

## МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

УДК 332.05

DOI: 10.18413/2409-1634-2017-3-2-3-11

Акимова О.Е.  
Ким А. Д.

**ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:  
ОПЫТ РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН**

ФБГОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», пр. Ленина, 28, Волгоград, 400005, Россия, [akimovann25@mail.ru](mailto:akimovann25@mail.ru)

ФБГОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», пр. Ленина, 28, Волгоград, 400005, Россия

### Аннотация

Для формирования полноценной мотивационной среды развития предпринимательской деятельности необходимо трехстороннее взаимодействие бизнеса, общества и государства. Именно в поле пересечения сфер их интересов создается своего рода система сдержек и противовесов разнонаправленных интересов участников этого взаимодействия, образуя двух и многосторонние связи. В статье проводится трехкомпонентный сравнительный анализ мотивационной среды предпринимательства в России, США, Бразилии и Германии, учитывающий отношение к предпринимательской деятельности, предпринимательскую активность и предпринимательские намерения. Выявлены основные сходства и различия в развитии предпринимательства России и зарубежных стран. Сделан вывод, что для нашей страны наиболее применим опыт Бразилии, где государство взяло курс на целенаправленное улучшение имиджа предпринимательства среди населения страны, а также реализует ряд государственных программ по улучшению бизнес-климата и предпринимательской культуры.

**Ключевые слова:** предпринимательская активность, предпринимательские намерения, предпринимательство, мотивационная среда, предпринимательская деятельность, ресурсно-ориентированные страны.

Olga E. Akimova  
Anastasia D.Kim

**FORMATION OF THE MOTIVATION ENVIRONMENT  
OF ENTERPRISE DEVELOPMENT:  
EXPERIENCE OF RUSSIA AND FOREIGN COUNTRIES**

Volgograd State Technical University, Lenina Ave., 28, Volgograd, 400005, Russia, [akimovann25@mail.ru](mailto:akimovann25@mail.ru)  
Volgograd State Technical University, Lenina Ave., 28, Volgograd, 400005, Russia

### Abstract

For the formation of a full-fledged motivational environment for the development of entrepreneurial activities, a tripartite interaction of business, society and the state is necessary. It is in the field of intersection of spheres of their interests that a kind of system of checks and balances of multidirectional interests of participants in this interaction is created, forming two and multilateral ties. The article provides a three-part comparative analysis of the motivational environment of entrepreneurship in Russia, the United States, Brazil and Germany, taking into account the attitude towards entrepreneurial activity, entrepreneurial attitude, and entrepreneurial intentions. The main similarities and differences in the development of entrepreneurship of Russia and foreign countries are revealed. It is concluded that for our country the most applicable is the experience of Brazil, where the state has taken a course to purposefully improve the image of entrepreneurship among the population of the country, and has been implementing a number of state programs to improve the business climate and entrepreneurial culture.

**Keywords:** entrepreneurial activity; entrepreneurial intentions; entrepreneurship; motivational environment; entrepreneurial activity; resource-oriented countries.

### Введение

Предпринимательство – это один из основных элементов рыночной экономики. В большинстве стран мира, предпринимательство служит мощным двигателем экономического и

социального развития, выполняя управленческую, организационную, рыночную функции. Посредством предпринимательства реализуются нововведения в торговле, информационных технологиях и других отраслях.

Предпринимательство способствует формированию среднего класса как главного гаранта стабильности и эффективности экономики страны.

Однако предприниматель не существует изолированно, в процессе своей деятельности он взаимодействует с другими субъектами общественных отношений, образуя двух и многосторонние связи.

Мотивационную среду развития предпринимательской деятельности можно определить, как совокупность внутренних и внешних мотиваций, определяющих направленность и величину усилий как действующих, так и потенциальных предпринимателей, прилагаемых для достижения предпринимательских целей [1]. В поле пересечения сфер интересов бизнеса, общества и власти формируется мотивационная среда развития предпринимательской деятельности, создавая своего рода систему сдержек и противовесов разнонаправленных интересов участников этого взаимодействия.

Государство формирует «правовое поле», устанавливая «правила игры», создавая институты, которые должны обеспечивать стабильность, неприкосновенность собственности и возможность ее судебной защиты, равноправность для всех субъектов экономических отношений вне зависимости от «близости» к власти, конкурентно-рыночный режим хозяйствования, сбалансированное налогообложение. Бизнес осуществляет свою деятельность в рамках созданного «правового поля» на свой страх и риск и с учетом своего основного интереса – извлечение прибыли, что в итоге приводит к росту национального богатства и благополучия страны. При этом бизнес принимает на себя социальную ответственность перед обществом и наемными работниками, а общество является для бизнеса основным потребителем, а также источником работников и потенциальных предпринимателей. Через институты гражданского общества осуществляется контроль за соблюдением «правил игры».

Рассмотрим опыт формирования мотивационной среды развития предпринимательства в России и следующих зарубежных странах: США, Европейский союз (на примере Германии), БРИКС (на примере Бразилии). Для проведения анализа в настоящем исследовании будут использоваться данные Глобального мониторинга предпринимательства

за период 2002 – 2014 гг., размещенные на официальном сайте The Global Entrepreneurship Monitor (далее по тексту – GEM) в сети Интернет [2].

В рамках настоящей части исследования используется достаточно широкое определение предпринимательства, которое подчеркивает роль индивидуума в предпринимательском процессе. Предпринимательство – это любая попытка создания нового бизнеса или компании (индивидуальная трудовая деятельность, новая коммерческая организация, расширение уже существующего бизнеса), предпринятая отдельным лицом, группой лиц или ранее существовавшими компаниями. В GEM внимание концентрируется на предпринимательском поведении индивидуумов, которые создают и управляют бизнесом, в отличие от других исследований, фиксирующих главным образом регистрацию новых компаний.

Важной составляющей понимания предпринимательства в проекте GEM является то, что предпринимательство – это процесс, охватывающий все стадии жизненного цикла предпринимательской фирмы: от потенциальных предпринимателей через замысел компании к ранней стадии (нарождающиеся предприниматели); от новых компаний (владельцы вновь созданного бизнеса) – к устоявшемуся бизнесу (устоявшиеся предприниматели). Закрытие бизнеса можно рассматривать также как этап предпринимательского процесса: предприниматели, приобретшие опыт, могут делиться им с другими предпринимателями или начать новый бизнес.

Учитывая, что условия, влияющие на предпринимательство, разнообразны, нельзя сделать вывод о том, что одна фаза неизбежно сменит другую. Например, если в той или иной стране зафиксировано большое количество потенциальных предпринимателей, то это не означает, что ими обязательно будут созданы новые фирмы.

### **Трехкомпонентный анализ предпринимательства в России, США, Бразилии и Германии**

Проведем трехкомпонентный анализ мотивационной среды предпринимательства в России и указанных выше зарубежных странах, учитывающий отношение к предпринимательству, предпринимательская активность, предпринимательские устремления.

Количество нарождающихся предпринимателей (те, кто в течение предыдущего года предпринимал активные действия по созданию бизнеса) и владельцев вновь созданного бизнеса (те, кто управляет вновь созданным предприятием и получает доход более 3 месяцев, но менее 3,5 лет) будет выше в ресурсно-ориентированных экономиках, поскольку бизнес здесь является необходимостью из-за отсутствия альтернативных вариантов занятости.

Для ресурсно-ориентированных стран акцент сделан на базовые условия, такие как развитие институтов, инфраструктура, макроэкономическая стабильность, здравоохранение и образование. В этих странах поддерживается «предпринимательство по необходимости» и слабо обеспечиваются возможности для развития добровольного

предпринимательства, основанного на использовании возможностей. В процессе экономического развития и увеличения экономии за счет масштаба производства становятся важными другие условия, которые обеспечивают надежное функционирование рынка и экономическую эффективность. К ним относятся высшее образование и профподготовка, эффективность товарного рынка, рынка труда, развитость финансового рынка, технологический уровень. Для инновационных экономик рамочные условия предпринимательства становятся более важными стимулами экономического развития, чем базовые условия. Эти факторы способствуют созданию новых компаний и воздействуют на предпринимательский климат, влияя, тем самым, на экономический рост и уровень занятости в экономике.

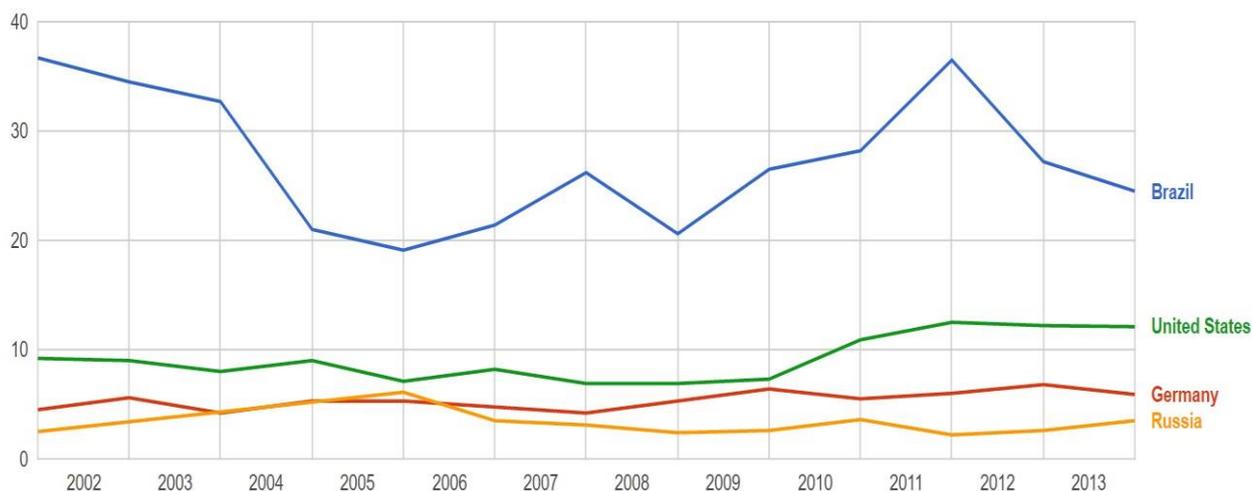


Рис. 1. Количество трудоспособного населения, имеющее намерение открыть свой бизнес в течение ближайших трех лет (Entrepreneurial Intention), % [2]

Fig. 1. The number of able-bodied population with the intention to open their business within the next three years (Entrepreneurial Intention), % [2]

Рассмотрим, какой процент трудоспособного населения (18 – 64 года) имеет намерение начать свой бизнес в течение ближайших трех лет в США, Германии, Бразилии и России (рис. 1).

Как видно из рисунка 1, в США в последние годы наблюдается планомерный рост желающих в ближайшем будущем заняться предпринимательской деятельностью, в 2014 г. – это 12,1 %. В то время как в России (3,5%) и Германии (5,9%) наблюдаются стабильно низкий уровень имеющих намерение начать предпринимательскую деятельность. В Бразилии при достаточно высоком уровне желающих заняться предпринимательской деятельностью (намного выше, чем во всех сравниваемых странах), за период с 2002 по 2014 гг. ситуация менялась в достаточно больших интервалах: от

19,1% до 36,7%. Однако, с 2012 г. наблюдается некоторое падение интереса к занятию предпринимательской деятельностью в Бразилии, в 2014 г. – 24,5%.

Постоянно высокий уровень участия в предпринимательской деятельности при поддержке благоприятных условий окружающей среды отмечается в США. На протяжении последних четырех лет сохраняется стабильно высокий уровень ранней предпринимательской активности (Total Entrepreneurial Activity Index – TEA Index). Последние четыре года около 13% взрослого населения США начали предпринимательскую деятельность или открыли новые предприятия. Рассмотрим TEA Index в сравниваемых странах (рис. 2).



Рис. 2. Индекс ранней предпринимательской активности (Total Entrepreneurial Activity Index), % [2]  
Fig. 2. The index of early entrepreneurial activity (Total Entrepreneurial Activity Index), % [2]

Как видно из рисунка 2 сразу после рецессии 2008 г., темпы роста индекса ТЕА в 2009 – 2010 гг. заметно снизились. Однако уже в 2011 г. темпы роста восстановились, и в течение последних четырех лет поддерживается удивительно стабильный курс. В 2014 г. США имели второй самый высокий индекс ТЕА среди 26 развитых стран.

Высокие темпы развития предпринимательства в США сопровождаются высоким уровнем инноваций и роста. В 2014 г. 36,7% американских предпринимателей заявили, что их продукты или услуги были инновационными. Кроме того, 44,8% планируют в течение следующих пяти лет увеличить численность персонала на 6 или более работников. Большинство американских предпринимателей ориентированы на развитый внутренний рынок, и только 14,5% предпринимателей заявили о наличии международных клиентов (контрактов).

В американском обществе продолжает расти количество трудоспособного населения, которое видит хорошие возможности для создания компании в местности, где они живут. В 2014 г. 50,9% опрошенных считают, что в США хорошие возможности для развития предпринимательства, это самый большой показатель за период наблюдений GEM с 1999 г. При этом 53,3 % американцев полагают, что обладают достаточными знаниями и навыками для организации собственного бизнеса, однако это несколько ниже 56 %, которые стабильно держались последние 7 лет наблюдений.

Германия и Россия, как видно из рисунка 2, имеют относительно низкий уровень предпринимательской активности (ТЕА за период

2002-2014 гг. не превышал 6%), даже по сравнению с другими промышленно развитыми странами. Как полагают исследователи из проекта GEM, в Германии виной этому является не отсутствие государственной поддержки, а скорее отсутствие предпринимательского духа среди большинства населения страны.

Достаточно часто в Германии появляются наукоемкие стартапы. При этом отношение немецкого общества к предпринимательству в целом сопоставимо с уровнем развития их экономики. Однако только 6% немцев заявили о своем намерении заняться предпринимательской деятельностью в ближайшие три года, что иллюстрирует сложившуюся в Германии тенденцию к неприятию риска, которая сохраняется в течение длительного времени, хотя в последние годы наблюдается небольшие улучшения.

В то время как Бразилия в 2014 г. заняла 10 место среди стран с наиболее эффективно управляемой экономикой по индексу ранней предпринимательской активности (ТЕА – 17,2%). Этот индекс выше, чем в таких странах с инновационно-ориентированной экономикой как Германия (5,3%) и США (13,8%); он также превосходит Китай (15,5%) и Индию (6,6%). Из сопоставимых стран только Мексика (19%) может похвастаться более высоким ТЕА, чем у Бразилии [2].

Высокий уровень индекса ТЕА в Бразилии можно частично объяснить культурным контекстом: как и в Соединенных Штатах Америки, бразильская культура благоприятна для занятия предпринимательской деятельностью, что, например, не скажешь об Индии.

В целом, предпринимательство в Бразилии включает в себя «основные» предприятия, то есть те, что создаются с целью получения дохода для предпринимателя, заменяя или дополняя его зарплату. Однако такие предприятия не являются инновационными (не занимаются разработкой новых продуктов и услуг) и не создают большого количества рабочих мест. С другой стороны, не следует забывать, что в них занято около 45 миллионов бразильцев, участвующих в предпринимательской деятельности. И они оказывают положительное влияние на социально-экономическую ситуацию в стране.

В Бразилии, чуть более половины (55,5%) трудоспособного населения видит хорошие возможности для организации своего дела в местности, где они живут. Только Соединенные Штаты (50,9%) имеют сопоставимые уровень этого показателя, что в целом говорит о более позитивных представлениях бразильцев относительно имеющихся возможностей для создания бизнеса.

Ровно половина населения Бразилии (50%) утверждают, что имеют необходимые навыки и опыт, чтобы стать предпринимателем. Доля бразильцев с положительным восприятием их способности и навыков к организации бизнеса является вторым по величине среди сравниваемых стран и близки к США (53,3%). Кроме того, в Бразилии, 38% населения лично знакомы предпринимателями, этот показатель ниже, чем в Китае (56%) и Мексике (47,7%), но выше, чем в России, Германии и США [2].

Около 30% американцев испытывают боязнь быть неуспешными в бизнесе, что является сдерживающим фактором при организации собственного дела. Несмотря на то, что этот показатель достаточно низкий для стран с развитой экономикой и является одним из самых низких показателей среди сравниваемых стран, но по-прежнему выше, чем докризисный уровень.

Германия (39%) и Россия (36,4%) имеют более высокие показатели страха неудачи среди потенциальных предпринимателей. При этом до 60,9% бразильцев не испытывают страх неудачи при организации нового бизнеса, в то время как Мексика (69,7%) Китай (67,8%), США (67,2%) и Индия (65,3%) демонстрируют более высокие показатели [2].

Несмотря на то, что доля вновь создаваемых предприятий (0 – 3 месяца) в Бразилии снижается с 5,7% в 2002 г., до 3,7% в 2014 г., доля уже существующих компаний (3 – 42 месяцев) увеличилась с 8,5% в 2010 г. до 13,8% в 2014 г.

Кроме того, в Бразилии, в связи с расширением внутреннего рынка и экономическим ростом, с середины 2000 г. увеличивается доля начинающих предпринимателей, оценивающих создание собственного дела как возможность для самореализации, а не необходимость: 42,4% в 2002 г. до 71,0% в 2013 г. и 2014 г. Для сравнения других странах в 2014 г. доля добровольных предпринимателей составляла: Россия – 60%, Индия – 60%; Мексика – 76,3%; Китай – 65,7%; США – 81,5%; Германия – 75,7%.

Предпринимательство в США рассматривается положительно, поэтому американцам относительно легко начинать свой бизнес. Существует огромное разнообразие предпринимателей по всей стране. Кроме того, есть регионы с высокоинновационным предпринимательством, такие как Силиконовая долина и Бостон 128. Особенно процветает предпринимательство в США в регионах с развитой инфраструктурой и кластером производственной деятельности, где есть университеты, население, которое включает в себя молодежь, а также высокое качество жизни (школы, климат, отдых, искусство).

Количество американцев, позитивно оценивающих возможность организовать собственное дело в том месте, где они проживают, меняется год от года и зависит от экономических циклов. Однако за последние три года индекс ТЕА показывает достаточно стабильный рост, в то время как в период с 2002 по 2010 гг. был подвержен достаточно сильным колебаниям.

Основной задачей для американских предпринимателей является повышение конкурентоспособности на мировом рынке, а также развитие инноваций в глобальной экономике.

В Германии одна из самых больших инфраструктур для осуществления предпринимательской деятельности. Кроме того, правительство Германии проводит политику поддержки предпринимательства. Наибольшее ограничение – это избыток хороших рабочих мест (что снижает уровень предпринимательства). Отсутствие культурных, социальных ценностей и норм в обществе одобряющих предпринимательство, а также плохой предпринимательский климат в системе образования, снижают привлекательность предпринимательства в немецком обществе.

В Бразилии, по мнению экспертов, опрошенных в рамках GEM Национального экспертного обследования (NES), отношение населения к предпринимательству улучшилось, что сказалось на все большем распространении предпринимательской деятельности в стране. Инициативы правительства по поддержке предпринимательства оказали положительное влияние на предпринимательскую деятельность и освещение в СМИ [2].

Государственная поддержка сыграла важную роль в процессе формирования мотивационной среды развития предпринимательской деятельности и внесла свой вклад в распространение культуры предпринимательства, улучшение имиджа предпринимателей среди населения. В целом, в Бразилии положительно оценивают предпринимательство, это демонстрирует, что бразильцы, как правило, стали воспринимать стартапы и предпринимателей как часть совей повседневной жизни.

При этом эксперты достаточно негативно оценивают проводимую государственную политику в сфере предпринимательства, лишь 24,8% экспертов рассматривают ее как стимулятора для развития бизнеса и 62,9 % как его ограничение. Правительственные программы поддержки бизнеса оценивают, как фактор, способствующий развитию предпринимательства только 23,8% экспертов. Однако отмечают такие позитивные инициативы правительства как общий закон о микро- и малых предприятиях, об индивидуальных предпринимателях, программу поддержки бразильских стартапов и упрощение системы налогообложения («Simples Nacional»). Эти инициативы существенно снизили сложность оформления документов и уровень налогового бремени для зарегистрированных предприятий.

Кроме того, улучшилась подготовка государственных служащих, участвующих в работе с предпринимателями, некоторые процессы были компьютеризированы. Однако сохраняется достаточно высокий уровень бюрократии, неэффективности и коррупции, что в некоторой степени поощряет неформальное ведение бизнеса и ограничивает рост компаний.

Программы и политика поддержки предпринимательства в США, как правило, происходят на государственном уровне. В целом, США в большей степени ориентированы на сокращение административных барьеров, при этом отдельные штаты могут финансировать или предоставлять инкубаторы и программы помощи

(обучение, консультирование) для начинающих предпринимателей. Программы поддержки в основном ориентированы на конкретные группы, такие как женщины, молодежь или население с низким уровнем доходов.

В Германии государственный банк KfW предлагает несколько стимулирующих программ, в первую очередь направленных на планирующих самозанятость немцев. Эти программы, финансируемые Европейской программой восстановления (ERP), также доступны для людей, которые недавно зарегистрированы в качестве самозанятых и малых предприятий.

Еще одной примечательной инициативой является программа EXIST Федерального министерства по делам экономики Германии, которая направлена на улучшение предпринимательской среды в университетах и других научно-исследовательских институтах, в частности, она ориентирована на поддержку высокотехнологичных и наукоемких стартапов. Эта программа в основном реализуется в немецких университетах [6].

Однако, количество молодых людей (младше 25), занимающейся предпринимательской деятельностью, в Германии постоянно уменьшается, что можно проследить по изменению индекса ранней предпринимательской активности (ТЕА) за период с 2002 по 2014 год.

Самой сложной задачей для Германии является сохранение интересов предпринимательства в политической повестке дня в то время как экономика еще хорошо развивается, а демографическая ситуация уже начала меняться.

Бразильским федеральным правительством создана программа ProUni и Фонд финансирования студентов (FIES) в целях облегчения доступа студентов с низким уровнем дохода к высшему образованию. Программа предоставляет частичные и полные стипендии для обучения в частных университетах и колледжах по всей стране. Студенты могут получить частичное (50%) или полное (100%) финансирование обучения. Кроме того, Фонд финансирования студентов (FIES) предоставляет займы для оплаты обучение под низкие проценты. С 2011 г. в Бразилии действует программа Pronatec (Национальная программа по обеспечению доступа к техническому образованию и занятости).

Однако эксперты оценивают возможности образования и обучения в Бразилии достаточно негативно (в качестве ограничения (61%) и

стимулятора (23,8%)), указывая на то, что необходимы инвестиции в улучшение качества образования.

В Бразилии реализуются и другие известные инициативы, например, программы, предлагаемые на портале SEBRAE (Служба поддержки для бразильских микро- и малых предприятий – частная некоммерческая организация), которые специализируются на стимулировании предпринимательства и устойчивого развития малого бизнеса. SEBRAE предлагает программы по обучению предпринимателей и бизнесменов; артикулирует нужды бизнес сообщества государству для создания более благоприятной правовой среды; оказывает консалтинговые услуги.

При этом эксперты отмечают, что для развития предпринимательства необходима также и финансовая поддержка со стороны государства.

В Бразилии существует потребность для инвестиций в качественное образование. Кроме того, следует разработать механизмы коммерциализации инноваций, которые способствуют передаче технологий из научно-исследовательских центров на рынок. Назрела необходимость совершенствования законодательства по охране интеллектуальной собственности, для обеспечения систематической и справедливой реализации технологий и научных исследований.

Заработали многие программы, разработанные бразильским правительством, и это оказывает положительное влияние на мотивационную среду развития предпринимательской деятельности. Тем не менее, эти программы пока еще не в полной мере могут удовлетворить потребности предпринимателей; по мнению экспертов, они недостаточно открыты, представлены только в некоторых регионах страны, что ограничивает их возможности. Кроме того, недостаток финансирования не позволяет полностью удовлетворить потребности бизнеса, ограничивая потенциал для создания и развития новых предприятий. Развитие венчурного капитала и альтернативных форм финансирования потенциально может стать решением этой проблемы. Однако, в стране должны быть доступны кредиты даже для самых простых проектов, т.е. для большинства предприятий в стране, а не только для тех, кто специализируется на высоких технологиях и инновациях.

#### **Результаты и выводы**

Таким образом, рассмотрев опыт формирования мотивационной среды развития предпринимательства в таких зарубежных странах,

как США, Германия и Бразилия, можно сделать вывод, что для нашей страны наиболее применим опыт Бразилии, где государство взяло курс на целенаправленное улучшение имиджа предпринимательства среди населения страны, а также реализовывает ряд государственных программ по улучшению бизнес-климата и предпринимательской культуры. При этом необходимо помнить, что в российском обществе отношение к предпринимательству ближе к ситуации, которая сложилась в немецком обществе, где население не выражает большой заинтересованности в занятии бизнесом, хотя причины для такого отношения различны в этих странах.

В 2014 г. лишь 4,7 % россиян трудоспособного возраста являлись начинающими предпринимателями. Для сравнения, в странах БРИКС фиксируется более высокое значение показателя (Бразилия – 17,2 %, Китай – 15,5 %, Индия – 6,6 %, ЮАР – 7,0 %). В США доля граждан, начинающих собственных бизнес, составляет 13,8 % [2].

Страх неудачи мешает начать предпринимательскую деятельность 42% россиян. Еще одним барьером для российского бизнеса является низкая доступность финансовых ресурсов для новых и растущих компаний, так как доступ к финансированию затруднен из-за высоких процентных ставок по кредитам. Кроме того, большинству создаваемых компаний не удастся преодолеть начальные этапы развития, поэтому предпринимательская деятельность прекращается до достижения стадии устойчивого бизнеса.

Непопулярность предпринимательства в России может быть частично объяснена негативным восприятием предпринимательских возможностей тех, кто в настоящее время не является предпринимателем. Только 18% не предпринимателей считают внешние условия, благоприятными для начала предпринимательской деятельности; для действующих предпринимателей, эта цифра в два раза выше. Возможно, это связано с тем, что мотивация действующих предпринимателей обусловлена эффективностью предпринимательской деятельности и связана с возможностью и условиями самореализации и самоуважения, получения общественного признания и оценки, адекватной деятельности, обеспечения прав на охрану собственности и имущества, достойную жизнь, внедрения инноваций, направленных на общественное служение, позитивным имиджем предпринимателя, социальной ответственностью

как перед обществом, так и перед наемными работниками, социальными привязанностями, властью и т.д. [1].

Однако, доля предпринимателей, которые не планируют создавать новые рабочие места, значительно увеличилась. Таким образом, в настоящее время предприниматели менее оптимистично расценивают возможность создания более 20 рабочих мест, чем это было 5 лет назад.

Для большинства российских предпринимателей, решение начать свой бизнес является добровольным шагом, хотя они мотивированы в первую очередь желанием сохранить уровень дохода, а не заработать больше или увеличить свою независимость. Соотношение количества «вынужденных» и «добровольных» предпринимателей относительно стабильно. Тем не менее, в период 2012 – 2014 гг. доля добровольной мотивации снизилась, до чуть более 60%.

Многие становятся предпринимателями под воздействием внешних обстоятельств (в силу необходимости или смешанных мотивов). Негативное восприятие возможностей для начала бизнеса, так широко распространенное среди не предпринимателей, может привести к снижению количества новых предпринимателей. Поэтому для России крайне важно изменить такое восприятие и отношения общества в целом к предпринимательской деятельности.

Кроме того, отсутствуют прозрачные правила и логика взаимодействия между бизнесом и государством, поэтому эксперты традиционно рассматривают государственную политику как один из факторов негативного влияния на развитие российского предпринимательства. Однако, в последние годы федеральное правительство и, в значительной степени, региональные власти идеологически поддерживают развитие частного бизнеса.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** authors have no conflict of interests to declare.

#### Список литературы

1. Акимова, О. Е. Вектор мотивации предпринимательской деятельности в современной России: монография / О.Е. Акимова. – Волгоград: ВолгГТУ, 2013. 80 с.
2. Глобальный мониторинг предпринимательства. Национальный отчет. Россия 2013. URL: <http://www.gemconsortium.org/country-profile/104> (дата обращения: 23.10.2016).

3. Дадаханова, Р. Р. Мотивация предпринимательской деятельности // Молодой ученый. 2013. №5. С. 361-362.

4. Доклад Всемирного банка «Ведение бизнеса 2017: равные возможности для всех». URL: <http://russian.doingbusiness.org/> (дата обращения: 04.11.2016).

5. Кетько, Н. В., Манаенкова, А. А. Политика мотивации предпринимательства: цели, задачи, экономическая целесообразность разработки и применения // Российское предпринимательство. 2013. № 23 (245). С. 88-94.

6. Коновалова, О. С., Акимова, О. Е. Господдержка предпринимательства как основа формирования мотивационной среды развития предпринимательской деятельности в России // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2016. № 7 (186). С. 18-23.

7. Ларичева, Е. А., Складар, Е. Н. Сравнительный анализ развития малого и среднего предпринимательства в России и за рубежом. URL: [http://www.science-bsea.bgita.ru/2014/ekonom\\_2014\\_22/laricheva\\_sravnit.htm](http://www.science-bsea.bgita.ru/2014/ekonom_2014_22/laricheva_sravnit.htm) (дата обращения: 22.10.2016).

8. Саркисян, Л. А., Нефедов, М. Д. Возможности для развития малого и среднего бизнеса в России по примеру ряда зарубежных стран // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике. 2015. № 4 (6). С. 286-287.

9. Финк, Т. А. Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития // Молодой ученый. 2012. №4. С. 177-181.

10. Хрупин, И. М. Стимулирование развития предпринимательства на основе мотивационной структуры предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство. 2012. № 14 (212). С. 23-30.

#### References

1. Akimova, O. E. The motivation vector of entrepreneurial activity in modern Russia: monograph / O.E. Akimova. – Volgograd: VolgGTU, 2013. 80 p. Russian.
2. Global enterprise monitoring. National report. Russia 2013. URL: <http://www.gemconsortium.org/country-profile/104> (date of access: October 23, 2016). Russian.
3. Dadakhanova, R. R. Motivation of Entrepreneurial Activity // Young Scientist. 2013. № 5. Pp. 361-362. Russian.
4. World Bank report «Doing Business 2017: equal opportunities for all». URL: <http://russian.doingbusiness.org/> (date of access: November 4, 2016). Russian.
5. Ket'ko, N. V., Manaenkova, A. A. Policy motivation of entrepreneurship: goals, objectives, economic feasibility of development and application // The Journal of Russian Entrepreneurship. 2013. No. 23 (245). Pp. 88-94. Russian.

6. Konovalova, O. S., Akimova, O. E. State support of entrepreneurship as the basis for the formation of a motivational environment for the development of entrepreneurial activities in Russia // *Izvestia of Volgograd State Technical University*. 2016. No. 7 (186). Pp. 18-23. Russian.

7. Laricheva, E. A., Sklyar, E. N. Comparative analysis of the development of small and medium-sized enterprises in Russia and abroad. URL: [http://www.science-bsea.bgita.ru/2014/ekonom\\_2014\\_22/laricheva\\_sravnit.htm](http://www.science-bsea.bgita.ru/2014/ekonom_2014_22/laricheva_sravnit.htm) (date of access: October 22, 2016). Russian.

8. Sarkisyan, L. A., Nefedov, M. D. Opportunities for the development of small and medium-sized businesses in Russia following the example of a number of foreign countries // *Actual directions of scientific research: from theory to practice*. 2015. № 4 (6). Pp. 286-287. Russian.

9. Fink, T. A. Small and medium business: foreign experience of development // *The Young scientist*. 2012. № 4. Pp. 177-181. Russian.

10. Hrupin, I. M. Stimulating the development of entrepreneurship on the basis of motivational structure of entrepreneurial activity // *The Journal of Russian Entrepreneurship*. 2012. No. 14 (212). Pp. 23-30. Russian.

**Акимова Ольга Евгеньевна**, доцент, кандидат экономических наук, доцент

**Ким Анастасия Дмитриевна**, магистрант

**Olga E. Akimova**, PhD in Economics, Assistant Professor

**Anastasia D. Kim**, Graduate Student