

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЮБИЛЯРЫ»

МЕЧТЫ НЕ О СВОЕМ ДЕЛЕ

За последние тридцать лет число россиян, занятых своим бизнесом, выросло в три раза. Учитывая низкую базу — не самый впечатляющий показатель. Сейчас это около 10% населения. В мире много стран, где собственный бизнес — у половины трудоспособного населения, в отдельных государствах этот показатель доходит до 60%. Понятно, что стремиться к 100% в этом показателе не стоит, ведь в странах с развитой промышленностью кто-то должен обеспечивать функционирование сложной инфраструктуры, нужны наемные специалисты, офисные работники и менеджеры. Однако все равно малый бизнес в ВВП большинства западных государств обеспечивает основную долю. В Японии, например, доля МСБ достигает 60%, в США — 50%. В России последние годы доля МСБ едва дотягивает до 20%. Считается, что в развитой экономике для ее устойчивости этот показатель должен быть не менее 30–40%. И вот годы реформ, героических преодолений кризисов, перестановок в правительстве пока к заветной цифре нас никак не приближают.

Гораздо больше пугает другая статистика: если тридцать лет назад заниматься своим делом не хотели 47% опрошенных, то в 2022 году о предпринимательской деятельности не помышляют уже 65%, сообщает ВЦИОМ. Доля же молодежи, мечтающей о карьере чиновника или о работе в структуре силовых ведомств, с каждым годом растет.

В целом вышеперечисленные цифры дают общее понимание того, что сейчас происходит в стране. Заниматься собственным бизнесом — означает брать на себя ответственность, не бояться рисковать, проявлять гибкость и креативность в решении постоянно возникающих проблем и вызовов. Работать на госслужбе — значит попасть в полную зависимость от начальника, нести наказание за излишнюю инициативность и вместе с тем получать регулярный, иногда очень неплохой доход просто за то, что ты занимаешь свое место. Кто будет обеспечивать налогами амбициозные карьерные притязания нынешних выпускников, пока не очень понятно. То есть как раз понятно. И, видимо, поэтому доля предпринимателей упорно не хочет меняться в сторону увеличения.

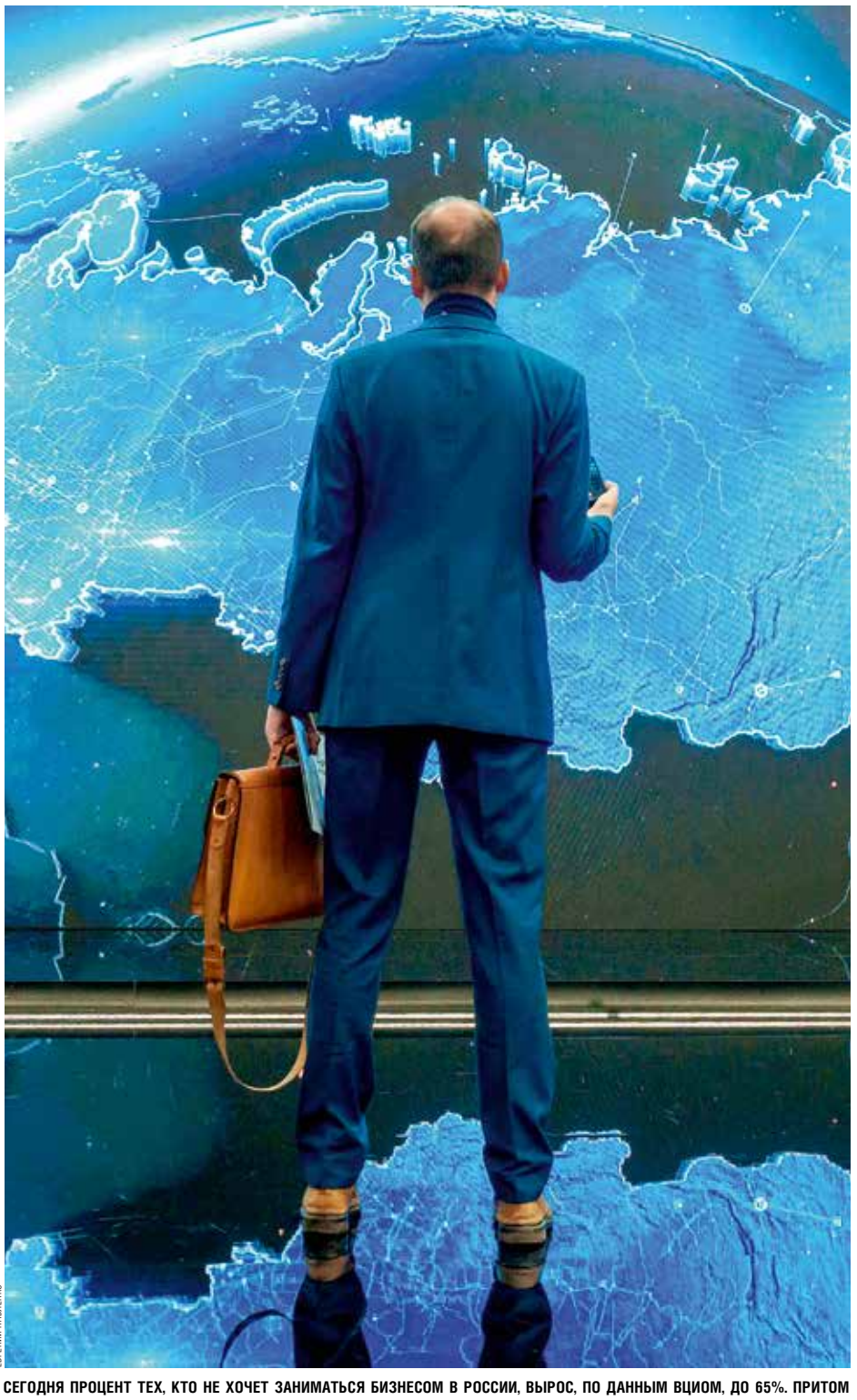
ИСЧЕЗАЮЩАЯ НАТУРА

ИССЛЕДОВАТЕЛИ УВЕРЯЮТ, ЧТО С 1992 ГОДА, КОГДА БЕРЕТ НАЧАЛО НОВАЯ ИСТОРИЯ РОССИИ, И ДО НАШИХ ДНЕЙ ПОРТРЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ ОСОБЕННО НЕ ИЗМЕНИЛСЯ. СУЩЕСТВЕННО ДРУГОЕ: СЕГОДНЯ ЖЕЛАЮЩИХ ЗАНИМАТЬСЯ БИЗНЕСОМ МЕНЬШЕ НЕ ТОЛЬКО, ЧЕМ ТРИДЦАТЬ ЛЕТ НАЗАД, НО ДАЖЕ ШЕСТЬ. ПОЧЕМУ — BUSINESS GUIDE РАЗБИРАЛСЯ ВМЕСТЕ С ЭКСПЕРТАМИ. ПОЛИНА МАКАРОВА

За последние тридцать лет россиян, у которых есть свое дело, согласно опросу ВЦИОМ «Пора предпринимать? Мониторинг 1992–2022», стало больше. Сегодня бизнесом занимается каждый десятый в стране. Это в три раза больше, чем в 1992 году, тогда речь шла о 3% населения. Портрет среднестатистического предпринимателя за три десятилетия практически не изменился. Это мужчина с высшим образованием, проживающий в Москве либо Санкт-Петербурге. Он лишь немного повзрослел. Его возраст сегодня 25–44 года, в то время как в начале 1990-х годов среди предпринимателей преобладали 25–34-летние. «Типичный предприниматель является активным пользователем интернета и, скорее всего, имеет свой бизнес в розничной торговле, автомобильном бизнесе или производстве»,— уточняет Дмитрий Кнатько, руководитель программы «Управление бизнесом» Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ.

Елизавета Ильина, директор программы «Сколково Практикум», добавляет, что предпринимательский опыт у большинства составляет пять-семь лет. «Чаще всего у человека не один бизнес, а несколько. Есть и благотворительные проекты, про которые предприниматели не очень любят рассказывать, так как считают это нормой — помогать другим»,— говорит она.

Александр Кравцов, управляющий партнер Fizika Development (девелопер апарт-отеля VIDI), из поколения молодых предпринимателей. Он согласен с тем, что сегодня таких, как он, немало в бизнесе. «Встречаются и совсем юные предприниматели,— отмечает господин Кравцов.— И это подтверждают ежегодные рейтинги молодых миллионеров, которые составляет целый ряд изданий, появление в последние годы успешных стартапов и компаний в сфере IT, специалисты которых котируются во всем мире».



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

СЕГОДНЯ ПРОЦЕНТ ТЕХ, КТО НЕ ХОЧЕТ ЗАНИМАТЬСЯ БИЗНЕСОМ В РОССИИ, ВЫРОС, ПО ДАННЫМ ВЦИОМ, ДО 65%. ПРИТОМ ЧТО В 1992 ГОДУ ТАКОВЫХ БЫЛО 47%, А В 2016 ГОДУ — 60%

В ТРИ ЭТАПА Обычно исследователи, изучая предпринимателей, обращают внимание на текущую ситуацию в экономике. По их мнению, именно этот фактор сильнее всего влияет на то, кто оказывается в бизнесе. Выделяют условно три периода (о них «Ъ-СПб» писал ранее: см. «Ъ-Юбиляры» от 30.11.2020). Первый относится к началу 1990-х. Тогда бизнес во многом базировался на извлечении ренты из тех возможностей, которые предоставило время и которые оказались практически исчерпаны к моменту кризиса 1998 года. Предприниматели того времени — преимущественно молодые люди, которые в иной ситуации, возможно, занимались бы наукой или другой деятельностью, но ситуация заставила их уйти в бизнес. Второй период — с 2000 по 2005 год. В это время государство наконец-то стало формулировать правила игры и создавать механизмы их соблюдения, а вместе с этим появились возможности для людей, которые были готовы создавать дополнительную стоимость, а не перераспределять ее, как в 1990-е. Криминальные разборки постепенно сошли на нет, в экономике появились стабильные рабочие места, и в бизнесе остались те, кто хотел им заниматься, притом, что многие бывшие челноки снова вернулись в наем. Третий период приходится на начало огосударствления экономики. Все большую роль в успехе любого предприятия стали играть личные связи с чиновниками разных уровней. Тогда же возник феномен силового давления на бизнес.

Образ предпринимателя, сформированный в обществе за все это время, оставляет желать лучшего, считает Павел Ковшаров, основатель сети детских активити-парков и семейных ресторанов Zамания. По его мнению, сначала в советское время было полностью уничтожено уважительное отношение к предпринимательству, в 1990-е лучше не стало: для большинства предприниматели ассоциировались с олигархами, которые получили за гроши огромные предприятия, хотя намного больше было обычных предпринимателей.

Только с 2000-х отношение к людям дела стало меняться благодаря тому, что появились предприниматели, которые создавали себя сами с нуля, например, Федор Овчинников, Сергей Галицкий, Олег Тиньков. «На них хотели быть похожими многие молодые люди, идущие тогда в предпринимательство»,— отмечает господин Ковшаров. Во время пандемии положительный образ опять смазался. Многие СМИ, по словам