

Боброва О.С.¹, Ковалева А.С.¹

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Как делать? Российские предприниматели о бизнесе (по результатам опроса 2014 года): цели и мотивы

АННОТАЦИЯ:

В данной статье рассматриваются результаты опроса российских предпринимателей малого и среднего бизнеса, проведённого в 2014 году. Наше исследование выявило зрелость и ответственность бизнесменов, позволяющую им преодолевать экономические кризисы. Как показал анализ, термин «бизнес» до сих пор встречает настороженное отношение как в российском обществе, так даже среди самих предпринимателей, хотя 47% участников опроса засвидетельствовали улучшение отношения общества к бизнесу.

Настоящее исследование раскрывает следующие аспекты современного российского бизнеса: цели и мотивы предпринимателей, что именно приносит им радость в бизнесе, социальная ответственность малого и среднего бизнеса, отношения предпринимателей к конкурентам, прикладные аспекты нравственности в России, инновации в предпринимательской деятельности, планирование бизнеса, взаимодействие бизнеса и государства, трудности осуществления предпринимательской деятельности и основные ресурсы современного бизнеса. Кроме того, респонденты сформулировали ряд советов начинающим предпринимателям.

Исследование проводилось с использованием трёх методов: устный опрос респондентов (формализованные интервью), письменный опрос и литературный обзор российских и англоязычных источников.

Научным вкладом статьи можно считать выяснение факторов высокой удовлетворённости профессией российскими предпринимателями (выявление причин счастья/радости в бизнесе), уточнение нравственных принципов российского бизнеса в современных условиях, прояснение инновационного процесса в российском малом и среднем бизнесе и установление зависимости степени развитости КСО в малом и среднем бизнесе от стажа предпринимательской деятельности владельца предприятия.

Для публикации полных результатов исследования в одном журнале статья была разделена на три части. В этом номере публикуется первая часть, содержащая литературный обзор, методику опроса и анализ ответов респондентов на вопросы об отношении общества к бизнесу, о сущности и о целях бизнеса.

Авторы выражают признательность к.э.н. И.А. Боброву (СПбГЭУ) за предложение названия статьи, соответствующего содержанию и динамике текста.

Авторы выражают благодарность участникам рабочей группы по проведению опроса предпринимателей: Д.О. Павленко, Д.К. Спичёнок, Г. Прокшиной, Е.В. Шувалову, А. Касьяновой и М. Фенделю.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: бизнес, российское предпринимательство, корпоративная социальная ответственность, инновационный менеджмент в малом бизнесе, стартапы в России, конкуренция, деловая этика

JEL: L25, L26, M13, M14

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Боброва, О.С., Ковалева, А.С. (2015). Как делать? Российские предприниматели о бизнесе (по результатам опроса 2014 года): цели и мотивы. *Российское предпринимательство*, 16(15), 2313-2334. doi:

[10.18334/rp.16.15.551](https://doi.org/10.18334/rp.16.15.551)

Боброва Ольга Сергеевна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления предприятиями (olbobrova@hotmail.com)

Ковалева Анна Сергеевна, канд. соц. наук, доцент, кафедры международного менеджмента

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 26.06.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 17.08.2015

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: <http://dx.doi.org/10.18334/rp.16.15.551>

(с) Боброва О.С., Ковалева А.С. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский



Введение

В 2014 году Россия пережила серию экономических шоков. Волнения на Украине нарушили экономические связи многих предприятий, присоединение Крыма заставило Российскую Федерацию пересмотреть бюджет, введение экономических санкций со стороны ряда стран и ответных санкций России напрямую затронуло многие компании разного масштаба. Падение курса рубля в последнем квартале 2014 года и резкое повышение цен на многих рынках обернулось настоящим финансово-экономическим кризисом, сравнимым с дефолтом 1998 года. Платёжеспособный потребительский спрос колебался, политические и экономические явления заставляли задуматься о перспективах бизнеса в России.

Как раз в это время (с марта по ноябрь 2014 года) был проведён опрос российских предпринимателей, который показал, что люди высказывают зрелые и взвешенные суждения, переосмысливают свой бизнес в новых условиях, отказываются от переноса ответственности за свои ошибки на государство, конкурентов или другие внешние факторы. В этой статье мы не ставим традиционные вопросы «Что делать?» и «Кто виноват?», а представляем читателям анализ ответов предпринимателей на вопросы о бизнесе под общим заголовком «Как делать бизнес в России?» Наши респонденты сделали свой выбор (ответили для себя на вопрос «Что делать?») – они строят бизнес в России; они не ищут виновных в трудностях, с которыми сталкиваются (не спрашивают – «Кто виноват?»). А более созидательный вопрос – как делать? – всё-таки стоит и решается в России непрерывно. Российские предприниматели знают ответ и делятся своим опытом с начинающими бизнесменами.

Литературный обзор и теоретические основы исследования

Феномен предпринимательства в России привлек особое внимание российских и зарубежных исследователей в пост-советский период. По настоящее время деятельность индивидуальных предпринимателей, малого и среднего бизнеса, менеджеров, выполняющих функции субъектов бизнеса, изучается в связи с широким спектром факторов развития предпринимательства: от институциональной среды до эмоционального саморегулирования руководителей (*Ageev, Gratchev, Hisrich, 1995; De Melo, Ofer, Sandler, 1995; Hisrich, Grachev, 1993*). Рядом авторов предприняты попытки объяснения влияния институциональных факторов и

внутриорганизационных параметров на успешное развитие малого и среднего бизнеса в России (*Volchek, Henttonen, Edelmann, 2013; Volchek, Jantunen, Saarenketo, 2013; Shirokova, Vega, Sokolova, 2013*). Портрет предпринимателя современной России, с одной стороны, отражает палитру многообразия региональных и отраслевых особенностей и, с другой, подвержен постоянной трансформации в связи с изменяющимися экономическими условиями (*McCarthy, Puffer, 2013; Ojala, Isomäki, 2011; Taipale-Eräväla, Heilmann, Lampela, 2014*). Поэтому в нашей стране всегда актуален мониторинг текущего состояния бизнеса.

Опросы предпринимателей проводятся в России более двадцати лет. Они характеризуются различным масштабом и вниманием к отдельным сторонам бизнеса. Известен международный многолетний проект «Глобальный мониторинг предпринимательства»¹, в рамках которого проводится анкетирование тысяч предпринимателей и выясняются условия ведения бизнеса в разных странах. В последние годы в этом исследовании появился новый аспект – оценка предпринимателями собственного качества жизни. В 2013 году «в России наблюдался один из наиболее значительных разрывов в оценке своего благополучия предпринимательской частью населения и непредпринимательской»².

Поэтому одна из задач нашего исследования заключалась в том, чтобы глубже исследовать данную проблему и выяснить, что именно способствует высокому качеству жизни предпринимателей в России. Что приносит им счастье в профессиональной деятельности? По нашему мнению, самые привлекательные моменты в жизни предпринимателя могут служить ему/ей мотивами для дальнейшего развития бизнеса в России. Мы, как и другие исследователи (*Åslund, 2012; Shakhovskaya, Akimova, 2013; Zhuplev, Shtykhno, 2009*), обратились к анализу мотивации бизнесменов, которая прояснялась в процессе их интервьюирования.

Так, для респондентов одним из важных мотивов начала собственного бизнеса является потребность в самореализации, что способствует развитию чувства счастья. В целом, исследователи отмечают, что при соблюдении баланса удовлетворения потребностей разных уровней иерархии (от базовых, до информационных, личностных

¹ Официальный сайт [Global Entrepreneurship Monitor](http://www.globalentrepreneurshipmonitor.com).

² Верховская, О.Р., Дорохина, М.В., Сергеева, А.В. (2014). *Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2013* (С. 45). СПб: Высшая школа менеджмента.

и духовных), у человека наблюдается более высокая степень удовлетворённости жизнью (в широком значении этого слова) (*Sirgy, Wu, 2009*).

Например, Джошанло М. и Вейжерс Д. в своей статье сравнивают представления о счастье в разных культурах, подчеркивая также связь между счастьем и другими жизненными ценностями, например, успехом. Так, авторы со ссылкой на работу Любомирского С.³ отмечают, что в России счастье или успех часто воспринимаются негативно. Частично это может быть объяснено существованием в российском обществе убеждения о том, что каждый, кто в России счастлив или успешен, достиг этого нечестным путем (*Joshanloo, Weijers, 2014; P. 726*). Это мнение также нашло некоторое подтверждение среди наших респондентов, занимающихся предпринимательской деятельностью в сфере торговли: «<граждане – авторы> считают, что торговля – это зарабатывание денег ни на чём (деньги из воздуха), непонимание затрат торговли» (С.В. Шувалова).

Байндер М. и Коуд А. на примере британских предпринимателей исследуют вопрос о влиянии самозанятости на удовлетворенность жизнью (*Binder, Coad, 2013*). Авторы выделяют две группы предпринимателей: вынужденное предпринимательство (безработные организуют собственный бизнес) или предпринимательство как возможность (наемные сотрудники решают начать свое дело). При этом бывшие наемные сотрудники, начавшие собственное дело, более удовлетворены жизнью по сравнению с предпринимателями, бывшими ранее безработными, и также безработными, принятыми на работу в компанию. Респонденты нашего исследования, начав собственный бизнес, не жалеют об этом и рекомендуют желающим начинать свой бизнес в России.

Известно влияние различных факторов на развитие предпринимательства, например: уровень агломерации, транспортная инфраструктура (*Zazdravnykh, 2014*), доступность финансовых ресурсов, меры государственной поддержки и др. В нашем опросе мы выявили препятствия к развитию бизнеса в регионах исследования. Многие исследователи также отмечают трудности бизнеса в России. В частности, Ляманова Е.А. (*Ляманова, 2014; С. 34*) из Мордовии сообщает, что

³ Lyubomirsky, S. (2000). *In the pursuit of happiness: Comparing the US and Russia* (Report at the Annual Meeting of the Society of Experimental Social Psychology "Happiness, Hope, Optimism and Maturity: Social Psychological Approaches to Human Strengths", Atlanta, Georgia).

местные малые и средние предприятия страдают от недостаточного финансового, имущественного и информационного обеспечения, от недостаточного уровня профессиональной подготовки руководителей и специалистов. Один из наших респондентов также указал, что в России «малый бизнес губит безграмотность малого бизнеса..., как производная неопытности товарно-денежных отношений». Остальные респонденты назвали несколько других аспектов, что делает картину условий бизнеса в России более полной (см. табл. 6).

Другая задача состояла в исследовании проблематики развития корпоративной социальной ответственности (КСО) в компаниях среднего и малого бизнеса, которая находится в центре внимания в публикациях по деятельности таких предприятий по всему миру (*Fassin, Van Rossem, Buelens, 2011; Ryan, O'Malley, O'Dwyer, 2010; Preuss, Perschke, 2010; Russo, Perrini, 2010*), что подтверждает актуальность этого аспекта исследования. В литературе можно найти системный обзор работ, посвященных КСО (*Vázquez-Carrasco, López-Pérez, 2013; Vo, 2011*), а настоящая статья дополняет международные исследования практическими данными из России.

Все наши респонденты подчеркнули существенное значение социальной ответственности в ведении их бизнеса, некоторые отметили роль христианских традиций, которые сильны в российском обществе (*Joshanloo, Lepshokova, Panyusheva, et al., 2014; P. 256*). Среди отечественных исследователей распространено убеждение, что «малому предпринимательству в России достаточно сложно придерживаться концепции социальной ответственности ввиду причин финансовой нестабильности и непонимания собственной социальной значимости» (*Джинджолия, 2011*). Проведённый нами опрос опровергает указанную позицию. Вообще, следует подчеркнуть, что по вопросам развития КСО в России наблюдается всё ещё недостаток публикаций международного уровня, тем более подробно не рассматривается отдельно КСО малого и среднего бизнеса. Общий анализ ситуации в этой сфере со специализацией только на крупном бизнесе даёт статья И.А. Морозовой и И.А. Бритвина (*Morozova, Britvin, 2013; P. 441*).

Интересно отметить, что по результатам исследования взаимосвязи между такими параметрами, как вероисповедание, представление о том, что конкуренция – это положительное явление и утверждение о себе, как о счастливом человеке, проведённого Дж. Барриосом в 2014 году, православные верующие меньше всех

поддержали тезис о положительном значении конкуренции (18%) по сравнению, например, с евангелистами (49%) и протестантами (44%) (*Barrios, 2014; P. 613*). В проведенном нами исследовании предприниматели не рассматривают конкуренцию как негативное влияние, уважительно относятся к своим конкурентам. Также подчеркнем, что соконкуренция способствует технологическим инновациям в малом и среднем бизнесе (*Gnyawali, Park, 2009*).

Бизнес в России повышает свой профессиональный уровень, взаимодействуя с многочисленными стейкхолдерами. В процессе развития КСО предприниматели России испытывают воздействие не только непосредственно общества, но и государства. Очень многие предприниматели в последние десятилетия высказывались по отношению к государству резко негативно. Глобальный Мониторинг Предпринимательства свидетельствует, что бизнесмены до сих пор говорят о государственной политике как о важном мешающем факторе⁴. Ещё иногда предприниматели подчёркивают: даже если закон принимается хороший, его неудачно внедряют на местах, и получается вред, а не польза⁵. Зато в 2014 году нам удалось выявить иное мнение: некоторые предприниматели считают, что «наше государство очень мудрое и терпеливое»⁶. Те представители бизнеса, которые понимают важность постепенного увеличения налоговых перечислений, находят поддержку со стороны государства. Уровень образования предпринимателей имеет здесь ключевое значение. В ходе нашего опроса предпринимателей жалоб на коррупцию в органах государственной власти не было зафиксировано вообще. Этот результат согласуется с выводами регулярного опроса, проводимого Институтом народнохозяйственного прогнозирования РАН в течение более десяти лет: в апреле-мае 2014 года исследователи зафиксировали 36% ответов руководителей предприятий о том, что они за последние 2–3 года вообще не испытывали коррупционного давления со стороны государственных чиновников (*Кувалин, Моисеев, 2014*).

Еще одной из задач стало изучение инновационных аспектов малого и среднего предпринимательства, так как бизнес в любой стране – всегда, в той или иной степени, инновационное явление. Опубликован

⁴ Официальный сайт [Global Entrepreneurship Monitor](http://GlobalEntrepreneurshipMonitor.com).

⁵ Боброва, О.С. (2014, 15 мая). *Интервью с кандидатом экономических наук, доцентом Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета О.Р. Верховской.*

⁶ Боброва, О.С. (2014, 3 сентября). *Интервью с П.В. Базуновым, гендиректором и совладельцем ООО «Райл-02» (Компания «ДИЛОР»).*

ряд работ, посвященных инновациям в малом бизнесе, исследователи тестируют влияние на инновационный процесс различных параметров, таких как: отрасль, особенности управления, наличие и размер сети коммуникаций с другими компаниями и др.⁷

Наряду с этим также проводились лонгитюдные исследования с комбинированием качественных и количественных методов сбора и анализа данных для изучения инноваций в малом и среднем бизнесе (*Humphreys, McAdam, Leckey, 2005*).

Инновации и эффективность малых и средних предприятий зависят также от уровня индивидуализма в культуре. Если на первоначальных стадиях создания бизнеса важны лидерские качества основателей, то для дальнейшего продвижения бизнеса, в том числе и поддержания инноваций, важна коммуникация между сотрудниками компании (*Rosenbusch, Brinckmann, Bausch, 2011; P. 447*).

В странах с невысокими значениями индивидуализма взаимосвязь между инновациями, особенно в сфере предпринимательства, и эффективностью сильнее, чем в странах с более выраженным индивидуализмом (авторы проводят расчеты для ряда стран, без рассмотрения России). Соответственно, можно предположить, что в российском обществе с менее чем средним значением индивидуализма (39)⁸ будут наблюдаться выше средних показатели инновационной активности предпринимателей. Так, респонденты подчеркивают, что каждый из них постоянно совершенствует свою деятельность, учитывая новые тенденции рынка и меняющиеся запросы клиентов.

Для инноваций важно поддерживать коммуникацию с различными стейколдерами: государством, другими компаниями, университетами⁹ и др. (*Карлик, Платонов, Тихомиров и др., 2013; Lipparini, Sobrero, 1994; Massa, Testa, 2008*). Другими словами, государственное стимулирование инновационной политики для малого и среднего предпринимательства не является достаточным условием для успешности инновационных инициатив со стороны участников рынка.

В целом, инновационная активность в малом и среднем бизнесе зависит от структурных, контекстуальных и лидерских характеристик предпринимателей и их фирм (*Chang, Hughes, 2012*). В настоящей статье

⁷ См., например: *Hausman, 2005; Nataraajan, Angur, 2014*.

⁸ См. сайт [Центра Хофстеда](http://www.hofstede.com/).

⁹ Академическая среда играет одну из ключевых ролей в инновациях. См. более подробно, например: *Ковалева, 2013; Ковалева, Швецова, 2013*.

нам удалось выявить роль инноваций в современном российском малом и среднем бизнесе по свидетельству наших респондентов – см. раздел статьи «Основные результаты».

В заключение литературного обзора также отметим, что данная статья, представляя результаты исследования особенностей современного бизнеса в России, может также рассматриваться как вклад в сравнительную экономику (comparative economics) по двум причинам. Во-первых, компаративисты изучают влияние качества развития институтов на экономические процессы (Мидзобата, 2014; С. 26), а бизнес, являясь с одной стороны институтом рыночной экономики, а с другой стороны – субъектом модернизации (Боброва, Бобров, 2015), в России в 2014 году оказался, как показал наш опрос, достаточно зрелым именно для преодоления тех кризисных явлений, которые фиксируются в отечественном народном хозяйстве уже несколько лет. Во-вторых, корпоративная социальная ответственность (КСО) служит ключом к пониманию перспектив развития бизнеса в разных странах (Mizobata, 2010), и дополнительное исследование взаимодействия бизнеса и общества в России может пролить свет на своеобразие отечественных рыночных структур и их архитектуру, таким образом давая больше возможностей исследователям сравнивать экономические системы. Мы таким образом создаём предпосылки для дальнейших международных сравнительных исследований предпринимательства и КСО.

Гипотезы и задачи исследования

Что позволяет предпринимателям в России развивать свой бизнес десятилетиями? Как делать бизнес в России? – этот вопрос вынесен в название статьи. В пятнадцати вопросах нашей анкеты мы пытались выяснить мнение наших респондентов об их собственном бизнесе, о них самих, как предпринимателях, и о бизнес-среде, сформировавшейся в России в настоящее время.

Считается, что главной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли. Мы проверили эту гипотезу и сделали следующий логический шаг, увязав цели бизнеса с мотивацией предпринимателей и выяснив, что именно приносит им радость/счастье в бизнесе? То, что радует предпринимателей, очевидно, должно выступать мотивом их бизнеса, не так ли? Будет ли главной радостью в бизнесе получаемая прибыль? Сформулируем гипотезу, что основные мотивы бизнеса в России всё же нематериальны. Вторая

гипотеза – КСО в России относится только к крупному бизнесу, а малому и среднему трудно выжить, поэтому такие компании проявляют невысокую социальную активность в отношении внешних стейкхолдеров, по сравнению с бизнесом в других странах (*Mizobata, Bobrova, Fukukawa, 2014*), например. Следующая гипотеза отражала наличие взаимосвязи между масштабом бизнеса и возможностями для инноваций в предпринимательской деятельности. Другими словами, считается, что малый и средний бизнес ограничен в финансовых средствах для реализации полного инновационного цикла.

Кроме того, предположим также, что предприниматели враждебно относятся к конкурентам.

Поскольку авторы настоящей статьи являются преподавателями экономического ВУЗа, одной из задач исследования было – выяснить, каких знаний не хватает сегодняшним российским предпринимателям, какие навыки и компетенции у своих выпускников должны формировать университеты, чтобы работодатели брали их на работу, какие сложности существуют в бизнес-среде в России сейчас, каково отношение к бизнесу в обществе, какие трудности преодолевают действующие предприниматели и какие советы они могут дать начинающим. С учётом всех многочисленных трудностей бизнеса, отмечаемых обычно в опросах российских предпринимателей¹⁰, мы предполагали, что самым распространённым советом для начинающих будет: и не пытайтесь открывать свой бизнес в России. К нашей радости, эта гипотеза не подтвердилась. В разделе «Основные результаты исследования» читатель найдёт перечень компетенций, необходимых современному российскому предпринимателю, по мнению участников опроса.

Методика опроса

В период с марта по ноябрь 2014 года Бобровой О.С. и рабочей группой добровольцев из Санкт-Петербургского государственного экономического университета (студенты и выпускница кафедры экономики и управления предприятиями – всего 6 человек) был проведён опрос российских предпринимателей и экспертов. В ходе исследования нами было опрошено 33 предпринимателя из шести регионов России, одна предпринимательница из Латвии, работающая в

¹⁰ Верховская, О.Р., Дорохина, М.В., Сергеева, А.В. (2014). *Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2013*. СПб: Высшая школа менеджмента.

том числе на российском рынке, а также два эксперта в сфере развития бизнеса в России: председатель комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга Э.И. Качаев и доц. каф. стратегического и международного менеджмента Высшей Школы Менеджмента СПбГУ, руководитель российской части международного исследовательского проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства», к.э.н. О.Р. Верховская. Для опроса была составлена специальная анкета из 15 вопросов. Двенадцать интервью Боброва О.С. провела в Санкт-Петербурге лично. Таким образом, у нас собралось 36 заполненных анкет и стенограмм наших интервью с предпринимателями и экспертами (транскриптов записей интервью).

Отбор участников для опроса происходил на базе сети личных и профессиональных контактов Бобровой О.С., Ветровой Е.Н.¹¹ и Цыбукова С.И.¹², а также участников рабочей группы, созданной в СПбГЭУ. Критерием отбора респондентов был успешный опыт предпринимательства в России, так как «<...> достоверным или компетентным следует считать знание, которое приобретено респондентом в процессе достаточно длительной (обычно многолетней) практической деятельности» (*Белановский, 1992*). География опроса включает 6 российских регионов – Санкт-Петербург, Ленинградская область, Псковская область, г. Екатеринбург, Архангельская область, республика Коми и г. Ригу, Латвия. 46% опрошенных составили женщины, 54% – мужчины. Возраст предпринимателей не являлся критерием выборки, фактически разброс по возрасту опрошенных получился значительным – примерно от 25 до 60 лет.

Стаж в бизнесе предпринимателей-участников опроса характеризуется диаграммой, представленной на рисунке 1.

Таким образом, большинство участников опроса – это опытные предприниматели со стажем в бизнесе 18–22 года, пережившие в своём деле уже не один кризис. В каждой группе стажа (менее года, более 22 лет, 4–6 лет, 7–10 лет и т.д.) состав участников по полу распределился довольно равномерно. Например, предприниматели со стажем менее года, 7–10 лет, а также 12–15 лет внутри этих групп распределились строго поровну. В выборке средний стаж у бизнес-леди составил 14 с лишним лет, а у предпринимателей сильного пола – 13,6 лет. В 1990-е

¹¹ Профессор кафедры экономики и управления предприятиями СПбГЭУ.

¹² Генеральный директор [НПО по переработке пластмасс им. Комсомольской Правды](#), г. Санкт-Петербург.

годы в бизнес первыми направились мужчины, но очень скоро к ним присоединились женщины, и сейчас в сфере предпринимательства в России представлены и те, и другие. Наибольшая группа предпринимателей-участников нашего опроса – это опытные профессионалы, готовые поделиться своими знаниями с молодёжью.

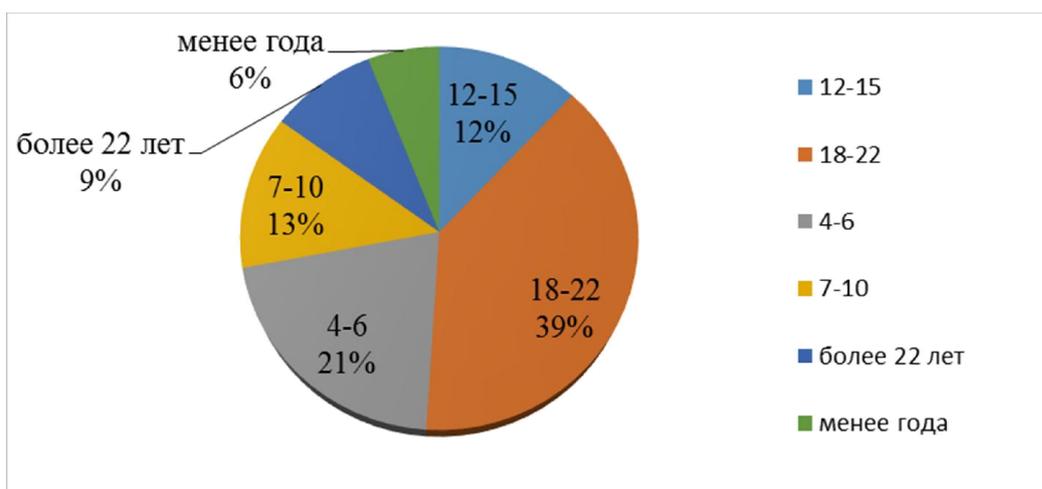


Рисунок 1. Стаж в бизнесе участников опроса (годы, в %)

Что касается отраслевого деления субъектов бизнеса, представленных респондентами, то, как показано на рисунке 2, в выборке были почти поровну представлены производство, торговля и услуги, а предприниматели-строители составили только 6%.



Рисунок 2. Отраслевое деление участников опроса (%)

В связи с особенностью доступа к респондентам, мы комбинировали два способа получения ответов на вопросы анкеты: личное формализованное интервью, которое записывалось во время беседы с предпринимателем, а затем стенограмма (транскрипт записи интервью) высылалась участнику на проверку. Так были записаны 77% интервью, все они проходили на русском языке. Другие 23% участников не смогли дать личное интервью представителю нашей рабочей группы, поэтому им была направлена анкета, и они согласились ответить на наши вопросы письменно. Ответы этих респондентов были присланы авторскому коллективу, после чего иногда некоторые вопросы дополнительно прояснялись в последующей переписке.

В ходе опроса выяснилось, что многие предприниматели начинали бизнес, не будучи практически подготовленными к этой профессиональной деятельности. Большинство опрошенных нами успешных бизнесменов не имели в начале своей предпринимательской карьеры экономического образования, но они видели потребность в определённых товарах (услугах) и решились открыть свой бизнес. Иногда бизнес вырастал из увлечения. Никто из опрошенных не потерпел полного краха, хотя трудностей на пути предпринимателям пришлось преодолеть немало.

Двое из опрошенных в Петербурге вообще отказались считать себя предпринимателями/бизнесменами: они настаивали, что осуществляют просветительскую и культурную деятельность в большей степени, чем просто бизнес. Хотя формально они являются предпринимателями – владельцем фирмы и индивидуальной предпринимательницей. Их также объединяет то, что они пришли в бизнес из гуманитарной сферы и искусства, «учились бизнесу на ходу» и добились с годами успеха в своих отраслях предпринимательства. Во втором случае вопросы анкеты были даже немного изменены – слово бизнес заменялось на «Ваша деятельность». Индивидуальная предпринимательница подчёркивала, что её деятельность носит смешанный характер – некоммерческая, социальная (просветительская и культурная) и коммерческая.

Масштаб бизнеса участников опроса не превышает размеров среднего предприятия кроме одного случая – в прошлом один из опрошенных был акционером и менеджером крупного российского предприятия. Большинство участников – представители малого бизнеса. Согласно исследованию журнала «Эксперт», в отечественной экономике

именно быстрорастущие малые и средние предприятия обеспечивают основной прирост добавленной стоимости и дают большую часть новых рабочих мест¹³. Мы уверены, что именно их опыт будет полезен начинающим предпринимателям.

Основные результаты

В ходе опроса мы прежде всего спрашивали предпринимателей об отношении общества к бизнесу в России. Меняется ли это отношение с годами? Ни один из ответивших на вопрос об изменении отношения к бизнесу в российском обществе не заметил ухудшения отношения к собственному бизнесу и вообще к предпринимателям в России. Более 47% опрошенных признали, что отношение общества к бизнесу улучшилось за последние годы, в то время как четверть респондентов не заметили изменений, а 27% – не дали ответа на этот вопрос.

Ключевыми вопросами для понимания деятельности представителей малого и среднего бизнеса является их трактовка сущности бизнеса и мотиваций к началу собственного дела. В связи с этим респондентам были последовательно заданы два открытых вопроса: «что такое бизнес, по-вашему?» и «каковы ваши цели в бизнесе?»

Далее последовательно рассмотрим сгруппированные ответы на данные вопросы. Вначале остановимся на идеях респондентов относительно их понимания бизнеса (табл. 1).

Интересно отметить, что ответы на эти вопросы пересекаются по содержанию, что, на наш взгляд, связано с тем, что большинство респондентов идентифицируют свою бизнес-деятельность с самореализацией. Так, 23,5% респондентов ассоциируют бизнес с творчеством, свободой, образом жизни. При этом бизнес предполагает постоянную самореализацию, самосовершенствование и профессиональное развитие (11 %).

При этом бизнес должен приносить материальный доход, позволяющий обеспечить семью (5%) и пользу для общества (10%). Занятие бизнесом предполагает наличие авантюризма, готовности к риску¹⁴ (5%) и умение управлять командой профессионалов (16%)¹⁵.

¹³ *А жить так хочется, ребята!* (2014, 23 июня). *Эксперт*, 26.

¹⁴ О способах финансовой стабилизации предприятия в условиях экономического кризиса, см., например: *Варзина, Ковалева, 2012*.

¹⁵ О роли интеллектуального капитала в компании, см., например: *Ковалева, 2010*.

В целом, если более детально рассмотреть природу бизнеса с точки зрения респондента, то 79% ответов указывают на получение материальных результатов и 21% – на моральное удовлетворение.

Один из респондентов из сферы торговли подытожил: «а вообще бизнес – это инициативность, желание рисковать, настойчивость, открытость к новому, к людям, желание сделать новое и заработать деньги».

Таблица 1

**Распределение ответов респондентов на вопрос
«Что такое бизнес, по-вашему?»**

<i>№ n/n</i>	<i>Группа ответов респондентов</i>			<i>Число ответов в % к итогу</i>
1	Самореализация:		Личностное и профессиональное развитие, самосовершенствование (3) ¹⁶ . Самореализация (5).	11
2	Результат:	Для бизнесмена	Зарабатывание денег (9). Материальный результат. Получение прибыли (5). Реализация жизненных целей (2). Моральный результат. Реализация мечты.	23,5
		Для ближайшего окружения	Доход (2). Обеспечение семьи (2).	5
		Для общества	Польза для общества (7).	10
3	Наличие качеств у предпринимателя:	Личностные	Авантюризм. Воля. Самоотдача.	5
		Профессиональные	Быть профессионалом № 1 в своем деле (2). Преодоление трудностей. Профессионализм (2).	6

¹⁶ В скобках указано количество случаев подобного высказывания среди всех ответов респондентов.

4	Процесс:	С точки зрения управления:	Искусство ведения дела. Команда профессионалов (2). Неограниченные возможности. Организация эффективного взаимодействия. Ответственный бизнес (4). Профессиональная деятельность (2). Профессиональное дело. Риск.	16
		С точки зрения предпринимателя	«Это образ мыслей» Гармония (2). Интересное лично мне. Культура. Риск. Творчество. Самореализация. Любимое дело (2). Образ жизни (5). Свобода (2). Сочетание реализации идеи, инвестиций, круга контактов и информации. Творчество (4).	23,5

Следующий заданный вопрос касался целей, которые перед собой ставят бизнесмены (табл. 2). Интересно отметить, что основная группа ответов связана с возможностью личностного и профессионального развития (42%), второй по важности целью является получение материальной выгоды (30%), Таким образом, целеполагание предпринимателей в большей степени относится к сфере личностного развития, в то время как смысловые параметры бизнесе по своей природе направлены на получение материальных результатов. Гипотеза о прибыли, как о важной цели бизнеса, подтвердилась, но этот результат должен быть сопоставлен с мотивами бизнеса. Подчеркнем значимость личной и профессиональной ответственности в бизнесе: 18% опрошенных бизнесменов считают, что их деятельность должна приносить пользу обществу и 20% высказались за профессионализм в своем деле. Этот результат согласуется с выводами о КСО современного российского бизнеса, представленными далее в этом разделе.

Таким образом, бизнес позволяет реализовать цели не только предпринимателя, но и других стейкхолдеров: «Профессиональное самовыражение, свобода, заработок, польза для всех заинтересованных сторон» (А.Н. Бурмистров).

Таблица 2

Каковы ваши цели в бизнесе?

№ n/n	Группа ответов респондентов			Число ответов в % к итогу
1	Развитие:	Личностное	Гармония между душой и потребностями семьи и работников. Интересное для себя и других дело. Любимое дело (удовольствие). Образ жизни. Личностное развитие и самосовершенствование. Самореализация («найти свое место в жизни»), в том числе, профессиональная (10). Свобода. Творчество.	22
2		Профессиональное	«открывать новые перспективные направления деятельности». Быть уникальным профессионалом в своем деле (5). Востребованность в профессиональном сообществе. Постоянное профессиональное развитие (бизнеса) (2). Просвещение. Профессиональное развитие (2). Профессиональные контакты в отрасли. Стать компанией №1 в своей области (3).	20
3	Достижение результатов:	Прибыль	Прибыль (7). Стабильность в получении прибыли на длительный период времени (2).	11
		Доход	Дополнительный доход к основной деятельности, которая мало оплачивается. Доход (2). Получение дохода.	5
		Заработок	Зарабатывание денег (3). Заработок (4).	9
		Обеспечение семьи	Обеспечение семьи (4).	5
4		Выживание в конкурентной борьбе	Выживание. Выжить в конкурентной борьбе (2). Устойчивость.	5

		Польза для общества	Польза для общества («чтобы мир стал лучше») (13). Польза для профессионального сообщества (1).	18
		Профессиональное признание	Личный и профессиональный успех. Признание. Успех (2).	5

Выводы

В настоящей статье мы начали знакомить читателей с результатами опроса российских предпринимателей, проведенного в период с марта по ноябрь 2014 г.

Осуществлённый нами анализ отечественных и зарубежных литературных источников по предпринимательству показал, что портрет российского предпринимателя подвергнут постоянной трансформации. Предпринимательская деятельность способствует более полному раскрытию личности, что служит более высокой степени удовлетворенности жизнью – чувству счастья.

Кроме того, проблематика корпоративной социальной ответственности в России отражена в литературе практически исключительно на примерах крупных компаний, в связи с чем наше исследование КСО малого и среднего бизнеса является особенно актуальным. К аналогичному выводу мы пришли при изучении литературы по инновациям в малом и среднем бизнесе.

Гипотеза о прибыли как главной цели бизнеса подтвердилась, но также нам удалось выявить не менее важные нематериальные цели и мотивы предпринимателей.

Ответы респондентов на вопрос о сущности бизнеса были категоризированы. При этом категория «процесс» получила наибольшее количество ответов, ненамного опередив категорию «результат» для самого предпринимателя, его ближайшего окружения и общества.

Результаты анализа ответов респондентов на остальные 11 вопросов анкеты будут освещены в последующих двух публикациях.

Продолжение следует ...

ИСТОЧНИКИ:

Белановский, С.А. (1992). [Свободное интервью как метод социологического исследования](#). *Социология: 4М*, 2, 5–9.

- Боброва, О.С., Бобров, И.А. (2015). Роль промышленной политики в модернизации России: взгляд из Японии. В книге *Сборник материалов Санкт-Петербургской сессии Московского экономического форума*. СПб.
- Варзина, Ю.М., Ковалева, А.С. (2012). Инновационные механизмы финансового оздоровления предприятий в условиях макро- и микроэкономической нестабильности. В книге *Экономические и организационные аспекты развития интеллектуальной и инновационной деятельности*. СПб: Издательство СПбГУЭФ.
- Джинджолия, О.А. (2011). [Социальная ответственность малого предпринимательства](#). *Известия Волгоградского государственного технического университета*, 11(4), 99-103.
- Карлик, А.Е., Платонов, В.В., Тихомиров, Н.Н., и др. (2013). *Управление интеллектуальными ресурсами инновационно-активных предприятий*. СПб: Издательство СПбГЭУ.
- Ковалева, А.С. (2013). [Инновационные механизмы формирования экспертных групп в международной среде](#). В книге *Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке. Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР за 2012 год* (С. 35-38). СПб: Издательство СПбГЭУ.
- Ковалева, А.С. (2010). Интеллектуальные ресурсы и интеллектуальный капитал: обзор основных подходов. В книге *Управление персоналом. Ученые записки* (Книга IX). СПб: СПБАУП.
- Ковалева, А.С., Швецова, О.А. (2013). [Современные аспекты потребления консалтинговых и образовательных услуг в международной среде](#). *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*, 4, 68-74.
- Кувалин, Д.Б., Моисеев, А.К. (2014). [Российские предприятия весной 2014 г.: деятельность в условиях замедления экономического роста](#). *Проблемы прогнозирования*, 6, 99-114.
- Ляманова, Е.А. (2014). [Влияние эффекта масштаба на развитие предпринимательской деятельности в регионе](#). *Российское предпринимательство*, 19, 28-36.
- Мидзобата, С. (2014). [В поисках новой парадигмы «сравнительной экономики»: за рамками «переходной экономики»](#). *Мир перемен*, 3, 22-27.
- Ageev, A.I., Gratchev, M.V., Hisrich, R.D. (1995). [Entrepreneurship in the Soviet Union and post-Socialist Russia](#). *Small Business Economics*, 7(5), 365-376.
- Åslund, A. (2012). [How entrepreneurship could be promoted after the collapse of a socialist economic system](#). *Journal of Asian Economics*, 23(2), 157-167. doi: [10.1016/j.asieco.2011.09.003](https://doi.org/10.1016/j.asieco.2011.09.003)
- Barrios, J.J. (2014). [“I Think Competition is Better Than You Do: Does It Make Me Happier?” Evidence from the World Value Surveys](#). *Journal of Happiness Studies*, 16(3), 599-618. doi: [10.1007/s10902-014-9524-5](https://doi.org/10.1007/s10902-014-9524-5)
- Binder, M., Coad, A. (2013). [Life satisfaction and self-employment: A matching approach](#). *Small Business Economics*, 40(4), 1009-1033. doi: [10.1007/s11187-011-9413-9](https://doi.org/10.1007/s11187-011-9413-9)
- Chang, Y., Hughes, M. (2012). [Drivers of innovation ambidexterity in small- to medium-sized firms](#). *European Management Journal*, 30(1), 1-17. doi: [10.1016/j.emj.2011.08.003](https://doi.org/10.1016/j.emj.2011.08.003)

- De Melo, M., Ofer, G., Sandler, O. (1995). [Pioneers for profit: St. Petersburg entrepreneurs in services](#). *World Bank Economic Review*, 9(3), 425-450.
- Fassin, Y., Van Rossem, A., Buelens, M. (2011). [Small-Business Owner-Managers' Perceptions of Business Ethics and CSR-Related Concepts](#). *Journal of Business Ethics*, 98(3), 425-453. doi: [10.1007/s10551-010-0586-y](https://doi.org/10.1007/s10551-010-0586-y)
- Gnyawali, D.R., Park, B.-J. (2009). [Co-opetition and technological innovation in small and medium-sized enterprises: A multilevel conceptual model](#). *Journal of Small Business Management*, 47(3), 308-330.
- Hausman, A. (2005). [Innovativeness among small businesses: Theory and propositions for future research](#). *Industrial Marketing Management*, 34(8), 773-782. doi: [10.1016/j.indmarman.2004.12.009](https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2004.12.009)
- Hisrich, R.D., Grachev, M.V. (1993). [The Russian entrepreneur](#). *Journal of Business Venturing*, 8(6), 487-497. doi: [10.1016/0883-9026\(93\)90034-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90034-3)
- Humphreys, P., McAdam, R., Leckey, J. (2005). [Longitudinal evaluation of innovation implementation in SMEs](#). *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 283-304. doi: [10.1108/14601060510610162](https://doi.org/10.1108/14601060510610162)
- Joshanloo, M., Lepshokova, Z.K., Panyusheva, T., et al. (2014). [Cross-Cultural Validation of Fear of Happiness Scale Across 14 National Groups](#). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(2), 246-264. doi: [10.1177/0022022113505357](https://doi.org/10.1177/0022022113505357)
- Joshanloo, M., Weijers, D. (2014). [Aversion to Happiness Across Cultures: A Review of Where and Why People are Averse to Happiness](#). *Journal of Happiness Studies*, 15(3), 717-735. doi: [10.1007/s10902-013-9489-9](https://doi.org/10.1007/s10902-013-9489-9)
- Lipparini, A., Sobrero, M. (1994). [The glue and the pieces: Entrepreneurship and innovation in small-firm networks](#). *Journal of Business Venturing*, 9(2), 125-140. doi: [10.1016/0883-9026\(94\)90005-1](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90005-1)
- Massa, S., Testa, S. (2008). [Innovation and SMEs: Misaligned perspectives and goals among entrepreneurs, academics, and policy makers](#). *Technovation*, 28(7), 393-407. doi: [10.1016/j.technovation.2008.01.002](https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.01.002)
- McCarthy, D.J., Puffer, S.M. (2013). [Business and management in Russia: A review of the post-Soviet literature and future research directions](#). *European Journal of International Management*, 7(1), 74-111. doi: [10.1504/EJIM.2013.052089](https://doi.org/10.1504/EJIM.2013.052089)
- Mizobata, S. (2010). Divergent Business and Society. In *Diversity of the Market Economy and Business Administration*. Japan.
- Mizobata, S., Bobrova, O., Fukukawa, K. (2014). CSR development and local community in Japan. In *Corporate Social Responsibility and Local Community in Asia* (P. 86-97). Bradford: Routledge.
- Morozova, I., Britvin, I. (2013). [Basic forms of corporate social responsibility in Russia](#). *World Applied Sciences Journal*, 25(3), 441-445. doi: [10.5829/idosi.wasj.2013.25.03.672](https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.25.03.672)
- Natarajan, R., Angur, M.G. (2014). [Innovative ability and entrepreneurial activity: Two factors to enhance "quality of life"](#). *Journal of Business and Industrial Marketing*, 29(6), 469-475. doi: [10.1108/JBIM-09-2013-0205](https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2013-0205)

- Ojala, A., Isomäki, H. (2011). [Entrepreneurship and small businesses in Russia: A review of empirical research](#). *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 97-119. doi: 10.1108/14626001111106451
- Preuss, L., Perschke, J. (2010). [Slipstreaming the larger boats: Social responsibility in medium-sized businesses](#). *Journal of Business Ethics*, 92(4), 531-551. doi: 10.1007/s10551-009-0171-4
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., Bausch, A. (2011). [Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs](#). *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441-457. doi: 10.1016/j.jbusvent.2009.12.002
- Russo, A., Perrini, F. (2010). [Investigating stakeholder theory and social capital: CSR in large firms and SMEs](#). *Journal of Business Ethics*, 91(2), 207-221. doi: 10.1007/s10551-009-0079-z
- Ryan, A., O'Malley, L., O'Dwyer, M. (2010). [Responsible business practice: Re-framing CSR for effective SME engagement](#). *European Journal of International Management*, 4(3), 290-302. doi: 10.1504/EJIM.2010.033005
- Shakhovskaya, L.S., Akimova, O.E. (2013). [Motivation vector of business development in contemporary Russia](#). *World Applied Sciences Journal*, 22(5), 738-746. doi: 10.5829/idosi.wasj.2013.22.05.279
- Shirokova, G., Vega, G., Sokolova, L. (2013). [Performance of Russian SMEs: Exploration, exploitation and strategic entrepreneurship](#). *Critical Perspectives on International Business*, 9(1), 173-203. doi: 10.1108/17422041311299941
- Sirgy, M.J., Wu, J. (2009). [The pleasant life, the engaged life, and the meaningful life: What about the balanced life?](#) *Journal of Happiness Studies*, 10(2), 183-196. doi: 10.1007/s10902-007-9074-1
- Taipale-Eräväla, K., Heilmann, P., Lampela, H. (2014). [Survival Competence in Russian SMEs in a Changing Business Environment](#). *Journal of East-West Business*, 20(1), 25-43. doi: 10.1080/10669868.2013.857379
- Vázquez-Carrasco, R., López-Pérez, M.E. (2013). [Small & medium-sized enterprises and Corporate Social Responsibility: A systematic review of the literature](#). *Quality and Quantity*, 47(6), 3205-3218. doi: 10.1007/s11135-012-9713-4
- Vo, L.C. (2011). [Corporate social responsibility and SMEs: A literature review and agenda for future research](#). *Problems and Perspectives in Management*, 9(4), 89-97.
- Volchek, D., Henttonen, K., Edelman, J. (2013). [Exploring the Role of a Country's Institutional Environment in Internationalization: Strategic Responses of SMEs in Russia](#). *Journal of East-West Business*, 19(4), 317-350. doi: 10.1080/10669868.2013.851140
- Volchek, D., Jantunen, A., Saarenketo, S. (2013). [The institutional environment for international entrepreneurship in Russia: Reflections on growth decisions and performance in SMEs](#). *Journal of International Entrepreneurship*, 11(4), 320-350. doi: 10.1007/s10843-013-0115-z
- Zazdravnykh, Ye.A. (2014). [Why there are more entrepreneurs-manufacturers in one regions and less in others: an empirical evidence](#). *Экономика региона*, 3, 140-146.

Zhuplev, A., Shtykhno, D. (2009). [Motivations and obstacles for small business entrepreneurship in Russia: Fifteen years in transition](#). *Journal of East-West Business*, 15(1), 25-49. doi: 10.1080/10669860902900347

Olga S. Bobrova, Candidate of Sciences, Economics, Associate Professor of the Chair of Economics and Company Management, Saint-Petersburg State University of Economics

Anna S. Kovaleva, Candidate of Sciences, Sociology, Associate Professor of the Chair of International Management, Saint-Petersburg State University of Economics

How to do? Russian entrepreneurs on business (the results of the survey of 2014): goals and motives

ABSTRACT:

This article discusses the results of the poll of small and medium Russian entrepreneurs taken in 2014. Our study revealed the maturity and responsibility of businessmen that allow them to overcome economic crises. As the analysis showed, the term “business” still encounters a cautious attitude in the Russian society and even among entrepreneurs themselves, although 47 % of respondents witnessed the improvement of the social attitude towards business.

This study discloses the following aspects of the modern Russian business: goals and motives of entrepreneurs, what exactly makes them happy in business, social responsibility of the small and medium businesses, attitudes of entrepreneurs towards their rivals, applicable ethical aspects in Russia, innovations in entrepreneurship, business planning, the relationships of business and the government, difficulties in business activity and the main resources of the modern business. Moreover, the respondents formulated some recommendations for beginner entrepreneurs.

The survey was carried out using three methods: an oral interview of the respondents (structured interviews), a written survey and literary review of Russian and English-language sources.

The scientific contribution of the article is the determination of the factors of high satisfaction of Russian entrepreneurs with their occupation (revealing of the reasons for happiness/joy in business), clarification of ethical principles of the Russian business in the modern conditions, explanation of the innovative process in the Russian small and medium business and establishing of the dependence of the CSR development level in the small and medium business on the business experience of a company’s owner.

To publish the complete research results in one journal, the article was divided into three parts. This issue publishes the first part containing the literary review, the methodology of the survey and the analysis of the respondents’ answers concerning the social attitude towards business and the essence and goals of business.

KEYWORDS: business, Russian entrepreneurship, corporate social responsibility, innovative management in the small business, startups in Russia, competition, business ethics
