
**Современные
классики теории
предпринимательства**

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Лаборатория исследований предпринимательства

Современные классики теории предпринимательства

Лауреаты
Международной премии
за вклад в исследования
предпринимательства
и малого бизнеса
(1996–2010)

*Перевод с английского
под научной редакцией А.Ю. Чепуренко*



Издательский дом Высшей школы экономики
Москва 2013

УДК 338.22
ББК 65.012.1
С56

С56 **Современные классики теории предпринимательства.** Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010) [Текст] / пер. с англ. под науч. ред. А. Ю. Чепуренко ; предисл. и послесл. А. Ю. Чепуренко ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Науч.-учеб. лаб. исследований предпринимательства. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. — 526, [2] с. — 600 экз. — ISBN 978-5-7598-0942-5 (в пер.).

Сборник содержит переводы публичных лекций ведущих современных зарубежных исследователей предпринимательства — лауреатов Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса — и аналитических очерков об их творчестве. Читатель сможет впервые на русском языке ознакомиться с идеями зарубежных исследователей конца XX — начала XXI в., в большинстве своем совершенно не известных российской публике, но определяющих мейнстрим в изучении природы и особенностей предпринимательства.

Для преподавателей и студентов школ бизнеса, факультетов экономики, менеджмента, социологии, а также для всех, кому интересны фундаментальные основы теории предпринимательства.

УДК 338.22
ББК 65.012.1

ISBN 978-5-7598-0942-5

© Перевод на рус. яз.
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Научно-учебная лаборатория исследований предпринимательства, 2013
© Оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2013

Содержание

Предисловие	8
Дэвид Бёрч — лауреат премии за 1996 год	
ДЭВИД БЁРЧ	
Что мы уже узнали?	10
<i>Ганс Ландстрём</i>	
Вклад Дэвида Бёрча в исследование предпринимательства и малого бизнеса	15
Арнольд Купер — лауреат премии за 1997 год	
АРНОЛЬД КУПЕР	
О цене: влияние на частный бизнес	24
<i>Ганс Ландстрём</i>	
Вклад Арнольда Купера в изучение предпринимательства и малого бизнеса	35
Дэвид Стори — лауреат премии за 1998 год	
ДЭВИД СТОРИ	
Анализ влияния государственной политики поддержки на малый бизнес в развитых экономиках	53
<i>Ганс Ландстрём</i>	
Достижения Дэвида Стори в исследованиях предпринимательства и малого бизнеса	76
Ян К. Макмиллан — лауреат премии за 1999 год	
ЯН К. МАКМИЛЛАН	
Создание общественного благосостояния через предпринимательскую благотворительность	95
<i>Ганс Ландстрём</i>	
Вклад Яна К. Макмиллана в исследования предпринимательства и малого бизнеса	105
Говард Олдрич — лауреат премии за 2000 год	
ГОВАРД ОЛДРИЧ	
Новые направления в исследовании предпринимательских команд ...	124
<i>Ганс Ландстрём</i>	
Вклад Говарда Е. Олдрича в исследования предпринимательства и малого бизнеса	139

Золтан Б. Акс и Дэвид Одретч — лауреаты премии за 2001 год

ЗОЛТАН Б. АКС, ДЭВИД ОДРЕТЧ

Возникновение предпринимательского общества 159

Ганс Ландстрём

Вклад Золтана Акса и Дэвида Одретча в исследования
предпринимательства и малого бизнеса 176

Джакомо Бекаттини — лауреат премии за 2002 год

ДЖАКОМО БЕКАТТИНИ

Малый бизнес и предпринимательство в творчестве
Альфреда Маршалла: эмпирическая основа и общее значение 185

Чарльз Сейбл — лауреат премии за 2002 год

ЧАРЛЬЗ СЕЙБЛ

Как следует воспринимать изменения в промышленных округах?
Три вопроса 195

Ганс Ландстрём

Вклад Джакомо Бекаттини и Чарльза Сейбла в исследования
предпринимательства и малого бизнеса 199

Уильям Баумол — лауреат премии за 2003 год

УИЛЬЯМ БАУМОЛ

Предпринимательские фирмы, крупные устоявшиеся фирмы
и другие компоненты машины роста свободного рынка 214

Гуннар Элиассон, Магнус Хенрексон

Уильям Баумол: теоретик предпринимательства — об экономике
предпринимательства 234

Пол Рейнольдс — лауреат премии за 2004 год

ПОЛ РЕЙНОЛЬДС

Понимание процесса создания бизнеса — интуитивные прозрения
и основные вехи исследований создания бизнеса за последние
два десятилетия 245

Пер Дэвидссон

Пол Д. Рейнольдс: инноватор, координатор и популяризатор
в области исследований предпринимательства 255

Уильям Б. Гартнер — лауреат премии за 2005 год

УИЛЬЯМ Б. ГАРТНЕР

Многообразии в предпринимательстве 268

Даниэль Хьорт, Бенгт Йоханниссон

Вклад Уильяма Б. Гартнера в исследования предпринимательства
и малого бизнеса 287

Израэль М. Кирцнер — лауреат премии за 2006 год**ИЗРАЭЛЬ М. КИРЦНЕР**

Восприимчивость к незамеченным возможностям
и креативный предприниматель: разъяснение 303

Робин Дуэн, Гуннар Элиассон, Магнус Хенрексон

Вклад Израэля М. Кирцнера в исследования предпринимательства
и малого бизнеса 317

Проект «Диана» — лауреаты премии за 2007 год

«Диана»: символ стремления женщин-предпринимательниц
к знаниям, деньгам и достижениям в сфере бизнеса 335

Карин Холмквист, Сара Картер

Вклад проекта «Диана» в исследования предпринимательства
и малого бизнеса 363

Бенгт Йоханниссон — лауреат премии за 2008 год**БЕНГТ ЙОХАННИССОН**

К практической теории «предпринимания» 376

Крис Стюарт, Ганс Ландстрём

Вклад Бенгта Йоханниссона в исследования предпринимательства
и малого бизнеса 404

Скотт Шейн — лауреат премии за 2009 год**СКОТТ ШЕЙН**

Почему вовлечение населения в предпринимательство —
плохая политика? 423

Пер Дэвидссон, Юхан Виклунд

Скотт Шейн — победитель Всемирной премии
за исследования в области предпринимательства 439

Йош Лернер — лауреат премии за 2010 год**ЙОШ ЛЕРНЕР**

К новым достижениям в политике содействия развитию
предпринимательства и венчурного капитала 458

Понтус Браунерфельм, Саймон К. Паркер

Йош Лернер — лауреат Всемирной премии за исследования
в области предпринимательства 2010 года 478

Послесловие

Чепуренко А.Ю.

Возможности и перспективы развития предпринимательства
в России (перечитывая современных классиков теории
предпринимательства) 497

Предисловие

Теория предпринимательства — бурно развивающееся за рубежом направление междисциплинарных исследований. На сегодняшний день ученые ушли далеко вперед по сравнению с пионерскими исследованиями Макса Вебера и Йозефа Шумпетера, именами которых обычно исчерпывается список выдающихся исследователей, когда в отечественной научной и учебной литературе затрагиваются вопросы, связанные с анализом таких сложных явлений, как предпринимательство и предпринимательская деятельность.

В этой области уже сложились основная тематика, методологические подходы, сформировались важнейшие площадки, на которых идет интенсивный обмен результатами исследований — журналы, конференции, ассоциации и сетевые сообщества.

Создан внушительный задел исследований в области типологии предпринимательских личностей и структур, анализа предпринимательских возможностей, мотивации к их реализации, факторов, способствующих/препятствующих использованию предпринимательского потенциала, роли сетей в предпринимательском успехе, организационных структур предпринимательства, кросс-культурных сопоставлений и проч.

Странами-лидерами в этой области являются США, Великобритания, Нидерланды, Швеция, Испания, Сингапур — именно в этих странах наиболее высока плотность публикаций, существует развитая сеть исследовательских центров и проектов, проводятся наиболее значимые конференции.

Начиная с 1996 г. ежегодно присуждалась Международная премия за исследования в области предпринимательства и малого бизнеса, которая была основана совместно Шведским центром по изучению малого бизнеса (Swedish Foundation for Small Business Research — FSF) и Шведским агентством экономического и регионального развития (Swedish Agency for Economic and Regional Growth — NUTEK). Вскоре она стала самой престижной наградой за выдающиеся достижения в изучении предпринимательства в мире. В 2009 г. статус премии повысился, и теперь она носит название Всемирной премии за исследования в области предпринимательства, а к проведению конкурса и определению победителя присоединилась ещё одна организация — Институт исследований промышленных экономик (Research Institute of Industrial Economics — IFN).

С 2008 г. в момент вручения премии лауреаты выступают со специально подготовленной лекцией, в которой, как правило, стремятся подчеркнуть те основные подходы, идеи и выводы в области теории предпринима-

тельства, которые представляются им особенно важными. (Лауреаты прошлых лет в 2008 г. прислали по просьбе Комитета по присуждению премии задним числом статьи аналогичного содержания.) Кроме того, по поручению комитета по присуждению премии готовятся очерки творческой биографии лауреатов, скрупулезно перечисляющие основные их работы, сделанные в них выводы, оценивающие вклад в развитие теории предпринимательства, а потому удачно дополняющие выступления самих лауреатов. Как представляется, в совокупности они являются хорошим *введением в современную теорию предпринимательства*, отражая ее основные достижения и палитру исследовательских интересов лауреатов и стоящих за ними коллег, последователей и учеников.

Авторами большинства статей о лауреатах премии выступили известные исследователи предпринимательства Ганс Ландстрём и Пер Дэвидссон. Ганс Ландстрём — профессор Школы экономики и менеджмента Университета г. Лунд, Швеция, входит в Комитет по присуждению премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса со времени ее учреждения. Является, в частности, автором книги «Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research» (New York: Springer, 2005). Пер Дэвидссон — профессор Брисбэйнской бизнес-школы и Квинслендского университета технологий, Австралия, и Международной бизнес-школы г. Йончёпинг, Швеция. Его перу принадлежит, среди прочих, монография «Researching Entrepreneurship» (New York: Springer, 2004). Является членом Комитета по присуждению премии.

В настоящем сборнике публикуются лекции лауреатов премии за 1996–2010 гг. и статьи о них, характеризующие их научную и практическую деятельность в области изучения и продвижения предпринимательства.

Переводы выполнены по тем версиям текстов, которые размещены на портале премии www.e-award.org, часть из них была позднее опубликована в журнале «Small Business Economics». Выражаем благодарность Комитету по присуждению премии, а также издательству Springer за предоставление копирайта на перевод публикуемых текстов на русский язык.

Переводы подготовлены студентами, аспирантами и выпускниками — научными сотрудниками и участниками научного семинара Лаборатории исследований предпринимательства НИУ ВШЭ: А. Албутовой, А. Григорьевой, А. Гудовым, Ю. Гулеевой, И. Достовой, А. Егоренковым, Т. Забеловой, Е. Конобеевой, А. Николаевой, Е. Платоновым, В. Шуклиным, Е. Учаевой, магистрами Ю. Демьяновой (Филатовой), Е. Мурзачевой, А. Чениной, А. Южаниновой, а также А. Чепуренко.

Научная редакция переводов, предисловие и послесловие — д.э.н., проф. А.Ю. Чепуренко.

ЛАУРЕАТ ПРЕМИИ за 1996 год

Что мы уже узнали?¹

Вместо введения

Один из интереснейших моментов, связанных с премией FSF-NUTEK, — это регулярное собрание лауреатов, проводимое обычно дважды в год. Этой традиции уже 10 лет; на нашей последней встрече (осенью 2004 г.) мы свели большой объем нашего коллективного знания воедино. Цели настоящего короткого эссе заключаются в том, чтобы: (1) подытожить то, в чем мы сходимся друг с другом; (2) поразмышлять немного о последствиях для тех стран, которые исходя из этого будут строить свою политику и (3) наметить приоритеты для будущих исследований.

Что мы знаем?

Мы говорили об этом много раз, но главный вывод, по моему мнению, состоит в том, что экономики сейчас проходят через глубокую трансформацию — такую, которая происходит каждые 150–200 лет. Карл Хенрик Петерссон описывает ее как упадок первых фабрик, а затем — «больших старых компаний» в 1960–1970-е годы, и появление новой группы предпринимательских фирм, идущих на смену старым. Почти то же самое происходило во время промышленной революции в начале 1800-х годов, когда создавались фабрики и «большие старые компании». История наводит на мысль, что текущая революция (которую Таичи Сакайя из Японии очень метко назвал «революцией знаний и ценностей») будет продолжаться многие десятилетия в будущем, и те страны, которые захотят игнорировать это явление, сильно пострадают.

¹ Дэвид Бёрч — президент Cognetics Inc. До 2003 г. официально лауреаты премии не читали лекций на вручении. Поэтому многим лауреатам премии было предложено представить тексты лекций с известным опозданием. Настоящее эссе Дэвида Бёрча поступило в Комитет по присуждению 5 января 2005 г. Пер. с англ. Е. Платонова.

Что мы узнали об этой революции?

1. Она обладает огромной силой. Показатели создания и закрытия компаний быстро растут. Жизненные циклы товаров становятся все короче и короче (Intel сейчас вынужден полностью заменять всю свою линейку продукции каждые 18 месяцев).

2. Это явление затрагивает все сектора. В противовес распространенному мнению, имеется несколько отчетов, которые показывают, что доля инновационных компаний, производящих новые технологии (хай-тек компании), находится в пределах 1–3% от общего числа инновационных компаний. Остальные 97–99% инновационных компаний применяют инновационные технологии практически в любом секторе экономики — инноваторами могут выступать плотники (столяры), оптовые продавцы рыбы, производители обуви, дантисты, розничные продавцы.

3. Распознать победителей в этом хаотичном мире практически невозможно. Мы прослушали доклад за докладом, свидетельствующие, что частные и общественные попытки провести отбор и поддержать победителей провалились. Единственная выигрышная стратегия — позволить «расцветать тысяче цветов».

4. Малые преобладают. Наиболее успешные компании начинаются как малые фирмы, и многие из них так и остаются малыми. Другими словами, максимальный средний размер успешной компании, достигаемый перед ее исчезновением, становится все меньше, время между стартапом и исчезновением становится все короче, и средний годовой коэффициент оборачиваемости списка самых крупных компаний (например, «Fortune 500» в США) быстро увеличивается. Ранее требовалось 15–20 лет для того, чтобы треть компаний из списка «Fortune 500» была замещена другими, сейчас этот процесс занимает всего 3 года.

5. По большей части неспособность крупных и успешных компаний поддерживать свой успех связана с негибкостью поведения. Говард Олдрич напомнил некоторые случаи устойчивости закоренелых привычек. В быстро изменяющейся экономической среде неизменность привычек гибельна.

6. Различные территории по-разному реагируют на данную трансформацию. Это в равной степени верно как для стран, так и для регионов внутри стран. Пол Рейнольдс представил впечатляющую картину сильных вариаций между странами. Другие наши коллеги — включая американцев, канадцев, шведов, британцев — наблюдают огромные различия между регионами внутри страны.

7. Реакция на этот трансформационный вызов сильно зависит от культуры. Я полагаю, мы только начинаем осознавать, что взгляды и ценности, господствующие в обществе, да и предпринимательство, различаются от

страны к стране, и что никакая единственная точка зрения на предпринимательство не является лучшей или более правильной. Мы приходим к пониманию, что по определению трансформация означает неустойчивость. Нестабильность, в свою очередь, заставляет общество задуматься о цене равенства (в противоположность неравенству), о значении агрессивности поведения (в противоположность учтивости), социального статуса различных профессий (врач, адвокат, чиновник, банкир, торговец и другие), роли женщины в экономике. Выбор ценностей, который осуществляет общество, оказывает огромное влияние на то, каким будет ответ общества на трансформацию. Поэтому каждое общество должно выработать свою собственную реакцию, а попытка внедрения модели, сложившейся в рамках другого общества, станет серьезной ошибкой.

Что нам следует делать?

Так или иначе, мы постоянно задаем себе вопрос: «Что мы должны делать?» «Мы» — это иногда страна, иногда группа стран (например, ЕС), а иногда и регион внутри страны.

Первое и наиболее очевидное следствие того, что мы поняли: отнюдь не просто адаптировать ту или иную версию трансформации для какой-либо другой страны или региона. Каждая страна должна выработать свою собственную версию, которая отвечает культуре и ценностям этой страны. Однако напрашивается ряд обобщений:

1. Необходимо культивировать нестабильность, включая рост динамики банкротств фирм. Ошибка — пытаться сохранить компании, которые не в состоянии приспособиться к изменяющимся условиям. Лучше позволить им «умереть» и перенаправить людей и капитал в более успешные венчурные компании.

2. Не нужно пытаться угадать, кто преуспеет. Даже венчурные капиталисты далеко не всегда успешно справляются с этим, список же «достижений» в этой области правительств весьма плачевен. Дайте возможность рынку определить тех, кто преуспеет.

3. Создавайте поддерживающую среду. Правительства могут сделать многое — повысить качество образования (как на уровне начальной и средней школы, так и в университетах), улучшить воздушные перевозки («экономика знаний и ценностей» путешествует по воздуху), либерализовать налоговый кодекс, сделав его менее жестким и карающим в отношении тех, кто несет риски, и принять прочие меры.

4. «Работать над культурой». Это деликатный вопрос, ибо мы убеждены, что каждая нация имеет свою культуру и должна иметь свою версию ценности знания. С другой стороны, существуют определенные основы. Рано или поздно у предпринимателей возникает необходимость осуществ-

вления изменений. Общество может сделать многое, чтобы распознать и поощрить лучших и наиболее ярких молодых людей в их стремлении следовать дорогой инноваций, и вовсе не обязательно при этом диктовать им, как себя вести. Распознавание само по себе дорого стоит. Я получил в декабре электронное письмо от шведского журналиста, информирующего меня, что принцесса Виктория вручила премию 2004 г. «Газель года» успешному предпринимателю Швеции. Это мощный сигнал для страны.

5. Иметь готовый план. Долгое время страна может жить хорошо, совершенно не реагируя на потребность в переменах и инновациях — особенно когда это предполагает значимые и очевидные изменения в культуре. Но наступают времена, когда дела начинают идти хуже, когда уровень страданий возрастает, и люди принимаются искать ответы на вопросы. Используйте «хорошие» времена для подготовки плана на случай наступления «плохих» времен, которые непременно настанут.

Что изучать?

Все лауреаты изучают определенные вещи; при поверхностном рассмотрении это выглядит так, будто каждый из нас изучает отличные от других вещи. С моей точки зрения, однако, мы все смотрим на одну и ту же вещь, но под разными углами зрения. Это означает, что у всех у нас различный опыт и компетенции, и подходить к проблемам нам следует под разными углами зрения, которые равно необходимы.

Мой профиль — расчеты. Они документируют роль, которую предприниматели играют в экономике, в особенности их отношение к росту числа и созданию рабочих мест. Я считаю, что нам необходимо иметь данные сведения в качестве основы для дальнейшего информирования части общества о том, насколько важную роль малые и растущие компании играют в экономиках большинства стран. Если же компании неважны, то все это — просто трата времени.

Расчеты говорят нам достаточно мало о причинах, которые заставляют их работать. Понимание того, что заставляет фирмы функционировать, будет приоритетом моих последующих исследований. Большинство дискуссий, которые я наблюдаю, — о том, как следует поддерживать предпринимателей и предпринимательство, — очень мало дают для понимания того, что же в голове предпринимателя. Какой человеческий типаж может быть успешным предпринимателем? Чем отличаются те, кто хочет вырастить компанию, от тех, кто хочет только иметь ее? Как мы можем использовать это знание, чтобы помочь людям решить для себя, стоит ли им попробовать себя в предпринимательстве? Как мы можем использовать это знания для того, чтобы направлять развитие образования и делать его более полезным для предпринимательства? Например,

с какой-то точки зрения (если я примеряю на себя шапку предпринимателя), наименее полезный и наиболее часто преподающийся студентам бизнес-навык — бухгалтерский учет. Любой успешный предприниматель может быстро нанять кого-то для ведения бухгалтерского учета. До сих пор многие системы образования используют бухгалтерский учет как «лакмусовую бумагу» для определения, получит ли студент в дальнейшем бизнес-образование или нет — почти как биохимия используется в качестве фильтра для будущих потенциальных докторов. Нам следует действовать лучше, намного лучше.

В заключение

Наблюдать за присуждением премии на протяжении последних 10 лет было интересно. Наиболее запоминающаяся за эти годы вещь, с моей точки зрения, — это то, как разные лауреаты подходят к оценке вовлечения всего мира в процесс развития предпринимательства и насколько сильно мы сошлись в общем понимании вопросов, которые я пытался здесь изложить. Каждый из нас много чего установил и узнал. Я уверен, что не все согласятся с моими словами полностью. Но полагаю, что большинство согласится с подавляющей частью сказанного и, принимая во внимание, что все мы представляем разные культуры и имеем разный менталитет, — это поразительно и заслуживает внимания.

Вклад Дэвида Бёрча в исследование предпринимательства и малого бизнеса¹

Анализируя новые исследовательские проблемы и развивая необходимые для их изучения методы, Д. Бёрч получил результаты, которые оказали воздействие на целое поколение исследователей. Его научный вклад значительно повлиял не только на исследования, но и на политику многих стран в этой области.

Цель данного эссе — общая характеристика исследований Дэвида Л. Бёрча, лауреата премии 1996 г. Презентация начинается с изложения жизненного пути лауреата и продолжается обзором его наиболее важных исследований.

Карьера

Дэвид Л. Бёрч начинал свою академическую карьеру не как экономист, а как инженер и программист со степенью в области прикладной физики и проектирования ядерных реакторов, полученной в Гарвардском университете в 1962 г.

В 1962–1966 гг. он совмещал должность инженера-исследователя в Лаборатории общей динамики/астронавтики и испытания авиационных двигателей с учебой в Гарвардской школе бизнеса, где затем защитил степень PhD по экономике американской космической программы в 1966 г. Несколько лет он проработал в Гарвардской школе бизнеса, но бремя преподавания со временем стало слишком тяжелым. В середине 1970-х годов он перешел в MIT и работал в Центре урбанистики. Его назначили директором Программы MIT по трудовым исследованиям, предпринимательству и рынкам в 1974 г. Большинство исследований в этом центре были направлены на изучение изменений, происходивших в американских городах. Города были важным вопросом для изучения в пост-вьетнамскую эпоху, и достаточно большие объемы финансирования выделялись на исследования динамики мегаполисов.

В исследованиях по урбанистике занятости практически не уделялось внимания. Например, рабочие места исчезали из центра города, но никто не знал, как происходит процесс их формирования и какое значение они имеют для развития региона. Это привело к появлению работы Бёрча, в которой основной упор делается на создание новых рабочих мест, а не на городах и их окружении.

¹ Пер. с англ. Е. Платонова.

Исследовательский вклад

Наибольшую известность Бёрчу принесла его работа «Процесс создания рабочих мест» («The Job Generation Process»), далее это исследование будет представлено более детально. Работа оказала огромное влияние как на исследовательское сообщество, как и на политиков. В поле зрения попало не только создание рабочих мест компаниями, но и региональные эффекты предпринимательства. Во второй части речь пойдет о книге «Job Creation in America», изданной в 1987 г. Дэвид Бёрч был одним из первых, кто подчеркнул важность быстро растущих компаний и ввел для их выделения удачный термин «газели».

«Процесс создания рабочих мест» («The Job Generation Process», 1979)

«Процесс создания рабочих мест» представляет собой, как уже отмечалось, по настоящему революционную работу, это одна из наиболее цитируемых работ Бёрча. Речь идет об исследовательском докладе, включающем около 52 страниц и опубликованном в рамках программы MIT «Соседство и региональные изменения».

В работе Бёрч задался целью сконструировать «экономический микроскоп», который может выйти за пределы агрегированной статистики, чтобы объяснить, как поведение отдельной фирмы ведет к изменению занятости в США. Одной из основных проблем был сбор адекватной информации; существующие базы данных не были приспособлены для работы с большим объемом лонгитюдных данных. Бёрч использовал базу данных Dun and Bradstreet, первоначально созданную для кредитных рейтингов. Исследовательская группа приобрела все файлы о США за 31 декабря 1969, 1972, 1974 и 1976 гг., содержащие более 12 млн записей на более чем 100 катушках магнитной пленки. Значительные усилия были приложены, чтобы уменьшить файлы до компактной базы, где все 4 года были слиты вместе, что позволило анализировать изменения в каждой фирме в течение данного периода. Каждой организации был присвоен уникальный идентификационный номер, файлы по этим четырем годам были единообразно организованы.

База данных имела свои ограничения. Хотя Dun and Bradstreet обеспечили довольно высокое качество данных, они не предназначались для изучения экономических изменений. Во-первых, это не была перепись корпоративного сектора США, другими словами, выборка не претендовала на охват компаний из всех сфер бизнеса. По ряду причин Dun and Bradstreet концентрировали свои усилия на промышленных предприятиях, однако в 1969–1976 гг. были сделаны улучшения для дополнения базы компаниями из сектора торговли и услуг. В противовес ожиданиям, что малые фирмы недостаточно представлены в базе — маленькие компании обычно имеют большие кредитные риски, чем крупные, — они все же присутствуют в базе данных. Во-вторых, база данных была создана с целью составления кредитного рейтинга. Например, новые фирмы появились в базе

данных тогда, когда от них требовалась их кредитная история, отсюда возникало искажение, выражавшееся в занижении числа вновь созданных фирм. Кроме того, существовали трудности выделения филиалов компаний: филиал — неотъемлемая часть корпорации и поэтому не представляет особого интереса с точки зрения кредитного состояния. В целом, базу данных Dun and Bradstreet можно расценивать как уникальный ресурс — она включает большую выборку фирм, которую можно анализировать во времени в индивидуальном порядке. Но файл не был создан для целей аналитики, и поэтому, конечно же, в нем присутствовали определенные искажения.

Принимая во внимание все ограничения, Бёрч и его коллеги выяснили, что при создании новых рабочих мест миграция фирм из одного штата в другой играла незначительную роль. В прессе всегда уделялось большое внимание миграции фирм из одного региона в другой, но это происходило большей частью вследствие символического эффекта, а не эффекта, связанного с созданием рабочих мест. Выяснилось, что потери рабочих мест везде были примерно схожи — показатели смертности фирм и заключения контрактов не сильно варьируют от региона к региону, несмотря на большие различия в показателях чистых изменений численности рабочих мест между регионами. Таким образом, вариация в показателях чистого изменения численности рабочих мест в большей степени определяется вариацией в показателе их замещения, а не вариацией показателя потери рабочих мест, другими словами, разница в показателях замещения рабочих мест — важная детерминанта роста или упадка региона. Но какие именно компании играют решающую роль в создании рабочих мест? По данному вопросу в работе были получены некоторые интересные результаты.

— Значительная доля роста региональной экономики обеспечивалась независимыми фирмами, и эти фирмы наиболее значимую роль играли в таких секторах, как сельское хозяйство, торговля и услуги, т.е. в развивавшихся в 1970-е годы секторах экономики.

— В среднем около 60% всех рабочих мест в США было создано фирмами с 20 и менее работниками, и около 50% всех рабочих мест — независимыми предпринимателями, в то время как большие компании (более 500 сотрудников) создали менее 15% всех рабочих мест.

— Не все малые фирмы создавали рабочие места. Молодые компании создавали рабочие места, но после того как компания просуществовала на рынке более 4 лет, ее способность создавать рабочие места значительно сокращалась.

Также было установлено, что эти показатели очень мало варьируют между секторами и регионами, но в конце доклада Бёрч подчеркивает необходимость дальнейшего изучения того, почему фирмы располагаются территориально именно таким образом и каковы региональные эффекты динамики появления рабочих мест. Однако ответы на эти вопросы не удавалось дать на протяжении 10 лет, пока не появилась новая работа Бёрча «Создание рабочих мест в Америке» [«Job Creation in America», 1987].

Доклад «The Job Generation Process» был напечатан всего лишь в 12 экземплярах, но влияние его на политиков по всему миру было огромно. Доклад был созвучен новым политическим веяниям, возникшим на Западе с приходом Рейгана и Тэтчер как наиболее заметных лидеров. Доклад привлек внимание Конгресса и местных властей, отвечающих за экономическое развитие, и заинтересовал политиков не только в США, но и по всему миру. Малый бизнес — больше не второстепенное явление в экономике, а теперь — основное.

Доклад оказал огромное влияние на исследовательское сообщество — он стал интеллектуальным импульсом для повышенного внимания к роли малых фирм при анализе экономического развития. Однако, как и любая влиятельная работа, он был подвергнут самому тщательному изучению. Доклад достаточно долгое время был источником горячих споров, методология использования данных, способ документирования данных, статистический анализ и нежелание автора публиковать работу в соответствующих научных журналах — все это обсуждалось и критиковалось. О значимости результатов работы свидетельствует тот факт, что Администрация малого бизнеса США попросила Институт Брукинга в Вашингтоне изучить период 1978–1980 гг., используя тот же набор данных, что и Бёрч. Несмотря на использование идентичного набора данных, они не смогли повторить выводы Бёрча. Их результаты [Armington, Odle, 1982] показали, что малые компании не растут с точки зрения увеличения занятости быстрее, чем другие компании в экономике. Однако отличался временной период рассмотрения — Бёрч рассматривал период с 1969 по 1976 гг., тогда как Институт Брукинга — с 1978 по 1980 гг. — что, конечно же, могло объяснить противоречивые результаты. Поэтому Администрация малого бизнеса США предоставила Бёрчу копию данных за 1978–1980 гг. и попросила оценить вклад малых компаний в создание рабочих мест. Основываясь на идентичном наборе данных и том же временном периоде, Бёрч получил больший вклад в создание рабочих мест, чем Армингтон и Одл, которые выявили, что лишь около 38% всех рабочих мест создаются компаниями со 100 и менее сотрудниками, что было примерно пропорционально их доле в общей занятости в экономике, в то время как соответствующие результаты Бёрча составили 70% (см. дискуссию: [Giaoutzi, Nijkamp, Storey, 1988]).

Различие в результатах возникло из-за путаницы в терминах «предприятие» и «фирма», а также из-за предположений, сделанных относительно пропущенной информации в базе данных Dun and Bradstreet. Dun and Bradstreet собирали данные в разрезе и организаций, и предприятий. Однако Армингтон и Одл обнаружили, что число фирм было меньше, чем число предприятий (вследствие повторного счета из-за «сложных» фирм), и авторы были уверены в том, что цифры в разрезе предприятий объективнее, тогда как Бёрч строил свой анализ в разрезе фирм. Более того, данные Бёрча были неполны из-за большого количества пропусков, а значит, должны были быть выдвинуты дополнительные предпосылки.

Армингтон и Одл показали, что эти предпосылки исказили число рабочих мест, которые могли быть созданы малыми фирмами [Atkinson, Storey, 1994].

Работа Бёрча была повторена в других странах с использованием различных источников данных и методов. Например, в Великобритании, Галлахер и его коллеги [Gallagher et al., 1990; Daly et al., 1991] провели похожий анализ, базирующийся на данных Dun and Bradstreet для Великобритании. Результаты показали, что малый бизнес вносит непропорционально большой вклад в чистое формирование рабочих мест, но вклад не столь большой, как его первоначально оценил Бёрч. Поэтому вполне напрашивается вывод — в работе Бёрча все же есть противоречия, но его вывод о том, что значительное количество рабочих мест исходит от малого бизнеса, был большей частью подтвержден — его основные результаты выглядят обоснованными и были проверены в последующих работах.

«Создание рабочих мест в Америке»

Книга «Создание рабочих мест в Америке» («Job Creation in America»), опубликованная в 1987 г., подводит итог 12 годам исследований генерации рабочих мест (см. также эссе Бёрча «Кто создает работу?» в «Public Interest» за 1989 г., где сформулированы некоторые ключевые выводы). В книге Бёрч выступает против агрегированного рассмотрения экономики и ставит вопрос: что мы увидим, если положим эти агрегаты под микроскоп и рассмотрим индивидуальные единицы? Под спокойной поверхностью находится хаотичная и турбулентная совокупность индивидуальных компаний, каждая из которых постоянно претерпевает изменения. Большое количество новых компаний появляется каждый год, некоторые из них быстро растут, в то время как многие зрелые компании уменьшаются в размерах, и множество из них уходит с рынка каждый год. Кроме того, каждый год 20 млн американцев покидают свою работу, половина из них — не по собственному желанию: их либо увольняют, либо временно отстраняют от работы без заблаговременного уведомления. Но заслуживает внимания тот факт, что на агрегированном уровне поддерживается баланс. Для понимания экстраординарной динамики и имеющей место трансформации рабочих мест необходим детальный анализ экономики — такой, который Бёрч пытается провести в данной книге.

В этом хаотичном и турбулентном контексте малые компании являются двигателем экономики — они создают больше рабочих мест, чем крупные компании, растут быстрее, испытывают более высокие риски банкротства и демонстрируют гораздо большую приспособляемость и гибкость. Фирмы с 1–19 работниками обеспечили 88% новых чистых рабочих мест в период 1981–1985 гг. Однако следует ожидать, что присутствует некоторая «осторожность» в цифрах, другими словами, чем крупнее фирма, тем она более надежна в терминах занятости.

Но результаты исследования Бёрча показывают, что несмотря на то, что малые компании могут и закрываться с большей частотой, они тем не менее обеспе-

чивают такую же надежность для занятых, как и более крупные фирмы, и это справедливо даже на продолжительном отрезке времени — в течение бизнес-цикла. Вывод может быть следующим: «макростабильность экономики вытекает из микронеустойчивости, неустойчивости отдельной фирмы».

Мы всегда полагаем, что фирмы ведут себя так же, как и люди, — начинают с малого, устойчиво растут, особенно быстро — в «фазе роста», достигают зрелости, стабилизируются и в конце концов устаревают и начинают «усыхать». Интересно, что из фирм, демонстрировавших высокие темпы роста в 1970–1972 гг., только небольшая доля показала себя хорошо в 1973 и 1974 гг., так что некоторые из числа победителей перешли в число ощутимо проигравших. Более того, почти 1/5 тех, кто понес большие потери, вернулись на рынок с большими преимуществами, это наглядно демонстрирует, что если необходимо попытаться предсказать основных победителей, следует рассмотреть компании, которые понесли огромные убытки в предыдущем периоде. Кроме того, фирмы, продемонстрировавшие незначительные изменения финансовых показателей в предыдущих периодах, испытывают наибольшие риски банкротства. Вывод следующий: вместо модели жизненного цикла для развития бизнеса мы можем говорить о «модели пульсации» для объяснения того, как фирмы изменяют экономику и направление технологического развития. Динамичные компании «пульсируют» достаточно сильно, когда они растут, а общий рост построен на массовой продолжающейся неудаче.

1980-е годы были десятилетием социальных конфликтов в США, а также временем военно-политического конфликта с СССР и экономической войны с Японией. Более того, США переживали переход от индустриальной экономики к экономике услуг. Бёрч заявляет: основная проблема — в том, что США достаточно преуспели в производстве товаров и услуг с коротким полупериодом существования (промежутком времени от создания до начала сокращения популярности), иными словами, с коротким периодом до момента, когда половина стоимости исчезает; но достаточно плохо обстоят дела с товарами с длинным полупериодом существования. С другой стороны, многие страны, например Япония, стали экспертами в области копирования и улучшения продуктов с длинным полупериодом. Как следствие, растущими сегментами экономики США были те, которые производили продукцию и сервисы с относительно короткими полупериодами существования.

В промышленности США изобретения и инновации играют ключевую роль не только потому, что они способствуют поддержанию конкурентоспособности с Японией. Что характеризовало на тот момент высокотехнологичный сегмент экономики США? Во-первых, этот сегмент был очень маленьким — он представлен всего 2,8% рабочих мест. Во-вторых, Бёрч идентифицировал несколько инновационных секторов в промышленности США, включая, например, производителей высоких технологий (компьютеров, средств связи, электронных компонентов), информационные компании, производителей товаров и сервисов

для досуга (игрушки и спортивные товары, арендные услуги), фирмы-бэби-бумеры / фирмы-яппи / женские фирмы / стареющие фирмы. В-третьих, результаты Бёрча показывают, что изобретательность и инновационность свойственны не только небольшим высокотехнологичным секторам — инновационные компании обнаруживаются практически в любом секторе промышленности. Фирмы в инновационных секторах составляют 2,7% всех фирм и обеспечивают 20,8% рабочих мест, в то время как фирмы в неинновационных секторах составляют 15,4% и обеспечивают 65,6% рабочих мест. Таким образом, частные фирмы обеспечивают 86,4% занятости, что дает основания полагать, что инновационные компании, независимо от отрасли, являются двигателем создания рабочих мест.

Интересное наблюдение заключалось в том, что каждый регион США теряет ежегодно примерно один и тот же процент фирм и рабочих мест из-за увольнений и закрытий — около 7–8% — однако существует вариация в средних показателях потери на протяжении бизнес-цикла. Территориальное перемещение компаний — редкое явление: фирмы нечасто производят радикальные перемещения из одной местности в другие. Многие компании меняют локализацию каждый год, но в основном перемещения происходят на небольшие расстояния; чистый эффект от миграции фирм незначительно влияет на занятость. Вместо этого вариация в росте в различных районах большей частью может быть объяснена вариацией в показателях возникновения стартапов и темпах роста существующих фирм, которые компенсируют неизменный уровень показателя ухода компаний с рынка. Однако существуют сильные различия в показателе возникновения фирм и темпах их роста между различными географическими областями.

Какие регионы США показывают хорошие результаты? В отличие от прошлого, когда ключевым фактором успеха были низкие издержки на труд и материалы, ныне многие районы, демонстрирующие динамичный рост, относятся к числу районов с высокими издержками: Сан-Франциско, Финикс, Денвер, Даллас, Бостон, Атланта и Майами. Было выявлено, что инновационные компании, дающие наибольший вклад в рост экономики США, в первую очередь зависят от «мозгов», а не от земли и сырья. Ключ к привлечению работников с хорошим образованием — качество, а не дешевизна, т.е. инновационные компании будут располагаться в среде креативной, в среде, которую квалифицированные работники считают привлекательной.

Далее Бёрч проанализировал склонность новых фирм к формированию и молодых фирм к росту в 239 центрах США. Результаты показали значительную вариацию. Наиболее сильные центры показывали предпринимательскую активность, почти в 10 раз превышающую активность в слабых центрах, но высокая предпринимательская активность не была сосредоточена лишь в нескольких основных центрах — она появлялась повсеместно, даже если это, казалось бы, нетипично для данного региона. Один из выводов — некоторые элементы необходимы для создания благоприятного пространства для инновационных компаний, и квалифицированные работники сразу не возьмутся ниоткуда — это

долгий процесс. С другой стороны, в сравнении с промышленными компаниями инновационное предпринимательство более свободно в выборе территориального размещения, хотя для создания привлекательных районов локализации ему требуется поддержка дальновидных политиков.

«Газели» (1994)

Как показано выше, Бёрч — один из основных приверженцев взгляда, что малые компании создают подавляющую часть занятости. Однако этот взгляд не был принят сразу и без возражений. Например, в книге «Крупные и мелкие работодатели» (1990) Чарльз Браун, Джеймс Гамильтон и Джеймс Медоф писали: «Возможно, наиболее распространенное неправильное представление о малом бизнесе в США — это то, что он создает подавляющую часть рабочих мест и поэтому является ключевым для экономического роста... Мелкие работодатели не создают сколь-либо впечатляющей доли рабочих мест в экономике, особенно если мы сфокусируемся на непродолжительно существующих фирмах» (с. 1–2).

В статье «Газели» [Labor Markets, Employment Policy, and Job Creation / eds L.C. Solomon, A.R. Levenson. 1994] два главных приверженца различных точек зрения — Дэвид Бёрч и Джеймс Медоф — вместе предприняли попытку прийти к каким-либо общим положениям по этому вопросу.

С чем же они оба согласились? Результатами совместных усилий стало следующее:

- 1) относительная роль малого бизнеса в процессе создания рабочих мест очень сильно варьирует во времени и пространстве;
- 2) наибольший вклад в создание рабочих мест малым бизнесом приходится на небольшое число компаний — «газелей»;
- 3) существует сильная и все увеличивающаяся нестабильность в общей численности рабочих мест из-за быстро изменяющегося числа банкротств компаний.

Таким образом, одним из выводов может быть то, что различия в способности крупных и малых компаний создавать рабочие места не очень важны — значительная доля занятости обеспечивается «газелями», которые не относятся ни к крупным, ни к малым компаниям.

Наши познания о «газелях» существенно ограничены. Однако из исследования Бёрча мы знаем, что в 1993 г. среднее число работников в этих компаниях составляло 61 человек, и что они обеспечили занятостью до 20 млн работников в США. В противоположность популярному мифу, нет определенного сектора экономики, где преобладают «газели» — их можно обнаружить в здравоохранении, рыболовстве, оптовой торговле, текстильном производстве и в других секторах экономики, и лишь небольшая их часть относится к сектору высоких технологий. Кроме того, «газели» весьма волатильны и по своему существу нестабильны. Они постоянно принимают на себя риски и совершают ошибки, но также и наслаждаются огромным успехом, если все получается. Это означает,

что наилучший предсказатель падения — текущий рост, и наилучший предсказатель роста — текущее падение. Наконец, «газели» делают сознательный выбор относительно своей локализации. Они ищут местности, где работники хотели бы жить и куда менеджеры с легкостью могут ездить на работу, часто «газели» стараются перемещаться из центров городов и размещаться вблизи аэропортов, магистралей, университетов.

Литература

- Armington C., Odle M.* Small Business — How Many Jobs? // *Brookings Review*. 1982. Vol. 1(2). P. 14–17.
- Atkinson J., Storey D.J.* Small Firms and Employment // *Employment, the Small Firm and the Labour Market* / eds J. Atkinson, D.J. Storey. London: Routledge, 1994.
- Birch D.L.* The Job Generation Process. Cambridge, MA: MIT Program on Neighborhood and Regional Change, 1979.
- Birch D.L.* Job Creation in America. New York: Free Press, 1987.
- Birch D.L.* Who Creates Jobs? // *Public Interest*. 1989. Vol. 65(1). P. 3–14.
- Birch D.L., Medoff J.* Gazelles // *Labor Markets, Employment Policy, and Job Creation* / eds L.C. Solomon, A.R. Levenson. Boulder: Westview Press, 1994.
- Brown Ch., Hamilton J., Medoff J.* Employers Large and Small. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- Daly M.J., Campbell M., Robson G., Gallagher C.C.* Job Creation 1987–89: The Contributions of Small and Large Firms // *Employment Gazette*. 1991. Vol. 99(11). P. 589–596.
- Gallagher C.C., Daly M.J., Thomason J.C.* The Growth of UK Companies 1985–87 and their Contribution to Job Creation // *Small Business Economics*. 1990. Vol. 3(4). P. 269–286.
- Giaoutzi M., Nijkamp P., Storey D.J.* Small is Beautiful: The Regional Importance of Small-scale Activities // *Small and Medium Sized Enterprises and Regional Development* / eds M. Giaoutzi, P. Nijkamp, D.J. Storey. London: Routledge 1988.
-

АРНОЛЬД КУПЕР

ЛАУРЕАТ ПРЕМИИ за 1997 год

О цене: влияние на частный бизнес¹

Аннотация

В первую очередь ниже речь пойдет об исследованиях частного бизнеса как о науке. Далее будут рассмотрены три исследовательских проекта, реализованных на различных этапах моей карьеры. В завершение будет дано описание ситуации в данной сфере в 1997 г. и представлены перспективы дальнейшего развития академических исследований частного бизнеса.

Введение

Я почитаю за честь и очень рад находиться здесь. Благодарю Шведское агентство экономического и регионального развития (NUTEK), Шведский фонд исследований малого бизнеса и АО «Телия» за спонсорское участие в данной премии. Я верю, что эта премия привлечет внимание ученых всего мира к существующим возможностям работы в сфере изучения частного бизнеса.

Сегодня мне хотелось бы поговорить о тех моментах, которые частный бизнес привносит в нашу жизнь, и обратить особое внимание на те причины, по которым молодые люди во всем мире так заинтересованы в частном бизнесе и предоставляемых им возможностях. Затем мне хотелось бы охарактеризовать три научные работы, в которых я принимал непосредственное участие. Каждая из них была написана на определенном десятилетнем этапе моей карьеры. И в завершение я хотел бы высказать свою точку зрения на исследования частного предпринимательства как на науку и на состояние этой сферы в 1997 г.

Роль частного бизнеса

Нетрудно заметить, что частный бизнес играет важную роль в экономике любой страны. (Я привожу примеры преимущественно из экономики США, поскольку именно она мне знакома лучше всего.)

¹ Пер. с англ. И. Достовой.

Если говорить о создании новых рабочих мест, то уже давно известно, что на многих уровнях развития бизнеса именно новые и маленькие предприятия являются главными источниками их появления. Крупнейшая промышленная корпорация США Fortune 1000 (1000 отделений) сократила в 1980 г. 3,5 млн человек. И в том же году небольшие организации, штат которых насчитывал менее 500 человек, создали 10 млн рабочих мест. В 1995 г. экономика США увеличила спрос на труд, создав 1,66 млн новых рабочих мест. 75% этих рабочих мест были созданы именно малыми предприятиями (с числом занятых менее 500 человек) в главных отраслях. В странах с высоким уровнем занятости наблюдается высокий интерес к способам развития частного бизнеса.

Становится все более очевидным тот факт, что именно небольшие предприятия разрабатывают инновационные технологии. При этом малые предприятия тратят на научно-исследовательские работы лишь малую толику того, что тратят крупные организации, но именно им принадлежит большая часть всех инновационных разработок США. Многие предприятия с высоким уровнем инновационных открытий характеризуются высоким показателем проникновения на новые рынки сбыта и в новые промышленные отрасли.

И это еще не все преимущества частного бизнеса. Такой бизнес делает экономику более гибкой. Когда старые промышленные отрасли отмирают (или переносятся в развивающиеся государства), частный бизнес создает новые отрасли.

Новые и небольшие предприятия — это отличные карьерные перспективы для тех, кто обладает хорошими способностями к развитию новых организаций. Многие студенты США имеют хорошую базу в этой сфере, поэтому количество направлений частного бизнеса постоянно растет. Исследования журнала «Fortune» показали, что среднестатистический молодой специалист, выходя на рынок труда США, может сменить 10 разных должностей в пяти различных организациях к тому времени, как выйдет на пенсию. Студенты приходят к выводу, что они не станут тратить 40 лет на службу в одной организации, и им самим необходимо позаботиться о своей карьере. Они понимают, что интересная карьера и перспективы ждут их именно в сфере частного бизнеса.

Все чаще и чаще мы замечаем, как частные предприниматели становятся практически «национальными героями». Ими восхищаются молодые специалисты, их поддерживает государство, они помогают перестроить наше общество.

И вот в данном контексте мне и хотелось бы кратко рассмотреть прошлые научные работы, созданные на разных этапах моей карьеры. Надеюсь, что они были полезны и наглядно демонстрируют значимость тех исследовательских проблем в данной сфере, которые были рассмотрены мною и другими специалистами.

Влияние уже существующих организаций на частный бизнес

Первая работа написана в конце 1960-х годов, когда я преподавал в Стэнфордском университете. Создана она на основе исследования 250 фирм, ориентированных на решение технических задач и основанных в Силиконовой долине в 1960-х [Cooper, 1971]. Позже я рассмотрел те же вопросы, шире: фирмы на всей территории США [Cooper, 1985].

Какое влияние оказывают существующие предприятия, на которых работают потенциальные частные предприниматели, на развитие частного бизнеса? Такие существующие предприятия мы можем назвать предприятиями-инкубаторами. Как оказалось, они влияют на процесс формирования новых организаций и определяют их характеристики.

Это исследование началось в Кремниевой долине, где, как я заметил, есть организации, которые редко предоставляют частному предпринимателю возможность развиваться, другим же и вовсе пришлось «открыть дверь на выход», чтобы все уволившиеся потенциальные частные предприниматели смогли реализовать себя за пределами компании.

Существующие предприятия определяют местоположение новых фирм, так как частные предприниматели обычно организуют новый бизнес там, где они уже живут и работают. Даже если у них есть такая возможность, предприниматели редко меняют место жительства, когда открывают фирму. Исследование 250 фирм в Кремниевой долине показало, что в 97,5% случаев на момент основания фирмы хотя бы один из основателей уже жил на данной территории. Хотя эта местность и обладает славой «территории успеха» для начинающих свой бизнес, мало кто из предпринимателей специально переехал в Кремниевую долину.

На то есть несколько причин. Когда предприниматель открывает бизнес там, где он живет, то для развития бизнеса он может использовать уже существующие связи, пользуясь их помощью напрямую или опосредованно. Кроме того, он может использовать свои знания местного рынка и поставщиков. Для начала необязательно работать полный рабочий день. Супруги начинающих предпринимателей остаются источником дохода, продолжая работать и поддерживая семью. Тогда у предпринимателей есть возможность полностью сконцентрироваться на развитии нового бизнеса. Необходимо учитывать также, что частный бизнес в определенных видах деятельности полностью зависит от потребителей, которые уже населяют данную местность.

Предприятия-инкубаторы также воздействуют на характер нового бизнеса. До некоторой степени это справедливо для любого малого бизнеса, но особенно — для высокотехнологических предприятий. Предприниматели пытаются организовать дело, схожее с тем, которым они занимались ранее. Я заметил, что 84% новых фирм в Силиконовой долине используют

те же технологии, или работают на тот же рынок, что и организации, из которых они уволились.

Предприниматель, или команда предпринимателей, — это первый актив нового предприятия. Их видение возможностей на рынке формирует стратегию новой организации. Их связи, зачастую основанные на прежних профессиональных знакомствах, будут использоваться для получения необходимой помощи. Их знания и опыт, как правило полученные на прежнем месте работы, — это теоретическая основа организуемой компании.

Итак, предприниматели не меняют места жительства для начала нового бизнеса, и если это компания, ориентированная на развитие, то они работают в той отрасли, в которой они работали прежде. Таким образом, новые организации, возникающие на территории, это фирмы, по роду деятельности схожие с уже существующими на территории организациями. Для основания биотехнологической фирмы необходим персонал с соответствующим опытом, т.е. приобретенным на фирмах, на которых работает такой персонал. Тем не менее, если уже существующие организации на определенной территории работают в хорошо знакомых отраслях, то маловероятно, что на такой территории появятся новые фирмы, ориентированные на развитие.

Существуют и факторы, способствующие привлечению молодых специалистов, начинающих свою карьеру. Некоторые отрасли развиваются настолько, что появляются возможности для основания новых фирм. Например, инженеры Университета Пердью, которые делали выбор между энергосистемами и программным обеспечением, на самом деле стояли перед выбором: оставить или навсегда закрыть для себя возможность стать частными предпринимателями.

Вот моя теория. Не так просто холодным утром выбраться из теплой постели, и непросто бросить работу, если у тебя есть семья, ответственность за которую лежит на тебе. Проще уволиться, если ты ненавидишь своего начальника. Согласно данным по Кремниевой долине, 83% частных предпринимателей уволились по причине серьезного недовольства своей работой. Из них 13% были уволены или их заставили уйти. Еще 30% увольнялись, не имея никаких планов относительно будущего. Причиной тому в большинстве случаев было разочарование — например, из-за того что проект закрыли. Еще 40% заявили, что они уволились бы даже без перспективы стать частным предпринимателем. И только 17% сказали, что были полностью довольны своей работой, и не стали бы увольняться, если бы не начали свое дело.

Преыдушие исследования мотивации, основанные на результатах анкетирования, показывают различные результаты. Например, изучение 2994 частных предприятий, преимущественно не в высокотехнологиче-

ских отраслях, показали, что только 26,5% предпринимателей уволились по причине серьезного недовольства своей работой [Cooper et al., 1990]. Неясно, обусловлена ли разница спецификой промышленных отраслей или различиями в методике исследования. (Возможно, о недовольстве подобного рода предприниматели расскажут в интервью больше, чем они написали в анкете.)

Следует заметить, что увольнение потенциальных частных предпринимателей по собственному желанию было обусловлено внутренними проблемами фирм. Согласно данному исследованию, чем более респонденты довольны своей работой на фирме, тем меньше шансов, что они станут частными предпринимателями.

Такие показатели сильно варьируются, даже для фирм, работающих в одной отрасли. Главным фактором, влияющим на этот показатель, является размер организации. Четыре исследования показали, что чем меньше фирма, тем выше уровень возникновения на ее базе новых частных предприятий. Например, мое исследование в Кремниевой долине обнаружило, что для фирм, штат которых составляет не более 500 человек, средний показатель количества новых схожих предприятий в 10 раз выше, чем для более крупных организаций. Изучение британской промышленности показало, что для компаний со штатом менее 250 человек такой показатель в 6 раз выше, чем для больших организаций.

На то есть несколько причин. В небольших организациях сотрудники могут изучить технологии и рынок для дальнейшего развития частных предприятий. Обычно в таких организациях сотрудники получают хороший опыт и прекрасно понимают, что необходимо для управления фирмой. Есть здесь место и сознательному выбору: те, кто работает в маленьких фирмах, более мотивированы на переквалификацию в частного предпринимателя. В качестве вывода следует заключить: крупные предприятия, которые зачастую опираются на поддержку правительства с целью оздоровления местной экономики, редко дают высокий показатель возникновения подобных частных предприятий. А небольшие организации активно способствуют развитию новых отраслей, создают новые рабочие места и перспективы для возникновения новых частных организаций.

В рамках уже существующих организаций формируются установки, на базе которых создается новая команда. Быстро развивающиеся организации обычно основываются группой предпринимателей. Я выяснил, что 70% фирм, открытых в Кремниевой долине за десять лет, с 1960 по 1970 гг., имели нескольких основателей. Группа предпринимателей — это больше опыта. Кроме того, это большие по объему капиталовложения и полезные связи, что значительно увеличивает стартовые активы новой фирмы. Имеются и психологические преимущества: они могут поддерживать друг друга. Я помню, как один предприниматель сказал: «Когда

просыпаешься среди ночи с мыслью: «А не сумасшедший ли я?», осознание того, что ты такой — не один, очень помогает».

Если предприятие-инкубатор осуществляло все ключевые процессы (проектирование, маркетинг, производство), то более вероятно создание гармоничной команды, однако ее формирование может быть осложнено некоторыми обстоятельствами. Большие промышленные предприятия и университеты маленьких городов обычно не располагают всем спектром должностных позиций, на которых можно получить необходимые навыки. Вот почему будущим предпринимателям иногда так сложно наладить отношения с партнерами, которые обладают дополнительными навыками, и это создает трудности в организации гармоничной команды. Таким образом, профиль уже существующего на данной территории предприятия часто определяет успех формирования команды будущего предприятия.

Каковы же характеристики идеального предприятия-инкубатора, способного формировать новых предпринимателей? Полагаю, что работать оно должно в развивающейся отрасли, где есть возможность для образования нового сегмента рынка. Это, скорее всего, будет отрасль, требующая минимальных вложений и экономических навыков. Это будет частное предприятие или большая организация, которая, по сути, является сетью небольших предприятий. На работу такое предприятия должно принимать способных и амбициозных сотрудников. И такое предприятия должно периодически переживать внутренний кризис, что побудит лучших работников прийти к выводу: «Да я сам справлюсь с организацией бизнеса куда лучше!»

Оценка частным предпринимателем шансов на успех

Другая научная работа, о которой я буду говорить, была написана в 1980-е годы [Cooper et al., 1988]. Она посвящена тому, как частные предприниматели оценивают свои шансы на успех в новом предприятии. Если предприниматель не верит в успех, то вероятность того, что он или она сделает все возможное, чтобы преодолеть возникающие препятствия к развитию предприятия, весьма мала.

В данном исследовании мы использовали пример 2994 частных предпринимателей. Все они были членами торговой ассоциации, федерации независимого бизнеса, и все не так давно стали владельцами новых фирм. Каждая фирма к моменту исследования проработала в бизнесе уже 11 месяцев.

Мы предположили, что предприниматели будут осторожны, но оптимистичны относительно нового дела и что такой оптимизм обусловлен хорошим уровнем подготовки. Уровень оптимизма мы измеряли, используя два способа. Сначала мы спросили, что они думают о шансах на успех тех, кто занимается тем же бизнесом, что и они. Оценка про-

водилась по шкале от 0 до 10. Затем мы спросили, как они оценивают свои собственные шансы.

Предприниматели оценили шансы на успех свои и третьих лиц как очень высокие, самой низкой оценкой было 5,9 из 10, при этом 39% опрошенных оценили такие шансы как 7 из 10 и выше. Когда речь зашла об их собственных шансах на успех, они были оценены как превосходные! Самой низкой оценкой была 8,1 из 10. Более того, 95% оценили свои личные шансы как 5 из 10 и выше, а 33% опрошенных определили свои шансы как стопроцентные, 10 из 10. Итак, среднестатистический частный предприниматель оценивает свои собственные шансы на успех выше, чем шансы остальных.

Затем мы рассмотрели влияние «объективных предпосылок к успеху» на оптимизм. Проявляли ли больше оптимизма те, кто располагал лучшей подготовкой (в плане более качественного образования, опыта в области менеджмента, опыта в данной отрасли и наличия большего стартового капитала)? Оказалось, что такие объективные предпосылки никак не влияют на оптимизм, и неважно, шла речь о личных шансах на успех или о шансах других.

Сначала мы были сбиты с толку, но потом обратились за помощью к психологу, который рассказал нам о таком явлении, как когнитивный диссонанс. Результаты нашего исследования оказались типичным проявлением того, что психологи называют «эмоциональный подъем, следующий за принятием решения». Согласно теории когнитивного диссонанса, после принятия решения индивидуум склонен преувеличивать перспективы, пребывая в состоянии продолжительного эмоционального подъема. И не так важно, будет ли это решение, принятое в пользу начала нового бизнеса, смены работы или женитьбы, — человек уверен, что было принято самое верное решение.

С течением времени такое состояние может смениться другим, когда предприниматель уверен в том, что он (или она) способен контролировать свою судьбу. Исследование охватывает и такой аспект, как способность идти на риск, и результаты показали, что предприниматели согласны идти только на умеренный риск. Хотя реальный мир и характеризуется высоким уровнем риска и малыми шансами на успех, предприниматели видят его совсем по-другому.

Представленные результаты говорят о том, что предпринимателям сложно объективно оценить свои шансы на успех. Есть в этом и положительные стороны: человек способен без отдыха работать много часов подряд, что бывает необходимо. Такая уверенность может помочь предпринимателю преодолеть многие проблемы, не разочаровавшись в деле. Исследования ряда психологов показали, что оптимизм в любом начинании дает больше гарантий на успех [Seligman, 1990].

По результатам исследований можно заключить, что стратегически правильное решение — нанять человека, лично менее заинтересованного в деле, для оценки перспектив и возможного развития дела. Такие лица со стороны легче заметить, что «эйфория предпринимателя» — это нормальный этап процесса создания и развития нового бизнеса.

Предпосылки к успеху нового дела

Одно из наиболее обширных направлений в исследовании частного бизнеса — изучение предпосылок успеха нового начинания. Третья наша работа, написанная в 1990-е годы, рассматривает наличие трудового и финансового капитала как предпосылку к успеху в развитии нового дела [Cooper et al., 1994]. Гипотетически, больше шансов имеют те фирмы, которые основаны на большем стартовом капитале. У них выше шансы пережить критические изменения условий развития и принятие ошибочных решений. У них больше шансов выжить и развиваться.

Мы предположили, что очень много неизвестных факторов выступают ресурсами успеха создаваемого предприятия. Основными факторами были образование, пол и расовый признак. (Позже два последних фактора были исключены из теории, но, как показывает опыт, действуют на практике.) Согласно теории, мужчины, не относящиеся к расовому меньшинству, имеют больше шансов. Еще есть пять нюансов с точки зрения стратегического менеджмента. Речь идет о том, были ли родители предпринимателя владельцами бизнеса, работал ли предприниматель в сфере бизнеса до открытия своего дела, каков его уровень управленческого опыта, может ли он привлечь бизнес-консультанта и располагает ли постоянными партнерами. Каждый из этих моментов — дополнительный шанс на успех. Мы также учли, насколько схожи новый бизнес предпринимателя и тот, в котором он работал, с точки зрения предлагаемого продукта или услуг, обслуживания клиентов, поставщиков, с которыми он работает. Чем больше сходство — тем больше шансов на успех.

Мы также учитывали размер стартового капитала, придя к выводу, что чем он больше, тем выше шанс предприятия на успех и развитие. И мы учли отрасль, в которой развивается бизнес. Меньше всего шансов на успех имеют фирмы, занимающиеся розничной торговлей.

Учитывая вышеизложенное, мы получили три возможных варианта развития: провал (бизнес прогорит), незначительный успех, интенсивное развитие.

Мы наблюдали за 2994 фирмами, членами федерации независимого бизнеса, проведя три опроса, по одному в год. Информация о переменных (предпосылки) была собрана тогда, когда фирмам было 11 месяцев. Впоследствии мы отслеживали статус фирм, используя 4 метода. Сначала мы рассылали анкеты на тему возникших проблем, произошедших изменений

и данных о различных показателях бизнеса. Если респонденты не отвечали, мы просили их хотя бы просто ответить, закрыли ли они бизнес, продали его или он выжил. Если и тогда ответа не было, мы учитывали характер сообщения почтовой службы США: письмо не может быть *доставлено* или *отправлено*. Мы, кроме того, полагались на данные FSB — торговой ассоциации, которая помогала нам в исследовании. Используя эти методы, мы смогли отследить статус всех 2994 фирм, кроме одной.

Мы определили, что за время проведения исследования 385 фирм прогорело. Остальные фирмы выжили и даже на третий год предоставили данные, по которым можно судить об их развитии. Они-то и будут объектом последующего анализа.

Мы использовали многочленную логит-модель, чтобы выделить определяющие факторы выживания и интенсивного развития (минимум 50% роста в год, плюс двое или более сотрудников). Мы определили, что некоторые переменные увеличивают шансы на как на выживание, так и на рост. Такими переменными оказались образование (бакалавры колледжей или выше), расовый признак (представители расовых меньшинств имеют меньше шансов на успех), схожесть вновь создаваемого предприятия с предыдущим и большой стартовый капитал. Оказалось, что некоторые переменные коррелируют с выживанием, но не с ростом. Такими переменными оказались: опыт родителей в ведении бизнеса, наличие консультантов, которые могут дать совет относительно развития компании и помочь пережить этап медленного развития. Удивительным оказался тот факт, что помощь профессионального консультанта способствует выживанию, но не росту. Напротив, некоторые переменные тесно связаны с успешным интенсивным развитием. Такой переменной оказался пол: фирмы, основанные мужчинами, более стремительно развивались, но вовсе не чаще с успехом выживали (скорее всего, по той причине, что мужчины отказывались продолжать слабо развивающийся бизнес). Наличие партнеров увеличивает шансы на интенсивное развитие, не на выживание. Объединение ресурсов партнеров способствует развитию. А разрыв партнерских отношений, что случается нередко, приводит к тому, что фирма не выживает.

В итоге оказалось, что многие переменные, способствующие выживанию, способствуют и росту. Но имеются и некоторые различия. Выяснилось, что стартовый человеческий и финансовый капитал предприятия влияет на его последующее развитие.

Наука о частном бизнесе

Частный бизнес как вид деятельности организованного социума стар как мир. Но как предмет внимания науки он довольно молод. Первые курсы по частному бизнесу в США появились в 1947 г. в Гарвардской

школе бизнеса. Первое собрание профессиональной группы, которая позже стала Международным советом по малому бизнесу, имело место в 1956 г. Это известное сегодня название появилось в 1977 г.

Первая в США академическая конференция, посвященная исследованиям предпринимательства, прошла в Университете Пердью в 1970 г. Она называлась «Частный бизнес с технической точки зрения: Симпозиум», свои работы представили 12 исследователей. Тогда они впервые собрались вместе, чтобы поделиться своими результатами.

Говоря о ежегодных конференциях, следует сказать, что Исследовательская конференция Бэбсон-колледжа стала проводиться с 1981 г. Причем организаторы не были уверены в том, что количество новых работ будет достаточным для организации следующей конференции. Факультет частного предпринимательства Академии менеджмента изначально являлся факультативом, проводившимся с 1974 г., и факультетом стал только в 1987 г.

Я не много знаю о таких организациях за пределами США. Но к 1997 г. за пределами Северной Америки издается не менее 10 журналов о частном бизнесе и малом бизнесе. Создана Европейская докторская программа по частному и малому бизнесу. С 1991 г. началось проведение образовательной и тренинговой конференции по частному предпринимательству InEnt. Я знаю, что по всему миру существует множество конференций и исследовательских центров, посвященных этому делу. Некоторые из них проводятся здесь, в Швеции, и у вас есть отличные исследовательские работы.

К тому же следует указать еще на необычные изменения, происходящие в Восточной Европе. На самом деле, удивителен тот факт, что деятельность, которая в некоторых странах совсем недавно считалась незаконной, — частный бизнес — сегодня там всячески поощряется.

Большинство из тех журналов, что мы читали, и конференций, которые мы посещали, существуют всего 20 лет, и это лишь половина срока профессионального существования отрасли. Сегодня исследования частного бизнеса как наука процветают. В 1997 г. более чем в 40 университетах США предлагали соответствующие курсы, рассматриваемые как дополнительное или даже основное направление. Некоторые из них очень популярны. Журнал «Success», представивший годовой рейтинг программ по частному бизнесу, определил минимальные профессиональные требования (изучение трех курсов) к специалисту в области предпринимательства.

К 1997 г. в США существует 60 обучающих организаций и 100 центров частного предпринимательства. Количество журналов по теме «частный бизнес» продолжает расти. Самым важным моментом является растущее

концептуальное понимание отрасли. На сегодняшний день это область множества теорий, заимствовавшая исследовательские методы и концептуальные рамки у ряда близких отраслей. Каждое новое исследование в мире — это еще один вклад, поскольку так мы преумножаем интеллектуальный капитал научной отрасли.

Интерес общества к частному бизнесу достаточно высок. Журналы, целевой аудиторией которых является население, интересны как для читателей, так и для рекламодателей. Это INC, «Entrepreneur», «Success». Газета «USA Today» провела опрос среди молодых людей на тему: «Если бы у вас была возможность посвятить один год какому-либо занятию, что бы это было за занятие?» 47% опрошенных женщин ответили «частный бизнес» (на втором и третьем месте «гид» и «писательница»). 38% опрошенных молодых людей выбрали частный бизнес, что больше числа тех, кто выбрал профессиональный спорт!

Молодые отрасли часто критикуют те, кто работает в старых и проверенных отраслях. Они говорят, что мы недостаточно серьезны. (Стоит заметить, что их области порой характеризуются не только серьезностью, но и застойностью.) Они говорят: «Да вы даже не можете прийти к согласию относительно определений, и у вас нет проверенных, обоснованных исследовательских теорий».

Да, основания для критики нашей молодой отрасли есть, но надо сказать, что в последнее время уровень ее развития растет в геометрической прогрессии. Теория частного предпринимательства обладает всеми признаками молодого, развивающегося направления. Когда мы придем к согласию относительно определений и дадим обоснование наших теорий, отрасль будет рассматриваться как интеллектуально развитая. Конечно, такую деятельность не назовешь динамичной, и она может показаться скучной тем, кто заинтересован непосредственно в частном бизнесе. Сравнить старые изученные дисциплины с новой дисциплиной — теорией частного бизнеса — все равно что сравнивать аэропорт и железнодорожную станцию. Такие станции построили очень давно, расписания поездов уже привычны и отлажены, все четко и ясно, недоразумения случаются редко. Но то тут, то там станция уже покрыта пылью. Аэропорт, со своей стороны, постоянно перестраивается, модернизируется, там и здесь видны временные сооружения, изменения происходят практически каждую неделю. Недоразумения случаются чаще, и это выглядит как отсутствие четкой организации. Но здесь есть энергия, динамическое развитие и изменения.

Я рассматриваю теорию частного бизнеса как такой аэропорт: его еще строят, и все самое лучшее еще впереди.

Вклад Арнольда Купера в изучение предпринимательства и малого бизнеса¹

Новаторская работа Арнольда Купера по технологическому предпринимательству, фирмам, базирующимся на новых технологиях, организациям-инкубаторам значительно углубила наше понимание предпринимательства как феномена. Доктор Купер по-прежнему вдохновляет новое поколение исследователей в той области, к которой сейчас проявляется огромный интерес высокопоставленных политиков по всему миру.

Цель данной статьи охарактеризовать исследования Арнольда Купера, отмеченного наградой FSF-NUTEK в 1997 г. Будет представлена лишь та часть исследований, которая связана с наградой. Изложение начинается с описания карьеры лауреата и продолжается обзором работ, отражающих наиболее существенный его вклад в науку.

Краткое описание карьеры

Арнольд Купер получил первую степень по химическому машиностроению в 1955 г. в Университете Пердью и в 1957 г. стал одним из первых студентов Школы менеджмента Креннерт Университета Пердью. Закончив университет, он получил магистерскую степень в управлении промышленностью. Покинув университет, он проработал год в Procter & Gamble. В 1958 г. он поступил в Гарвардскую бизнес-школу как докторант. В Гарварде на Арнольда Купера сильно повлиял Арнольд Хосмер, который развивал новый курс, названный «Малые промышленные предприятия», и Арнольд Купер вскоре стал его научным ассистентом. Хосмер интересовался динамикой малых фирм, ориентированных на рост — фирм, которые находились вблизи шоссе 128 в Бостоне, — их изучение могло дать многое для понимания того, как формируется богатство и возникают новые рабочие места. В 1962 г. Арнольд Купер представил свою диссертацию «Практика и проблемы в развитии технологически продвинутых продуктов в малых производственных фирмах» под руководством Арнольда Хосмера. Придерживаясь традиций Гарвардской бизнес-школы, он составил диссертацию из нескольких кейсов, описывающих практику и проблемы создания новых продуктов в малых промышленных компаниях.

¹ В данной статье отражены основные достижения Арнольда Купера в изучении предпринимательства и малого бизнеса примерно до 2003 г. Пер. с англ. И. Достовой.

Начиная с 1960-х годов Арнольд Купер был одним из ведущих ученых, занимавшихся предпринимательством, и мог считаться основоположником стратегического менеджмента, так же как и изучения предпринимательства. Его новаторская работа по побочным проектам в Кремниевой долине и новым высокотехнологичным фирмам значительно улучшила понимание предпринимательского феномена. Можно сказать, что Купер стал архетипом исследователя предпринимательства, так как его исследования были широкомасштабными, а также вследствие того, что он пытался ответить на множество фундаментальных вопросов, которые определяют область исследований. Его вклад не только эмпирический, но также и методологический. Например, он был первым ученым, проводившим лонгитюдные исследования большого количества компаний. Он также добился многочисленных теоретически ценных достижений. Сила Арнольда Купера — в его способности соединить сильную теоретическую базу с хорошими эмпирическими исследованиями. Кроме того, он был одним из первых исследователей предпринимательства, работы которых были опубликованы в ведущих журналах по менеджменту, что является показателем качества его исследований.

Научные достижения

В данном разделе представлены некоторые из обширных по охвату исследований Арнольда Купера. Раздел разбит на четыре блока: НИОКР в малых промышленных фирмах, техническое предпринимательство, предпринимательское разнообразие, а также предпринимательство и производительность.

НИОКР в малых промышленных фирмах

Арнольд Купер впервые проявил интерес к НИОКР в малых промышленных фирмах в статье в «Harvard Business Review» под названием «НИОКР более эффективны в малых компаниях» [Cooper, 1964], в которой он поднимает вопрос о том, есть ли значимые различия в издержках на создание определенных продуктов между различными по размеру компаниями? Его исследование было основано на интервью и разборах определенных случаев параллельных проектов по созданию одинакового продукта. Рассмотренные случаи отчетливо показывали различия в способах, которыми крупные и малые фирмы проводили разработку продукта, а также в вытекающих отсюда следствиях с точки зрения величины издержек на исследования. Крупным компаниям было свойственно тратить значительно больше времени и средств на разработку определенного продукта.

Купер утверждал, что существует три важнейших фактора, которые могут объяснить преимущества, которыми обладают малые фирмы. Первый — способности ответственного или ответственных за разработку продукта: квалификация, или наличие технических знаний, креативность и способность видеть сущность задачи. Средние способности технического персонала выше в малых фирмах,

по сравнению с крупными, что может объясняться тем, что малые исследовательские фирмы обычно нанимают людей, которые уже доказали свою компетенцию в больших фирмах, тогда как крупные фирмы чаще нанимают большое количество неопытных молодых инженеров. Второй фактор связан с отношением технического персонала к своей деятельности. В малых фирмах персонал больше интересуется тем, сколько стоит отдельный проект. Причиной этого может быть то, что стоимость отдельного проекта более значима для малой фирмы, нежели для крупной, и технические специалисты в малых фирмах чаще участвуют в делах компании в целом и в её развитии. И последний момент — коммуникация и координация обычно менее затратна и более эффективна в малых фирмах. Результаты были спорными для того времени, и редакторы «Harvard Business Review» попросили читателей выразить свое мнение в отношении выводов данной статьи. Комментарии были многочисленны, и в основном — в защиту данных выводов.

Однако редко когда малые фирмы заняты исследованиями и разработками, и люди в большинстве скептически относятся к способности малых фирм создавать более передовые новые товары, считая, что по-настоящему инновационная деятельность и НИОКР должны быть прерогативой больших компаний. В новой статье «Малые компании могут открывать новые продукты» в «Harvard Business Review» [Cooper, 1966] Арнольд Купер обращается к некоторым из этих вопросов. Эта статья была в большей степени основана на его докторской диссертации. Он объединил все основные проблемы, с которыми приходится сталкиваться небольшим фирмам, когда они пытаются создать технологически более совершенные новые продукты, следующим способом:

- малые фирмы имеют сложности с набором и удержанием у себя персонала с достойным уровнем образования и неординарными способностями;
- даже если малая фирма привлечет высококлассных инженеров, им недостает преимуществ «групповых исследований», они вынуждены постоянно отвлекаться на решение повседневных проблем;
- даже если малые фирмы способны создать новый продукт, они не обладают ресурсами, чтобы внедрить его;
- риски исследований и разработок в малых фирмах огромны — малые фирмы не могут в одиночку позволить себе поддерживать более чем один проект, и почти всегда им не хватает ресурсов, чтобы преодолеть «долину смерти»;
- даже если малая фирма удачно создала новый продукт и смогла наладить его производство, то очень вероятно, что она встретится на рынке с сильнейшей конкуренцией с крупными фирмами.

Купер делает заключение, что не каждой производственной фирме стоит вовлекаться в разработку новых продуктов. Достаточным условием успеха такой стратегии является наличие как минимум одного творческого инженера в фирме, а также корпоративной культуры, которая акцентирует внимание на разработке изделий и готовности рисковать.

Технологическое предпринимательство

В 1960-е годы большое число новых высокотехнологичных фирм возникало в различных регионах Соединенных Штатов — таких как местности вокруг Бостона, Пало-Альто и Лос-Анджелеса. Значимость этих фирм была связана с тем, что они создавали значительное количество технологических инноваций, новые рабочие места, а также предоставляли возможности успешной карьеры тем, кто предпочитал среду малых фирм. Поэтому возникла потребность в том, чтобы достичь лучшего понимания того, как они возникали. Главные вопросы, которые задавались в данной связи: что привело к появлению этих фирм? каким образом фирмы-инкубаторы в этих регионах повлияли на новые технологические фирмы?

В трех весьма содержательных статьях Арнольд Купер детально проработал эти вопросы [Cooper, 1970; 1971; 1972]. Анализ был основан на исследовательском проекте в регионе Сан-Франциско, вокруг Пало-Альто и состоял из трех фаз:

- интервью с 30 предпринимателями;
- телефонные интервью (или опубликованные данные) с 250 новыми технологическими фирмами, которые были созданы в регионе Сан-Франциско с 1960 г.;
- интервью с руководителями уже устоявшихся предприятий.

Основные результаты исследования могут быть представлены следующим образом.

Характеристика отделившихся от материнской компании фирм

На решение основать новую технологическую фирму влияют три фактора:

- Сам предприниматель — его мотивация, проницательность, умения и знания.
- Внешние факторы — например, доступность капитала, доступность поставщиков и коллективное отношение к предпринимательству.
- Организации («организации-инкубаторы»), в которых учредитель ранее работал.

Купер, главным образом, интересуется третьим фактором — организациями-инкубаторами. Он обнаружил, что такие «инкубаторы» оказывают важнейшее воздействие на местоположение новых фирм. Новые фирмы тесно связаны с организациями-«учредителями» в данном регионе. Например, новые фирмы создаются предпринимателями, которые работают в организациях, уже находящихся в данном регионе; это означает, что если в регионе нет организаций-инкубаторов, то маловероятно, что в нем появятся новые технологические фирмы. Во-вторых, предприниматель обычно основывает фирму, чтобы использовать собственные знания, а его знания часто связаны с рынком и техническими знаниями, которые были приобретены в организации-инкубаторе. Это приводит к тому, что новая фирма будет работать на том же основном рынке или с той же технологией, что и организация-инкубатор. Наконец, организация-инкубатор может повлиять на мотивацию предпринимателя основать новую фирму — предприниматели

в особенности мотивированы теми событиями, которые происходили в организации-инкубаторе. В большинстве случаев предприниматели чувствуют разочарование от деятельности на своей прежней позиции в связи с «недостатком доверия к менеджменту», «чувством, что принимаются непроработанные решения» и проч., и это означает, что большое число «отпочковавшихся» фирм указывает на плохой климат и неудовлетворенность организацией.

Организации-инкубаторы. Как можно видеть, новые технологические фирмы зависят от местных организаций-инкубаторов, которые нанимают, обучают и мотивируют потенциальных предпринимателей. Это отражается в коэффициентах отделения у различных организаций. В исследовании коэффициенты отделения были рассчитаны по 325 технологическим организациям в районе г. Пало-Альто. Результаты указывали на большие различия в коэффициентах отделения от устоявшихся фирм. Большинство (237 организаций) не имело отделившихся фирм. У тех немногих организаций, от которых отделились три и более фирм, коэффициент отделения варьировался от 1 из 3100 работников до 1/14 (коэффициент измерен как отношение работников, ушедших в отделившиеся фирмы с 1 января 1960 г. по 1 июля 1969 г., к среднему количеству работников за тот же период). Коэффициент отделения у всей группы в целом был на уровне 1/306. Следовательно даже с учетом того, что район г. Пало-Альто может считаться подходящим для предпринимательства, организации здесь значительно различаются с точки зрения того, как они функционируют в качестве инкубаторов для новых фирм.

Почему же некоторые организации обладают более высоким коэффициентом отделения, чем другие? Характеристики организации-инкубатора и отрасли, в которой она работает, могут дать некоторое объяснение. В литературном обзоре «Технологическое предпринимательство: что мы знаем?» [Cooper, 1973] Купер анализирует, какие отраслевые и организационные признаки связаны с «коэффициентом рождаемости» новых фирм. Исследования в районе г. Пало-Альто [Cooper, 1970; 1971; 1972] показали, что отрасли сильно различаются с точки зрения наличия привлекательных возможностей, которые могли бы быть использованы новыми фирмами. Быстрорастущие отрасли и отрасли, в которых очень высок коэффициент технологических изменений, будут предоставлять множество возможностей новым фирмам. С другой стороны, отрасли со значительными инвестициями в основной капитал или с высоким уровнем конкуренции между крупными организациями будут обладать меньшими коэффициентами отделения.

Коэффициенты отделения также различаются у малых и крупных фирм — коэффициент отделения у малых фирм был примерно в 10 раз выше, чем у крупных. Это объясняется следующим образом:

- Крупные фирмы чаще вовлечены в деятельность, которая требует значительных инвестиций в капитал, т.е. важна экономия от масштаба.
- Профессиональные работники в малых фирмах обладают намного более обширной подготовкой, т.е. малые фирмы являются хорошим образовательным полигоном для потенциальных предпринимателей.

- Существует самоотбор, т.е. те, кто выбрал работу в малых фирмах, более склонны к предпринимательству.
- Крупные фирмы, вероятно, нанимают большее количество непрофессиональных работников.

В итоге результаты показали, что коэффициент отделения у университетов и некоммерческих исследовательских учреждений примерно совпадает с коэффициентом отделения у крупных компаний, что может быть объяснено тем фактом, что труд в этих организациях не дает больших возможностей для коммерциализации, кроме того их работники в общем более ориентированы на науку и меньше на предпринимательство, чем их коллеги в промышленности.

Модели развития и поведения. Фирмы, включенные в исследование, были предметом лонгитюдного обследования на протяжении десятилетия — Альберт Бруно, бывший студент Арнольда Купера, вернулся в Силиконовую долину и провел последующие исследования в 1973, 1976 и 1980 гг. Главной целью было обнаружить модели развития новых технологичных фирм и понять, какая доля этих фирм была ликвидирована, приобретена, достигла уровня роста выше среднего. Исследования были представлены в статьях Купера и Бруно [Cooper, Bruno, 1977; Bruno, Cooper, 1982].

Результаты показывают, что доля прекративших деятельность очень низка. До 1976 г. медианная фирма работала 10 лет, а доля фирм, прекративших свою деятельность, составила всего 29%, несмотря на общенациональную рецессию, а к 1980 г. достигла 37%. Сравнение характеристик закрывшихся и быстро растущих фирм показало, что последние чаще были основаны несколькими учредителями, фирмы были более схожи с точки зрения технологий и/или рынков с организациями, которые покинули учредители и, наконец, учредители высокотехнологичных фирм были чаще выходцами из крупных организаций. Многие крупные организации-инкубаторы пережили высокий рост, и отделившиеся от этих организаций фирмы часто действовали на тех же быстро растущих рынках.

Был сделан интересный вывод о том, что высокий уровень слияний и поглощений также мог объяснять низкий уровень прекращения деятельности, т.е. не преуспевшие фирмы поглощались — вместо того, чтобы быть просто закрытыми. К 1976 г. 21% фирм участвовали в слиянии или были поглощены. Соответствующий показатель за 1980 г. был уже около 32%. Период пика поглощений приходится на самое начало деятельности, второй пик, судя по всему, приходится на период от 4 до 7 лет с момента учреждения. Привлекательность приобретения фирмы сразу после начала её деятельности может быть связана с оценкой личности учредителей и/или продуктовых линий, на которых фирма основана. После 4–7 лет фирмы могут показывать такие темпы роста, которые делают необходимой замену руководителей-инициаторов, часто имеющих инженерное прошлое, на более профессиональных менеджеров.

Развитие феномена инкубаторов

Купер проводил исследование организаций-инкубаторов в 1960-е годы и в начале 1970-х годов, в основном сконцентрировав внимание на высокотехнологичных фирмах. Однако тогда не проводилось систематического изучения вопроса, изменяется ли со временем влияние организаций-инкубаторов в различных отраслях. В более обширном перекрестном исследовании, включавшем 161 фирму в различных отраслях, Купер [Cooper, 1984; 1985] обнаружил, что большинство новых фирм открывались в географической близости от своих организаций-инкубаторов, и это подтверждает общепринятый взгляд, что предпринимательство в регионе сильно зависит от существующего пула людей. В общем, новые фирмы также связаны со своими инкубаторами видом бизнеса. Однако существуют и различия в разных отраслях. Взаимосвязь была ярко выражена в электронной/компьютерной отраслях, где большинство (54%) нетехнологических фирм было не связано с организациями-инкубаторами — это показывает, что необходимые знания в этих отраслях могут быть получены по другим каналам.

При рассмотрении типа фирмы-инкубатора оказалось, что промышленные фирмы были инкубаторами для 77% новых фирм, причем производители программного обеспечения чаще отделялись от университетов, а фирмы, занимавшиеся биотехнологиями или медициной, — в основном от университетов и больниц.

Наконец, выяснилось, что предприниматели в большинстве отраслей не перемещаются и что обычно открывающиеся фирмы работают в той же местности, в которой их учредители были заняты раньше, а будущие учредители нетехнологических фирм, как оказалось, менее ориентированы на знания, полученные в организациях-инкубаторах. Как следствие, возможности для высокотехнологичных стартапов могут быть сильно ограничены в большинстве местностей, причем роль университетов оказывается менее значимой, чем считалось до этого.

За исключением производителей программного обеспечения, фирм, занимающихся биотехнологиями и медициной, основными инкубаторами выступали промышленные фирмы.

Местоположение и технологические кластеры

Организации-инкубаторы влияют на местоположение новых фирм. В то же время новые технологические фирмы обычно начинают деятельность в кластерах взаимосвязанных компаний, что привело к образованию мест сосредоточения новых технологических фирм. В самой последней на настоящий момент в данной области работе [Cooper, Folta, 2000] обсуждались вопросы о том, почему новые технологические фирмы открывались там, где они открывались, и как местоположение меняет положение дел.

Кластеры — не всегда феномен, связанный сугубо с высокими технологиями. Например, такие кластеры можно обнаружить в текстильной промышленности штатов Северная и Южная Каролина и Джорджия (США), в производстве модных товаров в Милане (Италия) и производстве алмазных украшений в Бельгии. Все же образование кластеров чаще бывает важно для технологических стартапов.

Кажется, обнаружены веские доказательства того, что предпринимательство, а не только высокотехнологичное предпринимательство, концентрируется в определенных регионах и что новые технологические фирмы открываются в конкретных регионах и географических кластерах. Каковы издержки и выгоды от принадлежности к кластеру? Купер и Фолта представили несколько факторов, которые могут влиять на выбор местоположения фирмы.

- Доступ к специализированной рабочей силе, специализированным материалам и капиталу.
- «Переток знаний» происходит чаще при наличии более развитых сетевых отношений между людьми из различных организаций, так что возникает значимая мобильность рабочей силы, т.е. географическое соседство может быть жизненно важным для «перетока знаний».
- Близость к потребителям и технической поддержке — местоположение внутри кластера может привести к меньшим издержкам поиска потребителей, и во многих случаях продажи делаются другим членам кластера.

Рассматривая вышеизложенные факторы, можно прийти к выводу, что выгоды, присущие кластерам, должны подталкивать предпринимателей к тому, чтобы они располагались в кластерах. С другой стороны, приведенные авторами факты наводят на мысль, что это не все причины — технологическое предпринимательство часто стремится открывать фирмы на расстоянии, подходящем для ежедневных поездок от их дома и/или предыдущих мест работы. То есть они относительно ограничены в принятии решения о выборе места расположения. Однако в результате важности эффектов «перетока», принадлежность к кластеру может быть особенно важна для фирм, которые стараются конкурировать на основе различий в стратегиях, для фирм, которые большую долю продукции реализуют фирмам своего кластера и для фирм в быстрорастущих отраслях.

Многообразие предпринимательства

Процесс предпринимательство сложен, и в предпринимательство вовлекаются различные типы индивидов. Однако большинство исследований по предпринимательству в 1970-е годы изучали в основном общие тенденции. Конечно, многое можно почерпнуть из общих характеристик, но «средние» обычно пренебрегают многообразием явления — относительно мало внимания уделяется предпринимательскому разнообразию, и лишь несколько исследователей систематически использовали обширные базы и выборки, которые включали

множество отраслей, были построены в разные периоды времени, по разным географическим районам и т.д.

Исследование, которое проводил Купер с Уильямом Данкельбергом, основано на случайной выборке членов Национальной федерации независимого бизнеса (NFIB). Анкета была разослана 6225 членам NFIB в 1979 г., и было получено 1805 ответов, т.е. доля ответивших была около 29%. Выборка представляла фактически все отрасли и все части США. Однако в сравнении со всеми торговыми и промышленными предприятиями Соединенных Штатов выборка кажется нерепрезентативной в отношении малых фирм и фирм сферы обслуживания. Тем не менее исследование отражает одну из крупнейших и наиболее разнообразных выборок владельцев малого бизнеса, изученных в одно время.

Типология владельцев бизнеса

Владельцы бизнеса различаются во многих отношениях. Различия связаны не только с их происхождением, но также и с мотивацией и ожиданиями по отношению к своим фирмам. Типологии крайне полезны для понимания предпринимательства, потому что они отражают наиболее частые комбинации, которые качественно отличаются друг от друга, а кроме того, позволяют свести большое число потенциальных типов предпринимателей до сравнительно небольшого числа таких типов, поддающихся описанию и анализу. Таким образом, хотя типологии дают менее детальные описания предпринимателей, они предоставляют способ упорядочить многообразие, что позволяет выделить паттерны в рамках сложного феномена. К тому же, на основании определенной типологии может быть лучше предсказано поведение предпринимателей и результаты.

Выдвигались различные типологии предпринимателей или владельцев малого бизнеса. Из них самой известной классификацией можно назвать «предпринимателей-ремесленников» и «добровольных предпринимателей» Смита (1967). Ремесленники чаще всего — выходцы из «синих воротничков» и обладают относительно низким уровнем образования. Как менеджеры, они патерналисты, используют личные взаимоотношения и следуют жесткой бизнес-стратегии. Добровольные предприниматели обычно — выходцы из среднего класса, имеют более солидное образование и ранее были связаны с топ-менеджментом. Они более активны в продвижении своих фирм на рынке и развивают более инновационные и различающиеся между собой конкурирующие стратегии. Кроме того, владельцев бизнеса классифицировали как ремесленников, промоутеров и администраторов [Filley, Aldag, 1978]. Ремесленники менее адаптивны, более склонны избегать рисков, сконцентрированы на создании комфортных условий для жизни и стабильности их фирм. Бизнес промоутеров организован неформально, чтобы использовать в полной мере некоторые уникальные конкурентные преимущества, фирмы контролируются централизованно и часто имеют очень короткую жизнь и по природе связаны всего с несколькими сделками. И последний тип, административный бизнес, может описываться как формализованный

и профессиональный, более крупный по размеру и менее зависимый от личного лидерства владельцев бизнеса.

В своей работе Данкельберг и Купер [Dunkelberg, Cooper, 1982] описали три типа владельцев бизнеса, которые различались по происхождению и предыдущему опыту:

– ориентированные на рост владельцы, движимые желанием значительного роста, чье поведение быстро изменяется. Они обнаружили стремление к росту за следующие 5 лет более чем на 30%;

– ориентированные на независимость владельцы, которые сильно мотивированы нежеланием работать на других. Данные владельцы чаще всего обнаруживаются в сельском хозяйстве и в профессиональной практике (дантисты, инженеры, бухгалтеры). В сравнении с другими группами владельцев бизнеса они чаще всего приобрели свои фирмы;

– ориентированные на мастерство владельцы, которые движимы желанием выполнять определенный вид работы. Они чаще всего имеют наименее формальное воспитание и начинают дело самостоятельно.

В сравнении с предшествующими типологиями (например, [Smith, 1967; Filley, Aldag, 1978]), выделяются как новая группа ориентированные на независимость владельцы, которые отличаются от тех, что исследовались ранее. Следует отметить, что 74% из 1805 владельцев удалось соотнести с одной из трех групп, и ни одна из групп не была сконцентрирована в какой-то одной отрасли, что показывает, что эти типы владельцев бизнеса могут быть обнаружены в любом виде бизнеса.

Критика типологий

Как уже было замечено, одна из самых известных типологий, которая выявляет различие между «предпринимателем-ремесленником» и «добровольным предпринимателем», была разработана Смитом (1967). Подтверждение существования двух этих типов предпринимателей было обнаружено также в ряде других исследовательских работ (к примеру, [Filley, Aldag, 1978; Dunkelberg, Cooper, 1982]). Однако могут возникнуть нестыковки между результатами, основанными на различиях и ограничениях моделей и выборок, использованных в исследовательской работе, а также из-за критериев выявления категорий. Более пристальное изучение предыдущих работ показало, что ремесленники и добровольные предприниматели определялись в одной работе на основе двух критериев, в то время как в другой работе для этого было использовано 50 критериев. Ввиду этой неясности Арнольд Купер с Кэролин Ву и Уильямом Данкельбергом [Woo, Cooper, Dunkelberg, 1988; 1991] задали следующий вопрос: «Насколько чувствительна ошибка выбора общих типов предпринимателей к выбору классификационных критериев?»; или же, если сформулировать его несколько по-другому: «С какой вероятностью мы получим одинаковые группы предпринимателей, используя разные классификационные схемы?» Если груп-

пировка предпринимателей окажется неизменной и нечувствительной к выбору критериев, тогда предыдущие работы согласуются, и мы можем использовать знания, накопленные в этой области.

Купер и его соавторы проверили устойчивость типологии «ремесленник — добровольный предприниматель» на больших выборках производственных и розничных торговых стартапов, используя различное количество таких классификационных критериев, как:

- цели,
- цели и предпринимательский профиль,
- цели, предпринимательский профиль и стиль управления.

Результаты показали, что в зависимости от различного набора критериев формируются различные группы предпринимателей. Используя лишь «цели» в качестве критерия, каких-либо ярковыраженных различий между ремесленниками и «добровольными» выявить не удалось. Вместо этого были обнаружены две другие группы предпринимателей, которые могут быть описаны как «независимые предприниматели» и «командные игроки». Когда в анализ был добавлен критерий предпринимательского профиля, предприниматели были переклассифицированы в две другие группы — «предприниматели-ремесленники» и «административные предприниматели». Похожая категоризация была обнаружена после добавления критерия стиля управления. К тому же индивидуальные предприниматели все время переходили из одной классификационной группы в другую по мере добавления критериев.

Таким образом, был сделан вывод, что характеристики предпринимательских групп неустойчивы к выбору критериев предпринимательства. Это приводит к тому, что вероятность получения эквивалентных типов предпринимателей в исследованиях, использующих различные критерии, невелика, что ставит под вопрос возможность совмещения результатов предыдущих исследований. Может оказаться, что типы предпринимателей — ремесленники или добровольные — будут иметь лишь частичное соответствие в различных работах. Это указывает на то, что влияние типов предпринимателей не может быть обобщено с использованием данных различных работ, а концептуальные и теоретические выводы из этих исследований могут подвергаться сомнению. Таким образом, следует быть осторожным, интерпретируя выводы о предпринимательских типах, тщательно анализировать процесс построения типологий предпринимателей, и очевидна необходимость выявления соответствия между рассматриваемыми определениями предпринимательских типов, чтобы выявить и обосновать предпринимательские характеристики.

Процесс предпринимательства и его результаты

Знание предпосылок успешного построения и функционирования деятельности новых фирм, несомненно, представляет интерес как для предпринимателя, так и для тех, кто оказывает консультационные услуги предпринимателям, а равно и для инвесторов. Почему некоторые молодые фирмы преуспевают, а другие терпят

неудачу? В 1985 г. Арнольд Купер, Уильям Данкельберг, Уильям Деннис, а позже и Кэрولين Ву занялись широкомасштабным лонгитюдным исследованием предпринимателей и их предприятий. Исследование было инициировано ими вместе с Национальной федерацией независимого бизнеса NFIB. Целью исследования был анализ процесса создания и запуска новых предприятий и факторов, определяющих успех их деятельности. В качестве переменных в исследование были включены характеристики предпринимателей, процесс основания фирмы, первоначальные характеристики предприятия, особенности окружающей среды и результат.

Исследовательская программа включала в себя трехлетнее лонгитюдное обследование новых предприятий. Выборка представляла все географические области и сектора экономики США. При этом предприятия розничной торговли и предприятия в западной части Соединенных Штатов оказались представлены в выборке в несколько преобладающем количестве, однако, в общих чертах, выборку можно было считать репрезентативной для совокупности всех новых бизнесов США.

Респондентам в первом исследовании высылались по почте последующие анкеты, а неотвечившие тщательно отслеживались, что позволило Куперу определить уровень выживаемости или смертности практически всех 2994 компаний, участвовавших в первом исследовании. Результаты исследовательской программы были обнародованы на нескольких конференциях и опубликованы в ряде научных журналов в 1980–1990-е годы. В целом исследовательская программа была очень хорошо разработана как на понятийном уровне, так и с точки зрения методологии. Некоторые из основных выводов исследования будут представлены ниже.

Процесс предпринимательства

Предприниматели, занимающиеся стартапами, должны осуществлять оценку предпосылок успеха. В связи с этим важны следующие вопросы: каким образом предприниматели оценивают свои шансы на успех? Считают ли они, что занимаются рискованым делом с минимальными перспективами, или же они уверены в своем успехе? В случае чрезмерного оптимизма возникает вероятность недооценки предпринимателем трудностей, связанных со стартапом, что может привести к провалу в осуществлении необходимой подготовки. С другой стороны, пессимистически настроенные предприниматели могут концентрироваться лишь на краткосрочных проблемах и демонстрировать меньшую склонность к продолжению бизнеса, когда возникают настоящие трудности. В работе [Cooper, Woo, Dunkelberg, 1988] было обнаружено, что предприниматели, которые приняли решение стать владельцами бизнеса, характеризуются значительной мерой оптимизма. Они рассматривают свои собственные шансы на успех как чрезвычайно высокие (81% оценивают их как 7 из 10 и выше, а 33% из них имеют абсолютную уверенность в успехе, т.е. оценивают свои шансы как 10 из 10). Эта тенденция чрезмерного оптимизма может быть объяснена с позиции

«когнитивного диссонанса», который приводит к преувеличению предпринимателем привлекательности выбранного варианта, хотя психологическая расположенность к риску и сильный внутренний локус контроля также могут иметь значение. В исследовании говорится, что и те предприниматели, которые были хорошо подготовлены, и те, которые были подготовлены плохо, оказались одинаково оптимистичными. Это может указывать на то, что предприниматели неспособны оценивать свои собственные сильные или слабые стороны и ранние успехи своих фирм и что все предприниматели, хорошо подготовленные или нет, испытывают так называемую «предпринимательскую эйфорию», которая приводит к абсолютной уверенности в успехе.

Информация — ключевой ресурс для новых предприятий и решающий фактор для предпринимателя. Может случиться, что предприниматели с высокой степенью уверенности в шансах на успех своих молодых фирм будут меньше ориентированы на поиск информации; также можно предположить, что предприниматели, имеющие предыдущий опыт занятия предпринимательской деятельностью, или же предприниматели, работающие в знакомой им области, будут нуждаться в большем количестве информации ввиду их более насыщенной «схемы» и большей осведомленности о том, что требуется. Авторы в работах [Cooper, Folta, Woo, 1995; Woo, Folta, Cooper, 1992] подтвердили наличие связи между степенью уверенности и интенсивностью поиска новой информации, а также между фактом работы предпринимателя в уже знакомой области и, опять-таки, объемом требующейся информации. Однако предприниматели, не имеющие предыдущего опыта предпринимательской деятельности, стремились найти больше, а не меньше информации, и это было особенно заметно, когда они начинали работать в знакомой им области — в этих ситуациях новички в предпринимательском деле были вовлечены в более интенсивный поиск. Опытные предприниматели, с другой стороны, как оказалось, занимались поиском информации с одинаковой интенсивностью, вне зависимости от того, были ли они знакомы ранее со сферой их теперешней деятельности или нет. Одним из объяснений может быть то, что предприниматели, имеющие соответствующий опыт, уже наработали некую «схему», и в том числе были более уверены в себе, а также, что они опасались погрязнуть в рутине, став заложниками своих прошлых успехов. В предшествующей работе тех же авторов (1991) также было обнаружено, что предприниматели в большей степени используют личные и профессиональные источники информации, нежели публичные источники, что можно объяснить тем, что предприниматели добиваются лучших результатов, когда работают в сильно взаимосвязанных, гибких и доступных сетях.

Удовлетворенность предпринимательской деятельностью

Насколько удовлетворены своим бизнесом предприниматели по прошествии трех лет существования их предприятия? Удовлетворенность предпринимательской деятельностью может рассматриваться как одно из главных мерил её

результативности. Авторы в работах [Cooper, Artz, 1993; 1995] предполагают, что степень личной удовлетворенности частично определяется степенью «разрыва» между действительными вознаграждениями (или результативностью) и индивидуальными целями (или ожиданиями). Авторы выдвигают следующие гипотезы: (1) предприниматели, ориентирующиеся в первую очередь на неэкономические цели (как, например, возможность работать в свое удовольствие), демонстрируют большее удовлетворение от своего бизнеса, но эффективность работы их предприятий оказывается ниже, в то время как (2) удовлетворенность собственным делом предпринимателей, ориентирующихся на экономические цели, меняется в зависимости от экономических результатов их деятельности. В дополнение к этому также предполагается, что при одинаковой результативности предприниматели, имеющие более важные первоначальные ожидания, будут менее удовлетворены своей деятельностью из-за большего разрыва между ожиданиями и результатом.

Исследование показывает, что среди фирм, получающих крайне малые прибыли, те, кто преследует неэкономические цели, показывают более высокий уровень удовлетворенности. Интересным оказался — и противоречил ожиданиям — вывод о том, что те, кто первоначально имел оптимистический взгляд на вещи, и впоследствии оказывались более удовлетворены, даже если изначально были настроены на более высокую отдачу, а те, кто был заинтересован в процессе стартапа как таковом, и впоследствии рассматривали именно опыт владения бизнесом как наиболее важный результат. Объяснение кроется в различии тех критериев, которые предприниматели используют для измерения результатов своей деятельности в начале ее и по истечении определенного времени, т.е. в том, что по мере накопления опыта их ожидания также в различной степени претерпевают изменения после трех лет функционирования предприятия.

Маккарти, Шурман и Купер [McCarthy, Schoorman, Cooper, 1993] также показали, что предприниматели, которые начинают заниматься бизнесом, будучи слишком уверенными в своих шансах на успех, в будущем будут демонстрировать чрезмерную предвзятость при принятии решений относительно развития своего бизнеса. То есть если предприниматели слишком самоуверенны, это может служить верным признаком того, что был осуществлен важный психологический выбор и что предприниматель может понести риск из-за роста значения предвзятости при принятии последующих решений. Таким образом, изначальные ожидания предпринимателя влияют на его последующую удовлетворенность и могут, соответственно, влиять на то, будет или не будет предприниматель вкладывать в дело все больше времени и средств, или же он закроет свой бизнес.

Результаты деятельности различных категорий молодых фирм

В некоторых исследованиях, предшествующих работам Арнольда Купера и его коллег, изучалась доля закрывшихся предприятий среди молодых фирм. Исследование [Cooper, Dunkelberg, Woo, 1988] показало, что эта доля оказалась меньшей, чем ожидалось, — лишь 11% фирм закрыли свой бизнес в течение первого года

своего существования, а еще 8% — в течение второго года. Характеристики выживших фирм по сравнению с закрывшимися обнаруживают систематические различия. Среди прочего было отмечено следующее: предприниматели, связанные с выжившими фирмами, в сравнении с предпринимателями, закрывшими свой бизнес, были старше, более образованны, имели больший прикладной опыт (хотя больший управленческий опыт не гарантировал более высоких шансов на выживание), и их предприятия были больше связаны с их предыдущей работой, а также имели больший размер.

Таким образом, начальный размер новых предприятий, видимо, был как-то связан с результатом их деятельности, хотя характеристики предпринимателя и процесса основания фирмы, как оказалось, также различались. Первоначальный размер предприятия связан с накопленными финансовыми и человеческими ресурсами, а также со способностью тех или иных фирм к выживанию и росту. В последующей работе [Cooper, Dunkelberg, Woo, 1989] было показано, что предприниматели, основывающие более крупные фирмы, имели необходимые предпосылки для накопления достаточного количества ресурсов — в виде лучшего образования, большего управленческого опыта, а также ставили перед собой цели, которые обнаруживали больше управленческого смысла. Они были более склонны к работе с иностранными инвесторами и к использованию профессиональных консультантов, чем владельцы более мелких фирм, а их предприятия были в большей степени связаны со сферой их предыдущей работы.

В отношении результатов деятельности более и менее крупных предприятий были выявлены незначительные различия. Доля закрывшихся фирм среди менее крупных предприятий оказалась несколько выше (14% против 7% по истечении второго года функционирования). В обеих группах выживших фирм был отмечен низкий уровень наличия серьезных проблем, а также лишь незначительные изменения в направлении их развития, за исключением того, что менее крупные предприятия чаще теряют партнеров, а более крупные чаще открывают новые филиалы или направления производства. Наконец, обе группы показали высокий темп роста, хотя, безусловно, везде находятся как быстро растущие предприятия, так и предприятия, отстающие или уменьшающиеся в размере, что говорит о нестабильности и рисковом характере стартапов. Это указывает на отсутствие некоего единого для всех начального оптимального размера предприятия — выбор размера предприятия должен осуществляться на основе анализа конкретных обстоятельств каждого предпринимателя.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что женщины открывают менее крупные предприятия, чем мужчины. Этот вывод был в дальнейшем конкретизирован (см. работу: [Srinivasan, Woo, Cooper, 1994]). Полученные результаты дали четкие доказательства того, что предприятия, руководимые женщинами, менее успешны, нежели аналогичные, но управляемые мужчинами, как с точки зрения выживания, так и роста.

Принимая во внимание факторы выживания, было показано, что предприятия, руководителями которых являлись женщины, оказались менее способными

к выживанию, если были похожи на инкубаторские организации, из которых вышел предприниматель, и — что более удивительно — если предприниматель преследовал цель создания успешного предприятия. Может быть те, кто стремится к быстрому росту и принимает во внимание только предельную производительность предприятия, могут заключить, что они неспособны достичь необходимого «порога развития», который обуславливает продолжение жизнедеятельности фирмы. Факторы роста, вероятно, зависят и от других факторов — определяющих выживание и рост как два индивидуальных процесса. Предприятия, управляемые владелицами-женщинами, имеют повышенную способность к росту, если предпринимательницы оставили свое предыдущее место работы, имея определенные представления о своем новом бизнесе, и если новые предприятия являются меньшими по размеру, чем те, в которых они привыкли работать ранее.

Человеческий и финансовый капитал как факторы, определяющие результаты деятельности

Начальный запас ресурсов для стартапа может быть крайне важен как один из факторов результативности. Купер с соавторами [Cooper, Gimeno-Gascon, Woo, 1994] проанализировали, в какой мере показатели первоначального человеческого и финансового капитала могут быть использованы для предсказания вероятностей различных исходов жизнедеятельности фирмы — таких как закрытие бизнеса, выживание и быстрый рост. Анализ проводится по четырем категориям человеческого и финансового капитала:

- общий человеческий капитал (образование, пол и раса);
- управленческие навыки, которые демонстрирует сам предприниматель или его партнеры и консультанты;
- полученные специфические навыки — как, например, предыдущий опыт работы в такой же или подобной отрасли;
- первоначальный финансовый капитал фирмы.

Полученные результаты с некоторой степенью уверенности указывают на возможность прогнозирования результатов деятельности новых фирм. Интересно, что способность к выживанию и росту, судя по всему, определяется сходными процессами — лишь несколько переменных показали весьма различное влияние. Например, некоторые показатели общего человеческого капитала влияют одновременно на способность и к выживанию, и к росту. Исключение составил пол — предприятия, руководителями которых являлись женщины, были менее склонны к росту, однако способны к выживанию. Подобным же образом специфические навыки и финансовый капитал влияли и на выживание, и на рост.

Дальнейший анализ Купера и его коллег свидетельствует о том, что выживание новых предприятий зависит не только от их экономических показателей, но и от индивидуального «порога развития», который определяется показателями человеческого капитала предпринимателя — такими, как возможность альтернативных видов занятости, нематериальный доход от предпринимательства и издержки

смены рода деятельности. Таким образом, на возможности выживания новой фирмы влияют как ее показатели, так и некоторые пороги [Gimeno-Gascon et al., 1997].

В предшествующих работах часто указывалось, что в долгосрочном периоде фирмы, демонстрирующие хорошие результаты, выживают, в то время как неуспешные предприятия исчезают в процессе естественного отбора. То есть фирмы, приносящие прибыль, приспособляются к окружающей их среде, остальные же терпят крах. Это утверждение основано на взаимосвязи результативности фирмы и ее способности к выживанию — предприятия с наихудшими результатами имеют наименьшую вероятность выживания. В противоположность этому, Купер и его соавторы доказывают, что фирмы в первую очередь различаются своими порогами развития, и их выживание определяется тем, ниже или выше этого порога находятся их экономические показатели. Это, в свою очередь, зависит от предпринимателя — готовность противостоять плохому результату частично определяется мобильностью ресурсов, контролируемых предпринимателем. Эти рассуждения были развиты в «пороговой модели закрытия предприятия».

Эмпирический анализ также подтверждает правомерность модели «порога развития». На выживание предприятия также влияют издержки смены рода деятельности предпринимателя и нематериальный доход от предпринимательства (т.е. личная удовлетворенность от занятия предпринимательской деятельностью). Предыдущие исследования показали, что возможность открытия предприятия более вероятна для людей с меньшими возможностями занятия альтернативными видами деятельности, а эта работа показывает, что эти же предприниматели обладают и более высокими способностями к выживанию, независимо от результатов деятельности своих предприятий. Вклад этого исследования — в том, что оно объясняет нам непоследовательность, существующую в более ранних работах. Более того, концепция «порога развития» расширяет знания о факторах, влияющих на результативность и способность к выживанию молодых фирм.

Литература

- Bruno A.V., Cooper A.C.* Patterns of Development and Acquisitions for Silicon Valley Start-ups // *Technovation*. 1982. Vol. 1(4). P. 275–290.
- Cooper A.C.* R&D Is More Efficient in Small Companies // *Harvard Business Review*. 1964. Vol. 42(3). P. 75–83.
- Cooper A.C.* Small Companies can Pioneer New Products // *Harvard Business Review*. 1966. Vol. 44(5). P. 162–179.
- Cooper A.C.* The Palo Alto Experience // *Industrial Research*. 1970. Vol. 12(5). P. 58–60.
- Cooper A.C.* Spin-Offs and Technical Entrepreneurship // *IEEE Transactions on Engineering Management*. 1971. Vol. 18(1). P. 2–6.
- Cooper A.C.* Incubator Organizations, Technical Entrepreneurship // *Technical Entrepreneurship: A Symposium* / eds A.C. Cooper, J.L. Komives. Milwaukee, WI: Center for Venture Management, 1972. P. 108–125.
- Cooper A.C.* Technical Entrepreneurship: What Do We Know? // *R&D Management*. 1973. Vol. 3(2). P. 59–64.

- Cooper A.C.* Contrasts in the Role of Incubator Organizations in the Founding of Growth-Oriented Firms // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1984. P. 159–174.
- Cooper A.C.* The Role of Incubator Organizations in the Founding of Growth-Oriented Firms // *Journal of Business Venturing*. 1985. Vol. 1(1). P. 75–86.
- Cooper A.C., Artz K.W.* Determinants of Satisfaction for Entrepreneurs // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1993. P. 221–233.
- Cooper A.C., Artz K.W.* Determinants of Satisfaction for Entrepreneurs // *Journal of Business Venturing*. 1995. Vol. 10(6). P. 439–457.
- Cooper A.C., Bruno A.V.* Success Among High-Technology Firms // *Business Horizons*. 1977. Vol. 20(2). P. 16–22.
- Cooper A.C., Dunkelberg W.C., Woo C.Y.* Survival and Failure: A Longitudinal Study // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1988. P. 225–237.
- Cooper A.C., Folta T.B.* Entrepreneurship and High-technology Clusters // *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship* / eds D.L. Sexton, H. Landström. Oxford, UK: Blackwell Publishers, 2000.
- Cooper A.C., Folta T.B., Woo C.Y.* Information Acquisition and Performance by Start-up Firms // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1991. P. 276–290.
- Cooper A.C., Folta T.B., Woo C.Y.* Entrepreneurial Information Search // *Journal of Business Venturing*. 1995. Vol. 10(2). P. 107–120.
- Cooper A.C., Gimeno-Gascon J.F., Woo C.Y.* Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance // *Journal of Business Venturing*. 1994. Vol. 9(5). P. 371–395.
- Cooper A.C., Woo C.Y., Dunkelberg W.C.* Entrepreneurs' Perceived Chances of Success // *Journal of Business Venturing*. 1988. Vol. 3(2). P. 97–108.
- Cooper A.C., Woo C.Y., Dunkelberg W.C.* Entrepreneurship and the Initial Size of Firms // *Journal of Business Venturing*. 1989. Vol. 4(5). P. 317–332.
- Dunkelberg W.C., Cooper A.C.* Entrepreneurial Typologies: An Empirical Study // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1982. P. 1–15.
- Filley A.C., Aldag R.J.* Characteristics and Measurement of an Organizational Typology // *Academy of Management Journal*. 1978. Vol. 21(4). P. 578–591.
- Gimeno-Gascon J.F., Folta T.B., Cooper A.C., Woo C.Y.* Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms // *Administrative Science Quarterly*. 1997. Vol. 42(4). P. 750–783.
- McCarthy A.M., Schoorman D.F., Cooper A.C.* Reinvestment Decisions by Entrepreneurs: Rational Decision-Making or Escalation of Commitment? // *Journal of Business Venturing*. 1993. Vol. 8(1). P. 9–24.
- Smith N.R.* The Entrepreneur and his Firm: The Relationship Between Type of Man and Type of Company. East Lansing, MI: Michigan State University Press, 1967.
- Srinivasan R., Woo C.Y., Cooper A.C.* Performance determinants for male and female entrepreneurs // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1994. P. 43–56.
- Woo C.Y., Cooper A.C., Dunkelberg W.C.* Entrepreneurial Typologies: Definitions and Implications // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1988. P. 165–176.
- Woo C.Y., Cooper A.C., Dunkelberg W.C.* The Development and Interpretation of Entrepreneurial Typologies // *Journal of Business Venturing*. 1991. Vol. 6(2). P. 93–114.
- Woo C.Y., Folta T.B., Cooper A.C.* Entrepreneurial Search: Alternative Theories of Behavior // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1992. P. 31–41.
-

ЛАУРЕАТ ПРЕМИИ за 1998 год

**Анализ влияния государственной политики
поддержки на малый бизнес
в развитых экономиках¹**

Введение

Практически все развитые страны направляют деньги налогоплательщиков на оказание бесплатной поддержки, или субсидирования, малого бизнеса, самозанятых или потенциальных владельцев малых предприятий. Иногда такая поддержка имеет форму прямых денежных трансфертов для стимулирования инвестиций в человеческий и физический капитал. В других случаях субсидии предоставляются в виде бесплатных или платных по льготным ценам консультационных услуг для начинающих свое дело или развивающих бизнес, либо в каких-то специализированных сферах — например, в области поддержки экспорта или внедрения новых технологий.

Деньги налогоплательщиков также могут быть направлены на стимулирование отдельных лиц или организаций действовать так, чтобы это принесло выгоду и малым предприятиям, и экономике в целом. Такое стимулирование часто принимает форму налоговых льгот. Например, богатым могут быть предоставлены налоговые льготы, чтобы они стали акционерами малого или стартующего предприятия. Наконец, есть еще государственные программы закупок, которые нацелены на поддержку малого бизнеса, так что деньги налогоплательщиков используются, чтобы компенсировать потерю эффективности для государства при заключении контрактов с малыми предприятиями — в тех случаях, когда они являются неэффективными поставщиками. Широкий спектр государственных программ поддержки малых фирм в развитых экономиках и их оценка лучше всего проанализированы в докладах ОЭСР [OECD, 1995; 1996; 1997].

¹ Дэвид Дж. Стори — директор Центра малого и среднего предпринимательства (CSME) Университета Уорика, Великобритания. — *Примеч. пер.* Пер. с англ. Ю. Гулеевой.

При наличии большого набора схем поддержки, разнообразия стран, использующих эти схемы, и часто преувеличенно оптимистичных заявлений со стороны правительств об эффективности этих схем, достаточно странно, что научное сообщество оказалось столь тяжелым на подъем в изучении этой области. Возможно, еще более значимым является тот факт, что даже там, где подобные темы поднимались исследователями малого бизнеса, используемые методы оценки редко соответствовали передовым рубежам науки.

Данная статья посвящена методологии оценки регулирующего воздействия государственной политики по поддержке сектора малых предприятий. Она начинается, тем не менее, с указания на невозможность проведения такой оценки в случаях, когда отсутствуют четко специфицированные цели анализируемой политики. На самом деле, в идеале эти цели должны быть сформулированы в виде количественных показателей.

Затем мы остановимся на обзоре различных методологических подходов к оценке политики поддержки малого бизнеса, сложившихся в развитых странах. Мы не ставим своей целью выполнить комплексный обзор всей этой области. В статье изложена лишь некая концепция исходя из которой, можно классифицировать различные типы анализа. В результате выделено шесть подходов, начиная с самого простого и заканчивая самых сложным. Они названы «Шесть шагов» — с шестым шагом, названным «лучшая практика», или «Небеса». В статье мы также различаем «мониторинг» и «оценку». Мониторинг рассматривается в связи с шагами 1–3, более сложные подходы классифицируются как «оценка» и рассматриваются в связи с шагами 4–6.

Конкретизация целей

Фундаментальный принцип оценивания заключается в том, что предварительным условием является спецификация целей политики. К сожалению, всем развитым экономикам свойственна как минимум неясность относительно целей политики. Для характеристики области этой политики используют различные выражения. Правительства говорят о «создании предпринимательских обществ» или о «максимизации вклада МСП в экономическое развитие», или об «увеличении конкурентоспособности», или даже о «создании рабочих мест». Тем не менее 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. Только после этого они пытаются определить, достигнута ли цель, и судить, успешна ли политика.

Вместо этого правительства предпочитают формулировать некие списки различных мер политики. Списки различных мер, которые были

представлены, чтобы помочь сектору малого бизнеса, например, налоговые вычеты, просроченные платежи, административные барьеры, предоставление информации и финансирования. Типичные примеры таких списков были представлены Европейской организацией социально-экономических исследований [ENSR, 1997] на европейском уровне или Министерством промышленности и торговли Великобритании (1998) на национальном уровне.

Некоторые аналитики — например, de Koning and Snijders (1992) — предприняли попытку сравнить политику в отношении МСП по странам. Их работа по европейским странам основывалась на сравнении этих списков и количестве сформулированных политических мер поддержки МСП в таких областях, как фискальная политика, экспортная политика, информация и консультирование и т.д. Очевидно, однако, что анализ мог бы быть намного лучше, если бы были специфицированы сами цели.

Но проблема не только в блистательном отсутствии четких целей в области поддержки МСП, но и в том, что предполагаемые цели часто взаимно противоречивы. Соединенное Королевство может быть рассмотрено в качестве примера. Таблица 1 повторяет мои более ранние [Storey, 1994] попытки уточнить соответствующие цели британской политики в области МСП. Заметим, что таблица определяет только цели, а не *количественные показатели* этих целей. Таблица различает промежуточные и конечные цели. Взяв верхнюю строчку в качестве иллюстрации, мы можем определить «увеличение занятости» как *цель* и тогда выделить в качестве *задачи* достижение определенной величины этого увеличения — например, увеличение занятости на 5% за пять лет.

Формулируя определенные цели, политики в большинстве развитых стран возлагают надежды на политику в области МСП, потому что они верят — мы сейчас не говорим о том, правильно это или нет, — что

Таблица 1. Промежуточные и конечные цели государственной политики поддержки МСП

Промежуточные цели	Конечные цели
1. Рост занятости	Рост занятости
2. Увеличение числа стартапов	Увеличение числа стартапов
3. Облегчение доступа к консультационным услугам	Облегчение доступа к консультационным услугам
4. Рост конкуренции	Рост конкуренции
5. Содействие эффективным рынкам	Содействие эффективным рынкам Рост благосостояния
6. Продвижение новых технологий	Продвижение новых технологий Рост благосостояния
7. Рост благосостояния	Голоса избирателей

Источник: [Storey, 1994].

МСП являются основным источником рабочих мест в текущем периоде и, вероятно, могут стать источником прироста новых мест в будущем [Hughes, 1997]. Неудача стимулирования сектора МСП может привести к снижению темпов создания рабочих мест и увеличению масштабов безработицы.

К сожалению, пока политические лидеры постоянно прибегают в своих речах к аргументу о создании занятости, их основной проблемой, на самом деле, является нечто иное, а именно снижение безработицы — цель, политически более важная, чем увеличение занятых. Рост занятости, таким образом, можно расценивать как промежуточную цель, а как конечную цель определить снижение безработицы¹. Использование механизма МСП для создания новых рабочих мест может, однако, иметь смешанное влияние на сокращение числа официально зарегистрированных безработных. В положительную сторону работает тот факт, что МСП чаще склонны нанимать сравнительно более «тяжелых» безработных — неквалифицированных, очень молодых или очень пожилых [Brown, Hamilton, Medoff, 1990]. Но, с другой стороны, создание рабочих мест на МСП оказывает достаточно слабое влияние на сокращение зарегистрированной безработицы. Это происходит потому, что МСП склонны предлагать непропорционально больше вариантов неполной занятости, а готовые к этому работники (обычно это женщины) реже регистрируются как безработные. Поэтому сразу же возникает вопрос: что все же является реальной целью политики (см. п. 1) — увеличение занятости или снижение безработицы? Далеко не всегда это можно понять из официальных заявлений.

Вторая возможная область конфликта между созданием рабочих мест и снижением безработицы в том, что безработица может быть снижена переселением из страны или региона. Политика создания новых мест, если она успешна, может привести к снижению уровня миграции, так как работники видят возможность найти работу поблизости. Успех в создании новых рабочих мест может привести даже к увеличению безработицы. Поэтому определения цели должны быть четкими, чтобы можно было понять реальные приоритеты.

Во второй строчке в табл. 1 сформулирована еще одна возможная цель политики в области МСП. Во многих странах реализуется политика поощряющая граждан начинать собственный бизнес. Это может быть связано с целью 1 — как утверждение, что увеличение числа лиц, открывающих свой бизнес, ведет напрямую к дополнительным рабочим местам или снижению числа безработных. И наоборот: политика, направленная на увеличение числа стартапов, может лишь отражать (быть результатом)

¹ Правда, иногда эти цели специфицированы. Например, правительство Швеции связало поддержку МСП с решением проблемы безработицы на пятилетний период начиная с 2002 г.

более динамичную экономику и показывать процветание в долгосрочном периоде. Тем не менее следует признать, что политики, дабы поддержать стартапы новых предприятий, склонны брать на себя ответственность за безработных, так как эти индивиды самые «уязвимые». Опыт Великобритании и США [Storey, Strange, 1992; Bendick, Egan, 1987] показывает, что такие лица, если и создают новый бизнес, то зачастую — в отраслях с низкими барьерами: например, ремонт автомобилей, мойка окон, услуги такси и др. Но на такие услуги уже существует конечный в высокой степени локализованный спрос. Чистый эффект от такой политики сводится к тому, что государственные деньги используются, чтобы стимулировать безработных начать собственное дело в этих секторах, где они могут вытеснять других, не получивших субсидии предпринимателей в определенной местности — без явных выгод для местных потребителей или для экономики в целом. Так, увеличивается число стартапов, т.е. выполняется промежуточная цель 2, но также возрастает и число предприятий, которые прекращают работу, т.е. количество фирм немного меняется, но конечная цель 2 при этом отнюдь не достигается. Даже если число фирм растет, эта тенденция может оказаться на поверку лишь компенсацией естественного падения, причем без выраженного увеличения занятости [Storey, Strange, 1992].

Таким образом, должен быть сделан выбор между промежуточной целью 1 и промежуточной целью 2.

Остальная часть табл. 1 описывает некоторые другие цели, выделенные на основе анализа государственной поддержки МСП в Великобритании. Заинтересованный читатель может ознакомиться с моей работой [Storey, 1994] для получения более полной картины потенциальных конфликтов. Возможно, единственная цель, нуждающаяся в комментарии с этой точки зрения, — строка 7, где конечная цель — «голоса избирателей». Эта цель фундаментально отличается от прочих, так как она сугубо политическая, и она специфицирована лучше, чем любая другая приведенная «экономическая» цель. Как я отмечал [Ibid.], нет ничего нежелательного в достижении неэкономических целей, если в награду за хорошую экономическую работу политики будут переизбраны. И такая логика — краеугольный камень демократии. Но бывает трудно понять, что меры политики, использующей деньги налогоплательщиков, хотя и формулируются в терминах экономических целей, нередко являются по сути средством «покупки» симпатий довольно значительной группы (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, а возможность банкротства, учитываемая аналитиками, недооценивается в политических расчетах.

Государства, следовательно, должны специфицировать цели предоставления поддержки малым предприятиям. Широкий перечень слабо связанных друг с другом целей может помочь правительству отрапортовать об успехах, если появятся улучшения в какой-либо целевой области, но очевидно, что такой подход в целом не удовлетворяет интересам налогоплательщиков. Перефразируя Харрисона и Литча [Harrison, Leitch, 1996], скажем: «Очевидно, что государству невыгодно утверждать, будто его задача — это попадание в любую цель». Вместо этого правительства должны устанавливать цели с иерархией признаков, которая, в случае наличия более чем одной цели, определяет приоритеты. Как только цели установлены, должны быть определены и имеющие числовое выражение задачи. Только тогда можно производить оценку.

Примечательно, что, пока готовилась данная статья, наша постановка вопроса получила весомую поддержку со стороны профильного комитета Палаты общин Соединенного Королевства (1998): «Правительство должно все же ясно заявить, каковы его цели относительно политики в области МСП; каким образом достижение этих широких целей может быть оценено или как осуществляемые меры политики оцениваются в рамках более широкого контекста... каковы средства, при помощи которых может быть измерена «конкурентоспособность», и каковы причины такого внимания к «конкурентоспособности», должны быть определены ее задачи — в терминах воздействия на занятость, безработицу, ВВП и другие возможные индикаторы ... Мы не убеждены, что политика Правительства в области МСП характеризуется достаточно четкой структурой и направленностью.

Мы рекомендуем государству в срочном порядке определить цели политики в области малого бизнеса. Выбранные им задачи должны сопровождаться списком измеряемых показателей и графиком исполнения».

Очевидно, что такое развитие целесообразно, и оно должно быть реализовано возможно скорее.

Шесть шагов

В данном разделе статьи мы исходим из того нереалистичного предположения, что цели — будь то политики в области малого бизнеса в целом, будь то специфической рассматриваемой программы — определены. В последующих частях статьи мы покажем, как оценка проводится на практике. Таблица 2 содержит шесть шагов, которые проранжированы по уровню сложности, начиная с самого легкого шага 1 и заканчивая самым сложным шагом 6.

Хотя в литературе все шесть шагов часто относят к «оцениванию», на самом деле шаги 1–3 следует рассматривать как мониторинг и только

Таблица 2. Шесть шагов

Мониторинг	
Шаг 1	Исходные процедуры
Шаг 2	Учет мнения бенефициаров
Шаг 3	Учет мнения бенефициаров относительно эффекта, появившегося после получения поддержки
Оценивание	
Шаг 4	Сравнение фирм-бенефициаров и типичных фирм, не входивших в число бенефициаров
Шаг 5	Бенчмаркинг: сравнение с контрольными группами фирм
Шаг 6	Учет смещения оценки вследствие отбора

шаги 4–6 представляют собой элементы истинно оценивания¹. Разница между мониторингом и оцениванием в том, что последнее должно выявить аналитическую строгость и раскрыть определяющее воздействие политических инициатив на целевую область. Мониторинг же, с другой стороны, отражает либо степень реализации документов, описывающих соответствующие программы, либо восприятие важности предлагаемых шагов и схем участниками и бенефициарами. Вкратце, различия между мониторингом и оцениванием — в том, что мониторинг опирается исключительно на представления бенефициаров политики. Оценивание, напротив, должно противопоставить по некоторым пунктам их позицию и позицию групп, не включенных в рамки действия мер данной политики, чтобы найти «контрфактивное» утверждение (контрольная группа). Разница между достигнутыми изменениями и «контрфактивными» и рассматривается как реальное воздействие политики — или как «добавленный эффект».

Мониторинг

Шаг 1: Исходные процедуры

В таблице 3 описан шаг 1. Эта мониторинговая процедура определяет исходные характеристики реализуемых программных воздействий. Например, она может определить количество фирм, которые участвовали в реализации выбранной меры, их отраслевое распределение, размер таких предприятий и, возможно, их региональное распределение. Шаг 1 также часто включает указание объема государственных расходов на применяемые в рамках политики процедуры — отсюда становится возможным,

¹ «Мониторинг имеет более узкие цели, чем оценивание. Он ограничен наблюдением и фиксированием практических индикаторов затрат и выпуска... Оценивание имеет две основные цели: (1) улучшение и обучение; (2) доказательство» [Bridge et al., 1998].

Таблица 3. Схема исходного анализа

ВОПРОСЫ	*	Сколько фирм участвовало?		
	*	Из каких отраслей эти фирмы?		
	*	Где фирмы расположены?		
	*	Каким был размер фирм?		
	*	Сколько денег было потрачено		
ПРОБЛЕМЫ	*	Практически ничего не говорит об эффективности политики		
	*	Практически ничего не говорит о достижении целей		
ПРИМЕРЫ				
Автор	Год	Тема	Страна	
Делегация США в ОЭСР	1997	Инвестирование в малый бизнес	США	

например, определить уровень расходов на одну фирму исходя из размера фирмы или долю расходов по данной мере в конкретном регионе. Что часто намного менее доступно, так это информация о средствах, полученных от отдельных фирм в порядке софинансирования, так как это как нарушение условий конфиденциальности между правительством и предприятием.

Данные, упомянутые на шаге 1, собираются в основном для целей статистики и учета. Во многих случаях они появляются в приложениях к правительственным документам, но так как они собраны исключительно в целях учета, обычно не предпринимается даже попытки оценить, эффективно ли потрачены деньги. Единственное назначение собираемых данных — обеспечить расчет удельных затрат на реализацию определенных пунктов документа и выяснить совместимость понесенных расходов с целью, для которой они были предназначены. То есть шаг 1 выполняет учетную и юридическую функцию, но не играет никакой роли в экономическом анализе.

Вторая часть табл. 3 наглядно демонстрирует, что пока чаще всего выполняются именно действия в рамках шага 1, но полученные результаты не дают никакого представления об эффективности политики. На основе первого шага невозможно ответить на вопрос: «В какой степени политика смогла достичь поставленных в табл. 1 целей?»

Несмотря на их широкую распространенность, процедуры шага 1 могут рассматриваться всего лишь как подготовительные элементы оценивания. Они обеспечивают данные о числе охваченных фирм и объеме расходов, но эти величины не связаны.

Шаг 2: Учет мнения бенефициаров

На шаге 2 те фирмы, которые участвовали в данных программах, делятся своим мнением. Например, тех, кто участвовал в мероприятии по субсидированию услуг обучающих программ, спрашивают, была ли

польза от программ; фирмы, получившие льготные кредиты, спрашивают о ценности займа; тех, кто пользовался услугами экспортного консультирования, спрашивают, помогли ли советы и повлекли ли они за собой новые заказы. Фирмам, участвовавшим в программах гарантирования кредитов, задают вопрос, могли ли они получить финансирование без участия в проекте.

Обычно фирмам также задают вопрос о процедурах, необходимых для участия в программе, чтобы определить, можно ли их упростить. Например, выясняют, как фирмы узнали об услугах, сложности подачи заявлений и была ли заявка быстро и честно принята чиновником.

Данные шага 1, таким образом, нужны для «объективного» финансового учета, тогда как на шаге 2 собираются мнения фирм как об эффективности проекта, так и о его доступности.

Графа «Проблемы» в табл. 4, однако, показывает, что, несмотря на распространенность таких исследований, информация, полученная в рамках шага 2, не позволяет определить, достигнуты ли цели. Возьмем пример фирм, участвующих в тренинговых курсах: здесь участников обычно просят поделиться мнением, были ли курсы полезны для них и профессионально ли они были проведены — заполнить так называемые «листы счастья». Тем не менее было бы сильной натяжкой полагать, что удовлетворение предоставленным обучающим курсом безусловно приводит к улучшению работы фирмы; а улучшение работы предприятия имеет отношение к целям политики¹.

Коротко говоря: поскольку поддержка может сделать бенефициаров «счастливей» — и, предположительно, расположить их проголосовать за политиков — это не обязательно соотносится с экономическими целями политики, будь то повышение конкурентоспособности фирмы или создание рабочих мест. Если одна из задач мониторинга состоит в том, чтобы выяснить проблемы, связанные с получением помощи, то обращение с вопросами исключительно к тем фирмам, которые были успешны в преодолении любых барьеров, приводит к смещениям. Особенно очевидно, что те, кто смог преодолеть барьеры, будут иметь более «положительное» представление, чем те, для кого препятствия оказались более существенными. Опрос только фирм-бенефициаров не дает возможности оценить частоту отказа фирм от участия в программе из-за реальных или

¹ Конечно, связь часто присутствует. Например, обзор обучения малого бизнеса банка Barclays (1998) показывает высокий уровень удовлетворения услугами, рассчитанный на основе ответов собственников-управляющих (91% оценили качество как хорошее или очень хорошее), но не было попытки оценить связь тренингов с формальными последующими изменениями в работе фирмы. Несмотря на это, авторы отчета банка утверждали, что они уверены в чрезвычайной полезности этих услуг для успеха малого бизнеса. Между тем там, где эти связи тщательно оценивались [Cosh et al., 1998], они оказались либо очень слабыми, либо не наблюдались совсем.

Таблица 4. Мнения бенефициаров

ВОПРОСЫ	*	Участники курса Они удовлетворены?		
	*	Фирмы	Были ли проблемы при подаче заявок? Был ли процесс слишком медленным? Обременительным?	
ПРОБЛЕМЫ	*	Даже если курсы понравились, это не говорит об их эффективности		
	*	Всё, что можно сделать, — это предложить понимание того, как осуществляется политика, — но не это основной вопрос		
ПРИМЕРЫ				
Автор	Год	Тема	Страна	
Moini	1998	Поддержка экспорта	США	
Rogoff and M.-S. Lee	1996	Меры поддержки малого бизнеса в целом	США	
Ernst & Young	1996	Бизнес-связи	Великобритания	

предполагаемых барьеров, с которыми такое участие связано. Поэтому чрезвычайно важно, чтобы опрашивались *все* предприятия, имеющие отношение к вопросу — как участники программы, так и те, кто поддержки в рамках программы получить не смог. То есть совокупность кандидатов, не получивших помощи, также должна быть опрошена. Только в этом случае можно получить точную оценку наличия и высоты барьеров при подаче заявлений на участие в программе поддержки.

В целом благодаря шагу 2 складывается некоторое понимание того, как происходит предоставление государственной поддержки (особенно когда опросами охвачены и фирмы, не получившие возможности участвовать в программах), но на их основании невозможно оценить эффективность политики. Это происходит потому, что может отсутствовать связь между мнениями фирм-участниц о ценности проводимой политики и способностью политики достигать целей, определенных в табл. 1. Например, частные фирмы предпочтут государственные субсидии (сопряженные с высоким уровнем потерь для общества) и будут склонны положительно оценивать данные программы, если их мнение может повлиять на предоставление государственных субсидий. С другой стороны, некоторые предприятия могут быть более правдивы, хотя экспертная оценка не имеет средств и методов, позволяющих различать правдивые и эгоистичные фирмы.

Шаг 3: Учет мнения бенефициаров относительно эффекта, появившегося после получения поддержки

На шаге 3 получателей поддержки спрашивают не просто о том, довольны ли они проводимой политикой, но также о том, повлияла ли она,

по их мнению, на функционирование их предприятия. Обычно проводится количественная оценка, чтобы определить, сыграли ли соответствующие инициативы мобилизующую роль — с точки зрения создания дополнительных рабочих мест, роста продаж или прибыли.

Таблица 5 показывает, что при более глубоком анализе в рамках шага 3 фирмам могут задавать вопросы о том, что могло бы произойти, если бы они не получали средств от политической инициативы. Возможно, сложнее всего добиться от фирм-участниц ответа на вопрос о том, до какой степени улучшение функционирования их организации может произойти за счет ухудшения ситуации других фирм. Такие вопросы задают для оценки размера «смещения».

Графа «Проблемы» табл. 5 показывает, что возникает еще несколько фундаментальных проблем в дополнение к уже выявленным на шаге 2. Наиболее важная из них — степень, до которой предприятия способны, даже если они правдивы, выполнять «умственную гимнастику» при ответах на вопросы. Попросить малого предпринимателя оценить, как предоставление займа или льготные консультационные услуги, полученные 2–3 года назад, повлияли на прибыльность фирмы в последующий период, — значит подтолкнуть его к «угадыванию» правильного ответа. Существует очень много факторов, влияющих на деятельность малой фирмы, поэтому попытка определить их число или даже значимость задним числом представляется неразумной.

Во многих случаях возникает совершенно понятная реакция предпринимателей — желание дать такие ответы, каких, как они думают, ожидает услышать интервьюер, чтобы иметь возможность продолжать вести бизнес без проблем. И если они таким образом «подстраиваются», то не существует способа проверить это.

Правда, если некоторые предприниматели дадут ответ, который, по их мнению, хочет услышать интервьюер, чтобы побыстрее выставить

Таблица 5. Мнения адресатов относительно разницы между состоянием до и после получения поддержки

ВОПРОСЫ	*	Понимали ли фирмы, что поддержка создает эффект «дополнительности»?	
	*	Воспользовались ли бы фирмы этим в любом случае?	
	*	Породила ли поддержка эффект «замещения»?	
ПРОБЛЕМЫ	*	Дача ответов, которые, по их мнению, хотят услышать	
	*	Невозможность проверить	
ПРИМЕРЫ			
Автор	Год	Тема	Страна
Департамент промышленности и торговли	1991	Льготное консультирование	Великобритания

его за дверь — и поэтому переоценивают влияние участия в программе, — другие могут придерживаться противоположной стратегии. Многие предприниматели очень гордятся своим бизнесом и очень неохотно признают получение какой бы то ни было помощи. Такие респонденты склонны поэтому недооценивать воздействие политики, утверждая, что любые положительные изменения в компании произошли благодаря их собственным предпринимательским талантам, а вовсе не государственным деньгам. Сталкиваясь с этими противоположными группами, аналитик лишен какой бы то ни было возможности оценить, какая из двух групп численно доминирует.

Также возникает вопрос: когда и кому нужно задавать эти вопросы. Очевидно, что они не могут быть заданы в момент получения кредита, так как пока они не оказали никакого влияния (на рентабельность/продажи и т.д.). С другой стороны, за период более трех лет после получения займа слишком много других факторов успеет повлиять на деятельность фирмы. Таким образом, должен быть выдержан баланс между слишком кратким ожиданием эффекта (когда он еще может не проявиться) и слишком долгим его ожиданием (когда в действие могут вступить уже и иные обстоятельства).

Наконец, на шагах 2 и 3 интервью могут проводиться только с фирмами, которые продолжают присутствовать на рынке. Очень сложно связаться с прекратившими действовать фирмами, но ведь и эти фирмы были объектами политики. Получение ответов только от руководителей выживших фирм, очевидно, приведет к смещению оценки эффективности политики, причем выводы окажутся более благоприятными, чем они были бы при включении в выборку как выживших, так и закрывшихся предприятий.

Таким образом, мониторинг сам по себе неспособен дать адекватную оценку эффективности политики, цель которой — улучшение работы МСП. Это происходит потому, что воздействие политики не может быть оценено исключительно на основе мнений получателей поддержки, даже если эти их мнения правдивы. Можно лишь собрать мнения руководителей бизнесов, продолжающих операционную деятельность, но поскольку целью политики является как раз повышение выживаемости фирм, такой подход исключается в принципе. Чтобы преодолеть эту трудность, необходимо сравнить поддерживаемые фирмы с группами фирм, не поддерживаемых в рамках проводимой политики. Это и есть оценивание. Его задача — выделить целевую группу фирм и обеспечить сравнение с другими группами, на которые программные мероприятия либо не оказывали никакого воздействия, либо такое воздействие оставалось неизменным на протяжении действия программы.

Оценивание

Шаг 4: Сравнение фирм-бенефициаров с типичными фирмами, не входившими в число бенефициаров

Комментируя приведенную выше табл. 2, мы обратили внимание на то, что ключевое различие между мониторингом и оцениванием — в том, что мониторинг нацелен только на фирмы, поддерживаемые в рамках политики. Однако, чтобы оценить вклад политики, необходимо выяснить, что произошло бы с предприятием в отсутствие проводимых мер — так называемое «контрфактивное высказывание». Эффект от политики, таким образом, определяется как разница между тем, что произошло под ее воздействием, и тем, что могло бы произойти в отсутствие политики.

Шаг 4 позволяет начать анализ этого влияния через сравнение функционирования фирм, поддерживаемых государственной программой, с теми, которые ею не поддерживаются. В результате любые различия в результатах хозяйственной деятельности этих двух групп могут быть приписаны влиянию проводимой политики.

В таблице 6 поддерживаемые фирмы сравниваются с типичными. Например, рост занятости или продаж в поддерживаемых фирмах сравнивается с динамикой тех же показателей у типичных фирм; в качестве альтернативы можно предложить сравнение различий в уровнях выживаемости поддерживаемых фирм с общими показателями выживаемости фирм в экономике. Преимущество такого подхода — в том, что впервые в анализ вовлекается сравниваемая группа предприятий. Это позволяет сравнивать поддерживаемые и неподдерживаемые группы; в принципе, возможны сравнения между выжившими и невыжившими фирмами в обеих группах.

Проблема, как указано во второй половине табл. 6, в том, что фирмы, поддерживаемые государственными программами, могут быть нетипичными для экономики в целом. Например, те фирмы, где предприниматель нацелен на обучение, даже субсидируемое государством, скорее всего

Таблица 6. Сравнение данных о хозяйственных результатах «поддерживаемой» и «типичной» фирм

ПОДХОД	*	Рост занятости/продаж «поддерживаемых» фирм в сравнении с «типичными»	
	*	Выживание «поддерживаемых» фирм в сравнении с «типичными»	
ПРОБЛЕМЫ	*	«Поддерживаемые» фирмы нетипичны	
ПРИМЕРЫ			
Автор	Год	Тема	Страна
Christman et al.	1985	Льготное консультирование	США
Deschoolmeester et al.	1998	Обучение менеджмента	Бельгия

сильнее ориентированы на рост, чем типичные для экономики предприятия. Владельцы тех фирм, которые ориентированы на получение обучения в рамках университетской бизнес-школы, более склонны иметь бизнес-образование, чем владельцы «типичных» фирм. Как было показано [Deschoolmeester et al., 1998], первая группа — более молодая и значительно более образованная, чем владельцы бизнеса в целом. В силу этого и начинать бизнес они могут в разных отраслях. Далее, фирмы, которые стремятся получить консультационные услуги, могут быть более «компетентностно-ориентированными» и потому — более склонными к качественной работе. В-третьих, могут влиять отраслевые и географические характеристики реципиента, которые отличают его от общей массы фирм. Эти воздействия могут быть как положительными, так и отрицательными.

Например, некоторые политики в области МСП нацелены на безработных или на группы риска. Классический пример — это закон № 44 в Италии, детально описанный ОЭСР [OECD, 1995; 1997]. Этим законом введена программа, которая направлена на поддержку молодых безработных в Северной Италии; она предоставляет финансовую и наставническую поддержку этим людям на старте и в процессе развития их собственного дела в первые годы. Очевидно, что было бы неверно сравнивать эти фирмы с типичными итальянскими малыми фирмами, по крайней мере по двум причинам. Во-первых, эти предприятия основаны молодыми людьми, а ведь известно, что выживаемость таких компаний гораздо ниже, чем основанных представителями более старших возрастных когорт. Второе различие — в том, что экономическая и коммерческая среда в Северной Италии гораздо более сложная, чем в других частях страны, и бизнесу здесь сложнее развиваться. По этим двум причинам лобовое сравнение фирм, основанных в соответствии с законом № 44, с «типичными» итальянскими фирмами и объяснение любых различий в результатах деятельности таких фирм действием закона № 44 может обернуться занижением влияния.

Исследование [Deschoolmeester et al., 1998], сравнивающее стартапы выпускников Бизнес-школы Влерик, обнаружило различия в возрасте, отрасли и образовании между выпускниками и генеральной совокупностью предприятий. Все эти факторы влияют на последующее функционирование компании. Чтобы оценить различия в результатах функционирования фирм как следствие предоставленного обучения, необходима четкая оценка этих факторов.

Значит, необходимо более детально разобрать факторы, которые могут повлиять на работу поддерживаемых и неподдерживаемых фирм, и попытаться сохранить их неизменными. Этот процесс называется сопоставлением.

Шаг 5: Бенчмаркинг (соотнесение)

На шаге 5 исследователи выделяют специфическую «контрольную группу», с которой сравниваются поддерживаемые предприятия. Напри-

мер, если политика проводилась, чтобы повысить уровень выживаемости новых фирм, то нецелесообразно сравнивать уровни выживаемости поддерживаемых новых предприятий и просто типичных малых фирм, ибо неоднократно было показано, что молодые фирмы имеют более низкие коэффициенты выживаемости, чем устоявшиеся предприятия [Storey, 1994]. Также неоднократно отмечено, что более крупные фирмы имеют более высокий уровень выживаемости, чем более мелкие [Ibid.]. Отказ принимать во внимание эти элементы приведет к смещению картины. Равным образом, если программа была ориентирована на высокотехнологичные предприятия, то следует учитывать, что эта категория предприятий обычно имеет более высокий уровень выживаемости, чем МСП в целом. Значит, неразумно, сравнивая работу двух разных групп фирм, заключить, что различия в их выживаемости — сугубо результат мер соответствующей политики.

По этим причинам, как показано в табл. 7, оценивание на шаге 5 формально требует определить «контрольную группу» фирм. Они называются «соотносимыми» фирмами, и соотнесение обычно происходит по указанным в таблице четырем параметрам, которые оказывают влияние (хотя и различное) на особенности функционирования фирм. В принципе, «поддерживаемые» и «соотносимые» фирмы должны быть идентичными с точки зрения возраста, отрасли, типа владения и географии.

При таком подходе возможно сравнить работу обеих групп в течение одного и того же промежутка времени. Полученные результаты позволяют отнести любые различия между двумя группами на счет проводимой политики.

Как бы то ни было, табл. 7 свидетельствует, что даже здесь возникают технические и логические проблемы. Техническая проблема в том, что идеальное соотнесение одновременно по четырем критериям может быть сложным. Идеально такое соотнесение должно происходить непосредственно до введения политики, чтобы работа двух когорт могла быть проконтролирована во времени. На практике это редко происходит. Чаще информация о поддерживаемых фирмах становится доступна через какой-то период времени, и сопоставимая группа создается как часть оценивающей процедуры после внедрения мер политики, т.е. задним числом. Поэтому бывает довольно сложно точно оценить влияние политики на выживаемость, хотя это — ключевой элемент государственных инициатив в области поддержки МСП во многих странах¹.

¹ Классический пример — начатые в 1997 г. попытки оценить влияние программы «Бизнес-сети» в Великобритании. Предполагалось оценить результативность предоставления «мягкой» поддержки малым фирмам, причем «Бизнес-сети» начали работать уже за 3 года до того, как подходы к оцениванию на шаге 5 начали рассматриваться межведомственной рабочей группой по анализу влияния поддержки бизнеса.

Таблица 7. Бенчмаркинг: сравнение с контрольными группами фирм

ПОДХОД	Сравнение бенефициаров и «соотносимых» фирм на основе параметров:		
	– возраст – отрасль – права собственности – территориальное местоположение		
ПРОБЛЕМЫ	Идеальное соотношение трудно организовать		
	Смещение выборки:		
	– участвуют более «мотивированные» фирмы – необходимо выявление атрибутивных различий, связанных с процедурой, а не с мотивацией		
ПРИМЕРЫ			
Автор	Год	Тема	Страна
Westhead & Storey	1994	Технопарки	Великобритания
Lerner	1997	Компании, инвестирующие в малый бизнес	США
Hart & Scott	1994	Финансовая поддержка	Великобритания

Кроме технических проблем с построением выборки, возникают и логические проблемы. Ведь даже если четыре соотносимые характеристики постоянны, могут быть и другие факторы, которые изменяются и влияют на появление/возрастание различий между фирмами. Говоря в терминах экономики труда: при том, что принять во внимание «наблюдаемые величины» еще можно, учесть «не наблюдаемые переменные» гораздо сложнее [LaLonde, 1986; O’Higgins, 1994]. «Наблюдаемые величины» — это возраст, отрасль и другие вышеперечисленные факторы. К основным «ненаблюдаемым величинам» в данном контексте могут быть отнесены возможные связанные проблемы мотивации и отбора.

Рассмотрим сначала мотивацию; вполне может быть, что хотя фирмы и не различаются по «наблюдаемым» параметрам, те, что нацелены на получение поддержки, более динамичны и ориентированы на рост. Ими могут управлять лица, которые более осведомлены, более социализированы и больше открыты к новым идеям. Если мы сравним результаты поддерживаемых и неподдерживаемых фирм и найдем, что первые выигрывают у последних, то возникает желание приписать различия успехам политики. Но если две группы владельцев бизнеса различаются по мотивации, то любые различия в результатах деятельности фирм могут в действительности в большей мере отражать мотивацию, чем воздействие политики. Более мотивированные фирмы «самоотбираются», и это необходимо принимать во внимание.

Второй источник смещения возникает вследствие того, что исполнители программы отбирают некоторых кандидатов, и это называется

административным отбором. Примеры административного отбора включают Программу инновационных исследований в малом бизнесе (SBIR) в США [Lerner, 1997], закон № 44 в Италии или программу «Доверие в бизнесе» в Великобритании. Во всех трех программах лицо или предприятие подает заявку на участие. И далее выносится решение, подходит ли этот кандидат (мы исходим из того, что все претенденты в принципе соответствуют параметрам отбора, но ресурсов недостаточно, чтобы удовлетворить запросы всех кандидатов). В ходе данной процедуры отбора логично предположить, что отбирающие будут искать «лучшие» случаи, или по крайней мере будут стараться избежать «худших» вариантов. Иначе не было бы никакого смысла в самой процедуре отбора.

Предположим, что агенты, занимающиеся отбором, способны выносить обоснованные решения — иначе не было бы смысла в их работе. В этом случае итоги деятельности отобранной группы будут более позитивными по сравнению с «соотносимой» группой, даже если сама по себе политика содействия не принесла фирмам никаких выгод, — просто в силу того, что были изначально отобраны лучшие заявки. Поэтому нельзя сделать вывод, что все наблюдаемые различия в функционировании между поддерживаемыми и неподдерживаемыми фирмами можно приписать исключительно действию мер политики.

Два фактора, вероятно, могут еще более увеличить это смещение. Первый фактор — это степень конкуренции за финансирование. Если 99 из 100 кандидатов успешны, смещение выборки будет меньше, чем когда успешны только 10 из каждых 100 претендентов. Во-вторых, очень важна способность отбирающих принимать верные решения.

Поскольку многие меры поддержки малого бизнеса имеют селективный характер, то значительные ресурсы тратятся на процедуру выбора, поэтому — по крайней мере самим законодателям — необходимо иметь уверенность, что отбор имеет значение. Все довольно просто: чем больше обнаруженные различия зависят от самой процедуры отбора, тем значительнее дефляционный компонент политики, если она принимает во внимание только «наблюдаемые величины».

Шаг 6: Учет смещения оценки вследствие отбора

Как же преодолеть эти проблемы? Таблица 7 показывает, что процедуры, предлагаемые на шаге 6, дают возможность сравнить поддерживаемые и соотносимые фирмы, принимая во внимание смещение выборки. Могут быть применены два способа. Первый — это применение статистических техник, которые учитывают смещение выборки в явном виде. Эта практика стала стандартной в рамках литературы по экономике труда [Dolton et al., 1989; O'Higgins, 1994]. Анализ использует технику, впервые предложенную Хекманом [Heckman, 1976]. Если не прибегать к специальной терминологии: двухступенчатая процедура корректировки Хекмана сначала формулирует одно-единственное уравнение процедуры

отбора, а затем, когда уже известны факторы, «отобранные» процедурой, формулируется второе уравнение для объяснения различий в работе фирм, «очищенного» от изменений, обусловленных произведенным отбором.

Ценность этой процедуры — в том, что мера отбора может быть учтена. Так, из уравнения отбора можно вывести коэффициент (обратный отношению Миллса), который будет значим при существовании процедуры отбора. Если это не так, то процедура, использованная на шаге 5, абсолютно справедлива.

Там, где используется процедура отбора, влияние дефляции может быть очень значимым. Например, анализ влияния льготных консультационных услуг в Великобритании [Wren, Storey, 1998] показал, что без учета отбора политика повысила уровни выживаемости фирм на 16% за восьмилетний период и на 3% — за последние два года. Однако с учетом отбора выживаемость даже упала на 5% в долгосрочном периоде и на 2% в краткосрочном периоде.

Отказ от учета влияния отбора может поэтому приводить к серьезной переоценке эффективности воздействия политики, и способствовать ее одобрению политиками, при том что объективно такая политика весьма слабо работает на удовлетворение общественных интересов.

Многие политики, однако, не любят такие статистические методы, поскольку процедуры слишком сложны и неудобны с технической точки зрения. Их неудобство подтверждается работой [LaLonde, 1986], в которой сравнивается использование случайных панелей и эконометрического анализа и показывается, что первые показывают лучшие результаты. Случайные панели полезны, если целью является учет «отбора комитетом», но значимость этой техники ограничена, если анализируется явление «самоотбора». Если мы, например, отбираем предпринимателей, стремящихся поучаствовать в программе содействия в финансировании или оказания консультационной поддержки (примером могут быть итальянский закон № 44 или британская Программа инновационных исследований в малом бизнесе), то уместно произвести нормальный отбор, но в качестве контрольной группы допустить к участию в мероприятиях Программы случайную выборку кандидатов без отбора. Работу случайно отобранной группы следует оценить за тот же период времени, что и целевой группы отобранных кандидатов. Если отобранные претенденты значимо отличаются по наблюдаемым переменным от случайных кандидатов, то это должно быть учтено при анализе. Тем не менее основная задача для случайно отобранных групп — выявить влияние «административного отбора».

Политика может влиять на различия в работе поддерживаемой и контрольной групп после исключения влияния отбора.

Вторая часть табл. 8, тем не менее, показывает, что проблемы остаются и при использовании этих двух подходов. Многие аналитики считают, что действительно сложный статистический анализ, выполняемый при помощи двухступенчатой процедуры Хекмана, сложно объяснить простым

Таблица 8. Сравнение поддерживаемых и «сопоставимых» фирм с учетом определения выборки

ПОДХОД	*	Использование статистических техник: двухступенчатый Хекман	
		Оператор оценки и корректировки	
	*	Использование случайных панелей	
ПРОБЛЕМЫ	*	Политики (и некоторые академики) беспокоятся о статистической «подгонке»	
	*	Использование случайных панелей может означать, что государственные деньги направляются фирмам/людям, которые заведомо не выиграют	
ПРИМЕРЫ			
Автор	Год	Тема	Страна
Wren & Storey	1998	Субсидирование маркетингового консультирования	Великобритания
Westhead & Storey	1998	Программа трудоустройства студентов (STEP)	Великобритания

языком¹. Даже если они понимают его сами, политики, которым нужно объяснить двухступенчатый анализ Хекмана налогоплательщикам и малому бизнесу, рискуют быть обвиненными в использовании «статистических трюков». В силу из этих соображений данный метод непривлекателен.

В принципе, использование случайных панелей более предпочтительно, так как проще для понимания. И если с некоторой степенью уверенности удастся убедиться, что только незначительная доля фирм извлекает значительную выгоду из программы и что заранее ясны характеристики тех, кто выиграет, т.е. отбор точный — то это означает, что государственные средства тратятся на поддержку предприятий, которые не должны были бы в противном случае оказаться в выигрыше. Само предпринимательское сообщество могло бы с полным основанием сетовать на то, что деньги, которые могли бы быть использованы с пользой, тратятся на поддержку предприятий с заведомо плохими перспективами, чтобы просто оценить воздействие программы.

Итак, основной посыл в том, что отбор, будь то в форме «самоотбора», или же «административного отбора», — это важный вопрос. Если не учитывать эти факторы, то воздействие политики будет занижено. Там, где административный отбор превалирует, есть серьезные основания для использования метода случайных панелей. Там, где доминирует самоотбор, необходимо применять более сложный статистический анализ — даже если объяснение результатов представляется политикам слишком запутанным.

¹ Несмотря на то что «Хекман» сейчас является стандартной процедурой в таких статистических пакетах анализа, как STATA или LIMDEP, она недоступна в базовом пакете SPSS.

Заключение

Когда государственные средства направляются на поддержку МСП, жизненно необходимо осуществлять оценку проводимых мер. К сожалению, анализ невозможен, если не специфицированы ясные и, в принципе, измеримые цели. Очень часто цели либо не специфицированы, либо специфицированы настолько туманно, что они не могут быть использованы для оценки степени успешности политики. По нашему мнению, эти цели должны быть четко определены и реализовываться через систему исполнимых действий.

В данной статье также утверждается, что оценивание и мониторинг не идентичны. Мы рассматриваем мониторинг как систему сбора информации о фирмах-участниках реализации определенных процедур и финансовой информации об этих процедурах. Также мы определяем мониторинг как сбор и учет мнений бенефициаров по схеме. С другой стороны, оценивание позволяет сравнить результаты деятельности бенефициаров с результатами других групп индивидов и предприятий. К сожалению, большинство политических инициатив в странах ОЭСР чаще используют мониторинг, а не оценку. В терминологии статьи, данные исследования редко продолжаются далее шага 3, а во многих случаях — обрываются уже на шаге 1.

При процедуре оценивания возникают проблемы на всех стадиях, но в настоящий момент лучшая практика — это достижение шага 6. В нашем понимании, политика в области содействия новым МСП должна изначально предполагать, что — независимо от возможностей бюджета — будет реализован план оценивания как минимум на уровне шага 5. Правительства не выполняют своих обязательств по отношению к налогоплательщикам, если продолжают финансировать «оценивание», не достигающее уровня шага 5.

С точки зрения научного сообщества, важно, чтобы проводился как можно более комплексный анализ. Практически все меры политики для МСП включают элемент отбора: или «административный отбор», или «мягкий отбор». Задача исследователя — адресность выбора. Проблема, однако, в том, что награда для исследователя, скорее, связана с получением негативного результата. Потому что опыт, отмеченный в статье, предполагает, что чем глубже и точнее анализ, тем слабее обнаруживаемый вклад самой «политики». Дело в том, что образованный аналитик не приписывает политическим мерам тех изменений, которые произошли из-за влияния других факторов — например, структуры выборки и характеристики фирм.

К сожалению, реальная ситуация обычно состоит в том, что политики (хотя и не всегда) стремятся продемонстрировать высокую эффективность

своей политики. Поэтому они склонны симпатизировать «небрежным» аналитикам, которые способны убедительно «продемонстрировать» основные эффекты политических мер, и лишать своего расположения более «въедливых» экспертов.

Данный факт имеет серьезные последствия для научного сообщества; это означает, что мы рискуем попасть в изоляцию от политического сообщества, а потому не получим доступа к данным. Даже когда доступ есть, данные, скорее всего, не удастся собрать идеальным образом, т.е. до начала реализации политики, без данных о «сопоставляемых» фирмах не будет «административной выборки».

Таким образом, задача научного сообщества — убедить законотворцев, что в их долгосрочных интересах оценивать политику аккуратно, и начать оценивание еще до введения мер политики. К сожалению, эти идеи могут показаться немного наивными, так как политики с очень ограниченными бюджетами предпочитают «дешевые и восторженные» исследования, которые подтвердят «положительные» результаты, а не точные и качественные труды, в которых влияние политики будет выглядеть заметно слабее. А привлечение внимания к существующим государственным конкурсам на исследования лишь усиливает конкурентные преимущества «дешевой и благодушной» бригады.

Благодарность

Основные положения данной статьи были сформулированы благодаря участию автора в группе по оцениванию, собранной Андерсом Ландстрёмом из Шведского агентства исследований малого бизнеса (FSF). Статья, соответственно, опирается также на тот вклад, который внесли другие участники группы — Дэннис Де, Уильям Деннис, Луи Стивенсон и Джейн Уикмен, а также сам Андерс, Кристер Йомен и Хэкен Ботер. Тем не менее ключевой импульс для формирования этих идей автор сформулировал сам в ходе участия в Рабочей группе ОЭСР по МСП «Лучшая Практика».

Ранние версии статьи также были представлены на конференции «Процессы создания и консолидации предприятий» в Риме 12 декабря 1997 г., в Финляндии на конференции «Рост и создание рабочих мест в МСП», в Миккели 7–9 января 1998 г. и затем на конференции Международного совета по малому бизнесу в Сингапуре 8–10 июня 1998 г. Полезными полученными отзывами были во всех случаях. Особенно от Фрэнка Хоя, который указал на американскую литературу, не знакомую мне ранее. Также я благодарен за комментарии Марку Коулингу.

Литература

- Barclays Bank. Small Business Review. London: Penton Media, 1998.
- Bendick M.Jr., Egan M.L.* Transfer Payment Diversion for Small Business Development: British and French Experience // *Industrial and Labour Relations Review*, 1987. Vol. 40(4). P. 528–542.
- Bridge S., O'Neill K., Cromie S.* Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business. London: MacMillan, 1998.
- Brown Ch., Hamilton J., Medoff J.L.* Employers Large and Small. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- Christman J.J., Ryan Nelson R., Hoy F., Robinson R.B.* The Impact of SBDC Consulting Activities // *Journal of Small Business Management*. 1985. Vol. 23(3). P. 1–11.
- Cosh A., Duncan J., Hughes A.* Investment in Training and Small Firm Growth and Survival: An Empirical Analysis for the UK 1987–95. DfEE Report, 1998. No. 36.
- Deschoolmeester D., Schamp T., Vandenbroucke A.M.* The Influence of Management Training on Entrepreneurial Attitudes and Managerial Techniques of SMEs. deVlerick School of Management, Ghent, 1998.
- Dolton P.J., Makepeace G., van der Klaaw W.H.* Occupational Choice and Earnings Determination: The Role of Sample Selection and Non-Pecuniary Factors // *Oxford Economic Papers*. 1989. Vol. 41(3). P. 573–594.
- DTI. Small Business Action Update. London: Department of Trade and Industry, 1998.
- DTI. Evaluation of the Consultancy Initiatives — Third Stage: Report by Segal Quince Wicksteed Ltd. London: The Stationary Office, 1991.
- ENSR. The European Observatory for SMEs. Zoetermeer, Netherlands: EIM, 1997.
- Ernst & Young. Evaluation of Business Links. London: Department of Trade and Industry, 1996.
- Harrison R.T., Leitch C.M.* Whatever You Hit Call the Target: An Alternative Approach to Small Business Policy // *Small Firm Formation and Regional Economic Development* / ed. M.W. Danson. London; New York: Routledge, 1996.
- Hart M., Scott R.* Measuring the Effectiveness of Small Firm Policy: Some Lessons from Northern Ireland // *Regional Studies*. 1994. Vol. 28(8). P. 849–858.
- Heckman J.* The Common Structure of Statistical Models of Truncation, Sample Selection and Limited Dependent Variables and a Simple Estimator for Such Models // *Annals of Economic and Social Measurement*. 1976. Vol. 5(4). P. 475–492.
- House of Commons, Select Committee on Trade and Industry, 1998. Small and Medium Sized Enterprises, 6th Report. London: The Stationary Office, 1998.
- Hughes A.* Small Firms and Employment. ESRC Centre for Business Research WP 71. University of Cambridge, 1997.
- de Koning A., Snijders J.* Policy on Small and Medium Sized Enterprises in Countries of the European Community // *International Business Journal*. 1992. Vol. 10(3). P. 25–39.
- LaLonde R.J.* Evaluating the Econometric Evaluations of Training Programs with Experimental Data // *American Economic Review*. 1986. Vol. 76(4). P. 604–620.
- Lerner J.* The Government as Venture Capitalist: The Long Run Impact of the SBIR Programme. Harvard Business School, 1997.
- Moini A.H.* Small Firms Exporting: How Effective are Government Export Assistance Programs // *Journal of Small Business Management*. 1998. Vol. 36(1). P. 1–15.
- OECD (1995; 1996; 1997), Best Practice Policies for Small and Medium Sized Enterprises. Paris: OECD.

- O'Higgins N.* YTS, Employment and Sample Selection Bias // *Oxford Economic Papers*. 1994. Vol. 46(4). P. 605–28.
- Rogoff E.G., Lee M.-S.* Putting Government's Role in Perspective: The Impact of Government Programmes on Entrepreneurs and Small Business Owners // *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 1996. Vol. 1(1). P. 57–73.
- Storey D.J.* Understanding the Small Business Sector. London: Routledge/ITP, 1994.
- Storey D.J., Strange A.* Entrepreneurship in Cleveland 1979–1989: A Study of the Effects of the Enterprise Culture // *Employment Department, Research Series*. 1992. No. 3.
- Westhead P., Storey D.J.* An Assessment of Firms Located on and off Science Parks in the UK. London: HMSO, 1994.
- Wren C., Storey D.J.* Estimating the Impact of Publicly Subsidised Advisory Services upon Small Firm Performance: The Case of the DTI Marketing Initiative. SME Working Paper No. 58. Warwick: Warwick Business School, 1998.
-

ГАНС ЛАНДСТРЁМ

Достижения Дэвида Стори в исследованиях предпринимательства и малого бизнеса¹

Профессор Стори всегда был очень эффективен, добиваясь внимания и ученых, и неакадемической публики. Это очевидно, поскольку он наиболее часто цитируемый исследователь малого бизнеса в Европе. Вполне заслуженно его научные достижения оказали сильное влияние на качество обоснования, успешность и соответствие проводимой политики в области малого бизнеса результатам академических исследований.

Цель данного эссе — представить исследования Дэвида Дж. Стори, лауреата премии FSF-NUTEK за 1998 г. Будут охарактеризованы исключительно исследования, относящиеся к той области, за которую присуждается премия. Изложение начинается с краткого очерка научной карьеры лауреата и продолжается обзором наиболее важных исследовательских достижений.

Краткий очерк карьеры

В возрасте 21 года в 1968 г. Дэвид Стори получил степень по экономике в Университете г. Халла. В течение четырех лет после окончания университета он проработал в Департаменте торговли и промышленности, а затем в местных органах власти в Бэкингемшире. В 1974 г. получил должность научного сотрудника на факультете экономики в Университете Ньюкасла, совмещая ее с подготовкой диссертации по экономике окружающей среды на степень доктора философии, которая ему и была присвоена в 1978 г.

После того как срок договора с Университетом Ньюкасла истек, он получил место в Центре исследований окружающей среды — независимом исследовательском институте в Лондоне, причем проект Дэвида реализовывался в Мидлсборо (около 50 миль от Ньюкасла), где он изучал экономическое развитие территории. В 1981 г. Дэвид Стори вернулся в Университет Ньюкасла, на сей раз в Центр исследований городского и регионального развития, в котором и оставался почти шесть лет. В 1987 г. Дэвид Стори получил предложение от Центра малого и среднего предпринимательства в Уорикской школе бизнеса. Центр возглавлял Ян Уотсон. Спустя несколько лет Уотсон умер, и Дэвид Стори взял руководство

¹ Пер. с англ. Ю. Гулеевой.

Центром на себя. В начале 2000-х годов он по-прежнему занимал должность директора Центра.

Дэвид Стори, пожалуй, — наиболее выдающийся представитель исследователей малого бизнеса в Великобритании. Его исследования ориентированы на политику. Они содержат надежную, высококачественную эмпирическую работу, которая включает подробные обзоры литературы, тщательно продуманную методологию, глубокое объяснение и интересные выводы. В особенности заслуживают внимания его критические статьи более раннего периода — наряду с его способностью синтезировать знания и делать сложные явления понятными. Благодаря этому Стори удалось дать более сбалансированную картину малого бизнеса и показать его важность для экономики и социального развития и сделать исследования малого бизнеса более достоверным.

Несмотря на то что он — резкий критик господствующих подходов в политике по отношению к малому бизнесу, Стори оказал огромное влияние на политиков из разных европейских государств — и непосредственно, и через такие организации, как ЕС и ОЭСР.

Дэвид Стори сначала обратился к изучению процесса создания рабочих мест, особенно в менее благополучных регионах — например, в Северной Англии. Главным образом, эта тема раскрыта в его монографиях. В следующей части данной статьи будут представлены три его книги, отражающие вклад в изучение создания рабочих мест, и выводы из проводимых исследований для экономической политики. Дэвид Стори был координатором такой крупной исследовательской программы в 1980-х — начале 1990-х годов, как «Инициатива в области малого бизнеса» Совета по социально-экономическим исследованиям Великобритании. Программа получила массу интересных результатов, касающихся возможностей развития малого бизнеса. Стори резюмировал эти результаты в своей книге «Основные сведения о секторе малого бизнеса», краткое содержание которой изложено ниже. Кроме указанных исследований, Дэвид Стори работал еще в нескольких областях. Его исследования о создании новых фирм, рабочих мест и региональном развитии, а также о формальном обучении на малых предприятиях, как и анализ высокотехнологических компаний, будут представлены в последних трех разделах.

Исследовательский вклад

Создание рабочих мест и региональное развитие

В данном подразделе будут рассмотрены три ранние книги Дэвида Стори, основанные на исследованиях автора в области создания рабочих мест и регионального развития, — «Предпринимательство и новая фирма» (1982), «Создание рабочих мест и изменения на рынке труда» (совместно со Стивеном Джонсоном, 1987) и «Функционирование малых предприятий», написанная вместе с Кевином Кизи, Робертом Уотсоном и Пуреном Уинарциком, опубликованная также в 1987 г.

«Предпринимательство и новая фирма» (1982)

Книга «Предпринимательство и новая фирма» была опубликована в тот период, когда в малых фирмах Великобритании происходили заметные изменения. Количество малых предприятий росло с конца 1960-х годов, и это происходило именно в то время, когда британское правительство было уверено, что первостепенное значение имеют крупные корпорации, а экономическое развитие обусловлено ростом масштабов производства. Доклад Болтона (1971) предсказал рост и укрепление сектора малых предприятий, связанный с формированием более высокого уровня доходов населения, что приводило к росту спроса на уникальные товары и услуги, которые могли оптимальным образом предоставить именно малые фирмы. Это предсказание сбылось, и в течение 1970-х годов малые предприятия увеличили свою долю в ВВП и занятости в Великобритании.

В книге «Предпринимательство и новая фирма» Стори раскритиковал основания, объясняющие рост малого бизнеса, и сделал вывод, что роль малых фирм в развитии намного менее однозначна, чем предполагалось прежде. В дальнейшем он утверждал, что крупные предприятия по-прежнему создают большую часть новых рабочих мест (так же, как и отвечают за ликвидацию большинства упраздняемых рабочих мест), а мелкие предприятия производят увеличивающуюся долю совокупного продукта в большей степени вследствие падения спроса на товары крупных компаний, чем вследствие растущего спроса на продукцию именно малых предприятий. Кроме того, большинство малых фирм прекращают свое существование через несколько лет после своего создания, и практически все малые фирмы демонстрируют низкие темпы роста. Тем не менее это не умаляет важности тех немногочисленных малых фирм, которые показывают быстрый рост и которые станут в будущем важными производителями и работодателями.

Вполне возможно, что различие между малыми и крупными фирмами менее значимо по сравнению с различиями между старыми и новыми фирмами — слабые темпы экономического развития Великобритании после Второй мировой войны скорее можно объяснить низким коэффициентом рождаемости новых фирм, чем самим по себе наличием малых предприятий. Прибыль малых предприятий составляет значительную долю в экономике краев, регионов и государства. Однако достаточно сложно получить надежное знание, так как отсутствует общепризнанное определение малых фирм и данные о непроизводственных малых предприятиях.

Часть II книги была посвящена междисциплинарному изучению существующих теорий создания новой фирмы. Она включала исторический обзор роли предпринимательства в экономических учениях, а также затрагивала неэкономические аспекты (такие как роль классовых различий, образования, социального происхождения, личности предпринимателя и т.д.).

Часть III опиралась на эмпирическое исследование 301 новой фирмы в графстве Кливленд на северо-востоке Англии. Фирмы представляли все отрасли частного бизнеса, за исключением розничной торговли. Целью было описание процесса создания новой фирмы и личности основателей новых фирм. Были получены следующие результаты:

– Анализ личных качеств предпринимателей показал неоднозначные результаты с точки зрения влияния на создание фирмы. Стори заключил, что индивидуальные особенности незначительно влияют на создание предприятия.

– Было выявлено, что предприниматели неохотно обращаются в агентства, оказывающие вспомогательные услуги, — предприниматель склонен охранять собственную независимость и способность решать свои проблемы.

– Банки и финансовые компании были важными источниками внешнего финансирования новых фирм. Тем не менее банки, как оказалось, не слишком умело избегают инвестирования в убыточные компании, и их услуги вовсе не доминируют среди компаний с высокой прибылью.

– Новые фирмы вносят небольшой вклад в создание рабочих мест в краткосрочном периоде, но доля малых предприятий, предоставляющих значительное число рабочих мест, невелика.

Какие выводы для экономической политики могли быть получены из исследования? На региональном уровне Стори разработал показатель «потенциала предпринимательства», основанный на таких факторах, как доля малых фирм в регионе, численность управленческих и руководящих кадров, доступность капитала в регионе, доля фирм, работающих в отраслях с низкими барьерами входа, и региональное распределение доходов. Было показано, что регионы Великобритании значительно различаются по уровню предпринимательской активности (самый высокий показатель — на юго-востоке Англии, а самое низкое значение — в северных регионах). Стори утверждал, что богатые регионы быстрее реагируют на благоприятные условия для создания новых предприятий, чем менее обеспеченные регионы. Таким образом, меры политики, направленные на поддержку новых и малых предприятий, окажутся успешнее в более богатых регионах, и наоборот, регионы с высоким уровнем безработицы извлекут мало пользы из этих мер (этот аргумент в дальнейшем был развит в работе [Storey, Johnson, 1987]).

На уровне государственной политики в 1970-х годов были внедрены многие меры для стимулирования малого бизнеса в Великобритании. Стори утверждает, что существует тенденция воспринимать все меры не критично, в надежде, что они принесут выгоды — малые фирмы создадут новые рабочие места и новое богатство. Стори полагает, что такой «эйфорический» взгляд на потенциальный вклад малого бизнеса не подкреплён фактами, и не существует определенной меры экономической политики, которая была бы всегда успешна в стимулировании малого бизнеса. Стори подвергает сомнению стремление политиков ставить малый бизнес в более благоприятные условия.

«Создание рабочих мест и изменения на рынке труда» (1987)

1970-е годы могут быть охарактеризованы как период «социального кризиса», который вобрал в себя ряд масштабных структурных изменений в обществе: (1) нефтяные кризисы, которые вызвали ряд значительных изменений в мировой экономике (или совпали с ними); (2) изменение отношения молодежи к проблемам выбора рабочего места — крупные компании стали казаться скучными и бюрократизированными, а более мелкие компании — считаться динамичными и предоставляющими среду для раскрытия творческих возможностей; (3) период конца 1970-х — начала 1980-х годов связан с крупными политическими изменениями — приходом к власти Рональда Рейгана и Маргарет Тэтчер; оба были избраны на волне устремлений к снижению власти государства и предоставлению больших возможностей гражданам.

В книге «Создание рабочих мест и изменения на рынке труда» (1987) Дэвид Стори и Стивен Джонсон попытались описать и объяснить изменения, произошедшие на рынке труда с начала 1970-х годов. Главное достоинство этой книги, однако, — методологический подход, критический обзор данных и логики предыдущих работ, посвященных малым фирмам и созданию рабочих мест, а также более достоверная и сбалансированная интерпретация результатов предыдущих исследований. Основные выводы книги можно резюмировать следующим образом:

– Стори и Джонсон выступили со всесторонней критикой исследования Бёрча «Процесс создания рабочих мест» (1979) и пришли к выводу, что Бёрч переоценил вклад малых фирм в создание новых рабочих мест. Попытки повторить исследование Бёрча были произведены во многих странах, и результаты показали, что (1) масштаб фактически созданных малыми фирмами рабочих мест не так значителен, как показывал Бёрч, и (2) доля новых и растущих малых фирм, создающих сколько-нибудь значительное число новых рабочих мест, относительно невелика.

– Нет простого и универсального объяснения относительного роста числа малых фирм в экономике. Стори и Джонсон использовали три разных географических региона в качестве примеров: Бирмингем (Великобритания), Бостон (США) и Болонья (Италия). В каждом из этих регионов малые фирмы приобрели большее значение, но по разным причинам. В Болонье рост сектора малых предприятий был обусловлен системой размещения малых предприятий в промышленных зонах, где они специализировались на высококачественной продукции, а координация осуществлялась продавцами с международными связями. В Бостоне рост малого бизнеса был связан с благосостоянием, создаваемым высокотехнологичными фирмами, простимулирован военными расходами и концентрацией высших учебных заведений, что привело к массовому росту потребительского спроса, который, в свою очередь, и удовлетворяли малые предприятия. В Бирмингеме малым фирмам «пришлось» стать более значимыми в процессе сокра-

щения и реструктуризации крупных предприятий. В развитых экономиках будут встречаться элементы всех трех моделей, и необходимо иметь в виду, что меры экономической политики должны быть различны для каждой из них.

Главный вывод Стори и Джонсона состоит в том, что вовсе не количество, а качество малых фирм определяет функционирование экономики, и лишь относительно небольшое число фирм становится основным драйвером роста в экономике.

«Функционирование малых предприятий» (1987)

Интерес к малому бизнесу возрос в 1980-е годы и Маргарет Тэтчер провела ряд мер по стимулированию сектора малых предприятий в Великобритании. Некоторые из этих инициатив — такие как «Программа пособий на создание новых предприятий», — были предназначены для увеличения числа вновь создаваемых предприятий, в то время как другие меры были направлены на уже существующий малый бизнес. Данные инициативы были нацелены на поддержание и увеличение занятости и основывались на определенных фундаментальных предположениях, как то: (1) сектор малых предприятий мог бы процветать, если бы государственное регулирование было сокращено, следовательно, малые фирмы следует освободить от некоторых налогов и предписаний; (2) малые фирмы — в невыгодном положении в сравнении с крупными, например в вопросах финансирования и в уровне накопленных знаний, следовательно, государственная политика должна компенсировать этот дисбаланс; (3) идеологическое обоснование значимости сектора малых предприятий; (4) необходимо привлечь внимание к возможности создания малого предприятий или самозанятости тех, кто никогда об этом не задумывался.

Книга «Функционирование малых предприятий» (1987), написанная в соавторстве с Кевином Кизи, Робертом Уотсоном и Пуреном Уинарциком, в основном предназначена политикам и нацелена на формирование более глубокого понимания процесса создания рабочих мест в малом бизнесе.

Выводы основаны на анализе 636 независимых производственных предприятий Северной Англии с менее чем 200 работниками. Авторы показали, что малые фирмы не могут рассматриваться как «уменьшенные версии» крупных публичных компаний и что большое количество эмпирических исследований, основанных на анализе опыта работы компаний, зарегистрированных на фондовой бирже, не могут дать ничего политикам, готовящим законопроекты по малому бизнесу.

Основными мерами политики британского правительства по отношению к существующему малому бизнесу были тогда содействие снижению операционных издержек и увеличение их рентабельности в расчете на создание большего числа рабочих мест. Политика была направлена преимущественно на уровень «операционной прибыли» малых фирм. Однако Стори смог установить лишь незначительную связь между высокой операционной прибылью и увеличением

числа рабочих мест. Зато больше рабочих мест создавали фирмы с высоким уровнем «нераспределенной прибыли». Таким образом, государственная политика должна обращать больше внимания на характер распределения прибыли, нежели на уровень текущей прибыли малого бизнеса. Кроме того, молодые предприятия не только были более прибыльны, но и росли быстрее старых компаний.

Также выяснилось, что только малая толика фирм способствует росту занятости, или, как сформулировали Стори с соавторами [Storey et al., 1987, p. 152]): «В долгосрочном периоде обнаруживается, что треть рабочих мест создается менее чем 4% предприятий, начинающих свою деятельность». В свете данного факта наиболее привлекательная стратегия — сконцентрировать государственное финансирование на быстрорастущих компаниях. Однако есть аргументы против такой политики: государственному сектору сложно «выбрать победителей» — рост общего числа новых предприятий, видимо, приведет к росту в том числе и группы быстро растущих компаний; направлять государственные ресурсы на финансирование небольшой группы фирм, исключая большинство, — несправедливо. Тем не менее Стори пришел к выводу, что всеохватывающая помощь всем малым предприятиям едва ли станет эффективной в терминах создания новых рабочих мест, и представил обоснование для более избирательной политики в отношении малого бизнеса, направленной на те малые предприятия, которые имеют потенциал и устремленность к росту.

Прогнозирование банкротства. Одна из важных характеристик малых фирм — это высокая частота их банкротств; банкротств среди малых предприятий почти в 10 раз больше по сравнению с крупными компаниями. Важно было попытаться объяснить высокую долю банкротств среди малых предприятий, чтобы разработать модели прогнозирования, которые сделают технически возможным определение индикаторов угрозы банкротства.

Стори и его коллеги провели серию статистических исследований. Были оценены три индекса потенциального банкротства: рентабельность, ликвидность и соотношение собственного и заемного капитала компании. Предположили, что больше вероятность обанкротиться у фирм с меньшей рентабельностью и ликвидностью и с меньшим соотношением заемных средств к собственным. При использовании однофакторного анализа данные гипотезы подтвердились. Однако коэффициенты показали высокую дисперсию, т.е. данный подход не оптимален при прогнозировании.

Чтобы преодолеть эту проблему, был применен многомерный дискриминантный анализ, причем «лучшие» модели прогнозирования включали «движение денежных средств» и «коэффициенты структуры активов» в большей степени, чем ликвидность и рентабельность. При логистическом анализе оказалось, что важность рентабельности и ликвидности была преувеличена, а соотношение заемных и собственных средств компании оказалось незначимым фактором. Во всех исследованиях значимыми, но сложно выделяемыми оказались два других фак-

тора — возраст бизнеса и существование различий в уровне банкротства между отраслями. В анализ были включены некоторые качественные параметры, и он показал, что банкротство малой фирмы положительно коррелировало с меньшим количеством членов руководства фирмы, квалифицированной отчетностью, сделанной аудиторами в последнем году, более длинными лагами между подачей заявок и получением займов, выданных банками.

«Основные сведения о секторе малого бизнеса» (1994)

Книга «Основные сведения о секторе малого бизнеса», опубликованная в 1994 г., появилась благодаря решению Совета по социально-экономическим исследованиям профинансировать исследовательскую программу по малому бизнесу. В 1987 г. Дэвид Стори был назначен координатором этой программы. Программа была разделена между тремя исследовательскими центрами, каждый из которых должен был бы сосредоточиться на основной теме: Центр в Кингстонском политехническом (ныне Университет г. Кингстон), курируемый Джеймсом Керраном, рассматривал роль малых фирм в секторе услуг, Центр в Кэмбриджском университете под руководством Алана Хьюза изучал экономический вклад малых фирм, а Центр в Институте исследований рабочей силы в Университете Сассекса с директором Джоном Аткинсоном сосредоточился на малых фирмах и рынке труда. В дополнение было выполнено 13 отдельных исследовательских проектов на различные темы. Исследование проводилось между 1989 и 1992 гг. На основе материалов этой исследовательской программы был опубликован ряд статей, а также три монографии по основным темам проекта: различия между городским и сельским малым бизнесом [Curran, Storey, 1992], занятость [Atkinson, Storey, 1993] и финансы [Hughes, Storey, 1994].

Книга «Основные сведения о секторе малого бизнеса» — одна из самых цитируемых работ Дэвида Стори. В ней он соединил большое количество исследований по данной теме, не в последнюю очередь и проекты, бывшие частью исследовательской программы по малому бизнесу Совета по социально-экономическим исследованиям. Осуществив их синтез, Дэвид Стори пришел к важным в политическом отношении выводам. Краткое изложение основных выводов по разным темам, затронутым в книге:

– Развитие малого бизнеса в Великобритании (глава 2). Стори доказал, что малые предприятия важны для экономического развития и что занятость и выпуск промышленной продукции выросли в Англии с конца 1960-х годов. Рост самозанятости в Великобритании в это время может быть объяснен сочетанием повышения уровня безработицы, снижения реального уровня пособий по безработице, государственных программ, снижения уровня самозанятости по сравнению с другими странами и технологическими изменениями, особенно — возрастающей ролью информации в экономике.

– Изменения количества фирм — рождение, смерть и рост (главы 3–5). Исследования показали, что новые фирмы значимо влияли на число предприятий в экономике, но доля вновь образованных компаний значимо варьировалась в зависимости от отрасли, периода времени, страны или региона. Данные различия, скорее всего, связаны с ожидаемой рентабельностью и существованием входных барьеров. Таковы основные факторы, необходимые для понимания отраслевых различий в образовании новых предприятий. Ключевым фактором, объясняющим пространственные и временные различия в образовании новых фирм, является также рентабельность, измеренная уровнем совокупного спроса в экономике, но важны еще и доступность капитала и реальная ставка процента.

Смерть фирм — важная характеристика сектора малых предприятий: молодые фирмы имеют более высокую вероятность потерпеть неудачу, чем старые, а более мелкие — скорее разориться, чем их более крупные аналоги. Наиболее сильное влияние на выживаемость молодых фирм оказывает способность расти в течение короткого периода времени после основания. Характеристика предпринимателя как личности (например, возраст, пол, образование), с другой стороны, не влияют на успешность работы бизнеса (за исключением образования). Значит, ни сами стартапы, ни третьи лица не могут объяснить, благодаря каким параметрам человек может преуспеть в бизнесе. Успех можно «вычислить», только действуя в качестве предпринимателя и оценивая функционирование самого бизнеса.

Быстро растущие фирмы составляют лишь малую толику всех малых предприятий, ибо большинство малых фирм не хочет расти, но эти быстрорастущие фирмы вносят значительный вклад в создание рабочих мест. Можно выделить три основных фактора, влияющие на рост малой фирмы: (1) происхождение/ресурсы предпринимателя(ей) (например, мотивация, образование и управленческая команда); (2) природа самой фирмы (например, более молодые и маленькие фирмы растут быстрее, существуют отраслевые и пространственные различия); (3) стратегические решения менеджмента (например, структура владения компанией и способность определить ее нишу). Эти моменты необходимо правильно сочетать, чтобы достичь роста, который, в свою очередь, порождает ряд проблем. Обычно препятствия для расширения компании бывают связаны с финансами, проблемами на рынке труда и рынками.

– Занятость и финансы (главы 6 и 7). Стори пришел к выводу, что малые фирмы США и Англии создают новые рабочие места быстрее более крупных предприятий, хотя их вклад отнюдь не так высок, как его первоначально оценивал Дэвид Бёрч. Более того, мелкие предприятия были более надежными в создании рабочих мест: они оказались менее подвержены макроэкономическим условиям, независимо от стадии бизнес-циклов в экономике. Однако качество рабочих мест было ниже по сравнению с местами в крупных фирмах в том, что касается, например, заработной платы, дополнительных льгот и обучения. С другой стороны, в малых фирмах наблюдается достаточно высокий уровень гармонии межличностных отношений на работе.

Банки — основные источники внешнего финансирования для многих малых предприятий, но взаимоотношения между банками и малыми фирмами часто являлись объектом для острой критики. По мнению Стори, проблемы происходят из (1) природы контракта: контракт предполагает несение банком риска снижения стоимости залога в полной мере, но выигрыш от увеличения стоимости фиксирован; (2) структуры затрат финансовых институтов — удельные затраты на выдачу займов малых объемов оказываются слишком высокими.

Способность малых фирм создавать занятость и сложности доступа к финансированию всегда были двумя вопросами, стоявшими в центре внимания государственной политики. Стори анализирует государственную политику по отношению к малому бизнесу в главе 8. Вот некоторые его выводы. Во-первых, значимость сектора малых предприятий во многих странах такова, что невозможно более обсуждать экономическую политику без определения роли малого бизнеса в экономике. Во-вторых, когда существует широкий спектр возможных политических инициатив в области поддержки малых предприятий, политика проводится поэтапно, под давлением лобби малых фирм или макроэкономических изменений. Правительствам необходимо сформулировать ясную политику по отношению к сектору малых предприятий, включая ряд уже существующих мер, четко определяя цели и задачи каждой меры в измеримых терминах, чтобы таким образом стало возможно оценивать эффективность политик (дальнейшее развитие данной темы рассмотрено в работе [Storey, 2000]).

Создание новой фирмы, рабочих мест и региональное развитие

Интерес Дэвида Стори к образованию новой фирмы, созданию рабочих мест и региональному развитию зародился уже достаточно давно и нашел выражение в монографиях и ряде статей. Как было показано, его интерес к этим темам восходит к работе Дэвида Бёрча, опубликованной в 1979 г. Тем не менее Стори во многих аспектах подверг критике полученные Бёрчем результаты, причем критика касалась не только методологии, но и применимости выводов к Англии (см., например, [Storey, 1981; Storey, Johnson, 1986; 1987; 1990]).

Собственные исследования Дэвида Стори в этой области изначально были основаны на данных, собранных в Северной Англии в 1980-е годы. В нескольких статьях Стори показал, что условия регионального рынка труда имеют огромное значение при объяснении региональных различий в количестве вновь создаваемых фирм. Например:

- В ряде предшествующих работ делались предположения о наличии связи между числом новичков и возможным размером будущих прибылей, но данное предположение редко проверялось. В эмпирических исследованиях в Северной Англии и Восточном Мидленде [Storey, Johnson, 1987] удалось обнаружить слабую связь между этими параметрами. В то же время исследование показало, что основным фактором, влияющим на уровень образования новых фирм,

оказалась интенсивность сворачивания рабочих мест в регионе, единственной альтернативой которого становится самозанятость. Связь между ростом безработицы и созданием новых фирм обычно объясняется с разных сторон [Storey, 1991]. Согласно гипотезе «притяжения», новая фирма образуется, когда у индивида появляется возможность войти на рынок, и вероятность этого события тем выше, чем интенсивнее спрос. Обратная гипотеза «выталкивания» предполагает, что в условиях вялого рынка и высокой безработицы с большей вероятностью будут образовываться новые фирмы — даже если ожидаемый доход от самозанятости низкий, он все же выше, чем ожидаемый уровень пособий по безработице. Возможна, однако, и третья гипотеза, предполагающая нелинейную связь между безработицей и образованием новых фирм: при низкой безработице увеличение числа теряющих работу приведет к увеличению доли создаваемых фирм, но как только будет достигнут «критический» порог безработицы, дальнейшее увеличение безработицы приведет к сокращению числа вновь создаваемых фирм — например, из-за меньших возможностей для бизнеса на неактивном рынке.

• Связь между размером фирмы и ее функционированием также слабо изучена, и в основном на примере достаточно крупных фирм. Обычно предполагалось, что темп роста фирмы не зависит от ее размера (так называемый закон Жибрата), но Эванс [Evans, 1987] доказал, что закон Жибрата не действует в секторе малых предприятий, где рост и размер фирмы находятся в обратной зависимости. Чтобы объяснить функционирование сектора малого бизнеса, как оказалось, необходимо учитывать и возраст фирмы (причем, например, рост замедляется с возрастом в более молодых фирмах, но может даже увеличиваться с возрастом в старых компаниях), и число объектов, владельцем которых является данный малый предприниматель. Сходные результаты были получены Стори [Storey et al., 1987]. В дальнейшем он более основательно изучил эти факты и обнаружил некоторые причины различий в динамике развития малых и крупных компаний [Storey, 1989]. Он установил, что многие владельцы быстрорастущих малых предприятий имели долю участия еще не менее чем в одной другой компании и что рост был положительно связан с долей операционной прибыли, оставленной внутри компании. Из этих наблюдений Стори предположил, что задача владельцев малого бизнеса состоит в максимизации дисконтированного во времени потока доходов из портфолио активов. Это могло бы объяснить тот факт, что владельцы более одного бизнеса вероятнее будут иметь и быстрорастущую компанию, и фирму с высокой вероятностью банкротства. Портфолио компаний постоянно регулируется через образование новых и закрытие старых фирм. Однако отсюда становится понятно, на каком предмете должен быть сфокусирован анализ при изучении малого бизнеса. Хотя статистическая информация обычно собирается по действующим или создаваемым фирмам, все же наиболее уместная единица анализа — это сами предприниматели.

Дэвид Стори интересовался не только региональным развитием Северной Англии. Вместе с Полом Рейнольдсом и Полом Уэстхедом он получил задание от Европейской Комиссии (DG XXIII) координировать сравнение уровня образования новых фирм в разных странах, включая Францию, Германию, Италию, Швецию, Великобританию и США [Reynolds, Storey, Westhead, 1994a; 1994b]. Задачей сравнения было объяснить, почему одни регионы в тех или иных странах отличаются более высоким уровнем образования новых фирм, чем другие, и обсудить, какой вклад государственная политика может внести в увеличение числа создаваемых новых предприятий в регионе. Основное предположение заключалось в том, что уровень образования новых фирм зависит от семи детерминант, которые оказывают решающее влияние на экономику региона: (1) рост спроса; (2) уровень урбанизации/агломерации; (3) уровень безработицы; (4) уровень благосостояния индивидов/домохозяйств; (5) доля малых предприятий и отраслевая специализация; (6) политические идеалы и (7) государственные расходы/государственная политика. Результаты показали, что средний уровень рождаемости новых фирм примерно одинаков по странам и что региональные различия образования фирм также примерно одинаковы по странам — в самых динамичных с точки зрения появления новых фирм регионах годовой уровень их рождаемости в 2–4 раза выше, чем в наименее динамичных.

Как можно объяснить эти различия? Исходя из основных детерминант, воздействующих на создание новых фирм, объяснения достаточно единообразны в разных странах. Три фактора имеют определенное и положительное влияние на рождаемость фирм: рост спроса (прирост населения и возрастание его доходов), численность предприятий (с преобладанием малых фирм) и уровень урбанизации, позволяющий реализовать преимущества агломерации.

Эти результаты привели авторов к вопросу: что может сделать государство для повышения уровня рождаемости фирм? Согласно Рейнольдсу с соавторами [Reynolds, Storey, Westhead, 1994b], попытки стимулировать рождаемость фирм могут быть разделены на (1) общие попытки повысить эффективность работы предприятий, т.е. выстроить инфраструктуру, и (2) более целенаправленные попытки влияния на предпринимательский процесс, т.е. снижение транзакционных издержек для малых фирм. Тем не менее с региональной точки зрения кажется, что меры по стимулированию рождаемости предприятий, осуществляемые на национальном уровне, больше помогают более богатым в социально-экономическом отношении регионам, т.е. не селективные меры политики, не встроенные в региональное планирование, приведут лишь к росту расслоения регионов (см. также [Storey, 1982]).

Кроме того, Стори исследует направления политики по стимулированию создания фирм. Меры по стимулированию рождаемости новых предприятий могут быть менее эффективны с точки зрения создания рабочих мест, чем дотирование уже действующих фирм с потенциалом быстрого роста — тех фирм,

которые спустя некоторое время обеспечат большинство рабочих мест, продажи и экспорт. Этот аргумент в дальнейшем анализируется у Стори [Storey, 1993], где он утверждает, что влияние государственной политики, стимулирующей стартапы, неопределенно — значительная часть вновь созданных фирм становится банкротами в первые же годы, а подавляющее большинство вновь созданных рабочих мест на выживших компаниях сконцентрировано в очень малом числе фирм. Таким образом, политика должна быть направлена на предприятия с высоким потенциалом роста.

Новые высокотехнологические фирмы

Со времен новаторского доклада Arthur D. Little Consulting Group [Little, 1977], сравнивающего высокотехнологические предприятия США с компаниями из Великобритании и Германии, интерес к высокотехнологическим фирмам оставался высоким у политиков во многих европейских странах, включая Великобританию. Дэвид Стори с соавторами Брюсом Тезером и Полом Уэстхедом написал несколько статей о важности высокотехнологических фирм.

Изменение отраслей — аналитическая основа

Самая известная модель, объясняющая развитие отраслей промышленности, — это модель жизненного цикла, которая предполагает, что отрасль проходит стандартный эволюционный путь с течением времени. Модель жизненного цикла оказала огромное влияние на многие области, и не в последнюю очередь — на политиков, обсуждающих роль новых высокотехнологических фирм в обновлении промышленности. Тем не менее валидность модели жизненного цикла оставалась под вопросом, высказывались также утверждения, что эта модель подходит для изучения только массовых рынков и неприменима к отраслям, в которых нет возможности осуществить продуктовую или процессную инновацию. Также можно утверждать, что модель дает слишком оптимистичную интерпретацию роли высокотехнологических фирм в промышленном развитии — она постулирует, что некоторые новые высокотехнологические фирмы в будущем дорастут до крупных, подводя к выводу, что способность экономики производить большое количество высокотехнологических фирм — главное условие промышленного возрождения и будущей индустриальной силы.

Вместе с Брюсом Тезером Дэвид Стори представил альтернативную концепцию, которая дает возможность описать модель развития отраслей. Модель [Tether, Storey, 1998; 1997] выделяет четыре типа отраслей, которые характеризуются двухфакторными изменениями во времени: число единиц (предприятий или учреждений), работающих в отрасли, и уровень занятости. Данная модель позволяет представить «жизненный цикл» производственных изменений.

Тезер и Стори протестировали концепцию на примере ряда высокотехнологичных отраслей и сравнили отраслевые изменения между странами. Они пришли к выводу, что отрасли высокотехнологичных услуг (компьютерные услуги, технические услуги и исследовательские услуги) в Европе практически повсеместно следовали тенденции расширения в 1980-е годы, что способствовало росту как числа компаний, так и уровня занятости. Высокотехнологичные производственные отрасли (компьютеры и офисная техника, электроника, лекарственные препараты и оборудование), наоборот, во многих европейских странах характеризовались ростом числа предприятий при снижении занятости. Это выражалось в росте числа малых предприятий и снижении числа больших компаний. Поскольку отрасли высоких технологий важны для будущей занятости, эти выводы весьма примечательны. Преимущественное развитие высокотехнологичных услуг оказывается менее благоприятным для малых предприятий как источника обновления экономики.

Работа высокотехнологичных фирм

Как уже отмечено, в течение длительного времени среди политиков усиливались опасения относительно перспектив и возможностей создания новых высокотехнологичных фирм — ведь технологические инновации играют решающую роль в оживлении экономики. Между тем знание о факторах, обеспечивающих выживание таких фирм, было очень ограниченным. Стори с соавторами [Westhead, Storey, Cowling, 1995; Storey, Strange, 1992] провели с 1986 по 1992 г. лонгитюдное исследование, чтобы оценить выживаемость высокотехнологичных фирм и определить факторы, влияющие на выживание высокотехнологичных фирм, созданных в британских технопарках в 1986 г. Всего было проведено 284 личных интервью, 183 из которых были с фирмами из технопарков. В 1990 г. была проведена новая волна исследования с фирмами из технопарков, участвовавших в прошлом опросе. Из 183 компаний, размещавшихся в технопарке в 1986 г., лишь 31 были отнесены к банкротам (на том основании, что предприятие больше не относится к числу торгующих).

Исследование Уэстхеда [Westhead et al., 1995] в огромной степени основано на работе Арнольда Купера (в особенности [Cooper, Gimeno-Gascon, Woo, 1994; Cooper, 1993]). Оказалось, что весьма небольшой список переменных «отвечает» за выживаемость высокотехнологичных фирм. Хотя в анализ было включено 69 переменных — все они были взяты из прошлых работ, — только 13 обнаружили сильную корреляцию с выживанием. Однако наиболее интересно, что среди выявленных переменных не нашлось ни одной «технологической» переменной — значит, факторы, воздействующие на выживаемость высокотехнологичных фирм, ничем не отличаются от переменных, значимых для других предприятий.

В целях дальнейшей разработки результатов и особенно изучения важности формальных и неформальных связей между высокотехнологичными фирмами

и высшими учебными заведениями, Уэстхед и Стори [Westhead, Storey, 1995] провели анализ, основанный на новой базе данных — выборке из 110 фирм, расположенных в научных парках Великобритании. Выяснилось, что в 1986 г. многие технопарки были относительно молоды и что связь между отраслью и вузами были слабее, чем изначально предполагалось. Однако фирмы в технопарках имели более высокую вероятность сотрудничества с местными вузами, чем фирмы вне технопарков, и — что более интересно — высокотехнологичные фирмы, сотрудничающие с местными вузами, независимо от расположения, имели больше шансов выжить. Вывод таков, что кооперация между высокотехнологичными фирмами и местными учебными заведениями важна для выживания фирмы и что менеджеры технопарков, отвечающие за связи с промышленностью со стороны вузов, играют важную роль в поощрении и стимулировании более формальных связей между высокотехнологичными предприятиями и вузами с течением времени.

Как можно поддерживать высокотехнологичные компании? Основываясь на анализе мер государственной политики по поддержке высокотехнологичных фирм в ЕС, Стори и Тезер [Storey, Tether, 1998] пришли к выводу, что в большинстве стран поддержка высокотехнологичных фирм не отличается от мер, доступных другим типам фирм. Однако, утверждали они, высокотехнологичные фирмы — «особенные»: (1) у них отдача от НИОКР отложена во времени и является неопределенной, и поэтому труднее точно рассчитать их успех, причем (2) высокотехнологичные фирмы могут иметь короткое «окно возможностей». Политики должны учитывать эти особенности и требования высокотехнологичных предприятий, и меры политики следует фокусировать именно на них.

Подготовка управленческих кадров на малых фирмах

Третья тема исследований Дэвида Стори, которую он поднимает в работе «Основные сведения о секторе малого бизнеса» (1994), связана с проблемами формального обучения управленческих кадров в малых фирмах. Широко известно, что малые фирмы гораздо менее охотно, чем крупные компании, предоставляют своим сотрудникам возможность формального обучения. В другой работе [Storey, Westhead, 1997] дается два объяснения, почему в малых фирмах уделяется сравнительно меньше времени формальным тренингам:

– Тезис «незнание» — предполагается, что владельцы малых предприятий недооценивают выгоды для бизнеса от предоставления обучения управленцам и наемным работникам, поэтому государству необходимо убедить владельцев бизнеса, что расширение образовательных программ отразится на работе фирмы.

– Тезис «рынок» — малые предприятия предоставляют меньше обучения не потому, что не осознают выгод, а скорее из-за того, что владельцы малых фирм сталкиваются с более высокими удельными издержками на образовательные программы, извлекая из них меньше выгод по сравнению с крупными компаниями.

Среди политиков, кажется, более распространенным является тезис о «незнании», подразумевающий наличие провалов рынка, и этим соображением оправдывают государственные субсидии. Однако же существуют разумные соображения и эмпирические данные против аргумента о «незнании», которые лежат в основе «рыночного» объяснения — и тогда доводы в пользу государственных субсидий на расширение образовательных программ представляются слабыми.

В работе Стори и Уэстхеда [Storey, Westhead, 1997] предлагается несколько объяснений, почему малые фирмы менее охотно предоставляют формальное обучение для управленцев по сравнению с крупными фирмами. Существует несколько причин со стороны спроса: (1) обучение менеджмента приносит выгоду скорее в долгосрочном, чем в краткосрочном периоде, и чем меньше фирма, тем меньше вероятность того, что она может просуществовать достаточно долго и получить преимущества, полученные от обучения управленцев; (2) вероятность потерять уже прошедшего формальное обучение менеджера у малых фирм выше; (3) внутри малых компаний не существует внутреннего рынка труда для работников, стремящихся занять руководящую позицию; (4) малые фирмы имеют более высокие затраты обучение в расчете на одного работника, они не могут распределить фиксированные издержки на большее количество работников. Но также существуют и доводы со стороны предложения — например, такие, что более трудоемко по времени и более дорого готовить организаторов тренингов на малых фирмах. Кроме того, неоднородность малых предприятий приводит к повышению цены услуг по обучению для каждой фирмы, если организатор тренинга стремится предложить индивидуальные курсы, чтобы удовлетворить специфические запросы каждой индивидуальной фирмы. Итак, если малые фирмы реже обучают своих управленцев, то это необязательно свидетельствует о несовершенствах рынка, основанных на незнании.

Важность формального обучения в малых фирмах обычно обосновывается предположением, что существует прямая линейная связь между обучением менеджмента и функционированием компании. Однако Стори и Уэстхед [Storey, Westhead, 1994; Westhead, Storey, 1996] не обнаружили надежных результатов исследований, демонстрирующих ясное отношение между предоставлением тренингов для менеджмента и улучшением работы малых предприятий. Более того, изучая средние по размеру компании Великобритании, Стори не обнаружил прямой связи между обучением и функционированием компаний, однако и «отношение к» образованию, и «практика» образования, и обучение и развитие оказались положительно связаны с функционированием компании [Storey, 2002]. Таким образом, он пришел к выводу, что есть разумные аргументы против, так же как весьма слабые эмпирические данные в пользу объяснения низкой интенсивности обучения менеджмента в малых компаниях с точки зрения «незнания». Это ставит под сомнение соответствующие государственные программы для малого бизнеса, которые обычно основаны на доводе «незнания».

Что можно позаимствовать у других стран для обучающих программ малого бизнеса? Стори [Storey, 2004] сравнил шесть стран ОЭСР (Канада, Финляндия,

Германия, Япония, США и Великобритания) и проанализировал их формальную политику обучения на малых предприятиях. Результаты показывают четкие международные различия, отражающие национальные особенности в процессе обучения:

– Чаще всего привлекаются независимые частные организаторы тренингов в США. Неявно предполагается, что предпринимательство — «повальное» стремление, обусловленное особенностями культуры, и опасений банкротства практически нет, т.е. всегда достаточно тех, кто находчив, стремится открыть свое дело, готов учиться на своих собственных ошибках. Во многих случаях они обанкротятся, но начнут все заново.

– Противоположный подход существует в Германии, где торгово-промышленные палаты и профессиональные ассоциации играют главную роль в формальном обучении для малых фирм.

– Предоставление формального обучения государственными организациями имеет место в основном в Японии, которая имеет длительную историю государственного обучения управленцев в малых компаниях через организации, имеющие государственную поддержку, как, например, Агентство малых и средних предприятий (SMEA) и Японская корпорация малого бизнеса (JSBC). Похожая ситуация — в Финляндии, с ее Центрами занятости и экономического развития и в какой-то степени — в Канаде с более чем 400 Сервисными центрами для малого бизнеса.

Государства склонны поддерживать формальное обучение, так как оно дает квалификацию, признаваемую всеми работниками, и государству легче проконтролировать финансирование и убедиться, что тренинги действительно были проведены. С другой стороны, малые фирмы не поддерживают формальное обучение, но чаще, чем крупные компании, склонны предоставлять услуги тренингов на «неформальной» основе. Таким образом, задача государства заключается во внедрении американского подхода, предполагающего, что опыт — наиболее эффективный метод обучения для малых фирм, в некоторой степени получаемый и через неудачи, что к тому же формирует иное отношение к банкротству и возможности неудач в бизнесе.

Литература

- Atkinson J., Storey D.J.* (eds). *Employment, the Small Firm and the Labour Market*. London: Routledge, 1993.
- Cooper A.C.* Challenges in Predicting New Firm Performance // *Journal of Business Venturing*. 1993. Vol. 8(3). P. 241–253.
- Cooper A.C., Gimeno-Gascon J.F., Woo C.Y.* Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance // *Journal of Business Venturing*. 1994. Vol. 9(5). P. 371–395.
- Curran J., Storey D.J.* (eds). *Small Firms in Urban and Rural Locations*. London: Routledge, 1992.

- DTI, 1991. Evaluation of the Consultancy Initiatives — Third Stage: Report by Segal Quince Wicksteed Limited. London: The Stationary Office, 1991.
- DTI, 1998. Small Business Action Update. London: Department of Trade and Industry, 1998.
- Evans D.S.* The Relationship between Firm Growth, Size and Age: Estimates for 100 Manufacturing Industries // *Journal of Industrial Economics*. 1987. Vol. 35(4). P. 567–582.
- Heckman J.* The Common Structure of Statistical Models of Truncation, Sample Selection and Limited Dependent Variables and a Simple Estimator for Such Models // *Annals of Economic and Social Measurement*. 1976. Vol. 5(4). P. 475–492.
- Hughes A., Storey D.J.* (eds). *Finance and the Small Firm*. London: Routledge, 1994.
- Little A.D.* *New Technology-Based Firms in the United Kingdom and the Federal Republic of Germany*. London: Wilton House, 1977.
- Reynolds P.D., Storey D.J., Westhead P.* Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates: An Editorial Overview // *Regional Studies*. 1994a. Vol. 28(4). P. 343–346.
- Reynolds P.D., Storey D.J., Westhead P.* Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates // *Regional Studies*. 1994b. Vol. 28(4). P. 443–456.
- Storey D.J.* *Entrepreneurship and the New Firm*. London: Routledge, 1982.
- Storey D.J.* Firm Performance and Size: Explanations from the Small Firm Sector // *Small Business Economics*. 1989. Vol. 1(3). P. 175–180.
- Storey D.J.* The Birth of New Firms — Does Unemployment Matter? A Review of the Evidence // *Small Business Economics*. 1991. Vol. 3(3). P. 167–178.
- Storey D.J.* Should We Abandon Support to Start-up Businesses? // *Small Firms: Recession and Recovery* / eds F. Chittenden, M.R. Robertson, D. Watkins. London: Chapman, 1993. P. 15–26.
- Storey D.J.* *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge, 1994.
- Storey D.J.* Six Steps to Heaven: Evaluating the Impact of Public Policies to Support Small Businesses in Developed Economies // *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship* / eds D.L. Sexton, H. Landström. Oxford: Blackwell, 2000.
- Storey D.J.* Education, Training and Development Policies and Practices in Medium-sized Companies in the UK: Do They Really Influence Firm Performance? // *Omega*. 2002. Vol. 30(4). P. 249–264.
- Storey D.J.* Exploring the Link, among Small Firms, between Management Training and Firm Performance: A Comparison between the UK and Other OECD Countries // *International Journal of Human Resource Management*. 2004. Vol. 15(1). P. 112–130.
- Storey D.J., Johnson S.* *Job Generation and Labour Market Change*. Basingstoke, Hants: Macmillan, 1987.
- Storey D.J., Johnson S.* Job Generation in Britain: A Review of Recent Studies // *International Small Business Journal*. 1986. Vol. 4(4). P. 29–46.
- Storey D.J., Johnson S.* Regional Variations in Entrepreneurship in the U.K. // *Scottish Journal of Political Economy*. 1987. Vol. 34(2). P. 161–173.
- Storey D.J., Johnson S.* A Review of Small Business Employment Data Bases in the United Kingdom // *Small Business Economics*. 1990. Vol. 2. P. 279–299.
- Storey D.J., Jones A.M.* New Firm Formation — A Labour Market Approach to Industrial Entry // *Scottish Journal of Political Economy*. 1987. Vol. 34(1). P. 260–274.
- Storey D.J., Keasey K., Watson R., Wynarczyk P.* *The Performance of Small Firms. Profits, Jobs and Failures*. London: Croom Helm, 1987.
- Storey D.J., Strange A.* Where Are They Now? Some Changes in Firms Located on UK Science Parks in 1986 // *New Technology, Work and Employment*. 1992. Vol. 7. P. 15–28.

- Storey D.J., Tether B.S.* New Technology-based Firms in the European Union: An Introduction // *Research Policy*. 1998. Vol. 26(9). P. 933–946.
- Storey D.J., Westhead P.* Management Development in Small and Medium-sized Enterprises with Growth Potential. London: CBI, 1994.
- Storey D.J., Westhead P.* Management Training in Small Firms — A Case of Market Failure? // *Human Resource Management Journal*. 1997. Vol. 7(2). P. 61–71.
- Tether B.S., Storey D.J.* Smaller Firms and the Evolution of Technology-based Sectors in Europe // *Innovation Measurement and Policies: Conference Proceedings* / ed. A. Arundel. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1997. P. 197–203.
- Tether B.S., Storey D.J.* Smaller Firms and Europe's High Technology Sectors: a Framework For Analysis and Some Statistical Evidence // *Research Policy*. 1998. Vol. 26(9). P. 947–971.
- Westhead P., Storey D.J.* Links between Higher Education Institutions and High-technology Firms? // *Omega*. 1995. Vol. 23(4). P. 345–360.
- Westhead P., Storey D.J.* Management Training and Small-firm Performance: Why Is the Link so Weak? // *International Small Business Journal*. 1996. Vol. 14(4). P. 13–24.
- Westhead P., Storey D.J., Cowling M.* An Exploratory Analysis of the Factors Associated with the Survival of Independent High-technology Firms in Great Britain // *Small Firms: Partnership for Growth* / eds F. Chittenden, M.R. Robertson, I. Marshall. London: Paul Chapman, 1995. P. 63–99.
-

Научное издание

Современные классики теории предпринимательства

Лауреаты Международной премии
за вклад в исследования предпринимательства
и малого бизнеса (1996–2010)

Зав. редакцией *Е.А. Бережнова*
Редакторы *Е.С. Артоболевская, Н.Б. Бартошевич*
Художественный редактор *А.М. Павлов*
Компьютерная верстка: *О.А. Пелипенко*
Корректор *Е.Л. Качалова*

Подписано в печать 28.05.2013. Формат 70×100 1/16
Гарнитура Newton С. Усл. печ. л. 42,9. Уч.-изд. л. 35,4
Тираж 600 экз. Изд. № 1476

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел./факс: (499) 611-15-52