А.Ю. Чепуренко,

НИУ ВШЭ, Москва

# Что такое предпринимательство, и какая политика в отношении предпринимательства нужна России? (Заметки на полях работ современных зарубежных классиков)

В статье в контексте ряда малоизвестных в российском экспертном сообществе исследовательских результатов последних десятилетий, содержащихся в работах ведущих зарубежных авторов, относительно роли предпринимательства, условий его развития и институционального дизайна государственной политики стимулирования предпринимательской и инновационной активности рассматриваются характеристики и перспективы малого и среднего предпринимательства и политики в отношении МСП в современной России.

*Ключевые слова*: предпринимательство, политика в отношении предпринимательства, зарубежный опыт инновации, венчурный капитал, институты Россия.

Классификация JEL: M21 - Business Economics, M38 - Government Policy and Regulation

**A.Yu. Chepurenko,**

**National research university “Higher School of Economics”, Moscow**

# What Kind of Entrepreneurship and Entrepreneurship Policy does Russia Need? (Marginal Notes on Works of Classics of Entrepreneurship Theory)

The article analyses the characteristics of small and medium sized enterprises and state policy towards SME in modern Russia — in the context of some rather unknown for the Russian experts evidences of last decades, formulated in the works of leading world researchers concerning the role of entrepreneurship, its conditions of development and institutional design of the state policy to promote entrepreneurial activity and innovations.

*Keywords*: entrepreneurship, entrepreneurship policy, foreign experience, innovations, venture capital, Russian institutions.

JEL Classification: M21 - Business Economics, M38 - Government Policy and Regulation

**1. О чужом опыте и российских особенностях**

На протяжении двух последних десятилетий предпринимательство (по преимуществу малое) и политика его поддержки со стороны государства занимают прочное, хотя и периферийное, место в российском политико-экономическом дискурсе. Трудно отделаться от впечатления, что смена команды социальных технологов и проектировщиков может в любой момент привести к смене приоритетов и механизмов государственной политики, о чем общество — включая и предпринимательские круги — узнают лишь задним числом. Ведь на протяжении последних 20 лет в России смены вех в экономической политике происходили в основном именно так. При этом вялотекущая дискуссия относительно важности малого предпринимательства и необходимости выработки действенной политики его поддержки в значительной мере была построена на мифах, заимствованных из западной литературы и практики 1970—1980-х годов. Не было и осознания того, что существует некий социетальный(?не нашла определений, отличающихся от «социальный»?) коридор, в котором в России только и может развиваться предпринимательство.

Поэтому следует, прежде всего, задаться вопросом: *где* (в каких обществах) и *когда* (при каких социально-экономических условиях, при каком типе развития) бывает востребован — и активно развивается — частный бизнес?

Опыт показывает, что частное предпринимательство, т. е. деятельность частных фирм, где владельцем и управляющим является одно лицо или небольшая группа лиц, а не крупных корпораций, — развивается наиболее успешно, прежде всего, в странах с англо-саксонской традицией права, основанных на принципах индивидуализма, с короткой дистанцией власти, низким порогом боязни риска в обществе, устойчиво функционирующей системой институтов рынка и сравнительно хорошо образованным населением. Во-вторых, предпринимательство развивается также в странах со сравнительно поздним, но бурным развитием рыночной экономики, большим уважением к традициям и статусу ремесла, укорененными в обществе ценностями труда как человеческого предназначения, собственности — как фундамента свободы бюргера, гражданина.

Россию, российское общество трудно отнести как к англо-саксоноской, так и к континентальной европейской традиции — с нашей большой дистанцией от власти, распространенным убеждением, что успех — результат везения и (или) связей, а не упорного труда, боязнью, что неудача в бизнесе принесет не полезный опыт, а несмываемую репутацию «неудачника», нашим традиционным волюнтаризмом и неуважением к человеческой личности.… Не предприниматель-инноватор, а «начальник» — вот статусный идеал многих россиян. Нет, россияне вовсе не испытывают неуважения или презрения к предпринимателям (не путать с внезапно разбогатевшими бывшими партийно-комсомольскими функционерами), — но в большинстве своем они отнюдь не стремятся ими стать. Иначе говоря, достаточных социокультурных предпосылок для развития предпринимательства в российском обществе пока не сложилось.

Возможно, поэтому на протяжении последних шести лет Россия неизменно оказывается среди 3–5 стран с самым низким уровнем общей предпринимательской активности населения, не превышающим 3,5–4,8 % общей численности взрослого трудоспособного населения, по классификации «Глобального мониторинга предпринимательства» (Образцова, Чепуренко, 2008; Чепуренко и др., 2010)).

Инновационное предпринимательство формируется в конкурентных рыночных экономиках интенсивного типа — в условиях, когда живой труд достаточно дорог, а потому возникают устойчивые импульсы обновлять технологии производства и расширять возможности вывода на рынок улучшающих инноваций, а также в экономиках с развитым консьюмеризмом — высокий платежеспособный спрос порождает стимулы создавать новые товары и услуги для удовлетворения запросов потребителей. В нашей стране в нынешних условиях дорогим является только труд «белых воротничков», достаточно трудно поддающийся интенсификации при помощи новых частичных технологий, а консьюмеризм как господствующий стиль жизни сформировался в двух столицах и некоторых других анклавах общества потребления. При этом российскую экономику не отнесешь к числу высоко конкурентных — монополии и сами не нуждаются в инновациях, и всячески тормозят внедрение новшеств со стороны конкурентов. Выходит, и с этой точки зрения перспективы развития предпринимательства в современной России неважные.

Тем не менее, сказанное вовсе не означает, что не следует знакомиться с зарубежным опытом и трудами ведущих специалистов по теории предпринимательства. Во-первых, для того, чтобы действовать методом «от противного», необходимо это «противное», т. е. чужой опыт, — знать и понимать пределы его применения. Во-вторых, за последние 20–25 лет существенно изменились мировая экономика и общество — а, соответственно, и условия развития предпринимательства. Да и теория предпринимательства существенно обогатилась, в ней появились и новые выводы, основанные на эмпирических данных научных исследований, и целый ряд новых практических рекомендаций, ставящих под сомнение некоторые прежде очевидные истины.

Об этом убедительно свидетельствует знакомство с работами плеяды выдающихся современных исследователей, многие из которых удостоены Международной премии в области исследований предпринимательства и малого бизнеса, чьи работы публикуются в сборнике «Современные классики теории предпринимательства»[[1]](#footnote-1) (Современные классики, 2012).

Начиная с 1996 г., Международная премия, основанная совместно Шведским центром изучения малого бизнеса (Swedish Foundation for Small Business Research — FSF) и Шведским агентством по экономическому и региональному росту (Swedish Agency for Economic and Regional Growth — NUTEK), присуждается ежегодно. С 2009 г. она называется Всемирной премии за исследования в области предпринимательства, а к проведению конкурса и определению победителя присоединилась еще одна организация — Институт исследований промышленных экономик (Research Institute of Industrial Economics — IFN).

К настоящему времени лауреатами премии стали более 20 выдающихся исследователей предпринимательства из США, Великобритании, Швеции, Италии. Подавляющее большинство лекций, прочитанных ими при получении премии, размещены на портале премии[[2]](#footnote-2), либо опубликованы в «*Small Business Economics*».

Судя по всему, российские исследователи появятся в этой когорте еще не скоро. Во-первых, сам феномен предпринимательства стал формироваться в России лишь в конце ХХ в., во-вторых, те структурные деформации, которые отчасти отмечены выше, препятствуют развитию его классических форм в специфическом социально-экономическом контексте рентоориентированной экономики. В данной связи, с известными оговорками можно назвать буквально несколько работ (Яковлев, 2006; Юданов, 2007; Паппэ, Галухина, 2009; Долгопятова, 1995; Долгопятова, Ивасаки, Яковлев,2009; Широкова, 2011; Виленский, 2007; Волков, 2002) — и ряд самостоятельных исследований, проведенных под руководством или с участием этих авторов — которые можно назвать заметным вкладом не только в исследования этнографических особенностей отечественного предпринимательства, но и в теоретическое осмысление данного феномена.

Крупных же фундаментальных исследований, основанных на солидной методической базе и репрезентативных данных, пока по существу почти нет — за исключением проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Образцова, Чепуренко,2008) и ряда более локальных исследований.

**2. Только ли малое прекрасно?**

Современная теория предпринимательства — по преимуществу, междисциплинарная область изучения *малого* предпринимательства. Так, американский профессор Арнольд Купер еще в середине 1960-х годов пришел к парадоксальным для мейнстрима выводам. Он утверждал, что носителями роста в современных экономиках становятся преимущественно малые фирмы, причем существует три основных фактора, которые могут объяснить преимущества малых фирм. Первый — квалификация, или наличие технических знаний, креативность и способность видеть сущность задачи. Средние способности технического персонала выше в малых фирмах, по сравнению с крупными, так как малые исследовательские фирмы обычно нанимают людей, которые уже продемонстрировали свою компетенцию в больших фирмах, тогда как крупные фирмы чаще нанимают новичков — неопытных молодых инженеров. Второй фактор — отношение технического персонала к своей деятельности. В малых предприятиях персонал больше интересуется тем, во что обходится фирме отдельный проект, нежели в больших компаниях, поскольку малое предприятие (его финансово-экономические показатели. А значит — размеры сдельной оплаты и возможность продолжать работу по найму) в большей мере зависит от каждого проекта, и технические специалисты в малых фирмах более глубоко включены в их дела в целом. И последний момент — коммуникация и координация обычно быстрее, дешевле и эффективнее в малых фирмах, так как не возникает потребности в многочисленных согласованиях (Cooper, 1997).

До 1970-х годов в экономической литературе мейнстрима считалось, что причиной появления новых компаний становится повышенный уровень доходности — он побуждает новые фирмы входить в отрасль. Именно за счет появления в отрасли новых фирм складывается равновесие на рынке, цены устанавливаются на конкурентном уровне, причем каждая фирма стремится расти, стать больше. В тогдашней литературе малые фирмы рассматривались как менее эффективные, как зародыши больших корпораций, а цель создания малых фирм — копирование истории успеха крупных компаний, уже имеющих высокий статус на рынке.

Совершенно по-иному взглянул на дело видный американский экономист Золтан Акс (Acs, 1984) в работе*,* посвященной возникновениюмини-заводовв сталелитейной промышленности США. Традиционные теории не могли объяснить, почему в отрасли, где даже лидирующие фирмы проигрывали иностранным компаниям в доле на рынке, возникали мини-заводы. З. Акс утверждал, что новые фирмы входят на рынок не за тем, чтобы увеличить объем продукции, копируя большие компании, а потому, что они являются *агентами изменений.* Мини-заводы производили *другой* продукт, используя *другие* факторы и процессы производства. Малые фирмы — по крайней мере, в некоторых ситуациях — вовсе не собирались действовать как уменьшенные копии крупных компаний, а стремились проявлять инновационную активность.

Далее З. Акс и Одретч в серии работ в конце 1980-х — середине 1990-х годов несколько скорректировали этот тезис, придя к выводу, что некоторые отрасли более благоприятны для инновационной деятельности малых предприятий, в то время как другие поощряют инновационную активность крупных корпораций (Acs, Audretsch, 1988, 1990).

Уильям Боумол, выдающийся современный экономист, продолжая эту линию, обращает внимание на взаимодополнительность инновационной активности крупных и малых предпринимательских фирм: настоящие прорывы сегодня чаще обеспечиваются малыми старт-апами, а дополнительный вклад, связанный с увеличением возможностей и возрастанием скорости распространения инноваций — удел более крупных фирм. Поэтому инновационная политика государства должна быть направлена на сбалансированное развитие обоих этих секторов. Но важна и роль университетов, замечает У. Боумол, и добавляет: «для любой современной экономики, заботящейся о достижении этой цели, правильное понимание роли каждого из четырех этих секторов и знание тех условий, при которых их участие в общем процессе является эффективным, выступает своего рода дорожной картой политики содействия росту, осуществляемой государством» (Baumol, 2003).

В России много рассуждают о национальной инновационной системе, в реальности она пока еще не складываются в нечто единое: промышленная политика, инновационная политика, научная политика, поддержка предпринимательства — все они являются предметом попечения отдельных ведомств, существуют в значительной мере параллельно, а потому синергии не возникает. А прежний технологический режим воспроизводится, усиливая зависимость от нефтегазовых ресурсов.

Довольно мрачные среднесрочные перспективы мировой экономики — свидетельство исчерпания старых стратегий развития. В новых условиях подняться смогут те экономики, которым удастся сочетать преимущества международного разделения труда (отказ от производств с низкой добавленной стоимостью), с выращиванием своих центров совершенства — региональных специализированных кластеров, в которых малые и средние фирмы должны находить выгоды от «конкурентного сотрудничества».

В отличие от периода массового производства, ориентированного на усредненного потребителя, едва ли малый и средний бизнес, занимающийся традиционными видами деятельности (торговля, услуги населению и др.), в том числе старт-апы, смогут выступить в роли агентов *таких* изменений — для этого они производят слишком малую добавленную стоимость, медленно растут, мало склонны к постановке амбициозных целей.

**3. Нужно ли поддерживать самозанятых и начинающих предпринимателей?**

Кризис, развернувшийся в 2008–2009 гг., заставил правительство России сформировать пакет неотложных мер, в числе которых оказалась и поддержка самозанятости лицами, потерявшими рабочее место. В целом такие пособия получили свыше 200 тыс. новых предпринимателей, за два года на программу поддержки самозанятости было выделено более 350 млрд руб., и эта мера была признана эффективной и продолжена после завершения острой фазы кризиса.

Возможно, здесь сказывается сравнительно недавнее прошлое: в начале — первой половине 1990-х годов именно самозанятость — в лице «челноков» — буквально вытащила российскую экономику и общество из тяжелейшего структурного кризиса. Именно тогда на плечи российских женщин среднего возраста с клеенчатыми баулами легла тяжелая ноша — обеспечить домохозяйства минимально необходимым объемом потребительских благ. И они решили эту задачу (см. подробнее (Капралова, Карасева, 2005)).

Но столь ли очевидно выигрышной — с точки зрения общественного эффекта — является такая политика? Американский профессор Скотт Шейн полагает, что «политики верят опасному мифу. Они думают, что стартующие компании — это некая волшебная пилюля, которая оживит депрессивные экономические районы, породит инновации, увеличит занятость и поспособствует многим другим полезным экономическим явлениям». Однако «большинство людей, организующих новый бизнес, не являются предпринимателями в широком смысле: они не создают растущих компаний, которые предоставляют все новые рабочие места и генерируют значительную добавленную стоимость. Скорее, они рассматривают свой бизнес как альтернативу занятости по найму, а доходы — как заменитель заработной платы. В результате такие компании скорее являются формой самозанятости, нежели создания фирм с высоким потенциалом роста» (Shane, 2009, p. 141–142).

Здесь американский экономист обратил внимание на важную вещь: отождествление бизнеса с самозанятостью. С одной стороны, формально между ними много общего — и тут, и там инициатор нового дела сам создает новую хозяйственную единицу, на свой страх и риск ведет экономическую деятельность, распознавая возможности для проведения сделок и операций.

С другой стороны, за этим и другими общими чертами скрываются различия. Если предприниматель стремится получить доход, превышающий суммарные вложения в дело, то у самозанятых — иные критерии эффективности. Как правило, они мотивированы на то, чтобы обеспечить себе и своей семье приемлемый уровень дохода (ориентированный на средний уровень заработной платы в регионе проживания или отрасли, в которой они работали до этого по найму). Это, с одной стороны, делает самозанятого менее требовательным к колебаниям конъюнктуры и динамике рыночных цен, но, с другой стороны, не порождает каких бы то ни было импульсов к росту и развитию дела.

Таким образом, если государство не делает различий между поддержкой самозанятости и поддержкой начинающих предпринимателей, оно по сути смешивает социальную политику (самозанятость — альтернатива поддержке безработных) с ориентированной на конечный макроэкономический эффект в виде экономического роста политикой поддержки предпринимательства.

Каков же вывод? «Воодушевляя все больше и больше людей начать собственный бизнес, не удастся увеличить экономический рост или создать достаточное количество рабочих мест, потому что старт-апы в целом не являются источником жизни для экономики или инструментом увеличения занятости», — утверждает Шейн (Shane, 2009, p. 142).

**4. Создают ли старт-апы рабочие места?**

Итак, поддержка старт-апов не приводит к возникновению инновационных быстро растущих бизнесов, а потому нейтральна с точки зрения воздействия на экономический рост, но «как все знают», именно новые компании создают основное число новых рабочих мест, в отличие от существующих фирм. Однако молодые «компании со штатом от одного работника, возрастом до двух лет обеспечивали лишь 1% занятости в Соединенных Штатах. Напротив, фирмы с числом занятых от одного человека, но в возрасте старше 10 лет обеспечивали 60% занятости в США» (Shane, 2009, p. 144). По данным, опубликованным Бюро статистики труда США, в 2004 г. в США появилось 31,472 млн новых рабочих мест. В том же году было создано 580,9 тыс. новых фирм, в каждой из которой в среднем было нанято 3,8 работника. Таким образом, в 2004 г. новые фирмы предоставили 2 207 420 рабочих мест в США, или 7% общего числа рабочих мест, созданных за тот период (Bureau et al., 2008). И такая картина — не только в США (Davidsson, Delmar, 1998).

Но, возможно, с возрастом растет активность малых предприятий на рынке труда? К сожалению, это не так. И опять-таки, эта тенденция характерна не только для США. «Исследования, проведенные в Швеции и Германии, также показывают, что кластер только что созданных фирм нанимает больше людей в течение первого года, чем в любой другой последующий год» (Shane, 2009, p. 144).

Следовательно, во-первых, начинающие малые предприниматели создают вовсе не так много рабочих мест, как принято считать (даже в развитых рыночных экономиках, где роль малого бизнеса на рынке труда значительно выше, чем в России); во-вторых, по мере их взросления не происходит увеличения числа новых рабочих мест этими бизнесами (большинство из них — если они действительно развиваются по эффективному пути — наращивают производительность труда и обеспечивают все больший объем производимой стоимости относительно меньшим числом занятых). Но и это еще не все!

Оказывается, «чтобы получить всего лишь один бизнес, который будет давать работу как минимум одному работнику на протяжении десяти лет, необходимо 43 старт-апа. А сколько рабочих мест будет у этого бизнеса в среднем 10 лет после его образования? Ответ: для США — 9. Это означает, что 43 лицам нужно попытаться открыть свой бизнес, чтобы через 10 лет мы имели дополнительно 9 рабочих мест», — резюмирует американский экономист (Shane, 2009, p. 144–145).

Впрочем, выводы Шейна основываются главным образом на данных официальной статистики рынка труда. На самом деле, картина, возможно, еще больше отличается от привычных представлений о роли стартового предпринимательства как источника дополнительных рабочих мест. Дело в том, что большинство (в США — до двух третей начинающих предпринимателей), «не завершив этот процесс, берутся за создание другого бизнеса», как замечает американский социолог Пол Рейнольдс. «Три–четыре попытки создания бизнеса приходятся на каждый новый бизнес в сфере продажи товаров и услуг», пишет он, причем «большинство из тех, кто включается в процесс создания бизнеса — четыре из пяти — делают это, когда у них есть работа по найму или другой функционирующий бизнес. Вот почему высокий уровень предпринимательской активности не фиксируется в традиционных исследованиях рынка труда: ведь для большинства начинающих бизнес эта активность является дополнительной деятельностью…» (Reynolds, 2004).

Таким образом, на деле роль стартового предпринимательства в создании рабочих мест и росте экономики сильно преувеличена. Вкладывая средства в поддержку *любого* нового предприятия, государство использует ресурсы не самым эффективным образом. Это не означает, что на него не следует обращать внимания, как это было на протяжении почти 20 лет в постсоветской России, но означает, что не следует преувеличивать социально-экономического эффекта от поддержки данного сектора. Скорее, нужно предоставить дополнительные ресурсы главным образом тем, кто *в состоянии* и *хочет* расти сам.

Разумеется, речь не идет о структурно застойных регионах, или о моногородах. Но в них политика поддержки самозанятости и не должна рассматриваться как форма стимулирования бизнес-активности, а лишь как инструмент социальной политики, позволяющий временно смягчать наиболее острые и болезненные перекосы на рынке труда. Однако преображения экономики региона или населенного пункта от них самих по себе ждать не следует!

В целом, «следует сокращать стимулы к открытию бизнеса со стороны «нежелательных» предпринимателей (снижение объема трансфертных платежей со стороны государства, количества выдаваемых ссуд, налоговых льгот), чтобы не вовлекать все больше и больше людей в процесс организации новой фирмы. Так как типичная молодая компания более продуктивна, нежели типичная стартующая фирма, обществу выгоднее в экономическом отношении отказаться от политики, которая приводит к тому, что огромное число людей бросаются открывать бизнес, вместо того чтобы занимать вакантные рабочие места по найму» (Shane, 2009, p. 146). Иначе говоря, вывод, который напрашивается, довольно очевиден. Государства должны прекратить целевую поддержку «любых» новых фирм (разумеется, речь не идет о мерах общей политики по улучшению делового климата и работы институтов рынка — как раз им-то государство обязано уделять внимание постоянно!) и сосредоточиться на компаниях с высоким потенциалом роста. Именно в этом сегменте возможно в перспективе создание современных рабочих мест, исчисляющихся десятком миллионов.

Это тем более важно в России, если исходить из того, что модернизация является не очередным модным лозунгом, а императивом общественного развития: ведь в условиях модернизации рост производства будет обеспечиваться за счет повышения интенсивности и производительности труда, а значит все б*о*льшие объемы инвестиций будут притягивать все меньше живого труда.

**5. Кого, зачем и как поддерживать?**

Фирмы с высоким потенциалом роста, как правило, реализуют инновационные решения, связанные с оригинальной комбинацией ресурсов. Обычно «вычислить» их можно по патентной активности и приобретению лицензий.

Нет ничего удивительного в том, что среди таких фирм чаще всего встречаются «газели» (термин, введенный в специальную литературу Дэвидом Берчем в 1993 г.). Преимущества «газелей», называемых так за их способность расти устойчиво высокими темпами (не менее 4 лет подряд обеспечивая годовой прирост базовых финансовых показателей не ниже 20%), достаточно понятны. Именно они компенсируют скромный вклад в создание рабочих мест со стороны типичных старт-апов, но относятся они по преимуществу к категории уже устоявшихся средних предприятий (Юданов, 2007).

Отсюда — важный практический вывод для политиков, которым «следует прекратить размазывать масло тонким слоем по всему бутерброду... Это подразумевает выделение и поддержку только тех немногих новых бизнесов, которые заведомо эффективнее существующих компаний» (Shane, 2009, p. 146).

Могут возразить: но мы же не знаем, какие из старт-апов станут фирмами с высоким потенциалом роста, а какие — нет! Кто и как может безошибочно выделить «правильную» целевую группу»?

Как выясняется, такие агенты есть, но это не чиновники, а венчурные капиталисты — с их опытом, знанием рынка, чутьем на прорывные решения — умеют находить таких будущих «звездочек» из-под земли. Как показал Ян Макмиллан, венчурные капиталисты отнюдь не опираются только на интуицию, и при этом вовсе не уделяют бизнес-планам столько внимания, сколько предписывается учебниками по бизнесу. На самом деле, они систематически проводят оценку новых бизнесов по шести категориям риска:

1) риск конкуренции,

2) риск невозможности спасти вложенные средства в случае необходимости,

3) риск потерять весь вклад,

4) риск провала менеджмента (способен ли предприниматель к интенсивным управленческим усилиям, и насколько хорошо он знает рынок),

5) риск провала бизнес-идеи (имеет ли предприниматель четкое представление о том, что надлежит делать, и обладает ли продукт рыночным потенциалом),и

6) риск провала лидерства (Landstrom, 1999).

Таким образом, у венчурных капиталистов есть свои алгоритмы мониторинга рынка инновационных идей и нахождения будущих «звездочек» рынка. Но самое главное — венчурный бизнес отвечает за последствия своих решений не выговором, не снижением квартальной премии, а потерей вложенных денег. Это — наиболее действенная страховка — если не от неверных, то, во всяком случае, — от умышлено неверных решений.

Именно выстраивание взаимодействия между государственными институтами развития и венчурной индустрией (ее зародышевые формы в России стали появляться до кризиса, и сейчас постепенно восстанавливаются), а не попытки самостоятельно разыскивать и поддерживать инновационных старт-апов — вот задачи государства в области содействия предпринимательству с высоким потенциалом роста.

Государственным структурам, отвечающим за поддержку инновационного предпринимательства, следует довериться оценкам венчурных капиталистов и бизнес-ангелов, и софинансировать их вложения, либо создать условия для того, чтобы они могли привлекать заемный капитал на длительный период на достаточно льготных условиях. То есть не изобретать «государственный велосипед», а присмотреться к опыту работы венчурных капиталистов, снабдить их длинными деньгами, расчистить юридические преграды на их пути. А также пропагандировать успех венчурной отрасли и вырастающих при ее поддержке фирм, формируя в обществе высокий престиж инноваторов и признание вклада частных венчурных фондов и компаний. А если венчурной индустрии еще нет — помочь ее быстрейшему становлению.

Об этом говорят труды американца Йоша Лернера (см., напр. Gompers, Lerner, 2001), крупнейшего специалиста в области экономики, основанной на венчурных инвестициях. Согласно приводимым им данным, 1 долл. венчурного капитала в США дает такой же выход инноваций, как 3 долл., затрачиваемых в виде традиционных расходов в рамках внутрифирменных расходов крупных компаний на НИОКР. При этом, хотя венчурные капиталисты финансируют в Америке всего лишь 1–2% новых бизнесов, доля начального финансирования, предоставленного именно венчурными капиталистами, возросла с примерно 10% в 1980 г. до более чем 50% в 2000 г.

Важно оптимальное соотношение между спросом и предложением венчурного капитала. Часто приходится сталкиваться с утверждениями, будто объем внешнего долгового финансирования слишком мал по сравнению с потребностями предпринимателей в финансировании. Между тем Й. Лернер и его соавтор П. Гомперс дали строгое эконометрическое доказательство того, что существует ограниченное предложение очень привлекательных предпринимательских проектов, и что капитала, который мог бы выступить в качестве источника финансирования, в экономике в избытке (Gompers, Lerner, 2001). Иначе говоря, в развитой экономике предложение вовсе не является лимитирующим фактором.

А в России? Скорее, пока мы имеем дело с мизерным спросом, которому противостоит ограниченное, но постепенно растущее предложение венчурных инвестиций. Вопрос заключается в том, как запустить механизм, как сдвинуть дело с мертвой точки.

Как представляется, в России государство, выделив огромные по отечественным меркам средства институтам развития, не может получить от них адекватную отдачу, поскольку нет достаточного числа перспективных проектов. В этих условиях федеральный центр и некоторые регионы увидели свою задачу в том, чтобы подтолкнуть дело, занявшись оживлением предложения. Создаются технопарки и бизнес-инкубаторы, а различным институтам развития вменено поддерживать инновационные предпринимательские проекты в определенных секторах — нанотехнологии, технологии энергосбережения и проч.

Однако зарубежный опыт говорит в пользу другого подхода — со стороны спроса. Такой подход требует направить основные усилия на поддержку становления частной венчурной индустрии, а не на попытки заниматься выращиванием инновационных старт-апов.

Сама венчурная отрасль — многослойные «заросли», в которых находится место и крупным венчурным фондам и компаниям, работающим с довольно масштабными проектами, и незаметным бизнес-ангелам и их ассоциациям, которые готовы подхватить и помочь стать на ноги небольшим инновационным проектам, — таким, которые с уровня государственных институтов развития не различимы, либо же издержки их выявления, оценивания и сопровождения оказываются слишком велики.

Содействие развитию венчурной индустрии – задача, которая требует государственных усилий.

И здесь может пригодиться опыт, изученный зарубежными исследователями на примере стран с более длительной кредитной историей венчурной отрасли и историей содействия инновационному предпринимательству. Й. Лернер обращает внимание на ряд примеров позитивного государственного вмешательства, вызвавших рост венчурной индустрии, причем в период ее зарождения, что особенно ценно для сегодняшней России, а затем пошла цепная реакция роста уже инновационного предпринимательства. «Многие из первых венчурных фондов и ведущие посредники в отрасли — такие, как юридические фирмы и информагентства возникли как организации, ориентированные на финансирование в рамках программы SBIC («Поддержка инвестиций в малые компании»), а затем постепенно переориентировались на обслуживание независимых венчурных фондов… государственные программы играли важную роль в начале бурного роста практически всех основных рынков венчурного капитала по всему миру» (Lerner, 2009, p. 259).

Важно также то, что содействие инновационному предпринимательству через поддержку венчурной индустрии — это почти всегда создание условий не просто для поддержки отдельных проектов, но для выращивания альянсов фирм и формирования высокотехнологичных кластеров.

Второй важный момент — чтобы венчурным капиталистам было кого поддерживать, необходимо, чтобы субъекты экономики генерировали спрос на инновационные продукты. В нынешних условиях в России это едва ли могут быть домохозяйства, по причине того, что слишком малая их доля — всего лишь порядка четверти-трети — располагает доходами, достаточными для того, чтобы предъявить спрос на новые товары и услуги. Что касается крупного бизнеса, то его пока принуждают к инновациям в режиме «ручного управления». Гораздо меньше внимания уделяется формированию технологических коридоров. То, что и как сделано (переход на новые экологические стандарты в производстве бензина и энергосберегающие электролампы), показывает скорее ограниченность как стратегического видения, так и инструментов воздействия со стороны государства. Между тем, без такого — косвенного, но в то же время неизбирательного — воздействия со стороны «умного государства» на формирование технологической политики и вообще восприимчивости к технологическим инновациям со стороны бизнеса невозможно запустить самоподдерживающийся спрос на инновационные технологии в российской технологии, страдающей голландской болезнью в российском варианте.

**6. В одиночку или вместе?**

В России как-то почти не уделяется внимания тому обстоятельству, что успешный малый и средний бизнес, как правило, не вырастает в одиночку — он требует соответствующей микросреды, и очень часто находится в сложных отношениях «конкурентного сотрудничества» с другими такими же фирмами. В зарубежной литературе по теории предпринимательства, между тем, эта тема весьма пристально изучается, и ее изучение приносит отнюдь не только академические результаты.

Арнольд Купер, которого мы уже упоминали выше, еще в 1960-х — начале 1970-х годов ввел понятие «предприятие-инкубатор» для обозначения материнских фирм, от которых постепенно отпочковываются новые старт-апы, а в середине 1980-х годов он же эмпирическим путем установил, что большая часть новых фирм открывались в географической близости к своим организациям-инкубаторам. Оказалось, новые фирмы связаны со своими бывшими «инкубаторами» еще и видом бизнеса — особенно в отраслях высоких технологий.

Далее, обнаружилось, что обычно старт-апы возникали в той же местности, в которой их учредители были заняты раньше, т. е. организации-инкубаторы влияют на местоположение новых фирм, выступая в роли «якоря» для них. Причем новые технологические фирмы обычно начинают деятельность как группы взаимосвязанных компаний, что приводит к образованию кластеров новых технологических фирм.

При рассмотрении типа фирмы-инкубатора выяснилось также, что, наряду с промышленными компаниями, инкубаторами для новых фирм, особенно в информационных и биотехнологиях, чаще выступали университеты и университетские клиники.

Хотя образование групп чаще возникает в случае с кластерами технологических старт-апов, но А. Купер установил, что предпринимательство вообще, — а не только высокотехнологичное, — концентрируется в конкретных регионах и географических кластерах. Каковы выгоды от принадлежности к группе? А. Купер и его соавтор Т. Фолта выделяют несколько преимуществ вхождения в кластер:

* доступ к специализированной рабочей силе, специализированным материалам и капиталу;
* географическая близость может быть важна для «перелива знаний» — особенно так называемого скрытого знания;
* близость к потребителям и технической поддержке — местоположение внутри группы может привести к меньшим издержкам по поиску потребителей (Cooper, Folta, 2000).

Пол Рейнольдс, инициатор ряда крупномасштабных эмпирических исследований предпринимательства, специально изучал вопрос: какие региональные характеристики коррелируют с более высокими показателями численности старт-апов? Им и его соавторами были установлены три обстоятельства, положительно влияющие на показатели «рождаемости» фирм: повышение спроса — по мере роста населения и доходов; доминирование малых фирм в их региональной популяции; степень плотности городской среды, — т. е. возможности доступа к покупателям, источникам предложения и капитала, — а также осведомленность о действиях конкурентов (Reynolds, Storey, Westhead, 1994).

Следовательно, эффективность поддержки возрастает, если осуществлять не просто меры поддержки отдельных старт-апов с высоким потенциалом роста, а выращивать целый региональный куст, т. е. кластер. Такая поддержка вовсе не обязательно должна быть направлена на сами предпринимательские фирмы — скорее, это может быть инвестирование в точки роста знаний и компетенций — образовательную инфраструктуру, центры трансфера технологий. Далее — в закрепление и продвижение брендов, включая как меры сугубо маркетингового характера, так и предоставление субсидий и субвенций на формирование патентной защиты товарных марок и проч. Наконец, — в создание площадок, где потенциальные и начинающие предприниматели могли бы общаться, приглядываться друг к другу, находить близких им по духу (в данной связи в литературе говорят о гомофилии (т. е. о принципе выбора партнеров исходя из сходства с ними по какому-либо основанию — дружба, обучение в одном учебном заведении и т. п.) как о базисе, на котором формируются предпринимательские команды) возможных партнеров и единомышленников — это могут быть соответствующие конкурсы, конференции, образовательные программы и т. д. В России сегодня этим мягким формам непрямого содействия предпринимательству уделяется явно недостаточно внимания.

**7. Что делать с «прочими» предпринимателями?**

Тот факт, что подавляющее большинство малых бизнесов — как начинающих, так и устойчиво функционирующих — вносят весьма скромный вклад в макроэкономический рост и социальную стабильность, как уже отмечалось, совсем не значит, что они не «нужны» и ими можно пренебречь. Уильям Боумол не случайно обращает внимание на важную роль имитаторов даже в высокоразвитых экономиках.

Но государство — вернее, органы, от его лица осуществляющие соответствующую политику, — должны использовать только такие меры, затраты на которые адекватны ожидаемой отдаче и которые, как минимум, не приводят к ухудшению условий хозяйствования.

Это, прежде всего, правила игры и прозрачные механизмы их применения — в области налогообложения, доступа к физической и энергетической инфраструктуре и т. д. Это — надежная денежно-финансовая система. Эта фискальная система направлена не на быстрый отъем ресурсов у малых предпринимателей, а на достижения компромисса между задачами развития бизнеса и наполнения государственной казны. Это гражданское и хозяйственное право, действующее не избирательно, прозрачное для субъектов экономики. Это максимально простая и понятная система администрирования (регистрация, лицензирование, сертификация и проч.), которая не угнетает бизнес. В общем выстраивание прочной и надежной, а главное — предсказуемо действующей системы институтов, благодаря чему снижаются транзакционные издержки и открываются более широкие горизонты планирования хозяйственной деятельности для любого предпринимателя и для каждой предпринимательской фирмы.

Очевидно, что такие ситуации могут сложиться при двух условиях. Во-первых, когда основной объем налоговых поступлений от малого предпринимательства остается там, где находится сам источник налогообложения, т. е. на уровне местного самоуправления и регионов. Во-вторых, когда эти налоги образуют значимую долю соответствующих бюджетов. Только при соблюдении обоих условий местные власти начинают обходиться с бизнесом бережно. В России пока значительная часть налоговых поступлений уходит в федеральный бюджет, а поэтому у органов местного самоуправления не возникает побуждений эффективно содействовать малому и среднему бизнесу, скорее, всегда есть соблазн дополнительно его обременить — ради сиюминутных нужд развития территории или просто в стремлении немного поживиться.

**8. Знание против интересов**

Все правительства любят рассуждать о «создании предпринимательских обществ», «максимизации вклада МСП в экономическое развитие», повышении конкурентоспособности», о «создании рабочих мест» благодаря малому бизнесу. И при этом, как замечает британский исследователь Дэвид Стори, «ни одно государство не имеет ясного представления о наборе целей для каждого компонента государственной политики» (Storey, 1998).

Отчего правительства, не заявляя четко очерченных (и подающихся оценке достижимости) целей, предпочитают формулировать некие перечни *мер* поддержки МСП, упаковывая их в соответствующие программы? Дело в том, что конечная цель правительств — вовсе не содействие предпринимательству, а завоевание голосов избирателей на ближайших выборах. А потому «в политике поддержки МСП присутствует очевидный политический элемент» (Storey, 1998).

В России 2000-х годов этот политический элемент присутствовал в менее явной форме — как в силу слабости и немногочисленности малого предпринимательства как группы избирателей, так и в силу равнодушия большинства граждан к тонким материям экономической политики государства. Кроме того, предполагаемые цели могут объективно противоречить друг другу. Например, когда правительства говорят о создании новых рабочих мест, их основной проблемой, на самом деле, является вовсе не это, а снижение безработицы — цель, политически более важная, чем увеличение занятости. Использование МСП для создания новых рабочих мест может, однако, оказывать неоднозначное влияние на сокращение числа официально зарегистрированных безработных. Об этом свидетельствует, в частности, то обстоятельство, что в России в период довольно бурного экономического роста в 2000-х годов основной прирост рабочих мест наблюдался скорее в ненаблюдаемой экономике, чем на легально функционирующих предприятиях (Гимпельсон, Зудина, 2011. с. 53). Кроме того, МСП предлагают сравнительно много мест с неполной занятостью, а готовые на такие условия работники (обычно — женщины) редко регистрируются как безработные. Поэтому созданные рабочие места хотя и заполняются, но вовсе не теми, на кого ориентировались правительственные меры. Далее, известно, что основным источником найма для МСП являются личные знакомства, рекомендации от друзей и знакомых, а это означает, что рынок труда в данном секторе имеет довольно закрытый характер, т. е. мало пригоден как раз в качестве средства для смягчения безработицы.

Наконец, в технократическом правительстве всегда силен элемент межведомственных противоречий, обусловленных разными сферами ответственности соответствующих ведомств. Поэтому важно целеполагание в государственной политике, которое требует политической воли. Но не только…

**9. Мониторинг или оценивание?**

Государства, как следует из сказанного выше, должны четко сформулировать свой заказ на целеполагание в области поддержки малых предприятий. И если такая политика сформулирована, необходимо отслеживать эффективность ее реализации, т. е. осуществлять мониторинг проводимой политики и оценивать ее результаты. С оцениванием, однако, также возникают проблемы, и вовсе не технического характера.

Есть разница между мониторингом политики и оцениванием ее результатов. Оценивание должно с использованием строго формализованных подходов раскрыть меру воздействия политических мер и шагов на целевую область. Мониторинг же отражает просто степень выполнения принятых документов, а также восприятие предлагаемых инструментов участниками соответствующей программы и ее бенефициарами. Таким образом, мониторинг отражает исключительно представления участников политики. Оценивание, напротив, должно сопоставить их позицию и позицию групп, не включенных в рамки действия мер данной политики (контрольная группа). Разница между выявленными показателями по целевой группе и по контрольной группе и может быть рассмотрена как реальное воздействие политики.

Когда государственные средства направляются на поддержку МСП, необходимо проводить оценивание реализуемых мер. Для этого должны быть установлены ясные и поддающиеся измерению цели. Очень часто цели либо не специфицированы, либо специфицированы настолько туманно, что они не могут быть использованы для оценки степени успешности политики.

Д. Стори убедительно продемонстрировал, что оценивание и мониторинг не идентичны. Более того, он выделил 6 необходимых шагов, из которых три относятся к сфере мониторинга, и три — к сфере оценивания эффективности политики.

Первый шаг выявляет исходные характеристики реализуемых программных воздействий. Например, она может определить количество фирм, которые участвовали в реализации выбранной меры, их отраслевое распределение, размер таких предприятий и, возможно, их региональное распределение. На втором шаге фирмы, которые участвовали в данных программах, делятся своим мнением о том, была ли польза от программ. На третьем шаге получателей поддержки спрашивают не просто о том, довольны ли они проводимой политикой, но также о том, повлияла ли она, по их мнению, на функционирование их предприятия. Обычно при этом проводится количественная оценка. Четвертый шаг позволяет начать анализ этого влияния через сравнение функционирования фирм, поддерживаемых государственной программой, и тех, которые ей не поддерживаются. Но поскольку в результате любые различия в результатах хозяйственной деятельности этих двух групп могут быть приписаны влиянию проводимой политики, возникает потребность в пятом шаге: на этом этапе следует выделить «контрольную группу», с которой сравниваются поддерживаемые предприятия. Поскольку многие меры поддержки малого бизнеса имеют селективный характер, то значительные ресурсы тратятся на процедуру выбора, поэтому необходимо иметь уверенность, что отбор оказывает влияние, приводя к смещению выборки. И чем больше обнаруженные различия зависят от самой процедуры отбора, тем значительнее дефляционный компонент политики, если она принимает во внимание только «наблюдаемые величины». В оценке эффекта смещения заключается шестой шаг оценивания политики.

К сожалению, сетует Д. Стори, большинство политических инициатив в странах ОЭСР чаще используют мониторинг, а не оценку. В его терминологии статьи, оценивание редко продолжаются далее третьего шага, а во многих случаях обрываются уже на первом шаге (Storey, 1998).

Почему? Во-первых, полный цикл оценивания государственной политики — вещь достаточно дорогостоящая, требующая привлечения весьма квалифицированных экспертов. Во-вторых, исполнительная власть всегда стремится продемонстрировать высокую эффективность своей политики. Поэтому она либо уклоняется от процедур оценивания, либо склонна привлекать тех аналитиков, которые способны убедительно «продемонстрировать» основные эффекты политических мер, и игнорирует голоса более «въедливых» экспертов. Как пишет Д. Стори, «политики с… ограниченными бюджетами предпочитают «дешевые и восторженные» исследования» (Storey, 1998).

И это — в странах, где государство находится под более или менее плотным контролем со стороны гражданского общества и его институтов. Что же говорить о странах со сравнительно слабым гражданским обществом и высоким уровнем «самодостаточности» исполнительной власти! Например, в России за последние 20 лет не было выполнено — по заказу государства, а не независимых (в большинстве — зарубежных) фондов *ни одной* работы с комплексной оценкой эффективности той или иной программы содействия развития предпринимательства. Да и условий для такого оценивания нет: даже на сайтах ответственных за проведение соответствующей политики ведомств днем с огнем не найти сколько-нибудь полной и актуальной информации о реализуемых целевых программах.

Но только ли в боязни публичной критики дело?

**10. Какое «предпринимательство» стимулирует государство?**

Данные многочисленных исследований о факторах, оказывающих влияние на качество государственной поддержки, свидетельствуют, что «наиболее адекватные программы чаще всего реализуются в «богатых странах, с более гетерогенным населением и англо-саксонской правовой традицией» (Lerner, 2009, p. 259). Поскольку Россию при всем желании не отнести к числу таковых стран, нужно очень внимательно относиться к усилению активности в области реализации дорогостоящих программ, в которых основным разработчиком, организатором и контролером выступает государственная бюрократия. Ибо здесь возникает проблема с госпрограммами, известная в теории как «захват регулятора» (regulatory capture).

Речь идет о том, что зачастую программы, нацеленные на стимулирование ранних предпринимателей, в итоге будут оказывать финансовую поддержку «друзьям государственных чиновников» (Braunerhjelm, Parker, 2010, p. 252). И не только потому, что слабы группы интересов, представляющие предпринимательское сообщество, как и другие ячейки гражданского общества, а государственная бюрократия ощущает себя не распорядителем бюджетных средств, а правящим классом. А еще и потому, что в рамках сложившейся в России социально-экономической системы существуют разительные различия между разными стратами предпринимательства — производительным, непроизводительным и деструктивным предпринимательством, в терминах уже упоминавшегося У. Боумола.

Причем именно та из них, которая наиболее полно выражает дух предпринимательства — производительное предпринимательство, развивающееся за счет генерирования инновационной ренты, — в наименьшей мере может рассчитывать на благорасположение государственных структур. Тогда как другие, — представляющие непроизводительное (получение прибыли за счет перераспределения активов — путем приватизации или слияний и поглощений) и деструктивное предпринимательство (то, что называют «силовым предпринимательством» в теории, и что на практике является распространенной формой использования высокими чинами силовых и правоохранительных органов своих возможностей для принуждения предпринимателей к «крышеванию», а затем — и переуступке бизнеса), — пользуются ею в полной мере. Источником нелегитимного дохода и тех, и других является вовсе не предпринимательская прибыль (инновационная рента), а рента политическая, т. е. доход от корыстного использования публичных благ.

У. Боумол в известной статье «*Предпринимательство; производительное и непроизводительное/деструктивное*» (Baumol, 1990), а затем и в своей известной книге (Baumol, 1993) обращал внимание на то, что распределение между производительным и непроизводительным, или даже деструктивным предпринимательством, в значительной степени зависит от распространения системы «подкупа». Если институты таковы, что вести бизнес за счет органического роста на основе внедрения инноваций труднее, чем путем использования различных форм «подкупа» (для недружественных поглощений, извлечения политической ренты и т. п.), то предпринимательский потенциал общества приобретет соответствующую конфигурацию — среди предпринимателей будет все больше тех, кто станет стремиться не столько производить ради прибыли все новые и новые блага и услуги все более экономичным способом, сколько тех, кто станет использовать иные возможности для получения прибыли (путем рейдерства и т.п.).

На наш взгляд, из этих рассуждений применительно к России следуют, как минимум, два вывода. Первое: в условиях неблагоприятного для производительного предпринимательства социально-экономического устройства некоторые действия государства, которые в уже сложившейся эффективной рыночной экономике являются стандартными средствами поддержки частного предпринимательства, — например, приватизация государственного имущества или стимулирование государственного заказа и государственных закупок в специфических российских условиях приводят лишь к еще большему усилению рыночной власти непроизводительного предпринимательства, тесно сросшегося с государственной бюрократией, и к дальнейшей маргинализации предпринимательства производительного. Между тем, именно на эти (по сути контрпродуктивные)меры по преимуществу нацелены различные программы поддержки предпринимательства (Чепуренко, 2010).

Второе: для того чтобы стандартный, доказавший свою эффективность в десятках зарубежных стран набор мер и механизмов поддержки производительного предпринимательства мог с успехом работать на подъем предпринимательства в России, необходимы объединенные усилия, — производительного предпринимательства, гражданского общества и способной возвыситься над сиюминутными рентными интересами части государственного аппарата, — направленные на опережающую глубинную *модернизацию* и общества, и государственного аппарата.

Думается, что опыт «ручной настройки» убедил все стороны, что попытки решать задачи формирования институтов и агентов модернизации (вариант: создания инновационной экономики), опираясь главным образом на чиновничество, увенчались демонстрацией невозможности нарастить потенциал рыночной экономики в директивном порядке, не вовлекая важных акторов, либо полностью их игнорируя. Поэтому наиболее прозорливая часть политической элиты *вынуждена* будет способствовать формированию более прочной базы поступательного развития экономики и общества (Яковлев, 2006).

Далее, невозможно не видеть, что нарастает недовольство условиями ведения бизнеса со стороны *среднего* предпринимательства. Часть руководителей динамично растущих средних фирм спрашивают себя: а почему бы не попытаться все-таки выстроить адекватную деловую среду в собственной стране, вместо того чтобы переносить свой бизнес за пределы России? Участие этой группы в деятельности созданных властью новых площадок формирования политических интересов может привести к изменению нынешнего положения, т. е. к зарождению «умной» политики в отношении предпринимательства.

**11. Заключение**

Российскому экспертному и академическому сообществу, а также уполномоченным органам исполнительной власти и институтам развития следует воспользоваться теми знаниями, которые накоплены зарубежными специалистами, и учитывать их оценки — во избежание повторения чужих заблуждений и ошибок. В частности, критически отнестись к представлению о том, что малый бизнес является генератором рабочих мест, что следует поддерживать *любые* старт-апы. Отнюдь не всегда, как оказывается, эта идея справедлива, есть отрасли, по определению более пригодные для развития скорее крупных предпринимательских фирм, а рабочие места, создаваемые стартующими компаниями во множестве, так же во множестве и исчезают — в связи с высокой «смертностью» микро- и малого бизнеса. Далее, — далеко не всегда оказывается эффективной поддержка отдельных предпринимательских проектов — правильнее создавать для них питательную среду, т. е. вкладывать средства в создание предпринимательских сетей и кластеров, причем действуя для этого «чужими руками», т. е. поддерживая частный «ангельский» и венчурный бизнес. Наконец, в целях экономии издержек и повышения отдачи следует внимательно отнестись к оцениванию эффективности любых государственных программ и политик (особенно теперь, когда «тучные годы» миновали), используя для этого стандартные процедуры.

Но, изучая чужой опыт и данные, вовсе не нужно отказываться от правила «жить своим умом». Это связано, во-первых, с оценкой своеобразия социо-культурных и макроэкономических условий, в которых существует российское предпринимательство и которые приводят к преобладанию в его составе непроизводительного и деструктивного предпринимательства. В этих условиях многие стандартные методы и механизмы поддержки предпринимательства — например, государственные закупки и государственный заказ, предоставление льгот определенным категориям и отраслевым группам бизнеса — могут приводить только к усилению коррупции. Гораздо большего можно добиться, снижая негативное восприятие собственных умений и навыков у потенциальных предпринимателей (через развитие сети разнообразных образовательных программ и продуктов), формируя предпринимательский *этос* (через поддержку и продвижение «лучшего опыта» — умели же в СССР формировать и поддерживать образы «маяков производства»!), выстраивая технологические коридоры (для того, чтобы предпринимательские проекты с высокой добавленной стоимостью становились наиболее прибыльными) и создавая условия для развития выставочно-ярмарочной деятельности (России остро необходимы площадки для формирования и развития практики субконтрактации между предпринимательскими фирмами разных размеров, отраслей, регионов).

**Литература**

**Виленский А.В.** (2007). Макроэкономические институциональные ограничения развития российского малого предпринимательства. М.: Наука.

**Волков В.В.** (2002). Силовое предпринимательство. СПб., М.: Летний сад.

**Гимпельсон В., Зудина А.** (2011). «Неформалы» в российской экономике: сколько их и кто они? // *Вопросы экономики.* № 10. С. 53–76.

**Долгопятова Т.Г.** (1995). Российские предприятия в переходной экономике: экономические проблемы и поведение. М.: Дело.

**Долгопятова Т.Г., Ивасаки И., Яковлев А.А.** (2009). Российская корпорация: внутренняя организация, внешние взаимодействия, перспективы развития. М.: Юстицинформ.

**Капралова Н Л., Карасева** **Л.А.** (2005). Челночный бизнес в российской экономике: роль и оценка масштабов // *Экономический журнал ВШЭ*. Т. 9. № 3. С. 400–411.

**Образцова О., Чепуренко А.** (2008). Развитие российского частного предпринимательства в межстрановом сопоставлении // *Вопросы экономики*. № 8. С. 91–107.

**Паппэ Я.Ш.,** **Галухина Я.С.** (2009). Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг. М.: ГУ ВШЭ.

Современные классики (2012). Современные классики теории предпринимательства: лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса / Под ред. Чепуренко А.Ю. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ.

**Чепуренко А.Ю., Образцова О.И., Алимова Т.А.** и др. (2010). Предпринимательская активность россиян в условиях кризиса // *Мир перемен.* № 3. С. 147–162.

**Чепуренко А.Ю.** (2010). Вместо заключения. Предпринимательство и федеральная политика. В кн. «*Теория предпринимательства в России: новые подходы и результаты: По материалам “Глобального мониторинга предпринимательства”*» / Под ред. Алимовой Т.А., Образцовой О.И., Чепуренко А.Ю. М.: ГУ ВШЭ. С. 235–266.

**Широкова Г.В.** (2011).Управление предпринимательской фирмой. СПб.: ВШМ.

**Юданов А.Ю.** (2007). Гении национального бизнеса // *Эксперт.* № 16. C. 33–41.

**Яковлев А.А.** (2006). Агенты модернизации. М.: ГУ ВШЭ.

**Acs Z.J.** (1984). The Changing Structure of the U.S. Economy: Lessons from the Steel Industry.N.Y.: Praeger.

**Acs Z.J., Audretsch D.B.** (1988). Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis // *American Econ. Rev.* Vol. 78(4). P. 678–690.

**Acs Z.J., Audretsch D.B.** (1990). Innovation and Small Firms.Cambridge, MA: MIT Press.

**Baumol W.** (2003). Prize lecture. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.e-award.org/web/2003\_William\_J\_Baumol\_2.aspx, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ. (дата обращения: апрель 2012 г.).

**Braunerhjelm P., Parker S.C.** (2010). Josh Lerner: Recipient of the 2010 Global Award for Entrepreneurship Research // *Small Business Econ.* Vol. 35(3). P. 245–254.

Bureau of Labor Statistics (2008). [Электронный ресурс] Overview of Bureau of labor statistics data. Режим доступа: http://data.bls.gov/cgi–bin/surveymost?bls, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ. (дата обращения: апрель 2012 г.).

**Cooper A.C.** (1997). Reflections on entrepreneurship. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.e-award.org/web/1997\_Arnold\_C\_Cooper.aspx, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ. (дата обращения: апрель 2012 г.).

**Cooper A.C., Folta T.B.** (2000). Entrepreneurship and High-Technology Clusters. In: Sexton D.L., Landström H. (eds.) «*The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*». Oxford: Blackwell Publishers.

**Davidsson P., Delmar F.** (1998). Zur Schaffung von Arbeitsplatzen nach Firmengrosse und –alter // *Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen.* B.46. S. 219–233.

**Gompers P.A., Lerner J.** (2001). The Venture Capital Revolution // *J. of Econ. Perspectives.* Vol. 15(2). P. 145–168.

**Landstrom H.** (1999). Ian C. MacMillan’s Contributions to Entrepreneurship and Small Business Research.[Электронный ресурс] Режим доступа:http://www.e-award.org/web/1999\_Ian\_C\_MacMillan.aspx, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ. (дата обращения: апрель 2012 г.)*.*

Lerner J. (2009). Boulevard of broken dreams: why public efforts to boost entrepreneurship and venture capital have failed—and what to do about it. Princeton, Princeton University Press. p. 259.

**Reynolds P.D.** (2004). Understanding Business Creation — Serendipity and Scope in Two Decades of Business Creation Studies. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.e-award.org/web/2004\_Paul\_D\_Reynolds.aspx, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ. (дата обращения: апрель 2012 г.).

**Reynolds P.D., Storey D.J., Westhead P.** (1994). Cross-National Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates // *Regional Studies.* Vol. 28(4). P. 443–456.

**Shane S.** (2009). Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs is Bad Public Policy // *Small Business Econ.* Vol. 33. P. 141–149.

**Storey D.J.** (1998). Evaluating the Impact of Public Policies to Support Small Businesses in Developed Economies. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.e-award.org/web/1998\_David\_J\_Storey.aspx, свободный. Загл. с экрана. Яз. англ. (дата обращения: апрель 2012 г.).

*Поступила в редакцию 24 октября 2011 года*

1. Издание подготовлено коллективом Лаборатории исследований предпринимательства НИУ ВШЭ при финансовой поддержке НИУ ВШЭ. [↑](#footnote-ref-1)
2. См. материалы сайта www.e-award.org. [↑](#footnote-ref-2)