развитие предпринимательства в стране, принимаются не в вакууме. Контекст этих решений или предпринимательская среда, в которой они принимаются, будут критическим фактором, влияющим на возможности и способы реализации решений, а также на процесс предпринимательства.

Среда, в которой развивается бизнес, может стимулировать предпринимателя в создании своего дела, например, через поддержку семьи и друзей или доступности ресурсов, включая

В 2021 году, как и в 2020-м, условия для открытия бизнеса находились под сильным влиянием пандемии COVID-19 и ответных действий правительств.

финансы, опыт, инфраструктуру, а может наоборот обременить молодое предприятие чрезмерным регулированием и высокими затратами на инфраструктуру, которая не только не поддерживает начинание, но и может быть враждебной новому бизнесу. Социальные нормы могут поощрять принятие риска и творчество,

включая личные инвестиции в новый бизнес, или могут быть сосредоточены на безопасности и ответственности. Рынки могут быть свободными и открытыми, или могут жестко контролироваться несколькими крупными предприятиями, действующими для обеспечения того, чтобы вход был непомерно дорогим.

В 2021 году, как и в 2020-м, условия для открытия бизнеса находились под сильным влиянием пандемии COVID-19 и ответных действий правительств. Некоторые предприниматели увидели новые возможности для бизнеса, в то время как другие посчитали, что их бизнес-планы могут быть отложены или сорваны. В этом разделе отчета будет проведен анализ факторов внешней среды и степени их влияния на бизнес-условия в стране, а также проведена оценка правительственных мер реагирования на пандемию.

GEM описывает «контекст» с точки зрения предпринимательских характеристик конкретной страны. Эти характеристики социально-экономической среды получили название: *условия развития предпринимательства* (Entrepreneurial Framework Conditions — EFC).

Для оценки национальных условий развития предпринимательства проводятся национальные экспертные интервью (National Expert

Survey — NES). Необходимость их проведения объясняется нехваткой данных о специфических факторах, определяющих предпринимательскую среду на межнациональном уровне. Выборка экспертов должна состоять как минимум из 36 респондентов, которые тщательно отбираются, исходя из их области экспертизы (должна соответствовать одному из условий развития предпринимательства) и знаний.

Эксперты оценивают условия развития предпринимательства и определяют факторы, состояние которых положительно и отрицательно влияет на развитие предпринимательства, а также предлагают меры, по их мнению стимулирующие предпринимательскую деятельность в стране. Принцип формирования выборки экспертов предполагает их ежегодную 75 %-ную ротацию, поэтому непосредственное сравнение средних значений показателей будет отражать не столько фактическое изменение условий, сколько персональное восприятие экспертов. Тем не менее, сравнение рейтингов внутри страны дает представление о «болевых» точках внешней среды, определяющих развитие предпринимательства.

В проекте GEM выделяются следующие ключевые условия развития предпринимательства:

Финансовая поддержка

A1. Финансовая поддержка для предпринимателей: доступность финансовой поддержки для предпринимателей, включая гранты и субсидии новым и развивающимся фирмам.

A2. Степень доступности финансовых ресурсов: наличие собственного капитала и легкость доступа заемного капитала для предпринимательского старта.

Политика государства

B1. Политика государства: поддержка и развитие. Влияние мер государственной политики на развитие новых фирм.

B2. Политика государства: налогообложение и бюрократия. Региональная и федеральная государственная политика и ее правоприменение в отношении системы налогообложения, государственного регулирования и управления.

<p>Государственные программы</p>	<p>С. Государственные программы развития предпринимательства. Наличие программ непосредственной поддержки новых и развивающихся фирм на всех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном, а также доступность и качество государственных программ; компетентность работников государственных структур и их способность к управлению конкретными программами; эффективность служб.</p>
<p>Образование и профессиональная подготовка</p>	<p>D1. Предпринимательское образование: начальная и средняя школа. Включенность в существующую систему школьного образования подготовки и обучения по созданию и управлению новым или растущим бизнесом.</p> <p>D2. Предпринимательское образование: высшее и профессиональное. Включенность в существующую систему профессионального и высшего образования подготовки и обучения по созданию и управлению новым или растущим бизнесом.</p>
<p>Внедрение научно-технических разработок</p>	<p>Е. Внедрение научно-технических разработок. Уровень развития научных исследований и разработок, ведущих к созданию в стране новых возможностей для бизнеса, а также доступность научно-технических разработок для новых и развивающихся малых компаний.</p>
<p>Коммерческая и профессиональная инфраструктура</p>	<p>Ф. Достаточность и доступность по цене коммерческой и профессиональной инфраструктуры. Уровень развития коммерческих, учетных и юридических служб и организаций, оказывающих поддержку новому и растущему малому бизнесу.</p>
<p>Открытость рынка</p>	<p>Открытость рынка. Можно выделить две составляющие в оценке данного условия: во-первых, открытость рынка, во-вторых, степень изменений рынка вследствие глобализации.</p> <p>G1. Открытость рынков: динамика рынков. Возможность для новых и растущих фирм свободно конкурировать с существующими производителями, субподрядчиками и консультантами.</p> <p>G2. Открытость рынка: барьеры вхождения на рынок. Влияние существующих регламентов и правил на выход новых и растущих компаний на рынок.</p>
<p>Физическая инфраструктура</p>	<p>Н. Доступ к физической инфраструктуре. Достаточный уровень развития и доступность физических ресурсов, включая средства связи (телефон, почта, Интернет), основные коммунальные услуги, офисные помещения, места для парковки; транспорт (дороги, воздушные/морские перевозки), доступность и качество сырья и природных ресурсов.</p>
<p>Культурные и социальные нормы</p>	<p>I. Культурные и социальные нормы. Влияние существующих социально-культурных норм на создание новых компаний и развитие предпринимательства в целом.</p>

Для оценки каждого условия используются 58 вопросов, которые позволяют оценить уровень развития и степень влияния того или иного фактора на предпринимательство в стране.

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНАХ — УЧАСТНИЦАХ ПРОЕКТА GEM¹

В результате анализа экспертных интервью можно наблюдать четкую положительную связь между уровнем социально-экономического развития страны и показателями базовых условий развития предпринимательства. Для каждого условия средние баллы в странах с высоким уровнем дохода превышают баллы в странах со средним уровнем дохода. Та же картина повторяется, когда показатели рамочных условий для стран уровня В сравниваются с показателями стран уровня С. При сравнении самых низких баллов по условиям группы уровня В и самых низких баллов группы уровня С, можно заметить всего четыре случая (из 13), где оценка группы уровня С превышает оценку соответствующей группы уровня В.

Однако это не означает, что все показатели условий развития предпринимательства являются высокими в группе с высоким уровнем дохода. Рис. 59 показывает, что среди стран с высоким уровнем только Объединенные Арабские Эмираты демонстрирует оценку факторов, как достаточных для развития предпринимательской активности по всем структурным условиям развития предпринимательства. В Нидерландах, Саудовской Аравии и Финляндии эксперты указали, что состояние одного из EFC препятствует развитию предпринимательства, в Японии эксперты посчитали, что 11 из 13 условий развития предпринимательства могут быть оценены, как недостаточные для процветания предпринимательства в стране, в Италии таких условий было выделено 10.

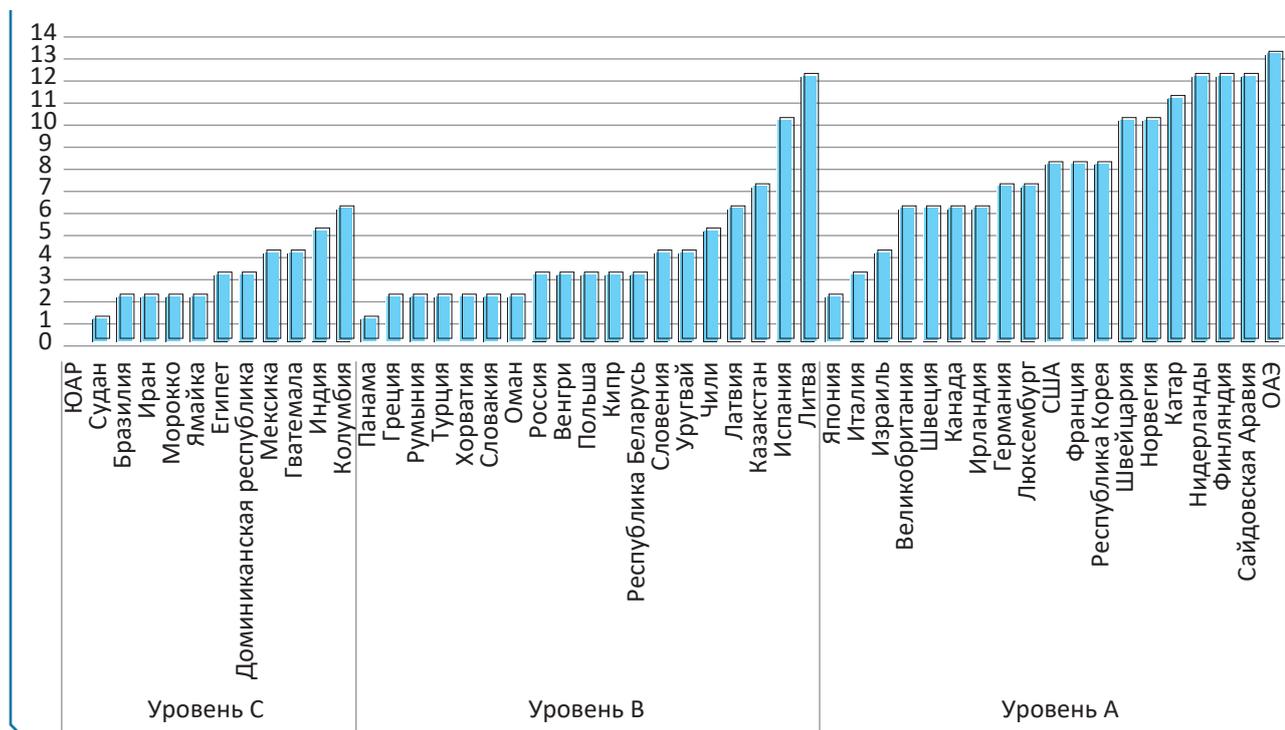


Рис. 59. Количество (из 13) условий развития предпринимательства (EFC), оцененных экспертами разных стран как достаточные для каждой экономики, 2021

Источник: NES 2021

¹ Источник: GEM Global Report

Среди стран со средним уровнем дохода не оказалось ни одного участника, у которого эксперты оценили бы все условия развития предпринимательства как достаточные. Самый оптимистичный результат показала Литва, в которой только одно условие эксперты посчитали ограничивающим развитие бизнеса в стране. Также в целом высоко оценили большинство условий развития предпринимательства в стране испанские эксперты, где 10 из 13 факторов положительно влияют на становление бизнеса.

Из 50 стран, принимавших участие в экспертных интервью в 2021 году, в ЮАР эксперты не выделили ни одного удовлетворительного условия для развития бизнеса, а в Судане — только одно. Эксперты в 11 странах (1 страна с высоким уровнем дохода, 6 стран со средним уровнем дохода и 4 страны с низким уровнем дохода) достаточными факторами посчитали только 2 из 13. Российские эксперты, наряду с экспертами Израиля, Республики Беларусь, Кипра, Польши, Венгрии, Мексики и Гватемалы, увидели три условия, положительно влияющих на предпринимательский климат в своих странах.

Экспертам был задан вопрос о том, помогли ли меры, принятые их правительством в первый год пандемии, избежать значительного сокращения

числа новых и растущих фирм и создаваемых ими рабочих мест. Эксперты пришли к единому мнению о том, что правительственные меры помогли избежать сокращения числа новых предприятий в Саудовской Аравии (уровень А), Литве (уровень В) и, в меньшей степени, в Индии (уровень С). Меры были признаны менее эффективными в Японии, Республике Беларусь и Иране.

Поддержка женщин-предпринимателей рисует аналогичную картину, причем наибольшая поддержка наблюдается в Объединенных Арабских Эмиратах, Литве и Индии, а слабая — в Израиле, Турции и Иране.

Поддержка цифровизации, а также расширение удаленной работы в связи с пандемией, нашли подтверждение у экспертов в экономиках с высоким уровнем дохода, где средний балл выше пяти. Лидерами в своих группах являются Нидерланды, Литва и Колумбия, в то время как Япония, Республика Беларусь и Судан имели самые низкие средние баллы в соответствующей группе. Эксперты в 12 странах оценили поддержку цифровизации как недостаточную, взятые вместе результаты свидетельствуют о том, что пандемия ускорила цифровизацию бизнеса и внедрение цифровых технологий предпринимателями как критического фактора их дальнейшего развития.

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Распределение факторов по влиянию на предпринимательство достаточно устойчиво по годам. В 2021 году, по мнению экспертов, только четыре фактора, включая поддержку женского предпринимательства, скорее положительно влияли на развитие предпринимательства в России (Рис. 60).

Большинство факторов¹, наоборот, скорее негативно сказываются на предпринимательстве. Оценка экспертами этих факторов в 2021 году была ниже пяти. Это говорит о том, что состояние этих структурных условий тормозит открытие новых компаний и развитие уже существующего бизнеса.

¹ На рисунке представлены средние значения экспертных оценок по ключевым блокам вопросов. При их расчете тестировалась согласованность блоков вопросов с помощью критерия альфа Кронбаха. Так, оценка уровня образования и государственной политики не позволила с высокой степенью надежности определить среднее значение по всему блоку вопросов, поэтому соответствующие блоки были разделены на две подгруппы.

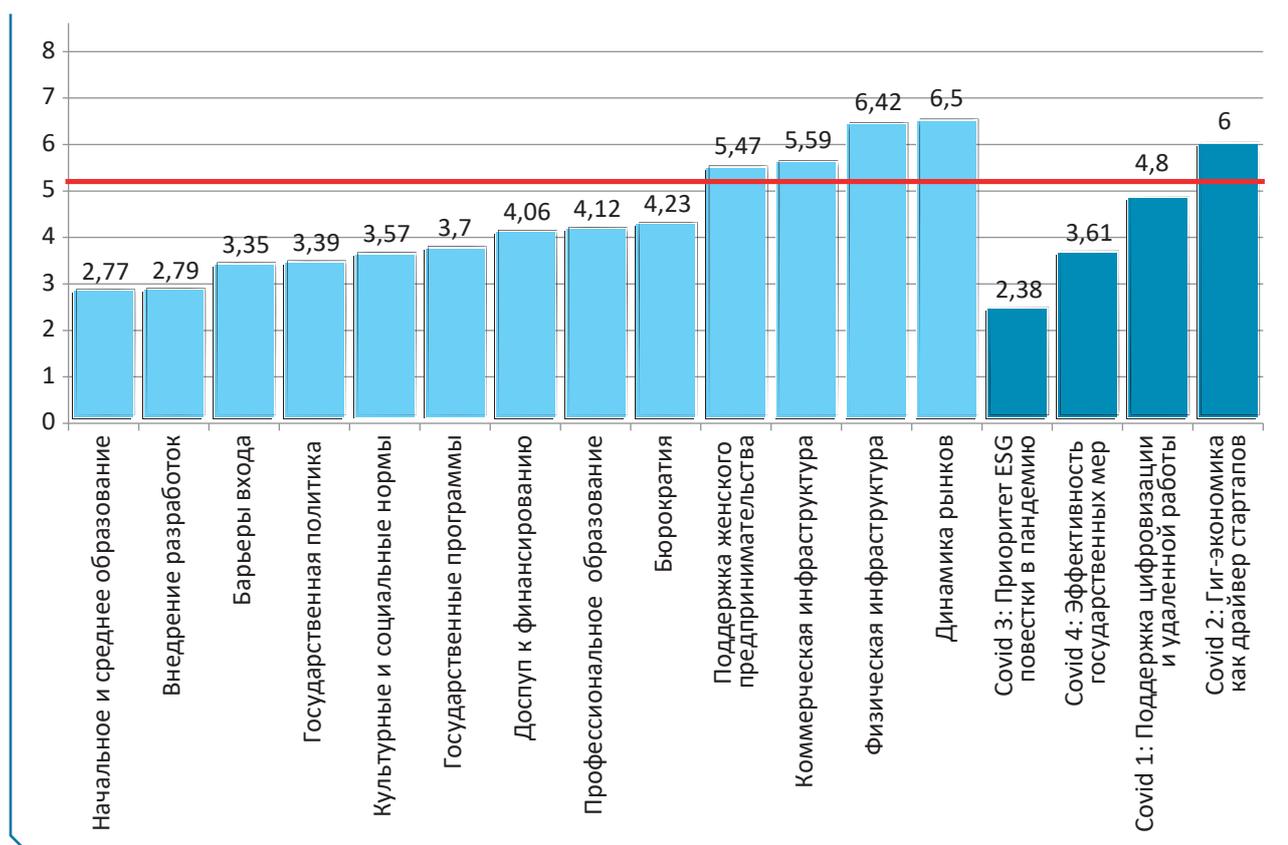


Рис. 60. Средние значения экспертных оценок факторов развития предпринимательства в России, 2021

Источник: NES Russia 2021

Прошедший год дал владельцам малых фирм достаточно много новых возможностей для того, чтобы предложить рынку новые товары и услуги. Это подтверждают и эксперты, которые вывели такой фактор развития бизнеса, как динамика рынков, в лидеры рейтинга 2021 года. Средняя оценка экспертов составила 6,5. По мнению экспертов, как на рынке потребительских товаров (6,85), так и на рынке B2B (6,28) ежегодно происходят изменения, которые выступают катализатором новых бизнес-идей.

Высокие оценки среди экспертов получил фактор развития физической инфраструктуры (средний балл — 6,42), однако внутри этого условия элементы имеют разный вес (Рис. 61). И если такой элемент, как возможность по-

лучить доступ к качественным каналам связи оценен экспертами высоко (8,33), то качество дорог, коммунальные службы, коммуникации, система утилизации отходов гораздо критичнее для малого бизнеса (4,15). По мнению экспертов, новые или растущие компании имеют качественный доступ к услугам связи и прочим каналам коммуникаций с точки зрения стоимости (7,18), оплатить стоимость коммунальных услуг (6,72) большинство компаний в состоянии. В доступе у предпринимателей достаточно много офисных помещений (7,1). Ниже экспертами оцениваются сроки подключения к электросетям, водоснабжению и другим коммунальным услугам (5,57) и достаточность производственных площадей для аренды (5,54).

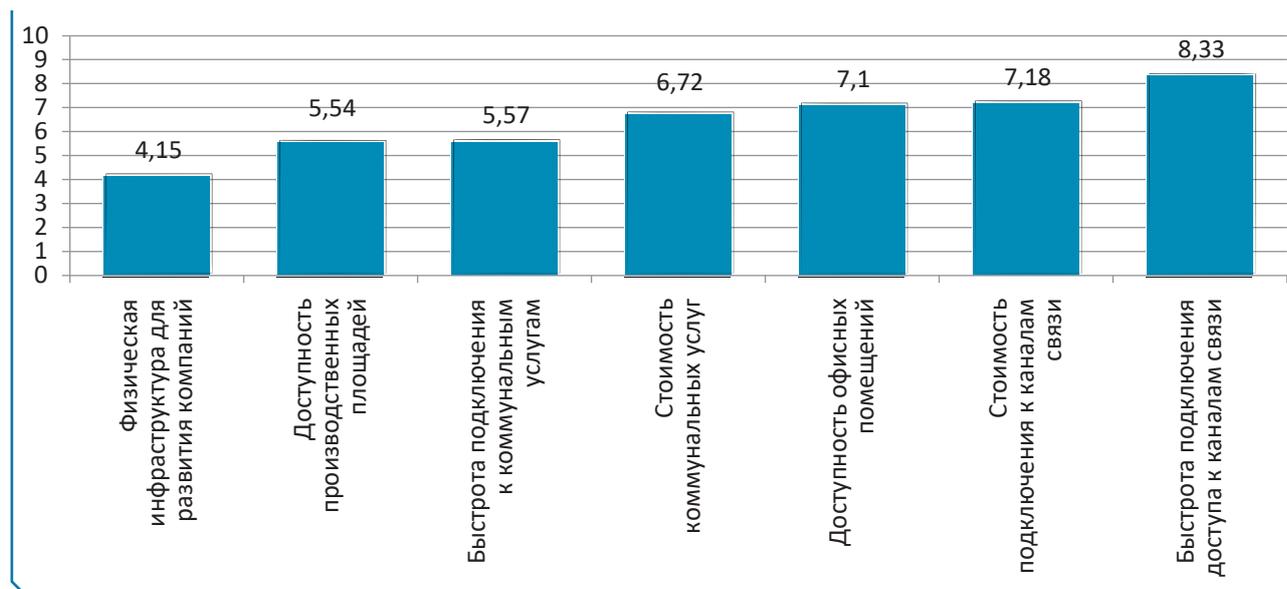


Рис. 61. Экспертные оценки фактора развития физической инфраструктуры в России, 2021
Источник: NES Russia 2021

К нейтральной отметке приближен фактор развития коммерческой инфраструктуры (средний балл — 5,59). Внутри же этого фактора элементы распределены неодинаково (Рис. 62). Наиболее доступны для новых и растущих компаний качественные банковское обслуживание (7,36), подключение

к облачным сервисам (7,11), юридические и бухгалтерские услуги (6,62). В то же время при достаточном количестве субподрядчиков и поставщиков (5,26), их поиск является проблемой для молодых компаний (4,05). Кроме того, не все фирмы в состоянии оплатить их услуги (3,51).

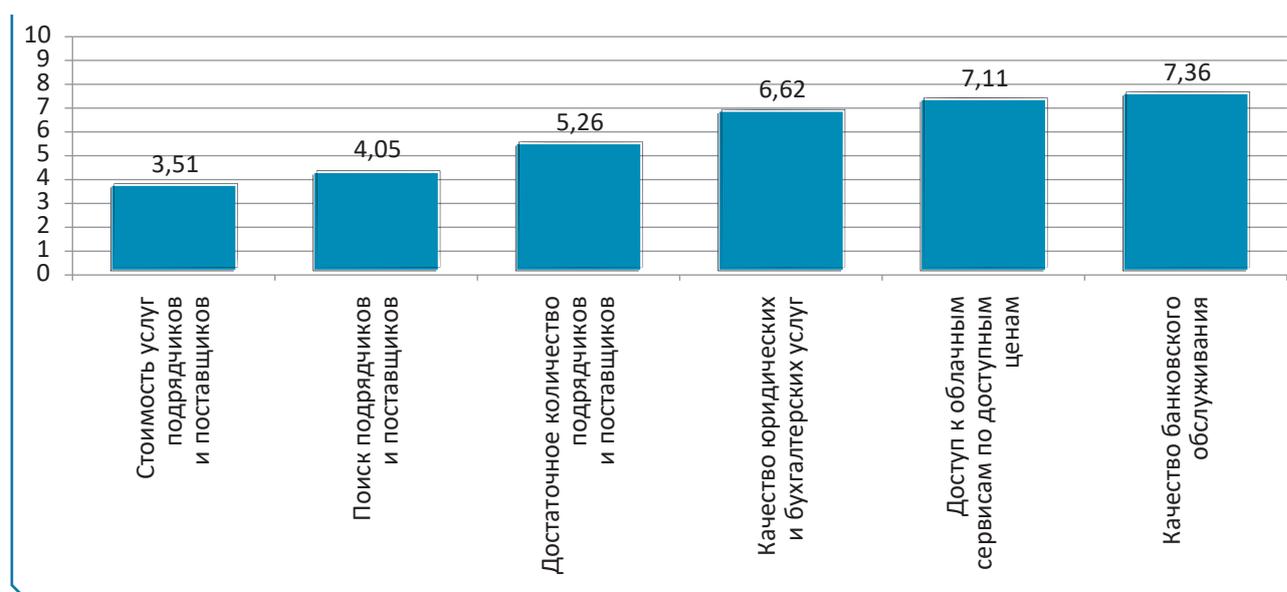


Рис. 62. Экспертные оценки фактора коммерческой инфраструктуры в России, 2021
Источник: NES Russia 2021

Развитие женского предпринимательства получило практически нейтральную оценку экспертов (средний балл — 5,47). Внутри этого фактора разброс элементов достаточно велик. Так, эксперты не заметили разницы в доступе к финансированию (8,11) и процедурам государственных закупок (7,68) для мужчин и женщин. При этом они посчитали, что национальная культура в меньшей степени поощряет женщин начинать собственное дело (3,86), и правила регулирования предпринимательской деятельности не настолько благоприятны для женщин, чтобы становится предпринимателем, а не наемным работником (3,26).

В числе первых негативно влияющих на предпринимательство факторов эксперты традиционно называют бюрократию (средний балл — 4,23) и реализацию государственной политики (средний балл — 3,39). Особенно неблагоприятными аспектами из года в год эксперты отмечают длительность получения большинства необходимых разрешений и лицензий (2,77), отсутствие приоритета у федеральных (3,32) и региональных (3,28) органов власти поддерживать малый бизнес,

а также высокое налоговое бремя для малых и растущих фирм (3,31). Последовательность политики государства по отношению к малым и растущим фирмам (3,05) также не получает высоких оценок. Относительно оптимистично на этом фоне выглядят оценки разумности затрат на регистрацию новых предприятий (7,92).

Систему образования и ее различные институциональные структуры эксперты из года в год оценивают по-разному. Если система профессионального образования выглядит более-менее нейтрально, т. е. адекватна развитию бизнеса в стране (4,12), то система начального и среднего образования, по мнению экспертов, не отвечает вызовам экономики (2,77). В 2021 году именно этот фактор был назван самым неблагоприятным для развития предпринимательства в стране.

Одним из основных узких мест российского предпринимательства эксперты регулярно называют низкую доступность финансовых ресурсов (средний балл — 4,06) для новых и растущих компаний. Подробное распределение элементов этого фактора представлено на Рис. 63.

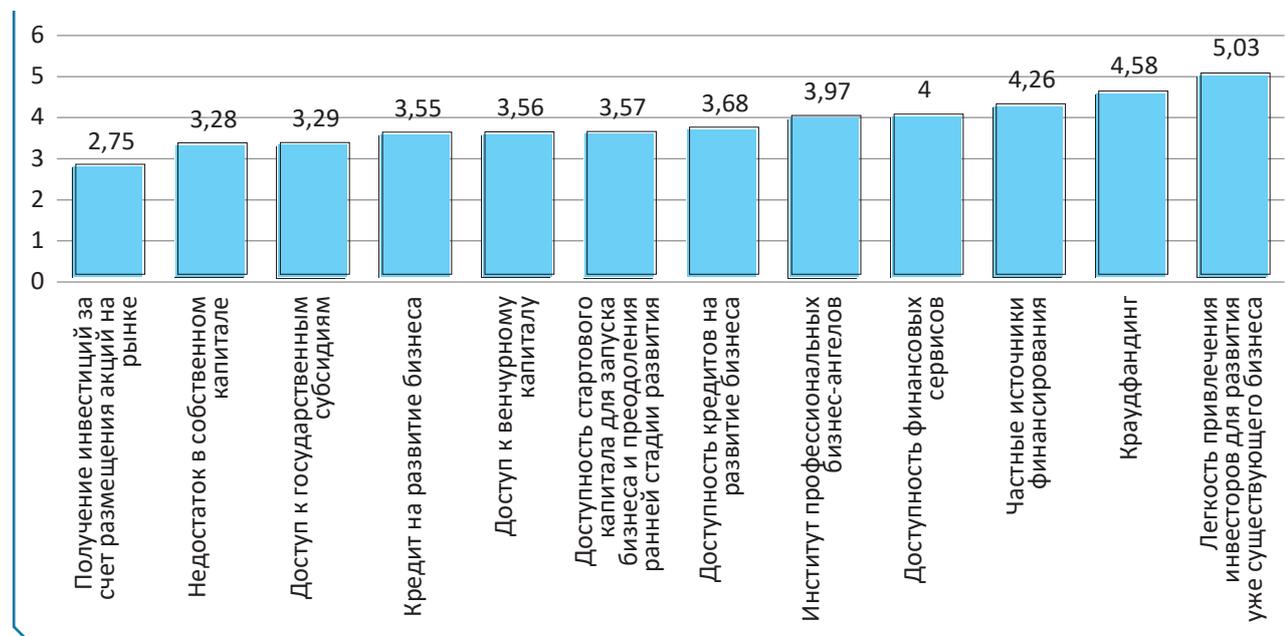


Рис. 63. Экспертные оценки фактора доступности финансовых ресурсов в России, 2020

Источник: NES Russia 2020

Практически недоступно для молодых компаний получение инвестиций за счет размещения акций на рынке (2,75). Оценивая доступность финансирования, эксперты уверены, что предпринимательские фирмы испытывают недостаток в собственном капитале (3,28), им сложно получить доступ к государственным субсидиям (3,29) и к венчурному капиталу (3,56), а также получить кредит на развитие бизнеса (3,55). Доступность стартового капитала для запуска бизнеса (3,57) и кредитов на развитие бизнеса (3,68) требует большего внимания, по мнению экспертов. Институт профессиональных бизнес-ангелов также недостаточно развит в России (3,38). Источником финансирования, который более доступен предпринимателям, эксперты называют средства, привлекаемые из частных источников: друзей, родственников и коллег (4,19), а также краудфандинг (4,84). Вместе с тем, привлечение инвесторов для

развития уже существующего бизнеса (5,03) является более легким.

Низкие оценки, как правило, получает и качество государственных программ (Рис. 64), средний балл по этой группе факторов составляет 3,7. Эксперты отмечают действенную поддержку технопарков и бизнес-инкубаторов (4,73) и более-менее достаточное количество программ поддержки (4,11). Тем не менее, эксперты неизменно сомневаются в компетентности и эффективности чиновников в государственных учреждениях (3,28). Они отмечают, что далеко не каждая новая и растущая компания, которая нуждается в государственных программах, может ее получить (2,83), невысоко оценивают эффективность государственных программ, направленных на поддержку новых и растущих фирм (3,47), а также невысоко оценивают возможность получения поддержки по принципу «одного окна» (3,89).

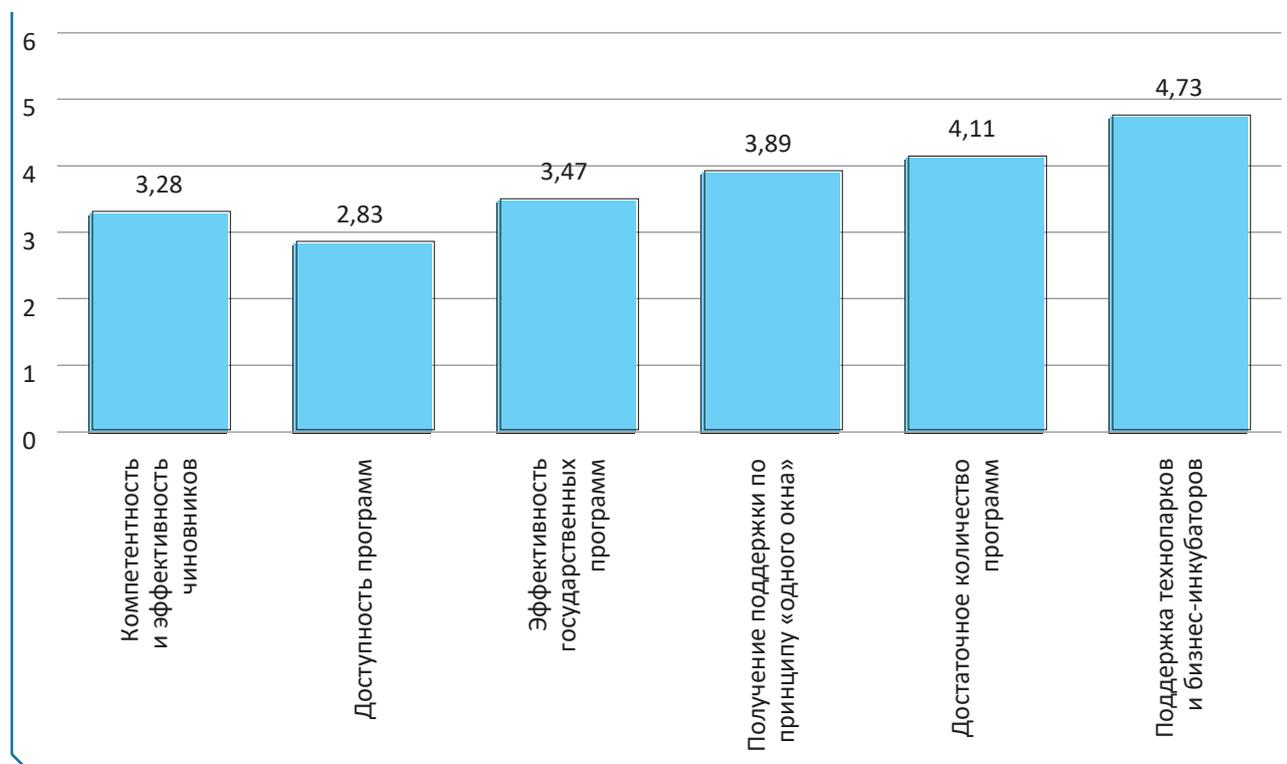


Рис. 64. Экспертные оценки фактора доступности государственных программ в России, 2021
Источник: NES Russia 2021

Оценка культурных и социальных норм и их влияние на создание и развитие малых компаний в России неизменно невысока — в 2021 году средний балл составил 3,57. Эксперты считают, что российская культура в достаточной мере поощряет творческий подход и инновационность (4,0) и подчеркивает ответственность, которую несет индивид (а не коллектив) за управление своей собственной жизнью (3,87). Вместе с тем, культура в недостаточной степени поддерживает идею личного успеха, достигнутого своими силами (3,38), и не делает должного акцента на самодостаточности, автономии и личной инициативе (3,33). Культурные нормы скорее не поощряют предпринимательский риск (3,11).

Несмотря на то, что динамика рынка потребительских товаров и услуг оценивается российскими экспертами положительно, высокие издержки выхода на новые рынки (средний балл — 3,35), наряду с неэффективным применением антимонопольного законодательства, приводят к тому, что выживаемость малых и растущих компаний невелика. Эксперты считают, что новым и растущим компаниям нелегко выйти на новые рынки (4,05), а утвердившиеся на рынке компании противодействуют выходу молодого бизнеса на рынок (3,05). При этом далеко не все новые и растущие компании в состоянии оплатить издержки, связанные с выходом на рынок (3,28), а существующее антимонопольное законодательство на практике применяется неэффективно (3,55).

Наряду с низким уровнем предпринимательского образования в начальной школе, о котором писалось выше, наименьшую оценку в прошлом году получили условия внедрения научно-технических разработок (средний балл — 2,79) и их использование в практике деятельности малых и растущих

компаний. На фоне низких оценок различных условий развития этого фактора относительно оптимистично выглядит признание того, что научно-технологическая база оказывает эффективную поддержку для создания высокотехнологичных предприятий мирового уровня (3,71). Но малые компании не имеют доступа к новым технологиям и результатам научных исследований по сравнению с крупными фирмами (2,86), а также далеко не все могут себе это позволить (2,45). Существующая система государственных субсидий не позволяет новым и растущим фирмам приобретать новые технологии (2,5). По мнению экспертов, в России не существует эффективной и понятной для ученых системы коммерциализации их идей и создания на их базе бизнеса (2,5), а для развивающихся новых компаний — системы передачи данных от университетов и исследовательских центров (3,22).

Второй год подряд в экспертную анкету включены вопросы по влиянию пандемии на предпринимательство. Эти вопросы были сосредоточены на новых способах ведения бизнеса, продвижения работы на дому, корректировки своих продуктов или услуг, определении новых возможностей, а также на повестке устойчивого развития.

Наиболее благоприятно экспертные оценки распределились при ответе на вопрос о новых возможностях для стартапов — пандемия положительно повлияла на рост гиг-экономики как драйвера создания новых стартапов (средний балл — 6,0). Относительно нейтрально выглядят оценки такого фактора как поддержка цифровизации бизнеса и удаленной работы (4,8).

Эксперты посчитали, что эффективность государственных мер по поддержке малых компаний в пандемию недостаточна (3,61), а ESG-повестка пока не являлась приоритетной для малых и растущих компаний (2,38).

ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ И ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Наряду с количественной оценкой условий развития предпринимательства, эксперты называют факторы, которые препятствуют и способствуют улучшению предпринимательского климата в стране, а также предлагают рекоменда-

ции по совершенствованию ситуации. На Рис. 65 представлены топ-3 факторов-лидеров, негативно воздействующих на развитие предпринимательства по частоте упоминания фактора среди прочих условий предпринимательства.

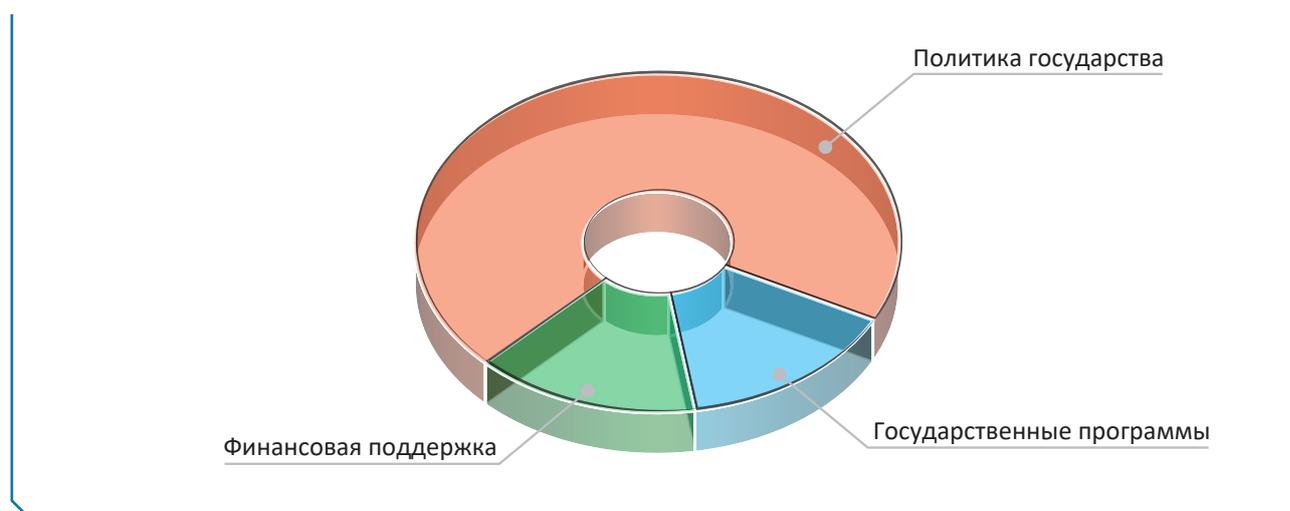


Рис. 65. Факторы, негативно влияющие на развитие предпринимательства в России, 2021.
Источник: NES Russia 2021

Политика государства традиционно занимает первое место и чаще остальных факторов упоминается экспертами как негативно влияющая на развитие предпринимательства в стране. Среди сдерживающих факторов в прошлом году эксперты отметили прежде всего «локдаун», «несогласованность действий федерального и субфедерального уровней власти в введении поддерживающих мер...», «закрытие B2C-каналов» и в новых условиях «отсутствие синхронности действий государства и бизнеса» из-за «отсутствия диалога».

Государственные программы поддержки эксперты посчитали «закбюрократизированными и малодоступными» или «недостаточными». Введение ограничительных мер «без должной

финансовой поддержки и компенсаций» вызвало много негативных откликов среди экспертов.

При всей критичной оценке роли государства в развитии предпринимательства, главное стимулирующее влияние эксперты также отводят политике государства (Рис. 66). Эксперты видят стимулирующую роль в доступности и внедрении научно-технических разработок, развитии государственных программ и открытости рынков для малых и растущих компаний. Стимулирующее воздействие оказывают, конечно, культурные и социальные нормы и положительное отношение к предпринимателям в обществе, а также образование на всех уровнях. Возможности для развития заложены также в многообразии финансовой поддержки.

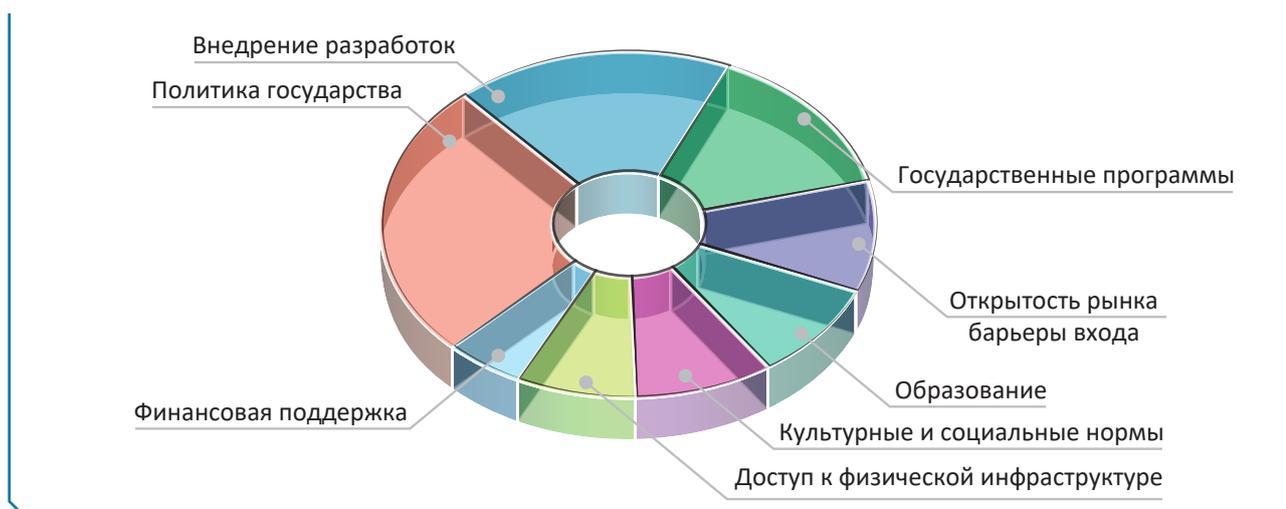


Рис. 66. Факторы, стимулирующие развитие предпринимательства в России, 2021
 Источник: NES Russia 2021

Помимо факторов, негативно влияющих на развитие предпринимательства в стране, и факторов, стимулирующих его разви-

тие, эксперты высказывают рекомендации по улучшению предпринимательского климата (Рис. 67).

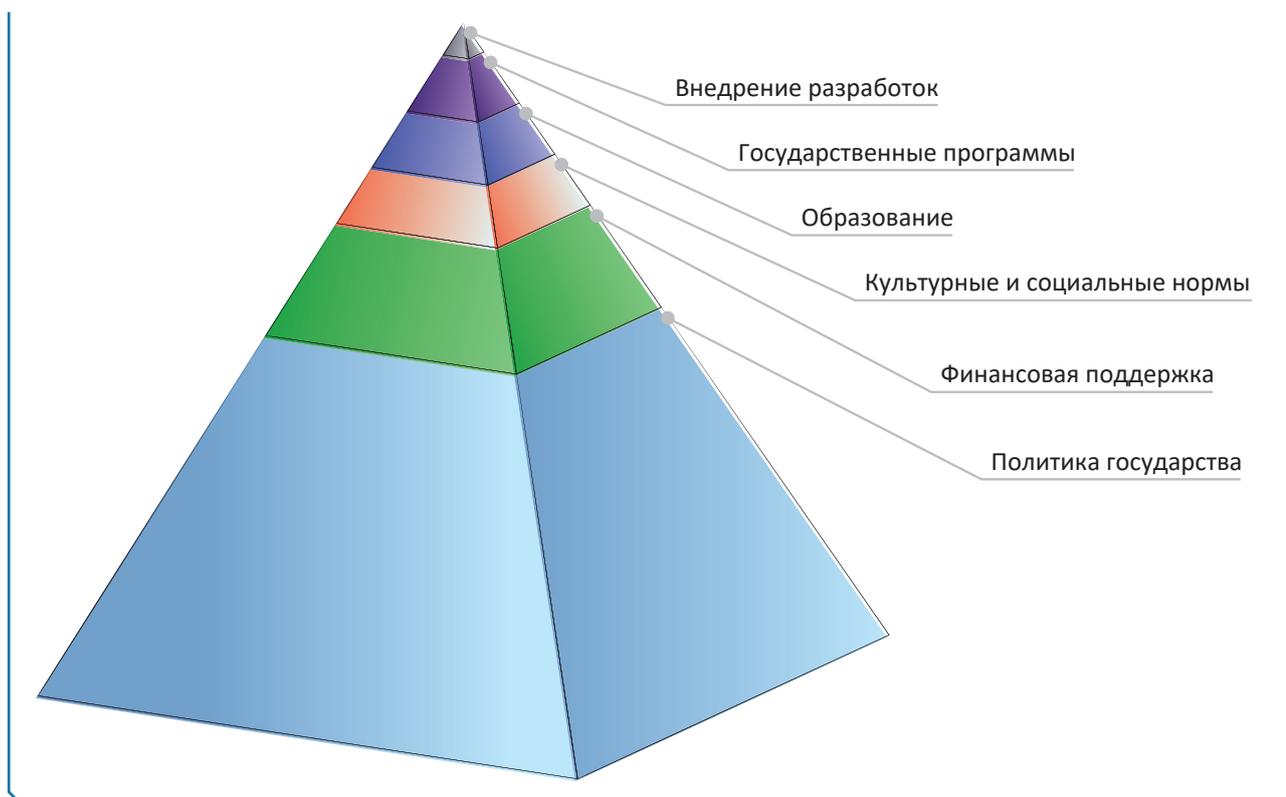


Рис. 67. Рекомендации экспертов по улучшению предпринимательского климата в России, 2021
 Источник: NES Russia 2021

Неизменными лидерами рекомендаций экспертов по улучшению бизнес-климата на протяжении многих лет являются совершенствование предпринимательского курса государства и обеспечение финансовой поддержки предпринимательского старта. Кроме того, важную роль

эксперты отводят развитию образовательной среды на начальном и профессиональном уровнях обучения, совершенствованию программ поддержки предпринимателей и, конечно, улучшению отношения к предпринимателям в обществе.

ИНДЕКС НАЦИОНАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КОНТЕКСТА (THE NATIONAL ENTREPRENEURSHIP CONTEXT INDEX, NECI)¹

С 2018–2019 гг. проект GEM ввел в исследование сводный индекс — Национальный индекс контекста предпринимательства (National Entrepreneurship Context Index, NECI), который оценивает условия для развития предпринимательства в экономике. NECI основан на 13 базовых

условиях и взвешивает их рейтинги по важности того или иного условия. Результаты NECI в этом отчете представляют собой первые усилия по информированию политиков, специалистов-практиков и других заинтересованных сторон о значимости среды для развития предпринимательства.

КАК ВЫСЧИТЫВАЕТСЯ ИНДЕКС?

Команды проекта GEM опрашивают по меньшей мере 36 экспертов в своей стране, включая предпринимателей, а также экспертов в различных областях, таких как финансы, государственное регулирование и образование. Эти эксперты оценивают утверждения о 13 базовых условиях, указывая степень своего согласия по девятибалльной шкале Лайкерта. Они также дают оценки важности для каждого утверждения, представляя степень, в которой этот аспект играет ключевую роль в стимулировании и поддержке предпринимательства в их экономике в текущем году. Оценки каждого эксперта умножаются на значения их важности. Результаты для всех утверждений по каждому базовому условию затем суммируются и делятся на сумму значений важности для создания индивидуального взвешенного показателя NECI. Эти оценки затем усредняются по всем экспертам в стране, чтобы получить значение NECI для каждого базового условия. Общее значение NECI представляет собой среднее из 13 факторов, которое используется для ранжирования стран.

Результаты за 2021 год представлены на Рис. 68 и подтверждают сделанные ранее утверждения: по общему мнению экспертов, Объединенные Арабские Эмираты с наивысшим показателем NECI — 6,8 могут быть лучшим местом для начала нового бизнеса. Далее следуют

Нидерланды, Финляндия, Саудовская Аравия и Литва. Все эти страны, за исключением Литвы, относятся к экономикам уровня А. Из пяти стран с самыми низкими показателями NECI все, кроме Беларуси (уровень В), относятся к экономике уровня С.

¹ Ссылка на Глобальный отчет

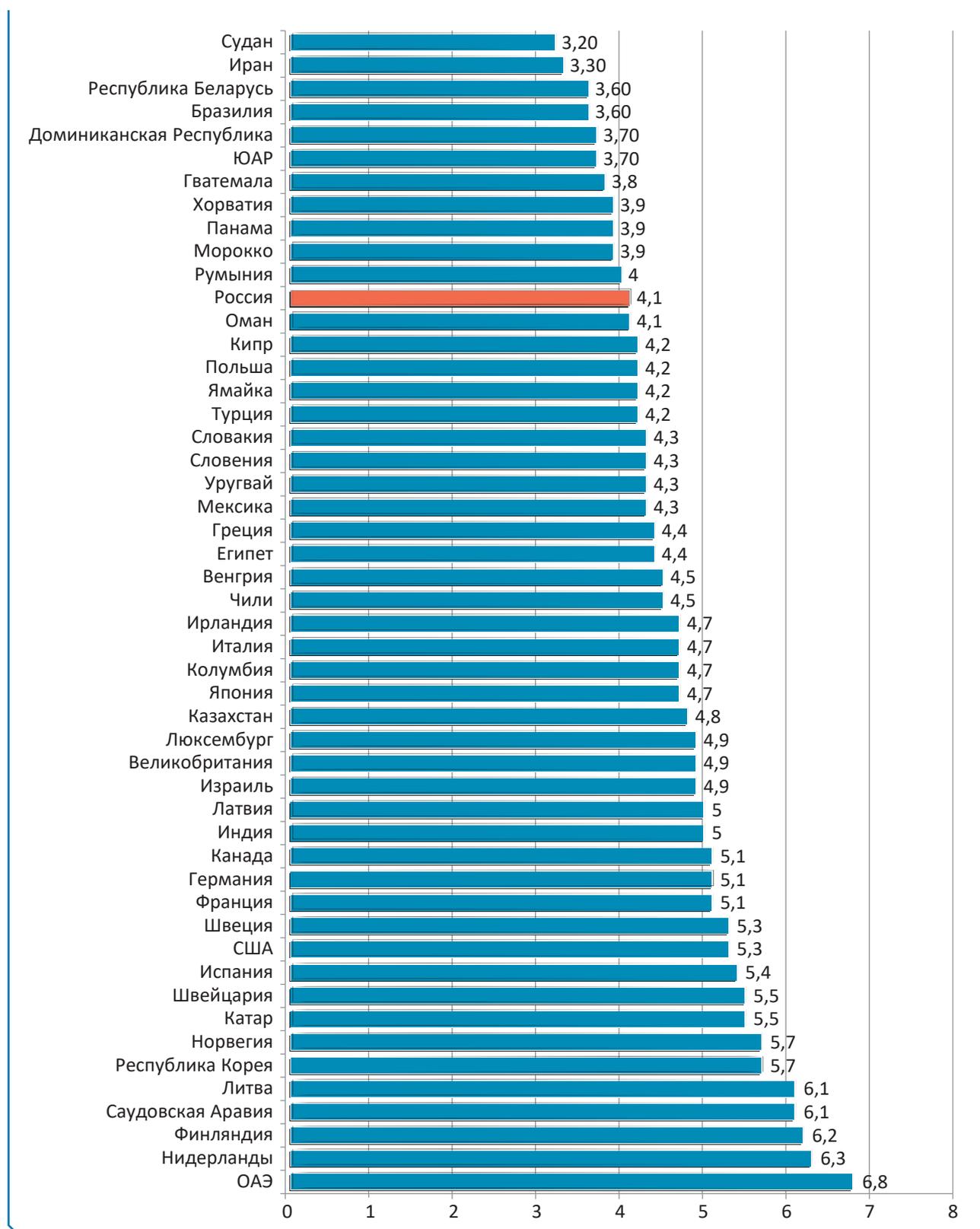


Рис. 68. Индекс национального предпринимательского контекста в 52 странах — участницах проекта GEM, 2021

Источник: NES Global 2021

Проведение исследования позволяет оценить изменения в оценке влияния пандемии на предпринимательскую экосистему путем сравнения индекса NECI в 2021 году и в 2019 году. Из 33 стран, которые последовательно участвовали в проекте GEM NES в 2019–2021 гг., можно выделить шесть, в которых показатель NECI увеличивался с каждым годом: наибольший рост наблюдался в Саудовской Аравии (с 5,0 в 2019 году до 6,1 в 2021 году), в Объединенных Арабских

Эмиратах (с 5,8 до 6,8) и в Республике Корея (с 5,1 до 5,7).

Только у двух экономик показатели NECI упали за два года: Катар (с 5,9 до 5,5) и Люксембург (с 5,2 до 4,9). Интересно, что при сравнении оценок NECI за 2019 и 2021 годы, можно заметить, что оценки скорее увеличились. Следовательно, пандемия COVID-19 ускорила или, по крайней мере, совпала с улучшениями в предпринимательских экосистемах разных стран.

СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1. Концептуальная модель проекта GEM.	12
Рис. 2. Предпринимательский процесс и базовые индикаторы проекта GEM.	14
Рис. 3. Динамика характеристик предпринимательской самооценки 2010–2021, %.	22
Рис. 4. Динамика национальных характеристик восприятия предпринимательства, 2010–2021, %.	24
Рис. 5. Количество знакомств с предпринимателями (среди предпринимателей и непредпринимателей), %.	26
Рис. 6. Оценка характеристик восприятия предпринимательства в России, предприниматели и непредприниматели, 2021, %.	26
Рис. 7. Оценка характеристик восприятия предпринимательства в России респондентами с разной оценкой предпринимательских способностей, 2021, %.	28
Рис. 8. Предпринимательские намерения в странах – участницах проекта, 2021, %.	30
Рис. 9. Динамика предпринимательских намерений в России, 2010–2021, %.	31
Рис. 10. Уровни ТЕА в странах – участницах проекта, 2021.	33
Рис. 11. Соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей, 2021.	34
Рис. 12. Вовлеченность взрослого трудоспособного населения во внутрифирменное предпринимательство, 2021, %.	36
Рис. 13. Раннее предпринимательство совместно с работодателем и независимо от работодателя, 2021, %.	36
Рис. 14. Уровни предпринимательской активности в России, 2010–2021, % от взрослого трудоспособного населения.	37
Рис. 15. Причины выхода из бизнеса в России 2019–2021, %.	38
Рис. 16. Причины выхода из бизнеса в странах с разным уровнем экономического развития, 2021, %.	39
Рис. 17. Причины выхода из бизнесов, продолжающих существование и переставших существовать в России, 2021, %.	40
Рис. 18. Соотношение начинающих предпринимателей и вышедших из бизнеса в странах – участницах проекта, 2021.	41
Рис. 19. Секторальное распределение ранних и устоявшихся предпринимателей в России, 2021, %.	42
Рис. 20. Секторальное распределение ранних предпринимателей в странах с разным уровнем экономического развития, 2021, %.	43
Рис. 21. Ранняя предпринимательская активность мужчин и женщин, 2010–2021, %.	45
Рис. 22. Относительный гендерный разрыв ранней предпринимательской активности: соотношение женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей, 2010–2021.	46
Рис. 23. Активность устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2010–2021, %.	47
Рис. 24. Соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2010–2021.	48
Рис. 25. Предпринимательская активность представителей различных возрастных групп, 2016–2021, %.	49
Рис. 26. Предпринимательская активность разных возрастных групп, 2021, %.	50
Рис. 27. Предпринимательская активность по возрастным группам среди устоявшихся и ранних предпринимателей, 2021, %.	51

Рис. 28. Индексы предпринимательской активности респондентов с разным уровнем образования, 2021, %	52
Рис. 29. Распределение ранних предпринимателей по уровню образования, 2010–2021, %	53
Рис. 30. Распределение устоявшихся предпринимателей по наличию высшего и среднего образования, 2010–2021, %	54
Рис. 31. Индекс ранней предпринимательской активности по типам занятости, 2018–2021, %	55
Рис. 32. Предпринимательская активность по типам занятости до и в условиях пандемии COVID-19, 2020–2021, %	56
Рис. 33. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по типу поселения, 2021, %	57
Рис. 34. Индекс предпринимательских намерений в разных типах населенных пунктов, 2021, %	58
Рис. 35. Инвестиции неформальных инвесторов в руб., %	59
Рис. 36. Взаимоотношения неформального инвестора с тем, в чей бизнес осуществляется инвестирование	60
Рис. 37. Мотивы предпринимательской деятельности ранних и устоявшихся предпринимателей, 2021, %	62
Рис. 38. Мотивы ранней предпринимательской активности мужчин и женщин, 2021, %	63
Рис. 39. Новизна продуктов, услуг и бизнес-процессов ранних предпринимателей, 2021, %	65
Рис. 40. Охват рынка и новизна продуктов и услуг фирм, в которых работают интрапренеры, 2021, %	66
Рис. 41. Активность ранних предпринимателей в умеренно- и высокотехнологичных секторах, 2021, %	67
Рис. 42. Доля ранних предпринимателей, имеющих зарубежных потребителей, 2021, %	68
Рис. 43. Распределение предпринимателей в зависимости от планов увеличения рабочих мест в течение пяти лет, 2021, %	69
Рис. 44. Ранние и устоявшиеся предприниматели с высоким потенциалом роста, 2010–2021, %	70
Рис. 45. Потенциал роста ранних предпринимательских фирм с учетом их вовлеченности в экспортную деятельность, 2021, %	71
Рис. 46. Планы ранних предпринимателей по созданию рабочих мест в течение пяти лет среди мужчин и женщин, 2021, %	71
Рис. 47. Доля ранних предпринимателей с высоким потенциалом роста в общем числе ранних предпринимателей, 2021, %	72
Рис. 48. Устремления к росту фирм, в которых работают интрапренеры, 2021, %	73
Рис. 49. Использование цифровых технологий ранними предпринимателями в ответ на пандемию COVID-19, 2021, %	74
Рис. 50. Планы по использованию цифровых технологий ранними предпринимателями в ближайшие шесть месяцев, 2021, %	74
Рис. 51. Доля ранних предпринимателей, использующих цифровые технологии в ответ на пандемию COVID-19, 2021, %	75
Рис. 52. Учет социальных аспектов при принятии решений ранними и устоявшимися предпринимателями, 2021, %	77

Рис. 53. Учет экологических аспектов при принятии решений ранними и устоявшимися предпринимателями, 2021, %	77
Рис. 54. Приоритет социальных и экологических целей над экономическими у ранних предпринимателей	78
Рис. 55. Наличие конкретных шагов по минимизации негативного экологического влияния при максимизации социального эффекта в течение года ранними и устоявшимися предпринимателями, 2021, %	79
Рис. 56. Соотношение уровней ранней предпринимательской активности 2020/2019 и 2021/2020	81
Рис. 57. Доля российских предпринимателей, посчитавших, что пандемия создает новые возможности для их бизнеса, 2020–2021	82
Рис. 58. Процент интрапренеров, считающих, что пандемия COVID-19 открыла новые возможности для их бизнесов, 2021, %	82
Рис. 59. Количество (из 13) условий развития предпринимательства (EFC), оцененных экспертами разных стран как достаточные для каждой экономики, 2021	86
Рис. 60. Средние значения экспертных оценок факторов развития предпринимательства в России, 2021	88
Рис. 61. Экспертные оценки фактора развития физической инфраструктуры в России, 2021	89
Рис. 62. Экспертные оценки фактора коммерческой инфраструктуры в России, 2021	89
Рис. 63. Экспертные оценки фактора доступности финансовых ресурсов в России, 2020	90
Рис. 64. Экспертные оценки фактора доступности государственных программ в России, 2021	91
Рис. 65. Факторы, негативно влияющие на развитие предпринимательства в России, 2021	93
Рис. 66. Факторы, стимулирующие развитие предпринимательства в России, 2021	94
Рис. 67. Рекомендации экспертов по улучшению предпринимательского климата в России, 2021	94
Рис. 68. Индекс национального предпринимательского контекста в 52 странах — участницах проекта GEM, 2021	96
Таблица 1. Базовые понятия проекта GEM	15
Таблица 2. Страны — участницы проекта GEM 2021/2022 по уровню дохода	17