

# **Влияние мирового финансово-экономического кризиса на предпринимательскую активность в странах ЦВЕ и РФ<sup>1</sup>**

**Алимова Татьяна Александровна**

Кандидат экономических наук,  
ведущий научный сотрудник, научно-учебная лаборатория  
исследований предпринимательства, Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа экономики»,  
Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20;  
e-mail: talimova@hse.ru

## **Аннотация**

В исследовании дается эмпирическая оценка влияния кризиса 2008-2009гг. на предпринимательскую активность населения стран ЦВЕ и РФ с использованием данных Глобального мониторинга предпринимательства за 2008-2011гг. Влияние кризиса оценивалось по динамике основных показателей предпринимательской активности, индикаторов сегмента предпринимательства с потенциалом роста и оценок предпринимателей влияния кризиса на возможность создания и развития бизнеса.

## **Ключевые слова**

Глобальный мониторинг предпринимательства, предпринимательская активность, кризис, динамика, страны ЦВЕ.

## **Введение**

Предпринимательство как междисциплинарная область исследований привлекает сегодня повышенное внимание представителей разных школ, активно развиваясь в теоретическом и прикладном направлениях. Одним из наиболее известных и

---

<sup>1</sup> Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2013 году.

продуктивных исследовательских проектов в этой области является Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor), инициированный в 1997г. учеными из Великобритании (London Business School) и США (Babson College). Первое исследование по программе Global Entrepreneurship Monitor (GEM) было выполнено в 1999 г. в 10 странах. В 2006г., когда Россия на постоянной основе вошла в этот международный консорциум, в программе GEM участвовали уже 42 страны. В 2013г. количество стран-участниц достигло 70, объединив государства всех частей света, различных уровней развития предпринимательства и экономики.

В фокусе исследований GEM – роль индивида в предпринимательском процессе. Анализируются демографические, мотивационные, психологические, социальные характеристики предпринимателей на всех этапах развития бизнеса от запуска до продолжительного функционирования. Проект GEM является лонгитюдным исследованием, предоставляющим сопоставимые данные об устремлениях и ожиданиях предпринимателей в разных странах мира, отношении населения к предпринимательству.

Глобальный финансово-экономический кризис, начало которому положил кризис в финансовом секторе США в 2007—2008 гг., повлиял на все основные макро-экономические показатели затронутых им стран. Не стали исключением и показатели предпринимательской активности населения, характеризующие уровень предпринимательства от старта до длительного функционирования бизнеса. Направление и степень влияние кризиса различны в зависимости от стадии предпринимательства и определяются рядом факторов, присущих как всем странам, так и некоторым из них.

В нашем исследовании мы делаем акцент на сравнительном анализе предпринимательской активности ряда стран, объединенных

социалистическим прошлым, прошедших во многом сопоставимый путь экономических, институциональных, социальных преобразований в ходе рыночных реформ. В данном контексте представляет несомненный аналитический и практический интерес выявление динамики основных индикаторов предпринимательского потенциала этих стран, параметров сходства и различия предпринимательской активности их трудоспособного населения, факторов, определяющих вовлечение населения в предпринимательскую деятельность. С учетом наличия данных GEM, в исследование включены следующие страны: Россия, Венгрия, Румыния, Латвия, Хорватия, Словения, Босния и Герцеговина.

Влияние глобального финансово-экономического кризиса на предпринимательство рассматривается в трех аспектах. Первый, реакция на кризис основных показателей предпринимательской активности проекта GEM и их посткризисная динамика. Второй, изменение во время и после кризиса сегмента предпринимательства, обладающего потенциалом роста. Третий, субъективные оценки предпринимателей влияния кризиса на возможность начать новый и развивать существующий бизнес.

Временной аспект исследования определен задачей анализа влияния кризиса 2008-2009гг. на предпринимательскую активность населения. Принимая во внимание, что опросы GEM проводятся в первой половине текущего года, 2008г. характеризуется относительно высокими темпами роста экономик большинства стран Европы, преимущественно благоприятными условиями для предпринимательства. Для 2009г. характерно развитие полномасштабного кризиса во всех европейских странах, а 2010 и 2011гг. рассматриваются как годы преодоления острой фазы кризиса, устранения его наиболее болезненных последствий, формирования

предпосылок экономического роста. Тем самым, временные границы нашего исследования – период с 2008г. по 2011г.

### **Глобальный мониторинг предпринимательства: методология исследования**

Проект GEM исследует связь между предпринимательством и ростом экономики, и основное внимание уделяет следующим вопросам:

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

Методология GEM относит к предпринимательству успешную попытку создания нового бизнеса в форме самозанятости, индивидуального предпринимательства, учреждения новой предпринимательской структуры, предпринятую физическим лицом или группой физических лиц. Факт официальной регистрации вновь созданного бизнеса в расчет не принимается.

Предпринимательство рассматривается как процесс на нескольких стадиях, начиная с самой ранней – замысла создания нового бизнеса, и вплоть до этапа его длительного функционирования. Основной признак выделения отдельных стадий – возраст бизнеса, определяемый по продолжительности образования валовых смешанных доходов. Первый этап – раннее предпринимательство (Early-Stage Business), включающий нарождающихся предпринимателей (Nascent Entrepreneurs) и новый бизнес (New or Baby Business). Второй этап – устоявшийся бизнес (Established Business).

Информационной базой GEM является репрезентативный опрос трудоспособного населения по анкете, общей для всех стран – участниц.

Расчет по унифицированным правилам ряда специальных индексов, характеризующих предпринимательскую активность населения, позволяет проводить временные и межстрановые сопоставления и определить место каждого участника GEM по уровню предпринимательской активности как в мире, так и в ряду стран, сопоставимых по экономическому развитию. Нами будут использованы следующие основные показатели предпринимательской активности, рассчитанные по методологии GEM: показатель нарождающегося предпринимательства<sup>2</sup>, показатель нового предпринимательства<sup>3</sup>, показатель предпринимательства на ранней стадии<sup>4</sup>, показатель устоявшегося предпринимательства<sup>5</sup>, показатель прекращения бизнеса<sup>6</sup>.

#### **Основные показатели предпринимательской активности населения в до- и посткризисный период**

Независимо от специфики стран сектор малого предпринимательства, а именно к нему принадлежит абсолютное большинство предпринимателей в исследовании GEM, обладает повышенной адаптивностью и мобильностью в сравнении с бизнесом большего масштаба. В кризис эти секторальные особенности

---

<sup>2</sup> Рассчитывается как процент трудоспособного населения (возраст от 18 до 64 лет), являющегося нарождающимися предпринимателями, т.е. теми, кто активно участвуют в организации нового бизнеса, предполагая быть его владельцем или совладельцем. При этом заработная плата, доход или иное вознаграждения от этого бизнеса поступали владельцам не более 3-х месяцев.

<sup>3</sup> Рассчитывается как процент трудоспособного населения, являющегося владельцами и менеджерами нового бизнеса, т.е. теми, кто владеет и управляет действующим бизнесом. При этом заработная плата, доход или иное вознаграждения от данного бизнеса поступали владельцам не более 42-х и не менее 3-х месяцев.

<sup>4</sup> Рассчитывается как процент трудоспособного населения, являющегося нарождающимися предпринимателями или владельцами нового бизнеса в соответствии с определениями, данными выше.

<sup>5</sup> Рассчитывается как процент трудоспособного населения, являющегося владельцами и менеджерами устоявшегося бизнеса. А именно, бизнеса, заработная плата, доход или иное вознаграждения от которого поступали владельцам более 42-х месяцев.

<sup>6</sup> Рассчитывается как процент трудоспособного населения, тех, кто в последние 12 месяцев прекратил бизнес. Например, продал его, закрыл или иными способами прекратил отношения собственности и управления бизнесом (данный показатель не является показателем провала бизнеса).

проявляются в диверсификации деятельности, переключении на рыночные сегменты, сохранившие платежеспособный спрос, освоении подчас мельчайших ниш, свободных от конкурентов. Все это дает возможность сохранить, даже развить существующий бизнес и успешно стартовать новичкам. Кроме того, негативное влияние кризиса на малый бизнес проявляется не сразу, а по мере «втягивания» в него основных финансовых и экономических акторов – банков, страховых компаний, крупного и среднего бизнеса.

Специфичные факторы, влияющие на кризисную динамику показателей предпринимательской активности, отражают меры государственного регулирования в целях поддержки предпринимательства в условиях кризиса. Так, если рынок наемного труда существенно сократился, а условия для предпринимательского старта улучшились (снижение административных барьеров, связанных с регистрацией, субсидирование стартового капитала и пр.), можно ожидать дополнительного притока нарождающегося предпринимательства в период кризиса. Если, напротив, масштабные социальные и протекционистские антикризисные программы помогли избежать роста безработицы, резкий всплеск нарождающегося предпринимательства на волне кризиса маловероятен.

На сегмент нового предпринимательства кризис повлиял двояко. Предприниматели, только вышедшие на рынок (ведут бизнес около одного года), не имея устойчивых деловых связей и финансовой подушки безопасности, столкнулись с реальной угрозой банкротства, что ведет к сокращению числа новых предпринимателей. Те, кто успел до кризиса закрепиться на рынке в течение двух-трех лет, имели шанс, опираясь на опыт и поддержку партнеров и перераспределяя финансы, сохранить бизнес. В отдельных странах сохранению числа новых предпринимателей могли способствовать антикризисные программы

селективной поддержки предпринимательства (льготное кредитование, снижение налогов и упрощение налогового администрирования и пр.).

С возрастом бизнеса степень его зависимости от внешних контрагентов возрастает в том смысле, что формируются долговременные связи по линии поставщиков, потребителей, источников финансирования. Их внезапный «кризисный» разрыв может всерьез пошатнуть позиции устоявшихся предпринимателей, привести к сокращению данного сегмента предпринимательства. Как контраргумент в пользу сохранения его масштабов действуют знание рынка, навыки диверсификации рисков, большие возможности привлечения внешнего финансирования. Число устоявшихся предпринимателей в результате кризиса может и увеличиться, если, например, освобождается дополнительное рыночное пространство из-за ухода более крупных игроков.

Анализ показателей предпринимательской активности стран ЦВЕ и РФ показал, что среди них есть страны как с устойчиво положительной либо отрицательной, так и с разнонаправленной динамикой данных индикаторов во время и после кризиса (табл. 1).

**Таблица 1. Динамика основных показателей предпринимательской активности населения в 2008 – 2011 гг.<sup>7</sup>**

Период времени	Босния и Герцеговина	Венгрия	Латвия	Россия	Румыния	Словения	Хорватия
<b>Нарождающееся предпринимательство</b>							
2008 – 2009 гг.	-*	+*	+*	=	+	-	-*
2009 – 2010 гг.	+	-	+	+	+	-*	+
2010 – 2011 гг.	+	+	+*	+	+*	-	+*

<sup>7</sup> Условные обозначения: (-) снижение показателя; (-\*) статистически значимое снижение показателя при уровне значимости до 0.1; (=) колебание показателя в пределах 1%; (+) рост показателя; (+\*) статистически значимый рост показателя при уровне значимости до 0.1.

Новое предпринимательство							
2008 – 2009гг.	-*	+	+	+	+	-	-
2009 – 2010гг.	+	-	-*	-	-*	+	-
2010 – 2011гг.	-	-*	+	+	+	-	+
Устоявшееся предпринимательство							
2008 – 2009гг.	-*	+	+	+	+	=	=
2009 – 2010гг.	+	-	-	+	-*	-*	-*
2010 – 2011гг.	-*	-*	-*	=	+	-	+
Закрытие бизнеса за последние 12 месяцев							
2008 – 2009гг.	+	+	+	+	+	=	+
2009 – 2010гг.	+	=	+	-*	-*	+	+
2010 – 2011гг.	-	-*	-*	+	+	-	-*

Так, в динамике показателя нарождающегося предпринимательства за 2008-2009гг. в странах ЦВЕ и РФ преобладающей тенденции не отмечено. Значительный рост данного индикатора на пике кризиса (2009г.) зафиксирован в Венгрии и Латвии и составил порядка 40% от уровня 2008г. Значительное снижение - в Хорватии и Боснии и Герцеговине (в последней нарождающееся предпринимательство уменьшилось в 2 раза). Для 2009-2011гг. более характерной была тенденция роста нарождающегося предпринимательства. Ежегодное увеличение числа нарождающихся предпринимателей за весь период с 2008 по 2011гг. отмечено в Латвии и Румынии, ежегодное уменьшение – в Словении (табл. 1).

Показатель нового предпринимательства в 2009г. по сравнению с 2008г. в большинстве стран вырос (табл. 1). Значительный спад нового

предпринимательства на пике кризиса отмечен лишь в Боснии и Герцеговине. Предположение о пролонгированном влиянии кризиса на малый бизнес подтверждается тем, что на этапе выхода из кризиса (2010г.) в большинстве стран отмечен спад нового предпринимательства. Только в Словении и Боснии и Герцеговине данный индикатор вырос. В посткризисный 2011г. показатель нового предпринимательства преимущественно увеличивался. Его снижение зафиксировано в Венгрии, Словении и Боснии и Герцеговине.

Резюмируя, на пике кризиса (2009г.) наблюдался преимущественный рост показателя нового предпринимательства, в 2010г. его преимущественный спад, а в 2011г. – преимущественный рост.

Показатель устоявшегося предпринимательства характеризует достаточно устойчиво функционирующий бизнес, чей возраст превышает четыре года, что является пределом срока жизни доброй половины старт-апов.

2009г. для большинства стран стал годом роста показателя устоявшегося предпринимательства, что еще раз свидетельствует в пользу пролонгированного влияния кризиса на малый бизнес. Значительный спад данного индикатора зафиксирован лишь в Боснии и Герцеговине.

2010г. для большинства стран характеризуется спадом показателя устоявшегося предпринимательства. Негативные последствия кризиса – сокращение платежеспособного спроса и возможностей внешнего финансирования, разрыв хозяйственных связей, рост издержек и пр. вкупе с исчерпанием адаптационных возможностей привели к уходу с рынка большого числа бизнесов, успешно функционировавших на протяжении более четырех лет. В посткризисный период (2011г.) показатель устоявшегося предпринимательства имел

разнонаправленную динамику. В большей мере это значительный спад, значительный рост отмечен только в Румынии и Хорватии.

Резюмируя, в кризис сегмент устоявшегося предпринимательства по преимуществу развивался, на этапе выхода из кризиса преимущественно сокращался (таб.1).

Данные GEM позволяют оценить такой информативный для анализа предпринимательства показатель, как уровень прекращения бизнеса за последние 12 месяцев. Наряду с этим, в 2009 и 2010гг. предприниматели отвечали на вопрос, повлиял ли кризис на их решение о закрытии бизнеса. Во всех странах кроме Словении в 2009г. показатель прекращения бизнеса увеличился (табл. 1), причем в Венгрии в 4 раза, в Латвии в 3 раза, а в Боснии и Герцеговине в 2 раза. В среднем порядка 60% респондентов всех стран признали влияние кризиса на решение о закрытии бизнеса.

Интенсивность закрытия бизнеса в 2010г. преимущественно росла, в большей мере в Хорватии. Также увеличилось влияние кризиса на решение о его закрытии. В посткризисный 2011г. показатель прекращения бизнеса снизился во всех странах, кроме Румынии и России, хотя докризисно малый уровень 2008г. был достигнут лишь в Словении.

Резюмируя, последствием кризиса стал поступательный рост числа закрытых бизнесов в 2009 и 2010гг. и именно кризис был основной причиной прекращения предпринимательской деятельности в этот период. В 2011г. интенсивность закрытия бизнесов снижалась, но все еще превышала докризисный уровень 2008г. (таб.1).

### **Влияние кризиса на сегмент предпринимательства с потенциалом роста**

Сегмент предпринимательства, имеющий потенциал роста, играет особую роль в контексте темпов экономического развития стран, т.к.

способен генерировать точки роста, стимулирующие модернизацию и «втягивающие» в орбиту своего развития другие бизнесы, как по технологическому, так и по территориальному признаку. Этим объясняется важность анализа последствий кризиса для данного круга предпринимателей.

GEM вводит следующие показатели ранней предпринимательской активности с потенциалом роста: ориентация на внешний рынок<sup>8</sup>, ожидание роста числа занятых<sup>9</sup>, производство новых товаров и услуг<sup>10</sup> и ориентация на сегменты рынка, свободные от конкурентов<sup>11</sup>. Проанализируем влияние кризиса на данные индикаторы (табл. 2).

**Таблица 2. Динамика показателей сегмента раннего предпринимательства с потенциалом роста в 2008 – 2011гг.<sup>12</sup>**

Период времени	Босния и Герцеговина	Венгрия	Латвия	Россия	Румыния	Словения	Хорватия
<b>Ориентация на экспорт</b>							
2008 – 2009гг.	-	+*	-*	-	-*	+	+
2009 – 2010гг.	-	+	+*	-	=	-	-
2010 – 2011гг.	+	+	-	+	+*	=	+*
<b>Рост числа занятых</b>							
2008 – 2009гг.	=	+*	-	+	-	=	+
2009 – 2010гг.	-	=	+*	-	+*	-	-

<sup>8</sup> Рассчитывается как процент ранних предпринимателей, у которых не менее 25% потребителей находятся за рубежом.

<sup>9</sup> Рассчитывается как процент ранних предпринимателей, ожидающих, что число занятых на фирме в течение ближайших 5 лет будет не менее 5 человек.

<sup>10</sup> Рассчитывается как процент ранних предпринимателей, считающих, что их товар является новым для многих/нескольких потребителей.

<sup>11</sup> Рассчитывается как процент ранних предпринимателей, считающих, что производителей аналогичного товара нет/всего несколько.

<sup>12</sup> Условные обозначения: (-) снижение показателя; (-\*) статистически значимое снижение показателя при уровне значимости до 0.1; (=) колебание показателя в пределах 1%; (+) рост показателя; (+\*) статистически значимый рост показателя при уровне значимости до 0.1.

2010 – 2011гг.	+	+	+	+	+	+	+
<b>Производство новых товаров и услуг</b>							
2008 – 2009гг.	+	+	-	+	+	=	=
2009 – 2010гг.	+	-	+	-	-	-	+
2010 – 2011гг.	-	+	+	-	+	+	+
<b>Низкий уровень конкуренции</b>							
2008 – 2009гг.	+	=	-	-	=	=	+
2009 – 2010гг.	+	+	+	+	+	-	+
2010 – 2011гг.	-	+	-	+	+	-	-

Освоение зарубежных рынков представляется необходимой составляющей развития бизнеса там, где речь идет о странах, включенных в единое экономическое пространство. Это может быть не столь актуально для мельчайших семейных фирм и индивидуальных предпринимателей, вид и объем деятельности которых «довольствуются» узким местным рынком. Но там, где есть установка на расширение масштабов предпринимательской деятельности, выход за рубеж определенно способствует ее реализации, учитывая, что конкурировать с иностранным бизнесом придется и на собственной территории.

Для России с ее достаточно емким и сильно регионализированным внутренним рынком выход на внешний рынок для малых предпринимателей пока скорее исключение из правил. Конкурентные преимущества не очевидны, необходимые навыки только нарабатываются, благоприятствующие режимы отсутствуют. Влияние кризиса на возможность экспорта для российских ранних предпринимателей было однозначно негативным. На пике кризиса

(2009г.) показатель ориентированности на зарубежных потребителей снизился по сравнению с 2008г. с 14% до 10%, продолжая падение в 2010-2011гг. (до 4%). Аналогична динамика этого показателя в Боснии и Герцеговине – спад с 29% в 2008г. до 19% в 2011г.

В Венгрии и Хорватии кризис напротив стимулировал активизацию внешнеэкономической деятельности ранних предпринимателей. Докризисный показатель ориентированности на зарубежных потребителей на пике кризиса вырос и продолжил эту тенденцию до 2011г. Наиболее выражена положительная динамика в Венгрии, где количество ранних предпринимателей, чей бизнес ориентирован на зарубежные рынки, за 2008 – 2011гг. выросло с 7% до 29%. Для предпринимателей Румынии и Латвии характерно резкое снижение числа зарубежных потребителей в 2009г. и восходящий тренд этого показателя к 2011г.

Резюмируя, кризис повлек за собой ощутимое изменение в доле зарубежных потребителей ранних предпринимателей. В странах, уже бывших в период исследования членами ЕС, в 2009г. ориентированность предпринимателей на внешний рынок как росла (Венгрия, Словения), так и падала (Румыния, Латвия). Посткризисный период характеризуется для этих стран преимущественным ростом данного показателя (за исключением Словении). Ежегодное увеличение числа зарубежных потребителей за весь период с 2008г. по 2011г. отмечено в Венгрии. В странах, не входивших в ЕС, ориентированность на внешний рынок во время и после кризиса увеличилась в Хорватии и снизилась в Боснии и Герцеговине. Российские предприниматели в результате кризиса свели свое присутствие на внешнем рынке до минимума.

Одним из общепринятых показателей масштаба бизнеса является количество занятых, причем для малого предпринимательства, характеризующегося повышенной интенсификацией труда и

относительно меньшей капиталоемкостью, счет при решении о дополнительном найме идет не на десятки, а на единицы работников. По данным GEM в Румынии и Латвии в 2009г. число ранних предпринимателей, предполагающих через пять лет иметь не менее пяти работников, сократилось, в России, Венгрии и Хорватии выросло, а в Словении и Боснии и Герцеговине осталось неизменным (табл. 2). В 2010-2011гг. общей для всех стран была тенденция роста ожидаемой численности занятых через 5 лет, так что в 2011г. этот показатель повсеместно превысил уровень 2008г. Рост шел либо поступательно, как в Венгрии, Румынии и Латвии, либо через спад в 2010г. к увеличению в 2011г., как в России, Хорватии, Словении и Боснии и Герцеговине.

Резюмируя, показатель ожидаемого роста числа занятых (не менее пяти работников через пять лет) отреагировал на кризис снижением, а на восстановление экономической конъюнктуры увеличением, но временной лаг его реакции на кризис в странах различен. Там, где на пике кризиса ожидания роста числа занятых увеличились или не изменились (Россия, Венгрия, Хорватия, Словения, Босния и Герцеговина) в следующем 2010г. произошел спад данного показателя (за исключением Венгрии). Там, где в кризис ожидания роста числа занятых снизились (Румыния, Латвия) в последующие два года этот показатель вырос.

Выход на рынки новых товаров и услуг – во многом залог успеха бизнеса ранних предпринимателей, так как в этом случае открываются перспективы наращивания оборота и прибыли, нивелируется давление конкурентов. Принимая во внимание, что кризис характеризуется сокращением платежеспособного спроса и, следовательно, сужением емкости уже освоенных рынков (в той мере, в какой это «позволяет» эластичность спроса на конкретный товар или услугу), представляется логичным предположить существенную переориентацию в кризис

предпринимателей на производство новых товаров и услуг. Результаты GEM (табл. 2) подтверждают, что в 2009г. в большинстве стран (кроме Латвии) доля ранних предпринимателей, чьи продукт/услуга были новыми для многих или некоторых потребителей, выросла. Правда, только в Венгрии этот рост был значительным (почти вдвое). В Латвии отмечен значительный (более чем на треть) спад в 2009г. ориентации ранних предпринимателей на новые товары, объяснением чего может быть достаточно высокое значение данного индикатора в предкризисный период (порядка 2/3 всех предпринимателей).

В посткризисный период 2010-2011гг. преобладающей для большинства стран была тенденция увеличения числа ранних предпринимателей, стремящихся занять рыночные ниши, новые для потребителей. Рост был преимущественно поступательным, когда значение данного индикатора в 2011г. превосходило значение 2010г. А также достаточно интенсивным, так что предкризисный уровень показателя был перекрыт в 2011г. во всех странах, кроме Латвии. Особняком стоит Россия, где незначительный рост показателя освоения новых товаров в 2009г. сменился его снижением в 2010 и 2011гг.

Уровень конкуренции является одним из основных показателей, характеризующих структуру рынка и положение на нем отдельных участников. Очевидно, малому бизнесу, к которому относится абсолютное большинство ранних предпринимателей, по преимуществу не приходится рассчитывать на доминирующее положение, если только речь не идет о рыночной нише, избегаемой более крупным бизнесом либо недавно открытой самим предпринимателем. Давление конкурентов – один из основных факторов, определяющих постоянную и интенсивную сменяемость в рядах действующих предпринимателей, то, от чего «слабый гибнет». Поэтому ситуация отсутствия или незначительного уровня конкуренции предоставляла благоприятную

возможность нивелировать негативное влияние кризиса на новый бизнес.

Кризис мог повлиять на уровень конкуренции двояко. Во-первых, в силу связанных с ним проблем, массовым уходом фирм с рынка. В этом случае рынки «расчищаются», конкуренция снижается или, в терминологии GEM, число ранних предпринимателей, у которых нет/всего несколько конкурентов, растет. Во-вторых, под влиянием кризиса бизнес может диверсифицировать направления деятельности, стремясь занять менее конкурентные ниши в целях удержания необходимого числа потребителей. И тогда конкуренция растет, число ранних предпринимателей, у которых нет/всего несколько конкурентов, снижается.

По результатам GEM в 2009г. уровень конкуренции для ранних предпринимателей вырос в России и Латвии. В Венгрии, Румынии и Словении изменение данного показателя было несущественным. Только в Хорватии и Боснии и Герцеговине конкуренция для ранних предпринимателей ослабла. Кризис не столько «расчистил рынки», сколько перераспределил между его участниками сохранившийся платежеспособный спрос. В 2010-2011гг. уровень конкуренции в большинстве стран снижается в большей или меньшей степени (в Венгрии и Румынии почти вдвое). Только в Словении отмечен устойчивый посткризисный рост уровня конкуренции, число ранних предпринимателей, имеющих мало конкурентов, в 2009–2011гг. ежегодно уменьшалось.

Резюмируя, устойчивого снижения числа конкурентов ранних предпринимателей во время и после кризиса не отмечено ни в одной стране (табл. 2). Конкурентная среда для ранних предпринимателей стала более благоприятной только в 2010-2011гг. за исключением Словении, где в результате кризиса конкуренция усилилась.

## Влияние кризиса на предпринимательскую деятельность в оценках предпринимателей

Помимо мониторинга постоянного перечня вопросов, связанных с предпринимательской активностью населения, GEM из года в год вводит в фокус исследований специальные, наиболее актуальные для этого периода аспекты предпринимательства. В 2009 и 2010гг. таким новым направлением был анализ влияния кризиса на предпринимательскую деятельность, как его воспринимали сами предприниматели, оценивая сложность начала нового бизнеса<sup>13</sup>, ожидания роста бизнеса<sup>14</sup> и изменение возможностей для бизнеса<sup>15</sup> (табл. 3).

**Таблица 3. Динамика показателей влияния кризиса в оценках предпринимателей за 2009 – 2010гг.<sup>16</sup>**

Период времени	Босния и Герцеговина	Венгрия	Латвия	Россия	Румыния	Словения	Хорватия
<b>Влияние кризиса на решение о закрытии бизнеса</b>							
2009 – 2010гг.	+	=	+	+	+	=	=
<b>Начать новый бизнес сложнее, чем год назад (ранние предприниматели)</b>							
2009 – 2010гг.	-	-*	-*	-	-*	-*	-
<b>Начать новый бизнес сложнее, чем год назад (устоявшиеся предприниматели)</b>							
2009 – 2010гг.	-	-*	-*	-	-	-*	+
<b>Расти бизнесу сложнее, чем год назад (ранние предприниматели)</b>							
2009 – 2010гг.	-	-*	-*	-	-*	-*	-*

<sup>13</sup> Оценивается степень увеличения сложности. Рассчитывается как процент предпринимателей, ответивших, что в текущем году начать новый бизнес сложнее, чем в предыдущем.

<sup>14</sup> Оценивается снижение ожиданий. Рассчитывается как процент предпринимателей, ответивших, что в текущем году ожидания роста бизнеса ниже, чем в предыдущем.

<sup>15</sup> Оценивается уменьшение возможностей. Рассчитывается как процент предпринимателей, ответивших, что под влиянием кризиса возможностей для бизнеса стало меньше.

<sup>16</sup> Условные обозначения: (-) снижение показателя; (-\*) статистически значимое снижение показателя при уровне значимости до 0.1; (=) колебание показателя в пределах 1%; (+) рост показателя; (+\*) статистически значимый рост показателя при уровне значимости до 0.1.

2010гг.							
Расти бизнесу сложнее, чем год назад (устоявшиеся предприниматели)							
2009 – 2010гг.	-*	-*	-*	-*	-*	-	+
Возможностей для бизнеса меньше, чем год назад (ранние предприниматели)							
2009 – 2010гг.	-*	+	-*	-	+	+	-
Возможностей для бизнеса меньше, чем год назад (устоявшиеся предприниматели)							
2009 – 2010гг.	-	+*	-	-*	+	+	+*

Оценивая, насколько сложно начать новый бизнес по сравнению с предыдущим годом, предприниматели принимают во внимание динамику целого спектра условий, характеризующих внешнюю среду. Это и административные процедуры, сопутствующие запуску бизнеса, и состояние рынков труда, недвижимости, необходимых материальных активов, доступность внешнего финансирования, уровень инфляции, доходы населения и пр. В целом перечисленные параметры характеризуют общее состояние экономики и наметившийся тренд его динамики – ухудшение, стабилизация, улучшение.

Специальные режимы поддержки предпринимательского старта, реализованные в отдельных странах как антикризисные меры, создали более благоприятные условия именно для стартапов в сравнении с действующим бизнесом. Однако такого рода селективная политика государства оказывает на предпринимательский потенциал населения лишь краткосрочное позитивное влияние, которое будет либо поддержано стабилизацией, улучшением предпринимательского климата, либо нивелировано его стагнацией.

По данным GEM в оценке возможностей для начала нового бизнеса только предприниматели Словении проявили относительную лояльность кризису – признали ухудшение условий для

предпринимательского старта в 2009г. порядка 40% из них. В остальных странах кризисные условия для старт-апов признали более сложными, чем в 2008г. более 2/3 предпринимателей независимо от стадии предпринимательства. А больше всего ухудшились условия для предпринимательского старта в Румынии, где их негативную оценку в 2009г. дали порядка 90% предпринимателей.

По мнению как ранних, так и устоявшихся предпринимателей большинства стран в 2010г. условия для предпринимательского старта улучшились (табл. 3). Исключением является Хорватия, где отмечен рост негативных оценок условий для начала бизнеса по группе устоявшихся предпринимателей (до 90%), а негативные оценки ранних предпринимателей в 2010г. лишь незначительно снизились по сравнению с 2009г.

Однако кардинального улучшения ситуации нигде не произошло. В среднем более половины ранних и более 2/3 устоявшихся предпринимателей всех стран отметили, что в 2010г. начать новый бизнес стало сложнее, чем в 2009г. Исключением является Словения, где негативные оценки составили лишь 17% для ранних и 34% для устоявшихся предпринимателей.

Наличие возможностей для роста бизнеса во многом определяет траекторию жизненного цикла успешного старт-апа, удастся ли ему пройти путь от стадии младенчества до стадии стабильности, закрепившись на рынке и перейдя в разряд устоявшегося бизнеса. По данным GEM в 2009г. от 30% (в Словении) до 90% (в Румынии) предпринимателей указали на снижение ожиданий роста бизнеса по сравнению с предыдущим годом.

За год, прошедший после острой фазы кризиса (2010г.), предприниматели большинства стран отметили существенное смягчение давления комплекса причин, осложняющих рост бизнеса (табл. 3). В

большей мере это относится к Венгрии, Румынии и Латвии, где в 2009г. отмечены самые высокие показатели усложнения роста бизнеса (от 70% до 90% ответов предпринимателей), а в 2010г. – наибольший прогресс в этом отношении, когда количество негативных оценок условий для роста сократилось на треть.

В Словении в 2009-2010гг. ограничительное влияние кризиса на рост бизнеса было наименьшим (32% и 22% ответов предпринимателей соответственно). Румыния была лидером по количеству негативных оценок (порядка 90% в 2009г. и 70% в 2010г.), что характеризует условия для предпринимательского роста в этой стране как крайне неблагоприятные.

Возможности для бизнеса, о которых «спрашивает» анкета GEM, достаточно общее понятие, включающее освоение перспективной рыночной ниши, диверсификацию деятельности, стабильное функционирование, развитие и пр. Каждый предприниматель вкладывает в это понятие свой смысл в зависимости от собственных представлений и ожиданий результатов деятельности.

По данным GEM в 2009г. от 40% до 80% предпринимателей в зависимости от стадии бизнеса и страны отметили уменьшение возможностей для предпринимательской деятельности. Больше всего пессимистов оказалось среди предпринимателей Румынии, наиболее оптимистичны в своих оценках были предприниматели Словении. В 2010г. в Венгрии, Румынии и Словении возможностей для бизнеса, по мнению предпринимателей, стало еще меньше (табл. 3). Лидером негативных оценок возможностей для бизнеса в 2009 и 2010гг. была Румыния, где порядка 4/5 предпринимателей указали на их уменьшение.

В таких странах как Босния и Герцеговина, Россия и Латвия отмечено некоторое расширение спектра возможностей для предпринимательства. Наиболее выражена эта тенденция в России, где

количество негативных оценок в 2010г. уменьшилось почти на треть по сравнению с 2009г.

В целом, в каждой из стран не мене 40% предпринимателей через год после острой фазы кризиса отметили продолжающееся сокращение возможностей для бизнеса. Можно говорить лишь о том, что их спектр на этапе стабилизации сокращался не так сильно, как на острие кризиса.

### **Основные выводы**

Основные показатели предпринимательской активности GEM во всех исследуемых нами странах оказались чувствительны к влиянию финансово-экономического кризиса, существенно изменившись в 2009г. по сравнению с 2008г., за исключением России.

В динамике показателя нарождающегося предпринимательства за 2008-2009гг. превалировала тенденция неизменности/снижения, а за 2009-2011гг. - тенденция роста данного индикатора. Показатели нового и устоявшегося предпринимательства на волне кризиса преимущественно увеличивались, а по мере выхода из кризиса в большинстве стран данные индикаторы снижались.

В кризис повсеместно выросла интенсивность закрытия/приостановки бизнеса, причем влияние кризиса на решение о закрытии большей частью сохранилось и в посткризисный период.

Условия для начала бизнеса ухудшились, а ожидания его роста снизились по мнению большинства предпринимателей всех стран. По мере выхода из кризиса его негативное давление на возможности старта и развития по преимуществу сохраняется, хотя и в несколько меньшем масштабе.

Кризис также существенно ограничил возможности для бизнеса во всех странах. При этом роста возможностей по мере выхода из кризиса по оценкам предпринимателей большинства стран не зафиксировано.

В период кризиса ощутимо изменилась ориентация ранних предпринимателей на зарубежных потребителей. В странах, объединённых общим экономическим пространством, доля предпринимателей-экспортеров преимущественно росла, в «изолированных» странах, прежде всего в России – существенно снизилась.

Показатель ожидаемого ранними предпринимателями высокого роста численности работников через пять лет (не менее 5 работников) под влиянием кризиса снизился, а затем начал расти. Временной лаг данной тенденции различается по странам.

Не стала для исследуемых стран превалирующей тенденция освоения ранними предпринимателями новых и свободных рынков под влиянием кризиса. Однако общий уровень конкуренции для них в результате кризиса по преимуществу снижался.

Подводя итог, нельзя утверждать, что исследуемые нами страны, имеющие общее социалистическое прошлое, но пройдя каждая свой путь рыночных преобразований, абсолютно единообразно отреагировали на глобальный финансово-экономический кризис динамикой показателей, характеризующих предпринимательскую активность населения. Очевидно, предпринимательство каждой из этих стран имеет значительную специфику, определяемую спектром присущих им политических, экономических, институциональных и социальных детерминант.

Хотя применительно к отдельным показателям предпринимательской активности и оценкам предпринимателей последствий кризиса прослеживается тенденция, свойственная большинству стран, но в группу «большинство» каждый раз входят разные страны. Список участников доминирующей группы меняется в зависимости от конкретного направления анализа влияния кризиса.

Пользуясь таблицами 1-3, где приведены данные, характеризующие кризисную и посткризисную динамику проанализированных нами индикаторов, можно с долей условности выделить страны лидеры и аутсайдеры по тому, насколько значительными и продолжительными были последствия кризиса для их предпринимательского потенциала, а также обрисовать индивидуальный портрет влияния кризиса на предпринимательство каждой из стран.

Методология, инструментарий и аналитический аппарат GEM, использованные нами для сравнительного анализа влияние кризиса на предпринимательскую активность в странах ЦВЕ и РФ, могут с успехом применяться и для исследования предпринимательства в отдельных странах, позволяя раскрыть наиболее характерные для них черты этого развивающегося сегмента экономики и динамичной части общества.

#### **Список литературных источников**

1. Алимова Т.А., Ченина А.В., Чепуренко А.Ю. Экономический кризис и предпринимательская активность населения России: открывать свое дело или выходить из бизнеса? // Мир России: социология, этнология, т. 20, № 2. – М., 2011. – С. 142-160.
2. Алимова Т.А., Образцова О.И., Чепуренко А.Ю., ред. Теория предпринимательства в России. По материалам "Глобального мониторинга предпринимательства". – М., Издательский дом Высшей школы экономики, 2010. – 265с.
3. Давидссон Пер. Исследуя предпринимательство. – М., Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 399с.
4. Образцова О.И., Чепуренко А.Ю. Развитие российского частного предпринимательства в межстрановом сопоставлении // Вопросы экономики, № 8. – М., 2008. – С. 91-107.
5. Чепуренко А.Ю., ред. Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты международной премии за вклад в

- исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996-2010). – М., Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 525с.
6. Bosma N., Levie J. Global entrepreneurship monitor: 2009 Executive report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/docs/265/gem-2009-global-report>
  7. Kelley D.J., Bosma N., Amorós J.E. Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/docs/266/gem-2010-global-report>
  8. Minniti, M., eds. The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data. – Oxford, 2011. – 352 p.
  9. Reynolds P., Bosma N., Autio E. et al. Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003 // Small Business Economics, vol. 24. – Springer US, 2005. – P. 205-231.

## **The Impact of 2008-2009 Recession on Entrepreneurship in CEE Countries and in the RF<sup>17</sup>**

**Alimova Tat'jana Aleksandrovna,**

PhD (Economics),

leading researcher, Laboratory research of entrepreneurship,

National research University “Higher school of Economics”,

P.O. Box 101000, Myasnitskaya st. № 20, Moscow, Russia;

e-mail: [talimova@hse.ru](mailto:talimova@hse.ru)

### **Abstract**

We investigate the impact of 2008-2009 recessions on entrepreneurship in CEE countries and in the RF, using the Global Entrepreneurship Monitor data sets for years 2008-2011.

Nascent entrepreneurship rate was primarily growing in 2010-2011. New business ownership rate increased in 2009, then dropped in 2010, and

---

<sup>17</sup> Research was carried out in the framework of the HSE Basic Research Programme in 2013

renewed growth in 2011. In 2009, established business ownership rate was primarily expanding, and largely contracting in 2010-2011.

The recession resulted in the growing of business discontinuation rate in 2009-2010. It reduced in 2011 yet still was above the 2008 pre- recession level.

Characteristics of early-stage entrepreneurial activity such as high-growth expectation and new product-market orientation increased in the recession, dropped in 2010, and started to grow again in 2011 in the majority of countries. International-oriented early-stage entrepreneurial activity was largely shrinking in 2009-2010, and grew in 2011. Innovation-oriented entrepreneurial activity increased in 2010.

According to the entrepreneurs' during the recession it became more difficult to start up a new business; business growth expectations reduced; opportunities for entrepreneurial activities shrank. In 2010, entrepreneurs' views on starting and growing a new business improved across the countries, but in several countries business opportunities kept on worsening.

Though, as applied to some entrepreneurial activity prevalence rates and characteristics as well as the entrepreneurs' estimations of the recession impact on starting and growing a business there is a visible trend inherent in the majority of countries, but the "majority" group is in each case made up of different countries. Entrepreneurship in CEE countries and in the RF now witness significant specifics manifest in the distinction of response to the recession and post-recession dynamics.

### **Keywords**

GEM, entrepreneurial activity prevalence rates, early-stage entrepreneurial activity, recession, dynamics, CEE countries.

### **References**

1. Alimova, T.A., Chenina, A.V., Chepurenko, A.Ju. (2011), *The entrepreneurial activity in Russia under crisis: to start or to discontinue?*

[Jekonomicheskij krizis i predprinimatel'skaja aktivnost' naselenija Rossii: otkryvat' svoe delo ili vyhodit' iz biznesa?] // Mir Rossii: sociologija, jetnologija, vol. 20, no. 2, pp. 142-160.

2. Alimova, T.A., Obrazcova, O.I., Chepurenko, A.Ju., eds. (2010), *The theory of entrepreneurship in Russia. According to Global entrepreneurship monitor* [Teorija predprinimatel'stva v Rossii. Po materialam "Global'nogo monitoringa predprinimatel'stva"]. Moscow, HSE Publ., 265 p.

3. Bosma N., Levie J. "Global entrepreneurship monitor: 2009 Executive report", available at: [www.gemconsortium.org/docs/265/gem-2009-global-report](http://www.gemconsortium.org/docs/265/gem-2009-global-report)

4. Chepurenko, A.Ju., eds. (2013), *Modern classics in the theory of entrepreneurship. Winners of the Global Award for Entrepreneurship Research (1996-2010)* [Sovremennye klassiki teorii predprinimatel'stva. Laureaty mezhdunarodnoj premii za vklad v issledovanija predprinimatel'stva i malogo biznesa (1996-2010)]. Moscow, HSE Publ., 525 p.

5. Davidsson P. (2014), *Researching Entrepreneurship* [Issledujaja predprinimatel'stvo]. Moscow, HSE Publ., 399 p.

6. Kelley D.J., Bosma N., Amorós J.E. "Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report", available at: [www.gemconsortium.org/docs/266/gem-2010-global-report](http://www.gemconsortium.org/docs/266/gem-2010-global-report)

7. Minniti, M., eds. (2011). *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data*, Oxford, 352 p.

8. Obrazcova, O. I., Chepurenko, A. Ju. (2008), *The development of the Russian private entrepreneurship in a cross-country comparison* [Razvitie rossijskogo chastnogo predprinimatel'stva v mezhstranovom sopostavlenii] // *Voprosy jekonomiki*, no. 8, pp. 91-107

9. Reynolds P., Bosma N., Autio E. et al. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003 // Small Business Economics, vol. 24, pp. 205-231.