**А. Чепуренко**

**Послесловие**

**Возможности и перспективы развития предпринимательства в России (перечитывая современных классиков теории предпринимательства)**

На протяжении двух последних десятилетий малое предпринимательство и политика его поддержки со стороны государства занимают прочное, хотя и периферийное, место в российском политико-экономическом дискурсе. Никто вроде бы не спорит, что развитие предпринимательства – важнейшее условие экономического прогресса и решения многих социальных проблем общества, но сравнение ситуации в России со странами Центральной и Восточной Европы, а также с Китаем и др. странами БРИК, которые за тот же период времени в большинстве своем продемонстрировали впечатляющие результаты в развитии предпринимательства, показывает, что по большому счету дальше этой констатации политические партии, общественные организации и государственные институты пока не двинулись.

Казалось бы, в последние годы – в период острого экономического кризиса (2008-2009) и по выходе из него - правительство России активизировалось, предприняв ряд шагов по поддержке предпринимательства и малого бизнеса. Сюда можно отнести ряд мер по содействию самозанятости, облегчению экономических барьеров для бизнеса (подключение к инженерным сетям и т.п.), поддержке инновационного предпринимательства и высокотехнологичных старт-апов (создание ориентированных на поддержку венчурных проектов институтов развития, инноград Сколково, создание совместного с германскими институтами развития фонда кредитного финансирования производственных и инновационных малых фирм) и т.п.

Смущает, однако, что происходит это без соответствующей – обязательной! – концептуальной проработки и подготовки. Нет заметных исследовательских результатов по обобщению опыта развития предпринимательства в России, отсутствует сколько-нибудь заметная дискуссия в экспертном сообществе (собственно, и само экспертное сообщество существует в очаговом виде), общественные объединения малого и среднего бизнеса не становятся инициаторами и модераторами такого обсуждения. В результате и переработка так называемой «Стратегии 2020» происходит без основательного обдумывания результатов двадцатилетнего развития частного предпринимательства в России, не опирается на хорошее знание международного опыта и его уроков.

А посему нет и уверенности, что важные, хотя и самые начальные, шаги сложатся в продуманную и последовательную политику, что последняя будет формироваться с «открытыми глазами» - т.е. исходя из понимания социетального контекста, а не потому, что «у других получилось – значит, так надо», что она будет исходить из публично заявленных целей и что так же публично будут обсуждаться ее результаты. Без этого 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.

Это впечатление усиливается потому, что на протяжении последних 20 лет в России все происходило в основном именно так. При этом вялотекущая (преимущественно на закрытых площадках) дискуссия относительно важности малого предпринимательства и необходимости выработки действенной политики его поддержки в значительной мере была построена на старых мифах, заимствованных из западной литературы и практики 1970-1980-х гг., и тиражировала эти мифы. Не было и осознания того, что существует некий социетальный коридор (иногда говорят также о зависимости от траектории предшествующего развития, или «эффекте колеи»), в котором в России только и может развиваться предпринимательство.

Чтобы понять, каков этот социетальный коридор для российского предпринимательства, следует прежде всего выяснить, *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 обществах с англо-саксонской традицией права, основанных на принципах индивидуализма, с низкой дистанцией власти, с низким порогом боязни риска в обществе, с хорошо функционирующей системой институтов рынка и сравнительно хорошо образованным населением. Именно в них предприниматель является наиболее уважаемой общественной фигурой, а опыт предпринимательства рассматривается как предпосылка социального успеха. Далее, предпринимательство развивается также в странах со сравнительно поздним, но бурным развитием рыночной экономики, с высоким уважением к традициям и статусу ремесла, с укорененными в обществе ценностями труда как человеческого предназначения, собственности как фундамента свободы бюргера или гражданина (ситойена). Об этом говорят данные сравнительных международных эмпирических исследований предпринимательства (напр., «Глобальный мониторинг предпринимательства»,), об этом же свидетельствуют и сравнительные исследования ценностей (Всемирное исследование ценностей, Европейское социальное исследование, данные которых обобщены в работах Геерта Хофстеде и Рональда Инглхарта).

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

**О типе развития.** Инновационное предпринимательство особенно бурно развивается в конкурентных рыночных экономиках интенсивного типа – в условиях, когда живой труд достаточно дорог, а потому возникают устойчивые импульсы к обновлению технологии производства и возможности для вывода на рынок улучшающих инноваций, а также в экономиках с развитым консьюмеризмом – высокий платежеспособный спрос порождает стимулы к генерированию новых товаров и услуг 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 (мы не говорим о таких всеобщих технологиях, как средства коммуникации вроде мобильной связи или интернета), а консьюмеризм как господствующий стиль жизни сформировался в двух столицах и некоторых других анклавах общества потребления. Добавим также, что российскую экономику не отнесешь к числу высоко конкурентных – монополии сами не нуждаются в инновациях (к этому их вынуждены принуждать высшие должностные лица государства) и всячески тормозят внедрение новшеств со стороны потенциальных конкурентов. Выходит, и с этой точки зрения перспективы развития предпринимательства в современной России неважные. И это надо принимать в расчет.

Тем не менее, сказанное вовсе не означает, что не следует знакомиться с зарубежным опытом и с трудами ведущих специалистов по теории предпринимательства, основные идеи которых представлены в настоящем сборнике. Во-первых, для того, чтобы действовать методом «от противного», необходимо это противное – т.е. чужой опыт – знать и понимать пределы его применимости. Во-вторых, глобализация экономики – при всей противоречивости и несинхронности происходящих в разных регионах и странах процессов - приводит к растущей сходимости, в том числе, и условий и характерных черт развития предпринимательства (во всяком случае, в развитых экономиках).

В самом деле, за последние 20-25 лет существенно изменились мировая экономика и общество – а соответственно, и общественный контекст, в котором происходит развитие частного предпринимательства. Первый лауреат Международной премии в области исследований предпринимательства и малого бизнеса американский исследователь Дэвид Бёрч, чей доклад в конце 1970-х - начале 1980-х гг. произвел революционное воздействие на умы академического сообщества и правительств развитых стран, заставив их осознать, что в современной экономике появился новый драйвер роста – новые, преимущественно малые фирмы, - описывает воздействие этих изменений на предпринимательство следующим образом: «экономики сейчас проходят через глубокую трансформацию - такую, которая происходит каждые 150-200 лет», через «упадок первых фабрик, а затем –больших старых компаний в 1960-1970-х гг., и появление новой группы предпринимательских фирм, идущих на замену старым… История наводит на мысль, что текущая революция … «знаний и ценностей» будет продолжаться многие десятилетия в будущем, и те страны, которые решат игнорировать это явление, сильно пострадают».

Каковы основные характерные особенности этой революции, по мнению Бёрча? Динамика создания и закрытия компаний ускоряется. Жизненные циклы товаров становятся все короче и короче. Это явление затрагивает все сектора - как новые технологии (в пределах 1-3 % от общего числа инновационных компаний), так и традиционные отрасли. Малые фирмы преобладают, средний размер успешной компании, достигаемый перед ее исчезновением, становится все меньше, время между старт-апом и исчезновением становится все короче. Неспособность крупных успешных корпораций поддерживать свой успех обусловлена негибкостью их поведения. Различные страны и регионы по-разному реагируют на данную трансформацию. Причем их реакция на эту революцию «сильно зависит от культуры».

Взгляды и ценности, господствующие в обществе, как и само предпринимательство, различаются от страны к стране, и никакая единственная точка зрения на предпринимательство не является лучшей или более правильной. «Выбор ценностей, который осуществляет общество, оказывает огромное влияние на то, каким будет ответ общества на трансформацию. Поэтому каждое общество должно выработать свою собственную версию такой реакции, и попытка адаптации модели, сложившейся в рамках другого общества, к своему собственному станет серьезной ошибкой», подчеркивает Бёрч.

Вывод Бёрча важен для тех стран, в которых в 1990-х гг. возникли новые экономики и сложились свои институциональные контексты для развития предпринимательства. Но и в странах с глубокой и прочной традицией развития предпринимательства под влиянием изменений в экономике и социальном устройстве интенсивно пересматриваются некоторые положения теории предпринимательства, до этого казавшиеся незыблемыми, перестают работать. И если политики продолжают им следовать, то они следуют мифам.

Между тем, и сама теория предпринимательства в последние четверть века существенно обогатилась, в ней появились и новые идеи, основанные на сравнительных междисциплинарных научных исследованиях, и целый ряд практических рекомендаций, ставящих под сомнение некоторые казавшиеся прежде очевидными истины.

Об этом убедительно свидетельствует знакомство с эссе целой плеяды выдающихся современных исследователей, удостоенных за свой вклад в разработку вопросов теории и политики в отношении предпринимательства Всемирной премии в области исследований предпринимательства и малого бизнеса, а также с не менее интересными статьями об их вкладе в развитие теории, публикуемыми в настоящем сборнике.

**Только ли малое прекрасно?**

Современная теория предпринимательства – по преимуществу, междисциплинарная область изучения *малого* предпринимательства. Внимание к крупному бизнесу и особенностям его организационной культуры, внутренней организации, рыночного поведения доминировало в 1930-1970-х гг., в последней трети 20-го века акцент в исследованиях и практических рекомендациях все больше переносится на малый бизнес. Значительная заслуга в этом принадлежит некоторым из лауреатов Международной премии.

Так, американский профессор Арнольд Купер еще в середине 1960-х гг. пришел к парадоксальным для тогдашнего мейнстрима выводам. Главное - 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.

До 1970-х гг. 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, получивший Международную премию вместе со своим неразлучным другом Дэвидом Одретчем, Золтан Акс (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. 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. Таким образом, малые фирмы - по крайней мере, в некоторых ситуациях – вовсе не собирались действовать как уменьшенные копии крупных компаний, а стремились проявлять инновационную активность.

Углубляя представления о конкурентных преимуществах малого предпринимательства, сформированные пионерскими работами Дэвида Бёрча, Арнольда Купера и др., Акс и Одретч в серии работ еще в конце 1980 - середине 1990-х гг. несколько скорректировали этот тезис. Так, они пришли к выводу, что некоторые отрасли более благоприятны для инновационной деятельности малых предприятий, в то время как другие поощряют инновационную активность крупных корпораций. Этот вывод, затем подтвержденный другими исследователями, в частности на европейских данных, подтвердил вывод Акса и Одретча о существовании отличных друг от друга технологических режимов – рутинизированных и предпринимательских.

Уильям Боумол, выдающийся экономист и также лауреат Премии, 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 Боумол, и добавляет: «для того чтобы существующие институты и институциональные образования были реально эффективными в поддержке экономического роста, важно, чтобы соответствующие стимулы подталкивали каждого актора к выполнению его исконной роли в этом процессе. Для любой современной экономики, заботящейся о достижении этой цели, правильное понимание роли каждого из четырех этих секторов «(Крупный бизнес, малый бизнес, университеты, государство)» и знание тех условий, при которых их участие в общем процессе является эффективным, выступает своего рода дорожной картой политики содействия росту, осуществляемой государством».

Как представляется, в России мы пока лишь говорим о национальной инновационной системе, но в реальности 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. «Дорожную карту» лишь предстоит нарисовать. А рутинизированный технологический режим воспроизводится, усиливая зависимость от нефтегазовых ресурсов, не позволяя России уйти от «экономики трубы».

Между тем, судя по всему, мир стоит перед третьим индустриальным разделом, который невозможно преодолеть на основе господства крупных, склонных к инерционному поведению, опирающихся на политические подпорки корпораций. В чем его суть?

В свое время лауреат Международной премии Чарльз Сейбл (в соавторстве с Майклом Пиором) выпустил книгу «*Второй индустриальный раздел»* (1984).В ней, анализируя экономическое развитие Нового времени, авторы пришли к выводу, что промышленная цивилизация приводит к двум разным по типу кризисам развития. Первый наступает, когда существующие предпринимательские фирмы перестают выполнять функцию стыковки между производством и потреблением товаров (периодически повторяющиеся экономические кризисы имеют именно эту природу), а второй – когда возникает проблема выбора технологических платформ. Именно эту последнюю ситуацию, когда под вопросом оказывается сам выбор пути технологического развития, Пиор и Сейбл называют «индустриальным разделом».

Первый индустриальный раздел, согласно авторам, произошел в 19-ом веке с введением массового производства в Великобритании, а затем в США. Центральная идея Пиора и Сейбла - что 1970-е- начало 1980-х гг. были временем второго индустриального раздела. Их аргументация сводилась к тому, что массовое производство, большие системы и государственное регулирование постепенно стали препятствовать промышленным инвестициям и развитию. Эти проблемы обозначились в конце 1960-х гг., но продолжали обостряться в течение всех 1970-х гг.

Разные страны воспользовались двумя разными стратегиями, чтобы ответить на вызов. Первая стратегия состояла в переносе производственного оборудования из развитых стран в наиболее быстро растущие страны третьего мира. Ее реализация невозможна без скоординированных многонациональных усилий по стабилизации мировых рынков. Именно этой стратегии отдали предпочтение США. Великобритания и ряд других стран.

Вторая стратегия - возвращение на новом уровне к «методам мастерства», столетиями пестовавшимся европейскими ремесленниками, но отброшенным во время первого индустриального разделения. Речь идет о «гибкой специализации» технологически продвинутых, занимающихся выпуском узкого круга специализированных товаров фирм; они-то и добиваются большой гибкости благодаря сетевому сотрудничеству. Авторы в данной связи обращают внимание на модель «промышленных районов» в Италии, подробно описанную другим лауреатом Премии Джакомо Бекаттини, - их отличают гибкость методов производства, квалифицированная рабочая сила и конкурентное сотрудничество между специализированными компаниями.

Пиор и Сейбл, говоря о двух стратегиях устойчивого развития в контексте национальных хозяйств, подчеркивают, что их выбор зависит от готовности соответствующей страны к массовому производству. Согласно их прогнозу, США должны были следовать скорее путем выноса массового производства за пределы национальной экономики, тогда как Италия, Германия и Япония, с их сильным коллективизмом, должны были пойти в направлении гибкой специализации на основе кластеров малых фирм.

Судя по всему, кризис, который развернулся в 2008 г. и влияние которого еще не весьма ощутимо в мировой экономике, носил отнюдь не только (если не сказать, вовсе не) сугубо циклический характер. Во многом он свидетельствовал как об исчерпании потенциала первой стратегии (уязвимость ориентации сугубо на экономику услуг США и Великобритании), так и о серьезных проблемах у стран, ориентировавшихся на второй тип преодоления второго индустриального раздела.

Рискнем предположить, что третий раздел не будет индустриальным – и вообще станет не столько разделом, сколько синтезом. Скорее, 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», основанного на специфических компетенциях и уникальном сочетании различных видов ресурсов. Сможет ли Россия стать одной из таких стран? Пока соответствующие амбиции не подкреплены – в первую очередь, не определены те агенты изменений, которые могут стать носителями и акселераторами соответствующих линий развития, не сформированы механизмы содействия их деятельности.

В любом случае, 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, могут выступить в роли агентов изменений – для этого они производят слишком малую добавленную стоимость, слишком медленно растут (если вообще растут), слишком мало склонны к постановке амбициозных целей, слишком редко их бизнес имеет инновационный характер.

Между тем, в российских правительственных и экспертных кругах догмой веры является тезис о том, что поддержка нового малого бизнеса как носителя инноваций и генератора новых рабочих мест является залогом успешной модернизации экономики. Знакомство с работами современных классиков теории предпринимательства заставляет усомниться в обоснованности такого подхода.

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

Российское государство долгие годы реализовывало (точнее, штамповало) целевые программы поддержки малого предпринимательства на федеральном и региональном уровнях, которые не содержали практически никаких эффективных механизмов поддержки именно данной категории. Кризис, развернувшийся в 2008-2009 гг., заставил правительство сформировать пакет неотложных мер, в числе которых оказалась и поддержка самозанятости лиц, потерявших рабочее место. В целом такие пособия получили свыше 200 тыс. новых предпринимателей, и эта мера была признана эффективной и продолжена после завершения острой фазы кризиса. Более того – судя по всему, данное направление становится одним из основных в поддержке малого предпринимательства в понимании высших лиц государства.

Но столь ли очевидно выигрышной – с точки зрения общественного эффекта – является такая политика? Вот что пишет по этому поводу лауреат Премии, американский профессор Скотт Шейн: «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… Поэтому предпринимателей обеспечивают трансфертными платежами, кредитами, субсидиями, правительственными льготами и налоговыми преимуществами, если они создадут бизнес. Любой бизнес».

Однако это - плохая государственная политика, утверждает Шейн. Почему? Да потому, что «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 формой создания фирм с высоким потенциалом роста».

Здесь американский экономист обратил внимание на важную вещь: отождествление бизнеса и самозанятости. 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 общими чертами скрываются и различия. Если предприниматель стремится, как правило, к тому, чтобы 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 (как правило, ориентированный на средний уровень заработной платы в регионе проживания или отрасли, в которой они работали до этого по найму). Но превышение доходов над текущими расходами требует устойчивого получения прибыли, в том числе и для того, чтобы расплатиться с теми формальными и неформальными инвесторами, которые ссудили предпринимателя ресурсами на условиях платности, а для этого необходимо «вертеться», т.е. проявлять смекалку и хотя бы элементы творческого подхода. Ориентация же на приемлемый текущий уровень дохода, 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. (Это обстоятельство, по мнению выдающегося отечественного экономиста-аграрника начала 20-ого века А.В. Чаянова, являлось причиной устойчивости крестьянского хозяйства к воздействию капиталистической конкуренции, которая на долгие десятилетия законсервировала мелкотоварный уклад сельской жизни в России).

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

Если обратиться к недавнему примеру с созданием в России путем поддержки безработных, пожелавших открыть собственное дело, пресловутых 200 тыс. новых бизнесов, - то попытки выяснить, каковы же оказались на деле результаты усилий федерального правительства и региональных властей, результатов не дают – кроме указанной выше общей цифры «бизнесов», российские чиновники никаких иных показателей эффективности этой меры не приводят. Кроме того, известно, что за два года на программу поддержки самозанятости было выделено более 350 млрд. руб.

Попытка же журналистского расследования в отношении подлинных результатов такой поддержки, предпринятая «Известиями», показала: подавляющее большинство таких новоявленных предпринимателей, во-первых, никакие не предприниматели, а самозанятые – большинство едва сводит концы с концами, пробавляясь кустарными промыслами. Во-вторых, очень многие разорились вскоре же после открытия собственного дела (но это чиновников уже не интересует)[[1]](#footnote-1).

Мне могут возразить: 200 тыс. дополнительных рабочих мест, пусть и созданных лишь на некоторое время, - лучше, чем ничего. Кроме того, часто используется тот аргумент, что в России-де чиновники пока не умеют правильно организовать поддержку старт-апов. А вот научатся – и данная мера позволит серьезно подстегнуть предпринимательскую инициативу «снизу».

Хорошо, посмотрим на страны с куда более длительным опытом организации программ самозанятости, такие, как Германия или Франция. Впрочем, по Германии и Франции данных об эффективности тоже нет (и это не случайно – впрочем, об этом чуть позже). Хотя, по данным все того же Шейна, с целью побудить безработных к предпринимательству правительство ФРГ каждый год в последние годы правления коалиции из ХДС и социал-демократов неизменно тратило около 12 млрд. евро на соответствующую программу. «И что же немецкое правительство получает взамен таких затрат?», - вопрошает американский критик. «Отнюдь не компании, которые выходят на рынок ценных бумаг, наращивают объём продаж, создают рабочие места – что происходит обычно с фирмами, поддержанными венчурным капиталом в США. Вместо этого оно получает неэффективные бизнесы, которые образуют малое число рабочих мест и среди которых высок уровень банкротств».

Ну, а если такого рода фирмы (в Германии их называют «Я-АО») оказываются успешными, - что тогда? В таком случае, как выяснили немецкие специалисты уже лет 10-15 назад, государство своими действиями в области активной политики на рынке труда может вызвать серьезный дисбаланс в некоторых отраслях (услуги, ремесло и т.п.), где такого рода новые фирмы – в силу доступа к вещественным и невещественным активам по линии господдержки – вступают в неравную конкуренцию с дотоле вполне успешными сугубо частными предприятиями, забирая у них долю рынка.

А что во Франции? На 2008 г. здесь имелось более 250 видов грантов и трансфертов для организации собственного дела, особенно в сельской местности - включая субсидии ЕС, гранты центрального правительства, а также различных департаментов, организаций и обществ. Какова отдача для французского общества и экономики от этих 250 программ (если не считать увеличение числа бюрократов)? На сей счет нет ни одного исследования, но тот факт, что во Франции мало хорошо узнаваемых, обладающих высоким потенциалом роста фирм, очевиден любому, кто знаком с реалиями французской экономики, и свидетельствует, что отдача от этих программ для развития предпринимательства, судя по всему, не существенна.

Каков же вывод? «Воодушевляя всё 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. И спорить с ним сложно…

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

Итак, положим, 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. А разве российской экономике – с ее сильной долей неформальной занятости, сравнительно высокой скрытой безработицей – не нужны новые рабочие места?

Однако беспристрастные наблюдения показывают, как отмечает Шейн: «компании со штатом от одного работника, возрастом до двух лет обеспечивали лишь 1% занятости в Соединённых Штатах. Напротив, фирмы с численностью рабочей силы от одного человека и возрастом более 10 лет обеспечивали 60% занятости в США».

Но это – «средние данные по больнице». А если измерить прирост занятости, генерируемый вновь создаваемыми фирмами? Например, по данным, опубликованным Бюро по статистике труда США, в 2004 г. в США появилось 31 472 000 новых рабочих мест. В том же году было создано 580 900 новых фирм с численностью рабочей силы более 1 человека, 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% от общего числа рабочих мест, созданных за тот период.

И такая картина не только в США. Шведские исследователи Дaвидссон и Делмар обнаружили, что лишь 1,7% роста числа рабочих мест за 10 лет в их стране обеспечили компании в возрасте до двух лет. А 74,5% прироста рабочих мест было обеспечено корпорациями старше 10 лет.

Но возможно, с возрастом растет активность малых предприятий на рынке труда? К сожалению, это отнюдь не так. Например, Кнауп (Knaup, 2005) выяснил, что когорта новых фирм, появившихся в США в 1998 г., наняла 798 066 человек в первый год своей деятельности, но в 2002 г. набор с их стороны ограничился 670 111 работниками.

И опять-таки, эта тенденция характерна не только для США. «Исследования, проведённые 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», подчеркивает Шейн.

Следовательно, оказывается: во-первых, начинающие малые предприниматели создают вовсе не так много рабочих мест, как принято считать (даже в развитых рыночных экономиках, где доля малого бизнеса на рынке труда значительно выше, чем в России), во-вторых, по мере их рыночного укоренения не происходит увеличения создания новых рабочих мест этими бизнесами (поскольку 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!

Как выясняется, нужно «слишком много» предпринимателей, чтобы создать рабочие места на длительный срок. «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, через 10 лет после его образования? Ответ для США – 9. То есть, 43 лицам нужно попытаться открыть свой бизнес, чтобы мы имели дополнительно 9 рабочих мест через 10 лет», резюмирует Шейн.

Причем, выводы Шейна основываются главным образом на данных официальной статистики рынка труда. На самом деле, картина, возможно, еще более отличается от привычных представлений о роли стартового предпринимательства как источника дополнительных рабочих мест.

Дело в том, что большинство (например, в США это - до двух третей начинающих предпринимателей), «не завершив этот процесс, берутся за создание другого бизнеса», как замечает другой лауреат Премии, американский социолог Пол Рейнольдс. Рейнольдс добавляет: «Три-четыре попытки создания бизнеса приходятся на каждый новый бизнес в сфере продажи товаров и услуг…», 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 в ходе развития уже существующего бизнес-проекта».

Таким образом, на деле вклад стартового предпринимательства в создание рабочих мест и рост экономики сильно преувеличена. Вкладывая средства в поддержку *любого* нового предприятия, государство вкладывает ресурсы не самым эффективным образом. Это тем более справедливо в отношении нынешней российской экономики, в которой – в силу многих причин – малый и средний бизнес вовсе не является мощным подлеском: если в странах Западной Европы на него приходится, как правило, свыше двух третей рабочих мест и более половины ВВП, то в России – существенно меньше, порядка 20 % ВВП и чуть больше четверти рабочих мест. Это не означает, что на него не следует обращать внимания, как это было на протяжении почти 20 лет в постсоветской России, но значит, что не следует преувеличивать социально-экономический эффект от поддержки данного сектора. Скорее, нужно «проредить» его – предоставив 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 экономического чуда, преображения экономики региона или населенного пункта, от них самих по себе ждать не следует!

В целом, как считает Шейн, «следует сокращать стимулы к открытию бизнеса со стороны «нежелательных» предпринимателей (снижение объёма трансфертных платежей со стороны государства, количества выдаваемых ссуд, налоговых льгот) – чтобы не вовлекать всё 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». А чтобы такие вакансии возникали, - обратить свое внимание на тот сегмент рынка, где они могут устойчиво возникать и воспроизводиться. Т.е. на фирмы с высоким потенциалом роста. Это тем более важно в России, если исходить из того, что модернизация является не очередным модным лозунгом-«хотелкой», 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.

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.

**Кого, зачем и как поддерживать?**

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

Масштабное исследование, заказанное Администрацией малого бизнеса США и посвященное анализу технических изменений, вызванных запатентованными малым и средним бизнесом открытиями (2003), среди прочего содержит следующие данные:

• малые и средние предприятия (МСП) составляют 1/3 от числа наиболее часто патентующих свои открытия фирм (к которым относятся фирмы с более чем 15 выданными в США патентами),

• инновации МСП в два раза чаще связаны с научными исследованиями, чем инновации крупных фирм, и поэтому отражают гораздо более высокотехнологичные, или находящиеся на передовом рубеже открытия,

• МСП более эффективны с точки зрения производства имеющих более высокую ценность высокотехнологичных инноваций – индекс цитирования патентов малых фирм составляет в среднем 1.53 по сравнению с 1.19 – у крупных фирм,

• владеющие патентами МСП в среднем в 13 раз более иновационны в расчете на одного занятого, чем крупные фирмы-патентовладелицы,

• патент, полученный малой или средней фирмой, в среднем примерно в два раза чаще входит в число 1 % наиболее цитируемых патентов, нежели патент, полученный крупной фирмой.

Нет ничего удивительного в том, что среди таких фирм чаще всего встречаются «газели» (термин, введенный Бёрчем в 1993 г. в специальную литературу). Преимущества таких компаний, которые называются в литературе «газелями» за их способность расти устойчиво высокими темпами (не менее 4-х лет подряд обеспечивая годовой прирост базовых финансовых показателей не ниже 20 %), достаточно понятны. Именно эта - сравнительно малая - доля фирм обеспечивает наибольший вклад в создание рабочих мест и экономический рост. Именно «газели» компенсируют скромный вклад в создание рабочих мест со стороны типичных старт-апов, но относятся они по преимуществу к категории уже устоявшихся средних предприятий[[2]](#footnote-2).

Отсюда - важный практический вывод для политиков. «Вместо того чтобы наивно полагать, что предпринимательство в любом его проявлении – это хорошо, и разрабатывать программы по увеличению среднего количества типичных старт-апов», подчеркивает Шейн, «политики должны осознать, что лишь довольно малое число предпринимателей сможет осуществить такую деятельность, которая вытащит людей из бедности, будет способствовать инновациям, создаст новые рабочие места, снизит уровень безработицы, сделает рынки более конкурентными и увеличит экономический рост. Поэтому политикам следует прекратить размазывать масло тонким слоем по всему бутерброду. Они должны практиковать подход венчурных капиталистов: сосредоточить время и деньги на незаурядных предпринимателях и поменьше беспокоиться об остальных. Это подразумевает выделение и поддержку только тех немногих новых бизнесов, которые заведомо эффективнее существующих компаний».

Согласно данным Национальной ассоциации венчурного капитала США, начиная с 1970 г., венчурные капиталисты в среднем основывали 820 новых фирм за год. Как указывает Шейн, «именно эти 820 старт-апов - из более чем двух миллионов компаний, создаваемых в США каждый год, - решающим образом влияют на экономическое развитие». Например, в 2003 г. американские компании, поддержанные венчурными капиталистами, наняли 10 млн работников, или 9,4% всей рабочей силы в частном секторе США; их выручка составила 1,8 трлн долларов, или 9,6% валового оборота всех компаний страны (Venture Impact, 2004).

Могут возразить: но мы же не знаем, какие из старт-апов станут фирмами с высоким потенциалом роста, а какие – нет! Как отличить «чистых» от «нечистых»?

Как выясняется, вполне возможно выявить те черты нового бизнеса, которые говорят о его жизнеспособности, ориентированности на рост прибыли, продаж и занятости. И именно венчурные капиталисты – с их опытом, знанием рынка, чутьем на прорывные решения – умеют находить таких будущих «звездочек» из-под земли. И им для этого не нужны никакие законодательно установленные определения «инновационности» предприятий! Как выяснил Ян Макмиллан, еще один лауреат Премии, 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.

Таким образом, у венчуристов 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 или просто неоптимальных 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 инновационные старт-апы – вот задачи государства в области содействия предпринимательству с высоким потенциалом роста.

Государственным структурам, отвечающим за поддержку инновационного предпринимательства, следует не «бить по площадям», выискивая проекты в строго определенных (кем? и зачем?) отраслях, а 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 времени на достаточно льготных условиях. Т.е. не изобретать свой «государственный велосипед», а присмотреться к опыту работы частных венчуристов, 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 еще одного лауреата Премии, американца Йоша Лернера, крупнейшего специалиста в области экономики, основанной на венчурных инвестициях. Он в ряде статей и книг раскрыл, как работают те механизмы, которые венчурные финансисты применяют для выявления, оценки, инвестирования и сопровождения высоко рискованных, но многообещающих новых идей. Согласно приводимым им данным, благодаря использованию таких механизмов 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% всех новых бизнесов, доля начального финансирования, предоставленного именно венчуристами, возросла с примерно 10% в 1980 г. до более чем 50% в 2000 г. В современных экономиках предприятия, основанные на венчурном капитале, являются важным генератором роста и залогом конкурентоспособности национального хозяйства.

Важно оптимальное соотношение между спросом и предложением венчурного капитала. До сих пор даже в США приходится сталкиваться с утверждениями, будто объем внешнего долгового финансирования слишком мал по сравнению с потребностями предпринимателей в финансировании. Между тем Лернер и его соавтор Гомперс утверждают прямо противоположное о рынке фондового финансирования, на котором часто можно встретиться с ситуацией, когда «деньги следуют за сделками» (т.е. под хороший проект деньги всегда находятся). Они дали строгое эконометрическое доказательство тезиса о том, что существует ограниченное предложение очень привлекательных предпринимательских проектов, и что капитала, который мог бы выступить в качестве источника финансирования, в экономике в избытке. 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, и на формирование технологических коридоров.

Поскольку венчурная отрасль – это 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, - тем, что с «государственных высот» либо не различимы, либо же издержки по их выявлению, оцениванию, сопровождению оказываются сопоставимыми по объему с издержками на выявление, экспертизу и сопровождение крупных инновационных проектов.

И здесь может пригодиться опыт, изученный зарубежными исследователями на примере стран с более длительной кредитной историей венчурной отрасли и содействия инновационному предпринимательству.

В США, да и в других развитых рыночных экономиках, венчурная индустрия существует сравнительно недавно, поэтому опыт воздействия государства на ее становление еще свеж в памяти исследователей. В частности, тот же Лернер обратил внимание на ряд примеров позитивного государственного вмешательства, которое вызвало рост венчурной индустрии – причем в период ее зарождения, что особенно ценно для сегодняшней России, - а затем пошла цепная реакция роста уже инновационного предпринимательства. Например, программа Small Business Investment Company (SBIC), которая реализовывалась в США в 1980-1990 гг., привела к формированию инфраструктуры для современной отрасли венчурных инвестиций. «Многие из первых венчурных фондов и ведущие посредники в отрасли – такие, как юридические фирмы и информагентства», пишет Лернер, «возникли как организации, ориентированные на финансирование в рамках SBIC, 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».

Именно – по всему миру. Возьмем Сингапур, который к моменту обретения независимости в 1965 г. был слаборазвитой в экономическом отношении окраиной бывшей британской колониальной империи. Именно на пример Сингапура ссылается Лернер, чтобы доказать, насколько эффективной – причем не только для поддержки предпринимательства, но и для решения более широких макроэкономических и социальных задач – была проводившаяся властями политика.

На момент обретения независимости ВВП (в долларах США, в ценах 2006 г.) составлял в Сингапуре всего 2650 долл. Спустя четыре десятилетия уровень ВВП в расчете на душу населения в Сингапуре достиг отметки в 31400 долл. (в текущих ценах того же 2006 г.).

Что стало причиной такого существенного роста? «Существует много причин: вскоре после обретения независимости правительство Сингапура начало агрессивно инвестировать в развитие инфраструктуры - например, в развитие порта, - субсидировало систему образования, поддерживало открытую и свободную от коррупции экономику, а также учредило суверенные накопительные фонды, которые осуществляли широкий спектр инвестиций.

Результаты Сингапура за последние четыре десятилетия убедительно демонстрируют, как важны государственные меры, направленные на стимулирование предпринимательства», пишет американский экономист.

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

Второй важный момент – чтобы венчуристам 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 главным образом в режиме «ручного управления» – вызывая руководителей государственных и полугосударственных корпораций на ковер и понуждая увеличить инвестиции в НИОКР и инновационные технологии. 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.

**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 еще в 1960 - начале 1970-х гг. ввел понятие «предприятие-инкубатор» для обозначения материнских фирм, от которых постепенно отпочковываются новые старт-апы, а в середине 1980-х гг. он же эмпирическим путем установил, что большинство новых фирм открывались географически близко к своим организациям-инкубаторам. Оказалось, новые фирмы связаны со своими бывшими «инкубаторами» еще и видом бизнеса – особенно в отраслях высоких технологий.

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.

Группы компаний - не всегда феномен, связанный сугубо с высокими технологиями. Например, такие группы можно обнаружить в текстильной промышленности штатов Северная и Южная Каролина и Джорджия (США), в производстве модных товаров в Милане, в производстве ювелирных изделий из алмазов в Антверпене (Бельгия).

Хотя образование групп чаще возникает в случае с кластерами технологических старт-апов, но Купером было установлено, что предпринимательство вообще, а не только высокотехнологичное предпринимательство, концентрируется в определенных конкретных регионах и географических кластерах. Каковы выгоды от принадлежности к группе? Джакомо Беккатини рассмотрел это явление на примере итальянских промышленных округов, а Купер и его соавтор Фолта выделяют несколько преимуществ от 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.

Американский социолог Пол Рейнольдс, инициатор ряда крупномасштабных эмпирических исследований предпринимательства, удостоенный премии за вклад в исследования предпринимательства, специально изучал вопрос: какие региональные характеристики коррелируют с более высокими показателями численности старт-апов? В ходе совместного проекта под руководством Дэвида Стори в семи развитых рыночных экономиках в конце 1980-х гг. (Франция, Германия, Ирландия, Италия, Швеция, Великобритания и Соединенные Штаты) этой исследовательской группой были установлены три обстоятельства, положительно влияющие на показатели рождаемости фирм: повышение спроса по мере роста населения и доходов; доминирование малых фирм в региональной популяции фирм; степень плотности городской среды, т.е. возможности доступа к покупателям, источникам предложения и капитала, а также осведомленность о действиях конкурентов.

Следовательно, эффективность поддержки возрастает, если осуществлять не просто меры по поддержке 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 т.д. Наконец, в создание площадок, где потенцильные и начинающие предприниматели могли бы общаться, приглядываться друг к другу, находить близких им по духу (в данной связи в литературе говорят о гомофилии как о том 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 недостаточное внимание.

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

Тот факт, что подавляющее большинство малых бизнесов – как начинающих, так и уже устойчиво функционирующих – вносят весьма скромный вклад в макроэкономический рост и социальную стабильность, как уже отмечалось, вовсе не значит, что они не «нужны» и ими можно пренебречь. Лауреат Премии 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.

Какие меры поддержки действуют не избирательно и стоят сравнительно недорого? 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. Это - фискальная система, которая направлена не на быстрый и сравнительно эффективный отъем ресурсов для развития у малых предпринимателей, а прежде всего на долговременную работу с ними, консультирование в интересах достижения компромисса между задачами развития бизнеса и задачами наполнения государственной казны. Это – гражданское и хозяйственное право, действующее не избирательно и прозрачное для субъектов экономики. Это – максимально простая и понятная система администрирования (регистрация, лицензирование, сертификация и проч.), которая не «кошмарит» 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 условия 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 с бизнесом начинают обходиться как с курицей, несущей золотые яйца. В России пока – не так. Значительная часть налоговых поступлений уходит в федеральный бюджет, да и вклад МСП в бюджеты большинства субъектов Федерации и местного самоуправления настолько невелик, что, с одной стороны, не возникает побуждений эффективно содействовать малому и среднему бизнесу, с другой – всегда есть соблазн еще глубже залезть ему в карман ради сиюминутных нужд развития территории или просто в стремлении немного поживиться.

А благие цели и важные задачи по содействию развитию предпринимательства тем временем перекочевывают из одной соответствующей программы (федеральной, региональной, местного самоуправления) в другую.

**Знание против интересов?**

Впрочем, не только в России, но и во многих развитых демократических государствах правительства любят поговорить о «создании предпринимательских обществ», о «максимизации вклада МСП в экономическое развитие», об «увеличении конкурентоспособности», о «создании рабочих мест» благодаря малому бизнесу. И при этом, как замечает британский исследователь, лауреат Международной премии Дэвид Стори, «ни одно государство не имеет ясного представления о наборе целей для каждого компонента государственной политики. Аналитикам поэтому приходится реконструировать цели политики, не имея четко определенных формулировок, чтобы определить, достигнута ли цель, и судить, успешна ли политика» в отношении предпринимательства.

Почему так? 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 меры политики, использующей деньги налогоплательщиков, нередко, как отмечает Стори, «являются по сути средством «покупки» симпатий довольно значительной группы лиц (в данном случае - владельцев малых предприятий), чтобы побудить их проголосовать за правительство путем обещания «пряника». Во многих странах в политике поддержки МСП присутствует очевидный политический элемент».

В России этот элемент присутствует в менее явной форме – как в силу слабости и немногочисленности малого предпринимательства как группы избирателей, так и в силу полного равнодушия подавляющего большинства граждан к тонким материям экономической политики государства. Кроме того, правительство до последнего времени было лишь очень косвенно связано с победившей на выборах партией. Разумеется, какие-то цели в области политики содействия предпринимательству – как можно было отчетливо наблюдать в электоральных циклах середины 1990-х - середины 2000-х гг., выдвигались кандидатом, идущим на президентские выборы. Он по понятным причинам озвучивал, добиваясь благорасположения избирателей-предпринимателей, самые общие лозунги (вроде «снижения административных барьеров», «раскошмаривания» бизнеса и проч.), а формируемое уже после выборов «техническое» правительство, будучи по сути свободным от обязательств, выстраивало свою – сугубо технократическую – линию в отношении предпринимательства и малого бизнеса.

Но проблема технократической политики - в том, что предполагаемые цели могут объективно противоречить друг другу. Напр., когда правительства говорят о создании занятости, 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. Дело в том, что 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. Кроме того, известно, что основным каналом 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, известно, что в технократическом правительстве силен элемент межведомственных противоречий, обусловленных разными сферами ответственности соответствующих ведомств. Если экономическое министерство, исходя из стоящих перед ним задач, должно думать о росте экономики и предлагать соответствующие меры содействия МСП, то финансовое министерство стоит на страже интересов бюджета. Если социальное ведомство горой стоит за поддержку самозанятости, то органы охраны труда или санитарная инспекция категорически не в восторге от ее бурного развития, не без основания полагая, что тем самым умножается количество рабочих мест с плохими условиями труда и бизнесов, весьма вольно относящихся к соблюдению санитарных норм, и т.д.

Поэтому важно целеполагание в государственной политике, которое требует политической воли. Но не только…

**Мониторинг или оценивание?**

Государства, как следует из уже сказанного, 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 оценивание ее результатов. С этим, 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 «получателей», бенефициантов проводимой 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.

Дэвид Стори с блеском показал, 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. К сожалению, сетует он, большинство политических инициатив в странах ОЭСР чаще используют мониторинг, а не оценку. В терминологии его статьи, оценивание редко продолжаются далее шага 3, т.е.полной программы мониторинга, а во многих случаях – обрываются уже на шаге 1.

Почему? Во-первых, полный цикл оценивания государственной политики – вещь достаточно дорогостоящая, требующая привлечения весьма квалифицированных экспертов. Во-вторых, как известно, во многом знании много и печали. Между тем, исполнительная власть всегда стремится продемонстрировать высокую эффективность своей политики. Поэтому она либо уклоняется от процедур оценивания, либо склонна симпатизировать тем аналитикам, которые способны убедительно «продемонстрировать» основные эффекты политических мер, и игнорировать голоса более «въедливых» экспертов. Как пишет Стори, «политики с… ограниченными бюджетами предпочитают «дешевые и восторженные» исследования, которые подтвердят «положительные» результаты, а не точные и качественные труды, в которых результаты политики будет выглядеть заметно слабее». И это – в странах, где государство находится под более или менее плотным контролем со стороны гражданского общества и его институтов, включая прежде всего прессу. 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 ни одной работы по комплексному оцениванию эффективности той или иной программы содействия развитию предпринимательства. Да что уж говорить: даже на сайтах ответственных за проведение соответствующей политики ведомств днем с огнем не сыскать сколько-нибудь полной и актуальной информации о реализуемых целевых программах.

Но только ли в боязни публичной критики дело?

**Какое «предпринимательство» стимулирует государство?**

Дело не только в том, что любая государственная политика творится людьми, а людям свойственно иногда ошибаться, но не хочется признаваться в этом.

Как отмечает Йош Лернер, 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». Поскольку же 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 (пусть и «госбюрократия от высоких технологий»). Ибо здесь возникает проблема с госпрограммами, известная в теории как «захват регулятора» (‘regulatory capture’).

Речь идет о том, что, как подчеркивает Лернер, «зачастую программы, нацеленные на стимулирование ранних предпринимателей, в итоге будут оказывать финансовую поддержку друзьям государственных чиновников». Согласимся – в России такой исход представляется весьма вероятным, если не предопределенным. 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 еще одного лауреата Премии, профессора Уильяма Боумола.

Причем именно та страта, которая наиболее полно выражает дух предпринимательства – производительное предпринимательство, – в наименьшей мере может рассчитывать на благорасположение госструктур. Тогда как другие – представляющие непроизводительное и деструктивное предпринимательство – пользуются им в полной мере, поскольку в сущности родственны коррумпированной госбюрократии. Их близость заключается в том, что 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.

Боумол в известной статье «Предпринимательство; производительное и непроизводительное / деструктивное» (1990), а затем и в книге 1993 г. «Предпринимательство, менеджмент и структура форм «подкупа»» исходит из предпосылки о том, что предложение предпринимательских услуг является в современном обществе более или менее постоянной величиной, в то время как его распределение между производительным и непроизводительным, или даже деструктивным предпринимательством, в значительной степени зависит от структуры сложившихся социальных форм, и в частности «подкупа». Он обращает внимание на роль институтов: если они 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 можно быть уверенным, что предпринимательский потенциал общества приобретет соответствующую конфигурацию - все больше будет среди предпринимателей тех, кто станет стремиться не столько производить ради прибыли все новые и новые блага и услуги все более экономичным способом, сколько использовать иные возможности для получения прибыли - перераспределять государственное имущество путем его приватизации (в том числе, и в форме управления им от лица государства), перераспределять активы других частных фирм (путем черного рейдерства).

Если общественно-политическая система благоприятствуют такому непроизводительному предпринимательству, то никакое развитие предпринимательства не спасет даже довольно продвинутое в технологическом отношении общество от деградации. И напротив – даже в обществе, где не наблюдается до поры до времени всплеска инноваций, производительное предпринимательство становится базой для постоянного, неуклонного экономического роста. А посему, считает Боумол, правила игры должны быть построены так, чтобы не возникало стимулов к чреватому разбазариванием ресурсов рентоориентированному поведению.

На наш взгляд, из рассуждений о различиях между производительным и непроизводительным предпринимательством применительно к России следуют как минимум два вывода.

Первое: в условиях неблагоприятного для производительного предпринимательства социально-экономического устройства такие действия государства, которые в уже сложившейся рыночной экономике, развивающейся на основе конкурентного порядка и эффективных институтов, являются стандартными средствами поддержки частного предпринимательства – например, приватизация государственного имущества или стимулирование государственного заказа и госзакупок – в наших специфических условиях приводят лишь к еще большему перераспределению ресурсов и рыночной власти в пользу непроизводительного предпринимательства, тесно сросшегося с госбюрократией и знающего толк в распилах и откатах, и к дальнейшей маргинализации предпринимательства производительного. Между тем, именно на эти меры уповает политическое руководство страны, разрабатывая различные программы поддержки предпринимательства – достаточно ознакомиться с планами приватизации государственного имущества и с объемом государственного и муниципального заказа и сопоставить эти данные с намечаемыми мерами селективной поддержки предпринимательства с высоким потенциалом роста, чтобы понять, что реализация такого набора мер будет только усугублять сложившуюся ситуацию. Поэтому – см. пункт второй….

Второй пункт: 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 соединенные усилия - производительного предпринимательства, гражданского общества и способной возвыситься над сиюминутными рентными интересами части государственного аппарата - по опережающей глубинной *модернизации* и общества, и государственного аппарата. В противном случае поддержка предпринимательства в России будет по-прежнему напоминать вычерпывание воды из получившего пробоину судна столовой ложкой.

Не наивно ли рассчитывать на такую возможность? Думаю, нет – поскольку опыт «ручной настройки» показал, что попытки решать задачи формирования институтов и агентов модернизации (вариант: создания инновационной экономики) из одного кабинета (вариант: из двух кабинетов), опираясь главным образом на своекорыстное чиновничество, увенчались тем, чем и должны были увенчаться – демонстрацией невозможности нарастить потенциал рыночной экономики в директивном порядке, не опираясь на интересы важных акторов, либо и вовсе их игнорируя. Поэтому есть основания полагать, что определенная часть политической элиты – пусть не по своей воле – вынуждена будет способствовать формирования более прочной базы поступательного развития экономики и общества. Некоторые симптомы осознания налицо (Объединенный народный фронт, Агентство стратегических инициатив и проч.), осталось только, чтобы эти институты зажили собственной жизнью, отдельной от воли и желания выстругавших их политтехнологов. А это, коль скоро они не захотят уйти в небытие, неизбежно заставит их стать выразителями интересов общественных групп, не связанных с бюрократией, и приведет к оживлению общественного дискурса – в том числе, и по вопросам отстаивания интересов предпринимательства. Причем именно предпринимательства производительного – поскольку прочие группы уже имеют достаточно искушенных лоббистов.

Далее, невозможно не видеть, что нарастает недовольство условиями для ведения бизнеса со стороны среднего предпринимательства. Оно в частности проявляется в выводе активов и переносе хозяйственной активности некоторыми его представителями за рубеж, но некоторые из них спрашивают себя: а почему бы не попытаться все-таки выстроить адекватную деловую среду в собственной стране? Участие этой группы может привести к изменению нынешнего положения, т.е. к зарождению «умной» политики в отношении предпринимательства.

И не только предпринимательства…

1. См. Бутузова Л. Уроки труда // Известия, 4 марта 2011, № 38. [↑](#footnote-ref-1)
2. См. *Юданов А*. Гении национального бизнеса // Эксперт, 2007, № 16, с.33-41. [↑](#footnote-ref-2)