



# Глобальный мониторинг предпринимательства: GEM Беларусь 2019/2020

Мария Акулова  
Родион Морозов  
Александр Абрашкевич  
Марибель Герреро



Создание рынков, создание возможностей

Данная публикация подготовлена в рамках Консультативной программы IFC по улучшению деловой среды и развитию конкуренции в Республике Беларусь, финансируемой Европейским Союзом и Шведским международным агентством сотрудничества для развития (SIDA).

Содержание данной работы защищено авторским правом. Копирование и (или) передача этой работы частично или полностью без разрешения может являться нарушением действующего законодательства. IFC поощряет распространение своей работы и, как правило, оперативно дает разрешение на бесплатное воспроизведение ее частей в случаях, если такое воспроизведение осуществляется в образовательных и некоммерческих целях, но при условии наличия ссылки на источник и оговорки, которые мы можем обоснованно требовать.

IFC не гарантирует точность, надежность или полноту материалов, содержащихся в этой работе, или выводов или суждений, описанных в ней, и не несет ответственности за какие-либо упущения или ошибки (включая, помимо прочего, опечатки и технические ошибки) в материалах работы или в случае использования содержащегося в работе материала. Выводы, толкования и заключения, изложенные в этой публикации, не обязательно отражают мнение исполнительных директоров Всемирного банка, IFC или правительств, которые они представляют.

Материал данной работы предназначен исключительно для общих информационных целей и не должен восприниматься как юридическая консультация, рекомендации по ценным бумагам или инвестициям, мнение относительно целесообразности каких-либо инвестиций или ходатайство какого-либо рода.

2121 Pennsylvania Avenue, N.W.  
Washington, D.C. 20433  
[www.ifc.org](http://www.ifc.org)

© Международная финансовая корпорация, 2020. Все права защищены.

Исследовательского-информационное учреждение «Центр экономических исследований «БЕРОК» выражает благодарность за финансовую поддержку со стороны Шведского Агентства по Развитию Международного Сотрудничества (SIDA).

Центр экономических исследований «БЕРОК» зарегистрирован как некоммерческая организация в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за № 192554014

Республика Беларусь, г. Минск  
Проспект Газеты Правда, 11Б  
[www.beroc.by](http://www.beroc.by)

© BEROC 2020. Все права защищены.

# Вступительное слово



## Ольга Щербина, Глава Представительства Международной финансовой корпорации (IFC) в Республике Беларусь

В данной публикации мы рады представить результаты всестороннего исследования различных аспектов предпринимательской активности «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM), впервые проведенного в стране в 2019 году Центром экономических исследований BEROC и Представительством Международной финансовой корпорации (IFC) в Республике Беларусь.

На сегодняшний день GEM является наиболее авторитетным в мире исследованием в области предпринимательства, охватывая социальные, культурные, политические и экономические условия предпринимательской активности, а также социальные нормы, ценности и отношение к бизнесу. Это действительно уникальное исследование, которое также служит источником достоверной информации для проведения международных сравнительных исследований благодаря единому для всех стран формату сбора данных. За 20 лет существования этого исследовательского проекта было опрошено почти три миллиона человек из 112 стран. В 2019 году в исследовании приняли участие 50 национальных исследовательских групп из стран всех размеров и стадий развития, включая Беларусь.

Я надеюсь, что с помощью этого отчета вы получите представление об основных стимулах развития предпринимательства в Беларуси, а также факторах, которые дестимулируют или препятствуют развитию предпринимательства и дальнейшему росту малого и среднего бизнеса. Помимо непосредственного изуче-

ния предпринимательской активности, в рамках этого исследования также изучается общественное мнение о необходимости предпринимательства и то, как предпринимательство воспринимается в обществе, в том числе восприятия среди мужчин и женщин. Это обусловлено тем, что определенная предпринимательская культура страны формируется на основе отношения и сложившихся мнений о бизнесе в обществе.

Исследование GEM представляет собой надежный источник данных, анализа и экспертной оценки по вопросам предпринимательства для ключевых международных организаций (Организации Объединенных Наций, Группы Всемирного банка, Всемирного экономического форума). Оно может использоваться для принятия правительствами обоснованных и информированных решений в области политики, а также для будущих исследований в области бизнеса и научных публикаций.

Я хотела бы лично поблагодарить всех, кто принимал участие в исследовании и подготовке отчета GEM в 2019–2020 годах. Я также хотела бы поблагодарить более двух тысяч представителей общественности, принявших участие в опросе GEM, а также представителей национального экспертного сообщества, с которыми проводились интервью и консультации в рамках этого исследовательского проекта. Мы надеемся, что эта публикация по итогам исследования GEM послужит цели стимулирования развития предпринимательства в Беларуси.



### **Павел Данейко, директор Центра экономических исследований BEROC**

Тема развития частного сектора — важное направление работы Центра экономических исследований BEROC.

Белорусские предприниматели являются важнейшей опорой белорусской экономики и движущей силой ее развития. Несмотря на все кризисы последних лет и барьеры на пути развития бизнеса, именно они постепенно меняют ценности белорусского общества в сторону более современной, хорошо организованной, высокотехнологичной экономики.

В 2019 году BEROC вместе с Международной финансовой корпорацией (IFC) принял участие в международном исследовательском проекте «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM). Данный проект был учрежден London Business School (Великобритания) и Babson College (США) для изучения

уровня предпринимательской активности и условий развития бизнеса во всем мире. Одна из целей исследования — получение информации, необходимой для выработки мер поддержки, которые будут способствовать развитию бизнеса. Мы надеемся, что результаты, полученные в рамках исследования GEM в Беларуси, создадут основу для диалога между предпринимателями, органами власти и экспертами, и это станет стимулом для принятия новых мер, способствующих предпринимательской активности и улучшению перспектив устойчивого социально-экономического развития.

BEROC и IFC рады представить первый отчет GEM в Беларуси. Мы посвящаем эту работу всем, кто изо дня в день работает над тем, чтобы сделать предпринимательство основой экономического роста и повышения благосостояния белорусов.

# Содержание

Вступительное слово . . . . .	3
Резюме . . . . .	7
Введение . . . . .	8
Концептуальная модель проекта GEM . . . . .	9
Оценка предпринимательской активности . . . . .	11
Страны, принявшие участие в исследовании GEM в 2019 году . . . . .	12
Методология . . . . .	13
Глава 1. Феномен предпринимательства . . . . .	14
1.1. Ценности, восприятие и отношение к предпринимательству . . . . .	14
1.2. Оценка характеристики национального восприятия предпринимательства среди мужчин и женщин . . . . .	15
1.3. Предпринимательская самооценка среди мужчин и женщин . . . . .	16
1.4. Предпринимательская активность и ее характеристики . . . . .	21
1.5. Социально-демографические характеристики предпринимателей . . . . .	26
Глава 2. Вклад предпринимательства в экономическое развитие . . . . .	31
2.1. Основные характеристики предприятий . . . . .	31
2.2. Инновационность . . . . .	35
2.3. Ориентация на международный рынок . . . . .	38
2.4. Внутрифирменное предпринимательство . . . . .	39
Глава 3. Условия развития предпринимательства . . . . .	41
3.1. Рамочные условия для предпринимательства . . . . .	42
3.2. Барьеры, благоприятные факторы и рекомендации для развития предпринимательства . . . . .	47
Глава 4. Дополнительные факторы, влияющие на развитие предпринимательства . . . . .	49
Общие выводы . . . . .	52
Литература . . . . .	54
Приложение 1. Исследование GEM: показатели Беларуси . . . . .	55
Приложение 2. Описание методологии . . . . .	56

## Список рисунков

Рисунок 1. Концептуальная модель проекта GEM	9
Рисунок 2. Индикаторы предпринимательской активности	11
Рисунок 3. Характеристики национального восприятия предпринимательства	14
Рисунок 4. Характеристики предпринимательской самооценки	15
Рисунок 5. Связь между характеристиками предпринимательской самооценки	16
Рисунок 6. Индексы предпринимательской самооценки и национального восприятия предпринимательства	17
Рисунок 7. Оценка характеристик восприятия предпринимательства респондентами с разной оценкой предпринимательских способностей	18
Рисунок 8. Отношение к предпринимательству в Беларуси по сравнению со странами со средним уровнем дохода и европейскими странами	19
Рисунок 9. Оценка благоприятных условия для открытия бизнеса в странах — участницах проекта	20
Рисунок 10. Оценка предпринимательских способностей в странах — участницах проекта	20
Рисунок 11. Оценка страха провала в странах — участницах проекта	20
Рисунок 12. Показатели предпринимательской активности	21
Рисунок 13. Уровень предпринимательских намерений	22
Рисунок 14. Уровень предпринимательских намерений и оценка благоприятных возможностей странах — участницах проекта	22
Рисунок 15. Причины выхода из бизнеса в Беларуси в сравнении с другими странами	25
Рисунок 16. Предпринимательская активность по возрастным группам предпринимателей	26
Рисунок 18. Предпринимательской активность по полу	27
Рисунок 19. Индексы ранней и устоявшейся предпринимательской активности среди мужчин и женщин в Беларуси в сравнении с другими странами	27
Рисунок 17. Индекс ранней предпринимательской активности в Беларуси по возрастным группам	27
Рисунок 20. Предпринимательская активность по уровню образования	28
Рисунок 21. Уровни образования по показателям предпринимательской активности	28
Рисунок 22. Предпринимательская активность по уровню дохода	29
Рисунок 23. Индексы ранней и устоявшейся предпринимательской активности по уровню дохода	29
Рисунок 24. Индекс ранней предпринимательской активности и ВВП на душу населения	30
Рисунок 25. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по основным секторам	31
Рисунок 26. Секторальное распределение ранних предпринимателей по странам	32
Рисунок 27. Ранние и устоявшиеся предприниматели по текущему количеству работников	33
Рисунок 28. Ожидания органического роста среди ранних и устоявшихся предпринимателей	33
Рисунок 29. Доля предпринимателей, ожидающих значительное увеличение количества работников	34
Рисунок 30. ВВП на душу населения и процент ранних предпринимателей, создающих продукты или процессы, новые для международного рынка	35
Рисунок 31. ВВП на душу населения и процент ранних предпринимателей, занятых в средне- и высокотехнологичных секторах	35
Рисунок 32. Процент ранних предпринимателей, создающих новые продукты и процессы для национального и международного рынков	36
Рисунок 33. Процент ранних и устоявшихся предпринимателей, занятых в средне- и высокотехнологичных секторах	37
Рисунок 34. Процент ранних и устоявшихся предпринимателей, ориентированных на международные рынки	38
Рисунок 35. Процент ранних предпринимателей с высокой степенью ориентации на международные рынки в разных странах	38
Рисунок 36. Внутрифирменное предпринимательство и ВВП на душу населения	39
Рисунок 37. Соотношение устоявшихся предпринимателей и ранних предпринимателей	40
Рисунок 38. Рамочные условия для предпринимательства в Беларуси	42
Рисунок 39. Сравнение рамочных условий для предпринимательства	43
Рисунок 40. Важность рамочных условий для предпринимательства	44
Рисунок 41. Индекс национального предпринимательского контекста и оценки общего состояния среды для предпринимательства	45
Рисунок 42. Показатель благоприятности условий ведения бизнеса из рейтинга Doing Business и ВВП на душу населения	46
Рисунок 43. Индекс национального предпринимательского контекста и ВВП на душу населения	46
Рисунок 44. Причины, препятствующие открытию бизнеса	49
Рисунок 45. Причины, препятствующие открытию бизнеса среди мужчин и женщин	50
Рисунок 46. Источники информации при открытии бизнеса	51
Рисунок 47. Связь уровня образования и стадии предпринимательства	51

## Список таблиц

Таблица 1. Страны, принявшие участие в исследовании GEM 2018–2019, по региону и уровню дохода	12
Таблица 2. Оценка характеристик национального восприятия предпринимательства среди мужчин и женщин	15
Таблица 3. Характеристики индивидуального отношения к предпринимательству среди мужчин и женщин	17
Таблица 4. Предпринимательская активность в исследуемых странах	23
Таблица 5. Мотивация предпринимателей в Беларуси	24
Таблица 6. Причины выхода из бизнеса в Беларуси	25
Таблица 7. Рамочные условия для предпринимательства	41
Таблица 8. Профиль белорусских экспертов	42
Таблица 9. Барьеры, благоприятные факторы и рекомендации для развития предпринимательства в Беларуси	48

# Резюме

1. Около 70% предпринимателей и непредпринимателей считают, что предпринимательство — это удачный карьерный выбор, и согласны с утверждением о высоком социальном статусе предпринимателей.
2. Беларусь принадлежит к группе стран с самым низким уровнем оценки собственных предпринимательских способностей. Лишь 38% непредпринимателей считают, что обладают знаниями и навыками, необходимыми для ведения бизнеса, тогда как 91% предпринимателей уверены в уровне своих компетенций и способностей.
3. Беларусь входит в тройку самых пессимистично настроенных стран в отношении благоприятности условий для ведения бизнеса. Лишь 28,5% непредпринимателей положительно оценили условия для открытия бизнеса. Предприниматели в своих оценках настроены чуть более оптимистично. Около 39% предпринимателей полагают, что в стране созданы благоприятные условия для открытия бизнеса.
4. Желание обеспечить высокое благосостояние (75,3%) является наиболее часто встречающимся мотивом на создание бизнеса. Вторым по популярности мотивом является необходимость обеспечить источник дохода в условиях недостатка других вариантов трудоустройства (50,7%). Недостаток финансовых средств (38%) и неблагоприятные условия ведения бизнеса (19,5%) являются наиболее часто встречающимися ответами на вопрос «Что мешает вам начать бизнес?».
5. К трем наиболее распространенным причинам выхода из бизнеса относятся «нерентабельность бизнеса» (37,1%), «семейные или личные обстоятельства» (18,4%) и «бюрократия» (15,1%). Следует также отметить, что «выход на пенсию» или «возможность продажи бизнеса» вообще не были упомянуты респондентами.
6. Как ранние предприниматели, так и устоявшиеся предприниматели в Беларуси ожидают более высокие темпы создания рабочих мест по сравнению со средним показателем по странам со средним и высоким уровнем дохода.
7. Беларусь отличается не количеством предпринимателей, а их качеством. Процент стартап-компаний, занятых в средне- и высокотехнологичных секторах, среди всех ранних белорусских бизнесов выше средних показателей стран с высоким уровнем дохода. 22% ранних предпринимателей получают более 25% выручки из-за пределов страны.
8. Низкий показатель соотношения устоявшихся бизнесов и ранних бизнесов, с одной стороны, может указывать на неблагоприятные условия для развития бизнеса в долгосрочной перспективе, а с другой стороны, демонстрирует привлекательность создания нового бизнеса. По этому показателю Беларусь находится довольно близко к таким «стартап-странам», как Израиль и Ирландия.
9. Беларусь занимает 15-е место из 54 стран, участвовавших в исследовании, по доступности и качеству физической инфраструктуры и услуг, что говорит о том, что этот фактор может быть конкурентным преимуществом страны, и о нем необходимо информировать широкую общественность. В то же время наиболее проблемной областью в Беларуси среди рамочных условий для предпринимательства является предпринимательское образование в школах (41-е место в мире).
10. Наиболее важным условием для нынешнего состояния предпринимательской среды является предпринимательское образование в учреждениях среднего специального, высшего и дополнительного образования. За ним следуют финансирование предпринимательства и вопросы, связанные с налогообложением и бюрократией. Сравнение значений основных показателей GEM по Беларуси со среднемировыми значениями представлено в приложении 1.

# Введение<sup>1</sup>

Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor (GEM)) — это крупномасштабная международная совместная исследовательская инициатива, в рамках которой проводится анализ предпринимательства во всех его видах и формах и связанных с ним характеристик с учетом временных и пространственных факторов.

В 1999 году в первом отчете проекта GEM было представлено определение предпринимательства как «любая попытка создать новое предприятие или бизнес, например, различные формы самозанятости, либо расширение существующего бизнеса, предпринятое отдельным лицом, группой лиц или уже существующей бизнес-структурой» (Reynolds, Nay, & Camp, 1999).

Постулируя важнейшую роль предпринимательства в инновационной деятельности, повышении производительности и создании рабочих мест, проект GEM исследует текущие характеристики предпринимательского мышления, мотивации, видов деятельности и устремлений, а также состояние среды, которая необходима для развития предпринимательства в стране. Данный проект проводится совместными усилиями некоммерческой организации Global Entrepreneurship Research Association, учреждений-учредителей Лондонской бизнес-школы (London Business School, Великобритания) и Бабсон-колледжа (Babson College, США), а также консорциума национальных команд, состоящих из исследователей в области предпринимательства, из разных стран. На сегодняшний день GEM является одной из немногих исследовательских инициатив, которая на систематической и ежегодной основе обеспечивает сопоставимые на международном уровне данные о предпринимательстве. Эти данные дают возможность проводить страновые сравнения, а также отслеживать динамику развития различных показателей предпринимательской активности и необходимых для этого условий в течение длительного периода времени в одной и той же стране. Кроме того, благодаря тщательно проработанной теоретической

базе, данные, полученные в рамках проекта GEM, ежегодно используются в десятках новых публикаций в рецензируемых научных изданиях.

В этой связи, результаты проекта в виде глобальных и национальных отчетов привлекают самое пристальное внимание со стороны государственных органов, аналитических центров, неправительственных и международных организаций и используются для разработки и анализа научно обоснованной политики и инициатив в области предпринимательства. Проект позволяет получить всестороннюю картину состояния предпринимательской экосистемы, форм и мотивов предпринимательства, которая в дальнейшем используется правительствами и другими заинтересованными сторонами для решения задач по сокращению бедности и социального неравенства, расширению прав и возможностей женщин, а также экологических проблем.

Консорциум проекта GEM состоит из национальных команд, каждая из которых использует единую методологию исследования, подход к формированию выборки и инструменты для сбора репрезентативных данных о предпринимательстве на национальном уровне.

Каждая национальная команда проводит опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Survey — APS) на репрезентативной выборке размером не менее 2000 респондентов. Помимо этого, в каждой стране-участнице проводятся национальные экспертные интервью (National Expert Survey — NES) с целью получения экспертных оценок об условиях развития предпринимательства, включающих в себя экономическую, политическую составляющие, а также другие сферы, влияющие на развитие предпринимательства

Основные результаты исследования GEM ежегодно представляются в глобальном отчете<sup>2</sup>. В нем содержатся обширные данные о предпринимательстве, которые анализируются через призму различных показателей и типов предпринимательской

<sup>1</sup> Для единообразия вводная часть, включающая описание концептуальной модели и методологии исследования GEM, в значительной степени является адаптацией главы 1 Глобального отчета GEM 2019/20.

<sup>2</sup> См. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443>.



активности, социально-демографических характеристик предпринимательства, мотивов и устремлений, а также таких характеристик бизнеса, как уровень инновационности и технологического развития. Кроме этого, каждая страна-участница еже-

годно публикует национальный отчет, содержащий более детальный анализ предпринимательства на страновом уровне с учетом локальных изменений, особенностей, условий и инициатив, влияющих на предпринимательскую активность.

## Концептуальная модель проекта GEM

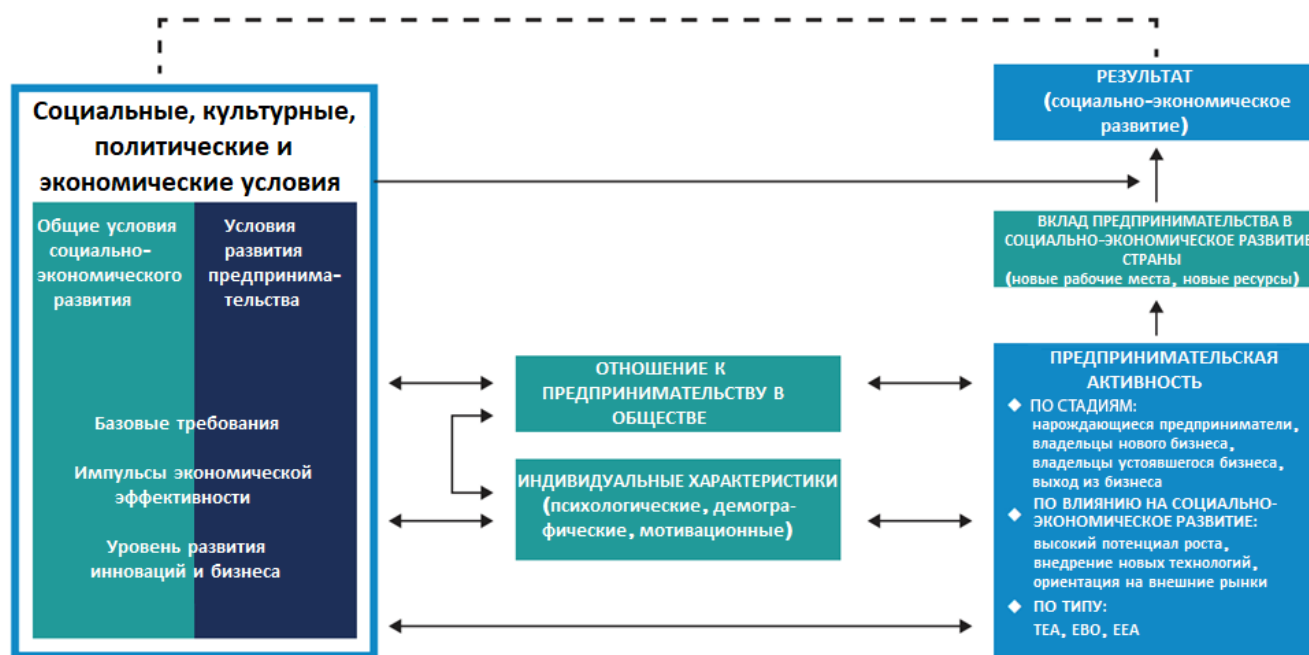
Концептуальная модель проекта GEM основана на фундаментальном предположении о том, что экономический рост является результатом увеличения совокупной факторной производительности, что, в свою очередь, зависит от способности индивидуумов выявлять и использовать возможности, а также факторов внешней среды, влияющих на решение индивидуумов заняться предпринимательской деятельностью. В тоже время уровень и типы предпринимательской активности, а также степень влияния на экономический рост различаются даже между странами, которые находятся на одном уровне экономического развития, что подтверждается данными проекта GEM и другими исследованиями.

Концептуальная модель проекта GEM отражает взаимозависимость предпринимательства и экономического развития с целью

- выявления факторов, стимулирующих или ограничивающих предпринимательскую активность, особенно в части социальных ценностей, индивидуальных характеристик и предпринимательской экосистемы;
- создания возможностей для оценки уровня влияния предпринимательской активности на экономический рост страны;
- выявления мер по увеличению предпринимательской активности и результативности на национальном уровне.

На рис. 1 представлены основные компоненты и взаимосвязи, формирующие предпринимательский процесс, а также типы предпринимателей в зависимости от уровня их организационного развития.

Рисунок 1. Концептуальная модель проекта GEM



Источник: Глобальный отчет GEM 2019/20.

Таким образом, предпринимательская активность зависит от отношения к предпринимательству в обществе и индивидуальных характеристик предпринимателя и способствует социально-экономическому развитию за счет создания рабочих мест и добавленной стоимости. В тоже время концептуальная модель учитывает социальные, культурные, политические и экономические условия, которые влияют и одновременно находятся под влиянием предпринимательской активност.

Концептуальная модель проекта содержит следующие компоненты:

- **Социальные, культурные, политические и экономические условия** формируют национальную предпринимательскую экосистему и включают в себя инструменты финансирования предпринимательства, государственную политику и программы поддержки предпринимательства, предпринимательское образование, внедрение научно-технических разработок, коммерческую, физическую и юридическую инфраструктуру, динамику и открытость внутреннего рынка, а также культурные и социальные нормы.
- **Отношение к предпринимательству в обществе** отражает общественные убеждения о том, насколько удачным выбором для карьеры воспринимается предпринимательство, насколько высокий социальный статус имеют предприниматели, насколько положительно предпринимательство освещается в СМИ страны, а также насколько легко можно открыть бизнес.
- **Индивидуальные характеристики** предпринимателя включают в себя демографические показатели (пол, возраст, уровень образования), индивидуальную предпринимательскую самооценку (оценка предпринимательских возможностей, оценка знаний и навыков, страх провала) и мотивационные аспекты.
- **Предпринимательская активность** охватывает различные стадии процесса развития бизнеса (замысел о создании бизнеса, открытие бизнеса, управление новыми и устоявшимися бизнесами, закрытие бизнеса), потенциальный вклад в социально-экономическое развитие (создание рабочих мест, внедрение новых технологий, ориентация на внешние рынки) и типы предпринимательской активности (ранняя предпринимательская активность (ТЕА), владение устоявшимся бизнесом (ЕВО), а также внутрифирменное предпринимательство (ЕЕА)).

## Оценка предпринимательской активности

На рис. 2 представлены ключевые индикаторы стадий предпринимательского процесса от замысла создания бизнеса до владения устоявшимся бизнесом.

Одним из ключевых индикаторов проекта GEM является индекс ранней предпринимательской активности (Total early-stage Entrepreneurial Activity Index — TEA), представляющий собой процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, находящегося в активном процессе открытия бизнеса либо владеющего или управляющего новым бизнесом.

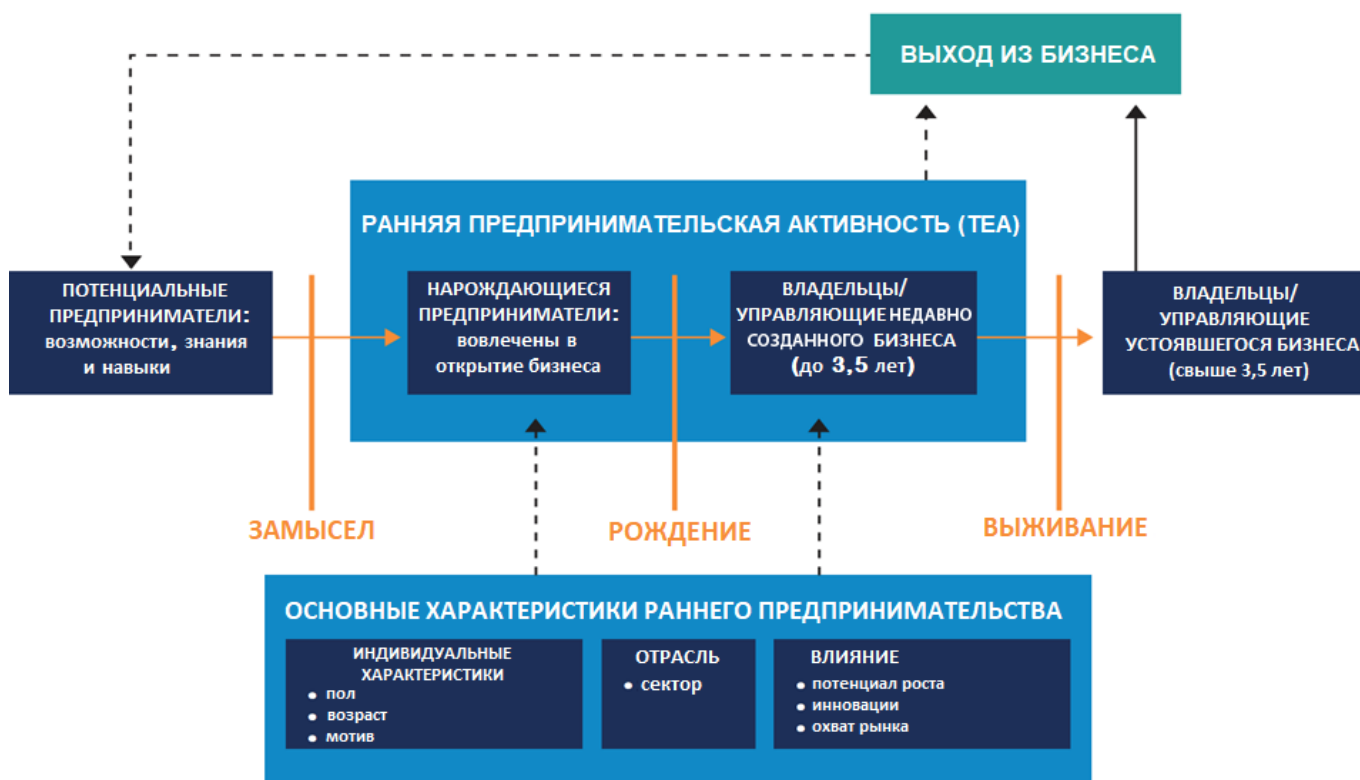
Индекс ранней предпринимательской активности представляет собой суммарную долю предпринимателей, находящихся на ранней стадии развития бизнеса: нарождающихся предпринимателей (предпринимателей, которые активно вовлечены в создание нового бизнеса, который существует не более трех месяцев и еще не производил выплату заработной платы или иных выплат, в том числе учредителям) и владельцев/управляющих

недавно созданного бизнеса (предпринимателей, которые ведут недавно созданный бизнес и уже производили выплату заработной платы или иных выплат, в том числе учредителям) в течение трех или более, но менее 42 месяцев). При этом если респондент вовлечен в оба показателя предпринимательской активности, то его предпринимательская активность учитывается только один раз.

Предприниматели, которые владеют/управляют бизнесом и выплачивают заработную плату в течение 42 месяцев и более, считаются устоявшимися предпринимателями.

Поскольку выход из бизнеса считается важной стадией предпринимательства, после которого предприниматели могут открыть другой бизнес или продолжить вести предпринимательскую деятельность в другой форме, этот показатель предпринимательской активности также рассматривается в рамках проекта GEM.

**Рисунок 2.** Индикаторы предпринимательской активности



Источник: Глобальный отчет GEM 2019/20

## Страны, принявшие участие в исследовании GEM в 2019 году

В 2019 году 54 страны приняло участие в проекте GEM. 50 стран приняло участие в полномасштабном исследовании, а 4 страны приняли участие только в проведении национальных экспертных интервью (NES). Страны-участницы<sup>3</sup> подразделены на группы по географическому региону и уровню дохода в соответствии с классификацией Всемирного экономического форума: 11 стран Ближнего Востока и Африки, 8 стран из Восточной и Южной Азии, 8 стран из Латинской Америки и Карибского бассейна, и 23 страны из Европы и Северной Америки. Из них 5 стран относятся к странам с низким

уровнем дохода, 12 к странам со средним уровнем дохода, а остальные к странам с высоким уровнем дохода (см. таблицу 1).

В опросе, проводимом в рамках проекта в 2019 году, приняло участие свыше 150 000 человек. В ходе национальных экспертных интервью (NES) национальным экспертам из 50 стран было предложено оценить национальные условия развития предпринимательства по 12 условиям для развития предпринимательства, определенным в концептуальной модели исследования.

**Таблица 1.** Страны, принявшие участие в исследовании GEM 2018–2019, по региону и уровню дохода

Регион	Низкий уровень дохода	Средний уровень дохода	Высокий уровень дохода
Ближний Восток и Африка	Египет Мадагаскар Морокко	Иран Иордания ЮАР	Израиль Катар ОАЭ Оман Саудовская Аравия
Восточная Азия и Тихоокеанский регион	Индия Пакистан	Армения Китай	Австралия Республика Корея Тайвань Япония
Латинская Америка и Карибские острова		Бразилия Эквадор Гватемала Мексика	Колумбия Панама Пуэрто-Рико Чили
Европа и Северная Америка		Беларусь Северная Македония Российская Федерация	Великобритания Германия Греция Ирландия Испания Италия Канада Кипр Латвия Люксембург Нидерланды Норвегия Польша Португалия Словакия Словения США Хорватия Швейцария Швеция

Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

<sup>3</sup> Поскольку в некоторых частях мира существуют отдельные территории, которые не могут определяться как отдельные страны, то в глобальном отчете GEM используется термин «экономики», а не «страны». При этом термин «экономика» может также относиться к экономике отдельных стран, которые однозначно определяются как «страны».

## Методология

Для выявления взаимосвязей между предпринимателями и внешней средой каждая страна-участница, принимающая участие в проекте GEM в определенном году, должна провести два национальных опроса: опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Survey — APS) и национальные экспертные интервью (National Expert Survey — NES).

Каждая страна выбирает независимого вендора для проведения опроса, который утверждается группой экспертов GEM. Эта организация проводит опрос репрезентативной и стратифицированной выборки, которая включает в себя, по меньшей мере, 2000 человек в возрасте от 18 до 64 лет. В опросе используется стандартизированная анкета исследования с вопросами о предпринимательской активности респондентов, их отношении, мотивации и возможностях, переведенная на один или несколько официальных языков страны.

После этого группа технических специалистов GEM проводит проверку, верификацию, согласование и взвешивание полученных данных. Одна из ключевых особенностей опроса взрослого трудоспособного населения заключается в том, что объектом опроса являются люди, а не бизнесы. Несмотря на возможную предвзятость даваемых самооценок, присущую таким исследованиям, этот опрос помогает составить уникальный портрет предпринимательства в обществе. Информация о методологии проведения опроса, использованной белорусской исследовательской группой, приводится в приложении 2. Результаты опроса взрослого трудоспособного населения проекта GEM, который был впервые проведен в Беларуси, описываются в главах 1 и 2.

Второй опрос проводится в форме национальных экспертных интервью. Его целью является оценка экономических, социальных, культурных и политических условий, которые могут, как содействовать и поддерживать, так и препятствовать и сдерживать предпринимательскую активность в стране. Для оценки сложившихся условий развития предпринимательства в стране каждая национальная исследовательская команда определяет и обосновывает выбор, по меньшей мере, 36 человек с соответствующим уровнем экспертизы и (или) опытом в 12 различных областях, связанных с развитием предпринимательства. Национальным экспертам, утвержденным группой экспертов GEM, предлагается заполнить стандартную анкету опроса. В анкете необходимо дать свои оценки условий развития предпринимательства в стране по широкому перечню факторов, определенных в проекте GEM, включая оценку важности каждого фактора для экономики. Полный перечень этих факторов с их описанием и результаты опроса белорусских экспертов представлен в главе 3.

Единая и четкая методология проекта GEM позволяет национальным исследовательским командам собирать, обрабатывать и интерпретировать полученную в результате опросов информацию. На основе этой информации строятся точные и соизмеримые показатели предпринимательской активности, предоставляя важные сведения для представителей власти и других заинтересованных лиц, формирующих политику поддержки и развития предпринимательства. Таким образом, проект GEM сегодня признается авторитетным надежным источником данных о состоянии предпринимательства как в отдельных странах, так и во всем мире.

# Глава 1. Феномен предпринимательства

## 1.1. Ценности, восприятие и отношение к предпринимательству

### Отношение к предпринимательству в обществе

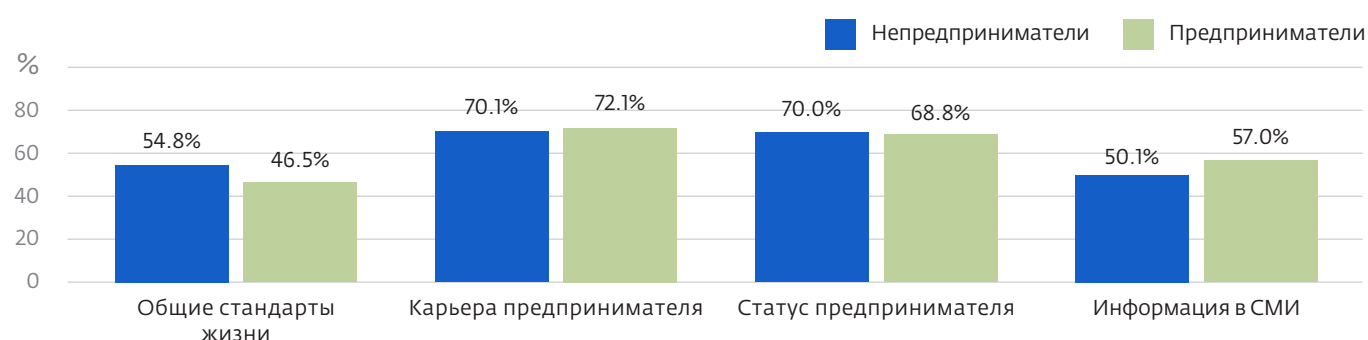
Отношение к предпринимательству в обществе отражает общее мнение о важности предпринимательской деятельности, сложившееся в стране. Для оценки отношения к предпринимательству используются четыре показателя: привлекательность предпринимательства как карьеры, предпочтение общих стандартов жизни, престижность предпринимательства в обществе и оценка внимания средств массовой информации (СМИ) к предпринимательству (рис. 3).

Среди предпринимателей и не предпринимателей<sup>4</sup> наблюдаются небольшие различия в оценке факторов общественного отношения к предпринимательству. Практически 55% респондентов, не являющихся предпринимателями, и 46,5% предпринимателей придерживаются мнения, что большинство жителей страны предпочитают общие стандарты жизни.

Вероятно, это итог постсоветского наследия, который сопровождается идеей развития социально-ориентированной экономики, продвигаемой властями.

Порядка 70% предпринимателей и не предпринимателей отметили привлекательность карьеры предпринимателя и согласились с утверждением о высоком статусе предпринимателя в обществе. 57,0% предпринимателей положительно оценили качество освещения предпринимательства СМИ, тогда как с ними согласилось лишь 50,1% не предпринимателей. СМИ играют одну из ключевых ролей в формировании предпринимательской культуры и предпринимательского мышления в обществе. В этой связи, необходимо в значимо большей степени освещать темы, связанные с развитием и ролью предпринимательства в СМИ.

Рисунок 3. Характеристики национального восприятия предпринимательства



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

<sup>4</sup> Методологическое пояснение: к предпринимателям (лицам, вовлеченным в предпринимательскую активность) относятся лица, сообщившие о своем участии в ранней предпринимательской активности и в качестве владельцев устоявшегося бизнеса.

## 1.2. Оценка характеристики национального восприятия предпринимательства среди мужчин и женщин

В национальном восприятии предпринимательства были выявлены определенные гендерные различия (см. таблицу 2). Значимо большая доля женщин-предпринимательниц отдает предпочтение единым стандартам жизни по сравнению с мужчинами-предпринимателями (54,9% женщин по

сравнению с 40,8% мужчин). Аналогичная картина наблюдается в оценках степени освещения предпринимательства СМИ. Порядка 64% женщин-предпринимательниц положительно оценивают качество освещения темы в СМИ, в то время как лишь 40,8% мужчин-предпринимателей с ними согласны.

**Таблица 2.** Оценка характеристик национального восприятия предпринимательства среди мужчин и женщин

Показатель	Предприниматели (%)			Непредприниматели (%)		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Общие стандарты жизни	40,8	54,9	46,5	58,0	52,0	54,8
Карьера предпринимателя	70,4	74,1	72,1	71,6	68,8	70,2
Статус предпринимателя	68,4	69,6	68,8	69,0	70,9	70,0
Информация в СМИ	52,8	64,0	57,4	48,8	51,3	50,1

Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

### Оценка характеристик предпринимательской самооценки

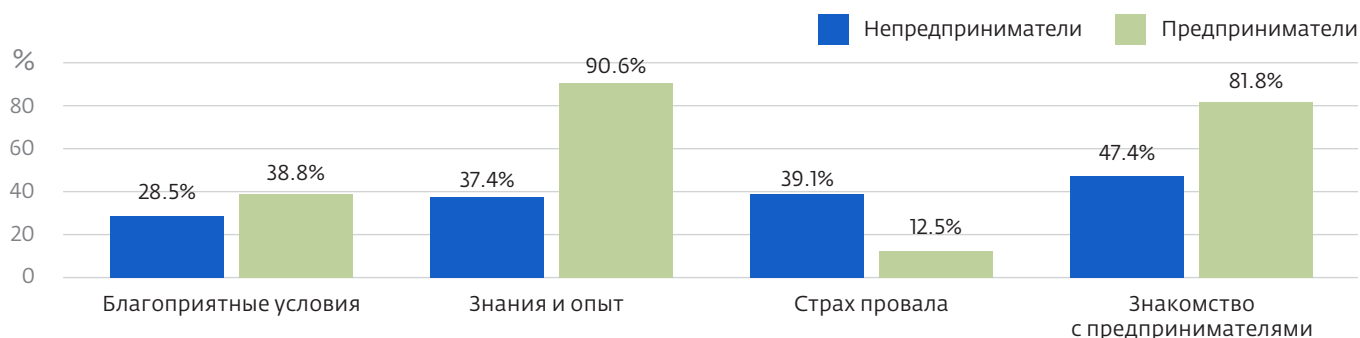
Предпринимательская самооценка включает в себя оценку наличия благоприятных возможностей для открытия бизнеса, оценку индивидуумом собственных знаний, квалификаций и опыта, страх провала в бизнесе и наличие знакомств с предпринимателями. Ответы предпринимателей и непредпринимателей продемонстрировали ряд существенных различий.

Большинство предпринимателей лично знакомы с другими предпринимателями (81,8%), тогда как лишь 47,4% непредпринимателей лично знакомы с представителями бизнеса. Практически все предприниматели (91%) и лишь 38% непредпринимателей считают, что обладают необходимыми знаниями и навыками, необходимыми для ведения бизнеса (рис. 4). Столь значимый разрыв сигнализи-

рует о необходимости развития различных образовательных программ связанных с предпринимательством, направленных на повышение уровня предпринимательских способностей населения.

Оценка наличия благоприятных возможностей для открытия бизнеса находится на среднем уровне. Лишь 28,5% непредпринимателей положительно оценили условия для открытия бизнеса. Предприниматели в своих оценках настроены чуть более оптимистично. Около 39% предпринимателей полагают, что в стране созданы благоприятные условия для открытия бизнеса. В то же время страх провала, который мешает рискнуть и начать свое дело, в три раза выше среди непредпринимателей (39%), чем среди предпринимателей (12,5%).

**Рисунок 4.** Характеристики предпринимательской самооценки



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г..

**Рисунок 5.** Связь между характеристиками предпринимательской самооценки



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

Примечание: 100 означает, что 100 процентов респондентов согласны с утверждением; 0 означает, что никто из респондентов не согласен с утверждением

Скромные доли респондентов, благоприятно оценивающих условия для открытия бизнеса, наряду с достаточно высоким уровнем страха провала, свидетельствуют о необходимости принятия мер по повышению привлекательности предпринимательства в стране. С одной стороны, крайне важно помогать населению в развитии их навыков и знаний, а с другой — следует подумать о том, как снизить уровень страх неудачи, наоборот, стимулировать общество на принятие разумного риска.

Анализ перекрестных таблиц между положительными ответами на различные утверждения, относящиеся к предпринимательской самооценке, показывает определенную положительную связь между оценками наличия благоприятных возможностей и собственных знаний, как среди предпринимателей, так и непредпринимателей (рис. 5).

### 1.3. Предпринимательская самооценка среди мужчин и женщин

Предпринимательская самооценка в некоторой степени различается в зависимости от пола респондентов. Мужчины-предприниматели более оптимистично оценивают благоприятные условия. В частности, 45,5% мужчин-предпринимателей считают, что в стране созданы благоприятные условия для открытия нового бизнеса, тогда как лишь 30,9% женщин-предпринимателей с ними согласны (табл. 3). Если говорить о страхе провала, то среди предпринимателей доля женщин, отметивших страх неудач как фактор, препятствующий реализации бизнес-идеи, выше, чем среди мужчин (16% женщин и 9,7% мужчин).

Среди непредпринимателей наблюдается лишь одно существенное различие в оценках собственных знаний и опыта. Существенно меньшая доля женщин (30,1%) положительно оценила собственные предпринимательские способности, тогда как мужчины оказались более уверены в собственных навыках и знаниях (45,7%). Это свидетельствует о важности организации различных тренингов и образовательных курсов, направленных на повышение уровня образования и предпринимательских навыков женщин, а также их уверенности в собственных силах.



На рис. 6 представлены индексы национального восприятия предпринимательства и предпринимательской самооценки. Индекс измеряется как количество утверждений, на которые респондент ответил положительно: от нуля, если респондент не согласился ни с одним утверждением, до трех.

Индекс предпринимательской самооценки отражает собственную уверенность людей в своих способностях, возможностях и связях, необходимых для успешной предпринимательской карьеры. Большинство респондентов согласилось лишь с одним утверждением или же не согласилось вообще ни с одним из трех (59%), что указывает на негативное или скептическое отношение к своим способностям и условиям для бизнеса.

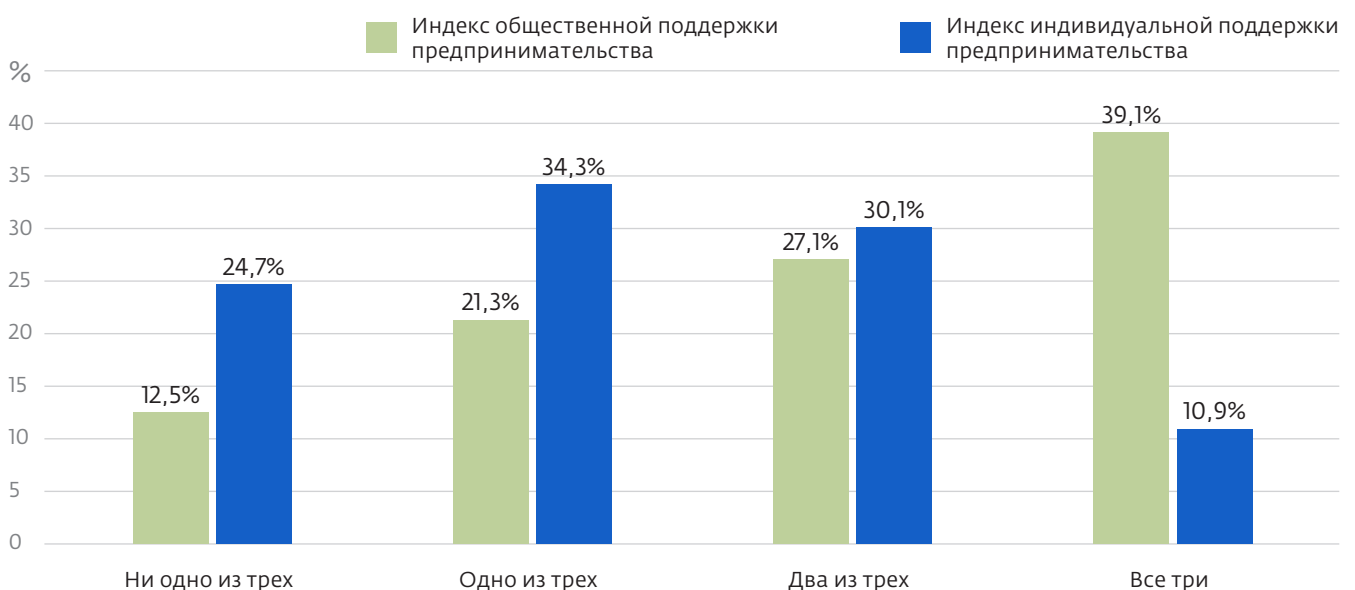
Индекс национального восприятия предпринимательства оценивается как процент тех, кто согласился со всеми тремя утверждениями о роли предпринимательства (предпринимательство как удачный карьерный выбор, социальный статус предпринимателя, освещение в СМИ). В отличие от индекса предпринимательской самооценки, в вопросах национального восприятия предпринимательства, большинство респондентов согласилось с двумя-тремя утверждениями (66,2%), что свидетельствует о достаточно высоком уровне поддержки предпринимательства в обществе.

**Таблица 3.** Характеристики индивидуального отношения к предпринимательству среди мужчин и женщин

Показатели	Предприниматели (%)			Непредприниматели (%)		
	Мужчины	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
Благоприятные условия	45,5	30,9	38,8	27,5	29,6	28,5
Знания и опыт	90,8	90,2	90,5	45,7	30,1	37,4
Страх провала	9,7	16,0	12,5	36,2	41,8	39,1
Знакомство с предпринимателями	79,3	84,9	81,8	48,1	46,6	47,3

Источник: Исследование ГЕМ в Беларуси, 2019 г.

**Рисунок 6.** Индексы предпринимательской самооценки и национального восприятия предпринимательства



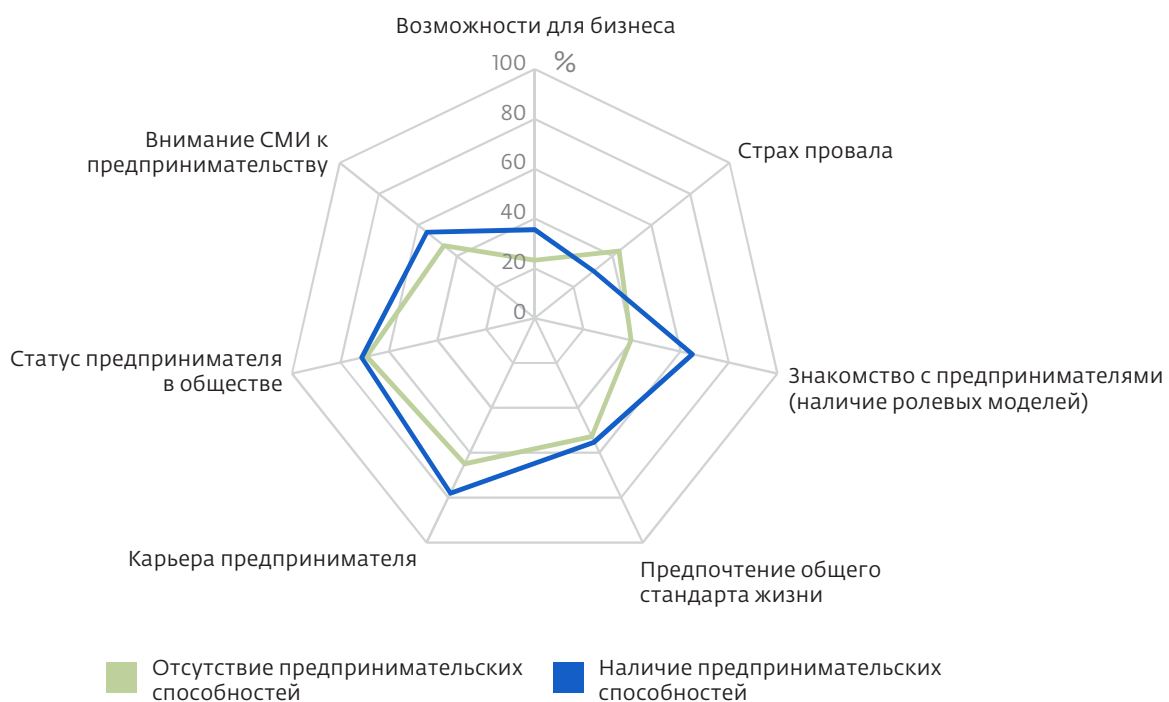
Источник: Исследование ГЕМ в Беларуси, 2019 г.

### Предпринимательские способности и отношение к предпринимательству

Важно отметить, что наличие необходимых знаний и навыков оказывает существенное влияние на то, как человек относится к предпринимательству (рис. 7). Анализ показывает, что те, кто считает себя обладающими необходимым уровнем компетенций и навыков, гораздо чаще знакомы с предпринимателями (64,9% против 39,6%), гораздо более позитивно оценивают существующие условия для

открытия бизнеса (35,5% против 23,3%) и реже отмечают страх провала как барьер для создания нового бизнеса (30,3% против 43,3%). Кроме того респонденты, отметившие наличие у себя навыков и знаний, необходимых для ведения бизнеса, чаще видят новости в СМИ о предпринимательстве (55,4% против 46,6%) и чаще оценивают предпринимательство как удачный карьерный выбор (78% против 64,9%).

**Рисунок 7.** Оценка характеристик восприятия предпринимательства респондентами с разной оценкой предпринимательских способностей



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

Примечание: 100 означает, что 100 процентов респондентов согласны с утверждением; 0 означает, что никто из респондентов не согласен с утверждением.

### Сопоставление с показателями других стран

Сравнительный анализ средних показателей Беларуси с показателями двух групп стран (стран со средним уровнем дохода<sup>5</sup> и европейских стран<sup>6</sup>) позволяет выделить некоторые схожие характеристики, присущие Беларуси и этим группам стран, однако при этом имеются существенные различия в других областях (рис. 8). Оценка предпринимательства как

удачного карьерного выбора в Беларуси значительно выше средних европейских показателей и несколько ниже среднего уровня для стран со средним уровнем дохода. В вопросе престижности статуса предпринимателя в обществе Беларусь показывает схожие оценки со средними значениями европейских стран. Беларусь значительно отстает от средних

<sup>5</sup> Страны со средним уровнем дохода: Армения, Беларусь, Бразилия, Китай, Эквадор, Гватемала, Исламская Республика Иран, Иордания, Северная Македония, Мексика, Россия и ЮАР.

<sup>6</sup> Европейские страны: Кипр, Хорватия, Германия, Греция, Ирландия, Италия, Латвия, Люксембург, Нидерланды, Норвегия, Польша, Португалия, Словакия, Словения, Швеция, Швейцария и Великобритания.

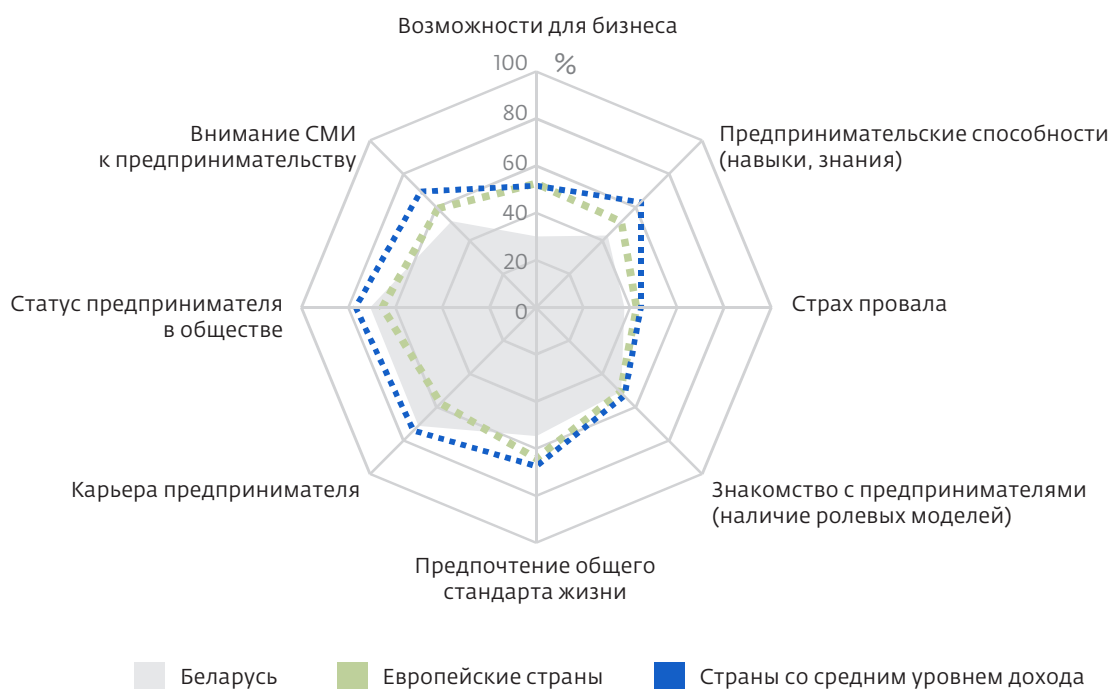
показателей европейских стран и стран со средним уровнем дохода по уровню освещенности предпринимательства в СМИ, а также по средним оценкам собственных предпринимательских способностей и благоприятных условий для открытия бизнеса. Доля тех, кто считает страх провала существенным барьером для открытия бизнеса в Беларуси также ниже средних показателей двух групп стран.

Беларусь входит в тройку самых пессимистично настроенных стран в оценке уровня благоприятных условий для начала бизнеса (рис. 9). Самый низкий уровень оптимизма наблюдается в Японии (10,6%) и Индии (16,9%), что в случае последней довольно удивительно, поскольку в настоящее время Индия является одной из самых быстрорастущих экономик. Наиболее оптимистично настроенными странами являются Швеция (79,8%) и Польша (87,3%).

В большинстве стран, и здесь Беларусь не является исключением, оценка собственных предпринимательских способностей выше уровня оценки благоприятных условий для открытия бизнеса (рис. 10). В оценке уровня предпринимательских способностей Беларусь демонстрирует достаточно скромные результаты и входит в число десяти стран с самым низким уровнем. Лишь 42,5% респондентов считают, что их уровень знаний и навыков достаточен для ведения бизнеса.

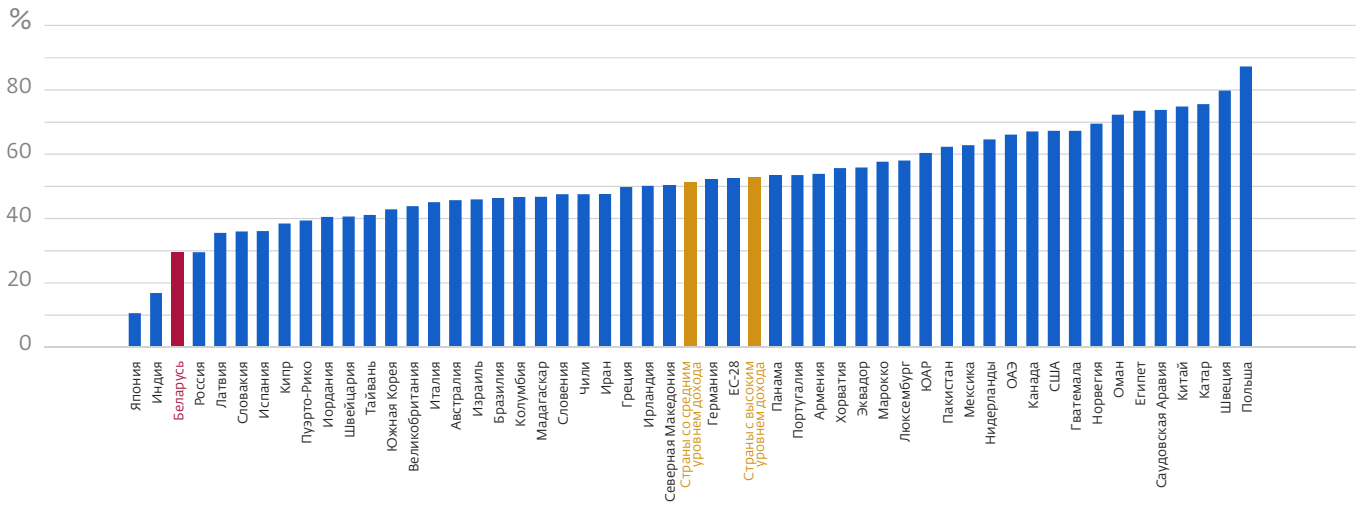
Оценка страха провала в Беларуси составляет 36,9% (рис. 11). Самые высокие значения страха неудачи наблюдаются в Иордании (62%) и Чили (58,5%), а самые низкие — в Корее (17,1%) и Норвегии (26,8%).

**Рисунок 8.** Отношение к предпринимательству в Беларуси по сравнению со странами со средним уровнем дохода и европейскими странами



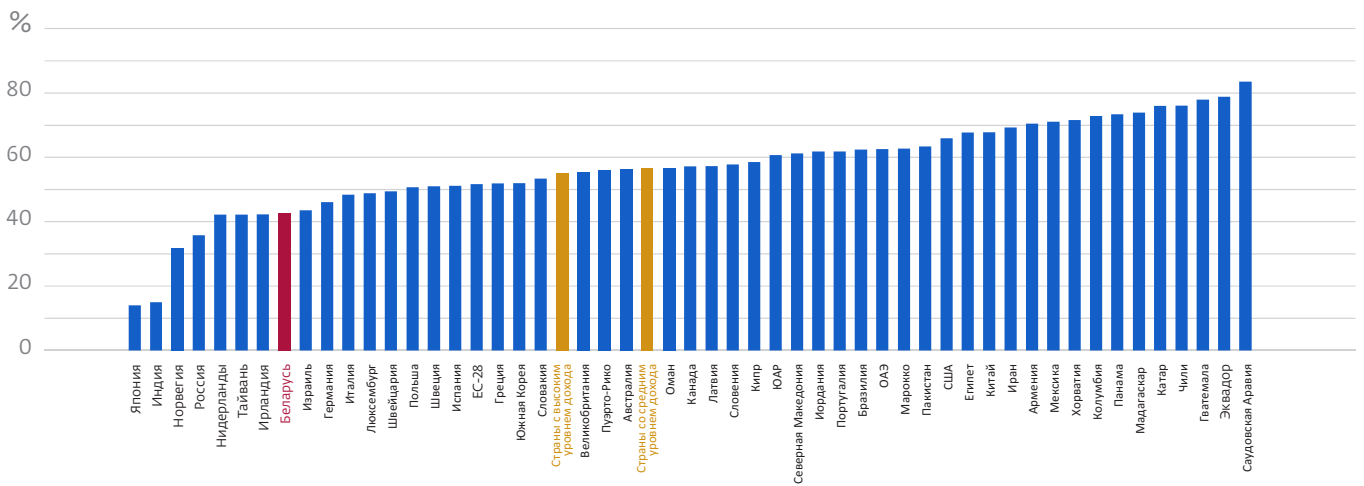
Источник: GEM, 2019 г.

**Рисунок 9.** Оценка благоприятных условия для открытия бизнеса в странах — участниках проекта



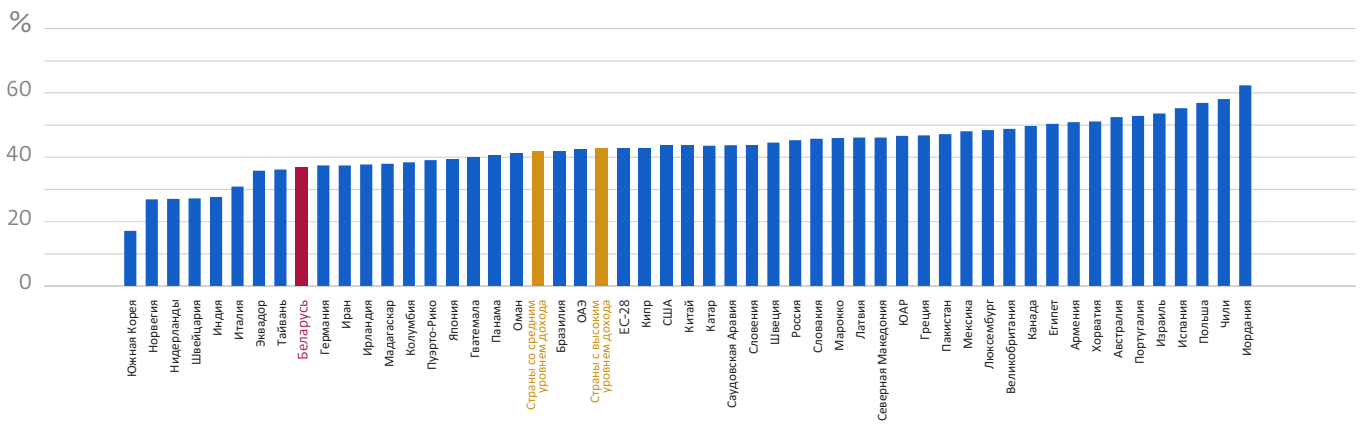
Источник: GEM, 2019

**Рисунок 10.** Оценка предпринимательских способностей в странах — участниках проекта



Источник: GEM, 2019

**Рисунок 11.** Оценка страха провала в странах — участниках проекта



Источник: GEM, 2019

## 1.4. Предпринимательская активность и ее характеристики

### Предпринимательская активность

В проекте GEM используются пять показателей предпринимательской активности в зависимости от стадии развития бизнеса (рис. 12):

- уровень активности потенциальных предпринимателей — процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, еще не начавшего свой бизнес, но планирующего в ближайшие 3 года открыть собственное дело.
- уровень активности нарождающихся предпринимателей — процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, вовлеченного в настоящий момент в создание бизнеса. Компания существует не более 3 месяцев, при этом заработная плата или другие виды вознаграждения не выплачивались.
- уровень предпринимательской активности владельцев недавно созданного бизнеса — процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими недавно созданного бизнеса. Компания существует более 3 месяцев, но менее 42 месяцев, и выплачивает заработную плату и вознаграждение собственнику.

- уровень активности устоявшихся предпринимателей — процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими устоявшегося бизнеса, который существует более 42 месяцев.
- уровень выхода из бизнеса — процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, продавшего, закрывшего или каким-либо иным способом переставшего являться владельцами и управляющими бизнеса в последние 12 месяцев.

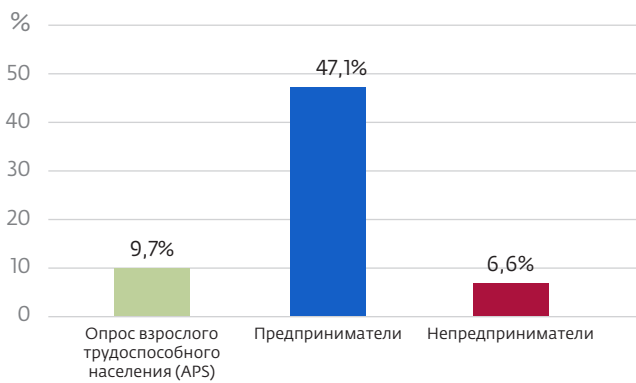
Уровень активности респондентов, имеющих предпринимательские намерения, определяется процентом населения, планирующего в ближайшие 3 года открыть собственное дело. Лишь 9,7% респондентов являются потенциальными предпринимателями и высказывают намерение открыть бизнес (рис. 13). Анализ предпринимательских намерений среди предпринимателей и лиц, не вовлеченных в предпринимательскую активность, показывает, что только 6,6% респондентов, не являющихся предпринимателями в настоящее время, планируют создать бизнес, в то время как 47,1% нынешних предпринимателей думают о возможности открытия другого бизнеса.

Рисунок 12. Показатели предпринимательской активности



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

**Рисунок 13.** Уровень предпринимательских намерений



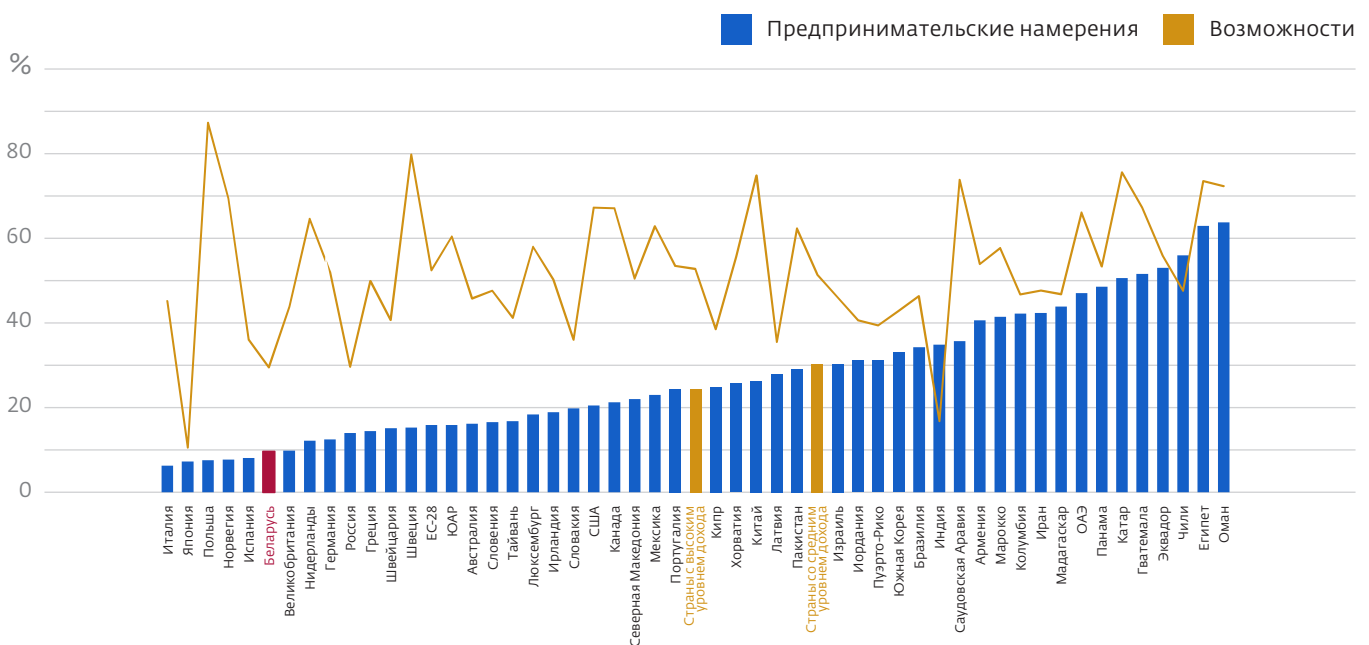
Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

Самые высокие уровни активности потенциальных предпринимателей наблюдаются в Омане и Египте, где 63% респондентов или больше планируют открыть свой бизнес (рис. 14). И напротив, самая низкая активность потенциальных предпринимателей наблюдается в Италии и Японии (6,3% и 7,3% соответственно). Стоит отметить, что высокий уровень тех, кто планирует заняться предпринимательством, может указывать на определенные проблемы в экономике, подталкивающие людей к самозанятости. При этом оптимизм в отношении условий ведения бизнеса не обязательно свидетельствует о более высоком индексе предпринимательских намерений в стране. Польша демонстрирует самые

высокие значения уровня благоприятных возможностей для бизнеса и относительно низкий уровень предпринимательских намерений. В то же время, в Словакии и Латвии наблюдаются высокий уровень предпринимательских намерений на фоне умеренных значений уровня благоприятных возможностей.

Нарождающиеся предприниматели вместе с владельцами нового бизнеса формируют индекс ранней предпринимательской активности (TEA), отражающий предпринимательскую активность на ранних стадиях. Индекс TEA — это процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, находящегося в активном процессе открытия бизнеса или недавно открывшего бизнес. Данный индекс играет важное значение, поскольку он определяет текущий потенциал для группы устойчивых бизнесов из числа нарождающихся предпринимателей и владельцев нового бизнеса, которые в краткосрочной перспективе превратятся в устоявшихся предпринимателей. Индекс ранней предпринимательской активности в Беларуси показывает, что только 5,8% населения в возрасте от 18 до 64 лет вовлечены в создание или ведение недавно созданного бизнеса (рис. 12). В частности, 3% респондентов в настоящее время вовлечены в создание бизнеса, который существует менее трех месяцев и еще не выплачивал заработную плату (нарождающиеся предприниматели), в то время как 2,77% респондентов в настоящее

**Рисунок 14.** Уровень предпринимательских намерений и оценка благоприятных возможностей странах — участницах проекта



Источник: GEM, 2019

время владеют, или управляют бизнесом, существующим более 3, но менее 42 месяцев.

Устоявшиеся предприниматели, чей бизнес функционирует более 42 месяцев, составляют 2,72%. Есть несколько возможных объяснений таких низких уровней предпринимательской активности. С одной стороны, идея предпринимательства только начинает привлекать широкое внимание населения, и, вероятно, в ближайшие годы этот показатель будет расти. С другой стороны, это может указывать на жизнеспособность большинства создаваемых предприятий, которая несколько ограничивает их жизненный цикл.

Доля респондентов, сообщивших о закрытии бизнеса за последние 12 месяцев, составляет 1,72%. На основе полученных данных мы можем полагать, что уровень выхода из бизнеса за последние 42 месяца составляет приблизительно 6,02%, что является достаточно высоким значением.

Индекс ранней предпринимательской активности в Беларуси является одним из самых низких в мире. Он значительно ниже индексов стран со схожим уровнем экономического развития — 9,33% в России и 15,4% в Латвии (табл. 4). Однако средние значения индекса следует рассматривать с учетом, как культурных особенностей, так и различий в социальных

и экономических условиях. Подобный разрыв в индексах может объясняться некоторыми специфическими чертами белорусской экономики, которые выражаются в очень медленных темпах структурного реформирования и продолжающейся либерализации рынка. Вклад частного сектора в экономику страны только недавно начал демонстрировать устойчивый рост, и практически уравнивал роли государства и частного сектора в экономике. До этого, в течение длительного периода власти проводили политику полной занятости, следствием которой были низкая мобильность рабочей силы, низкий уровень безработицы и отсутствие мотивации для занятия бизнесом. Текущие экономические проблемы заставили власти пересмотреть роль частного сектора и изменить свое отношение к частной инициативе.

Следует отметить, что высокое значение индекса ранней предпринимательской активности не обязательно свидетельствует о стабильной экономической ситуации в стране. Напротив, достаточно часто это является признаком серьезных проблем на рынке труда, когда отсутствие рабочих мест подталкивает людей к samozанятости. Именно таким примером является Армения, где индекс ранней предпринимательской активности в 2019 году составлял почти 21%, а официальный уровень безработицы — 17,7% (по данным Всемирного банка).

**Таблица 4.** Предпринимательская активность в исследуемых странах

Страна	Нарождающиеся предприниматели	Предприниматели, владеющие либо управляющие недавно созданным бизнесом	Ранняя предпринимательская активность (ТЕА)	Устоявшиеся предприниматели	Выход из бизнеса
Польша	3,60	1,78	5,39	12,76	3,15
Беларусь	3,00	2,77	5,78	2,72	1,72
ЕС-28	7,54	3,71	9,50	8,19	0,77
Россия	7,81	4,79	9,33	5,09	3,36
Швеция	9,87	3,31	8,25	4,88	4,90
Страны с высоким уровнем дохода	10,64	4,74	12,29	7,52	4,60
Ирландия	11,16	4,22	12,41	6,58	4,07
Израиль	12,14	4,33	12,69	5,45	5,23
Словакия	12,45	4,21	13,33	5,88	3,98
Страны со средним уровнем дохода	12,51	6,56	14,92	8,39	5,88
Латвия	13,50	5,28	15,43	12,91	3,51
США	16,13	5,89	17,42	10,59	5,11
Армения	21,94	7,42	20,97	7,84	6,41

Источник: GEM, 2019

## Мотивы предпринимательской деятельности

Решение о начале предпринимательской деятельности могут объясняться различными мотивами. Часть людей решает уйти в бизнес по вынужденным причинам, когда нет возможности получить доход другим способом. Другая часть уходит в бизнес из-за появившейся возможности для реализации какой-либо идеи. В целом, предпринимателей можно разделить на вынужденных и добровольных, и цели их деятельности различаются. Важно учитывать истинные причины ухода в предпринимательство для понимания перспектив устойчивого экономического роста. Например, вынужденные предприниматели, больше сфокусированы на обеспечении определенного уровня жизни, чем на росте, инновациях и расширении бизнеса, способствующих развитию национальной и мировой экономики.

В рамках исследования GEM выделяются четыре мотива создания бизнеса: изменить мир к лучшему, обеспечить высокое благосостояние, продолжить семейную традицию и обеспечить источник дохода.

Наиболее часто встречающимися мотивами создания бизнеса в Беларуси являются желание обеспечить высокое благосостояние и необходимость обеспечения источника дохода (табл. 5). 75,3% ранних предпринимателей заявили о своем желании обеспечить высокий уровень дохода. Около 52% ранних предпринимателей также указали в качестве своего основного мотива проблемы с получением дохода в условиях недостатка других вариантов трудоустройства. Доля ранних предпринимателей, которые действительно хотят внести свой вклад в развитие, составляет 23,4%, и почти 20% ранних предпринимателей следуют своим семейным традициям. Такая картина наблюдается на всех стадиях предпринимательского процесса среди нарождающихся предпринимателей, владельцев недавно созданного и устоявшегося бизнеса. В общем и целом, полученные результаты демонстрируют преобладание вынужденных предпринимателей, которые мотивированы необходимостью. Это свидетельствует о важности мер по улучшению экономических условий, а также предпринимательской экосистемы.

**Таблица 5.** Мотивация предпринимателей в Беларуси

	Ранняя предпринимательская активность	Нарождающиеся предприниматели	Предприниматели, владеющие либо управляющие недавно созданным бизнесом	Устоявшиеся предприниматели
Изменить мир к лучшему	23,4	20,3	26,7	21,0
Обеспечить высокое благосостояние	75,3	68,9	82,3	74,6
Продолжить семейную традицию	19,6	18,9	20,3	16,7
Обеспечить источник дохода	51,7	48,8	54,8	49,8

Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.



## Выход из бизнеса

В Беларуси наблюдается один из самых низких уровней выхода из бизнеса (1,72%), что согласуется с достаточно низкими индексами ранней и устоявшейся предпринимательской активности. Высокое значение уровня закрытия бизнеса может обуславливаться конкретными причинами, приводящими к выходу из бизнеса, включая относительно высокие темпы экономического роста в стране, которые стимулируют открытие множества незрелых малоэффективных компаний. И напротив, низкие значения могут указывать на медленные темпы роста экономики в стране, которые не приводят к вытеснению неэффективных компаний с рынка. Кроме того, низкий уровень закрытия бизнеса может также указывать на общее нежелание населения участвовать в предпринимательской деятельности из-за рисков и неопределенности внешней среды.

Основные причины выхода из бизнеса в Беларуси представлены в Табл. 6. Эти причины можно разделить на две группы: планируемое решение (семейные и личные причины, планированный выход, возможность продажи) и вынужденное решение (нерентабельность бизнеса, доступ к финансированию, бюрократия и административные барьеры). К трем наиболее распространенным причинам выхода из бизнеса относятся «нерентабельность бизнеса» (37,1%), «семейные или личные обстоятельства» (18,4%), «бюрократия» (15,1%). Следует также отметить, что «выход на пенсию» или «возможность продажи бизнеса» вообще не были упомянуты респондентами. Таким образом, закрытие бизнеса является в большинстве своем вынужденным решением из-за проблем, с которыми сталкивается предприниматель во время своей работы (суммарно 57,7%). Такие же причины преобладают в России и Латвии (52,3% и 70,6% соответственно), тогда как в Польше выход из бизнеса — это планируемое решение предпринимателя, (суммарно 56,2%), а не итог проблем, приведших к закрытию бизнеса (рис. 15).

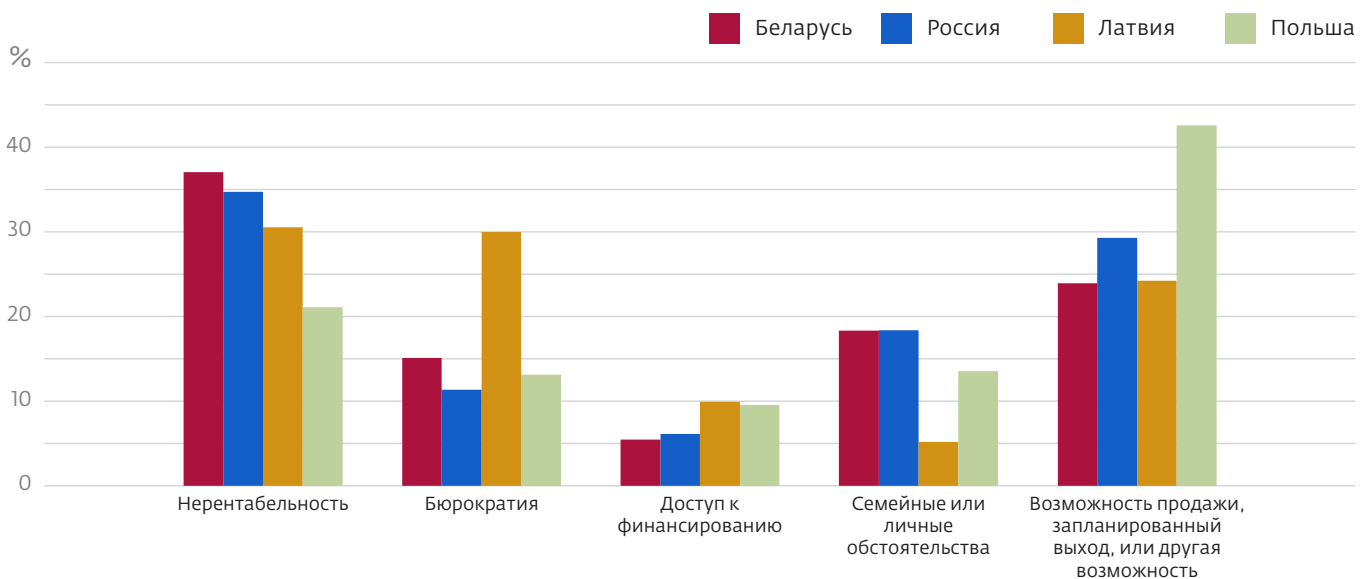
ства» (18,4%) и «бюрократия» (15,1%). Следует также отметить, что «выход на пенсию» или «возможность продажи бизнеса» вообще не были упомянуты респондентами. Таким образом, закрытие бизнеса является в большинстве своем вынужденным решением из-за проблем, с которыми сталкивается предприниматель во время своей работы (суммарно 57,7%). Такие же причины преобладают в России и Латвии (52,3% и 70,6% соответственно), тогда как в Польше выход из бизнеса — это планируемое решение предпринимателя, (суммарно 56,2%), а не итог проблем, приведших к закрытию бизнеса (рис. 15).

Таблица 6. Причины выхода из бизнеса в Беларуси

Причины	Проценты
Нерентабельность бизнеса	37,1
Семейные или личные обстоятельства	18,4
Государственная/налоговая политика/бюрократия	15,1
Возможность другого трудоустройства	7,4
Иные причины	6,4
Доступ к финансированию	5,5
Случайность	5,2
Планируемый выход	4,9
Всего	100

Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

Рисунок 15. Причины выхода из бизнеса в Беларуси в сравнении с другими странами



Источник: GEM, 2019

## 1.5. Социально-демографические характеристики предпринимателей

На решение принять участие в предпринимательстве влияют различные социально-демографические и экономические характеристики. В этой связи необходимо понять, есть ли какие-то отличительные особенности у представителей бизнеса. Такого

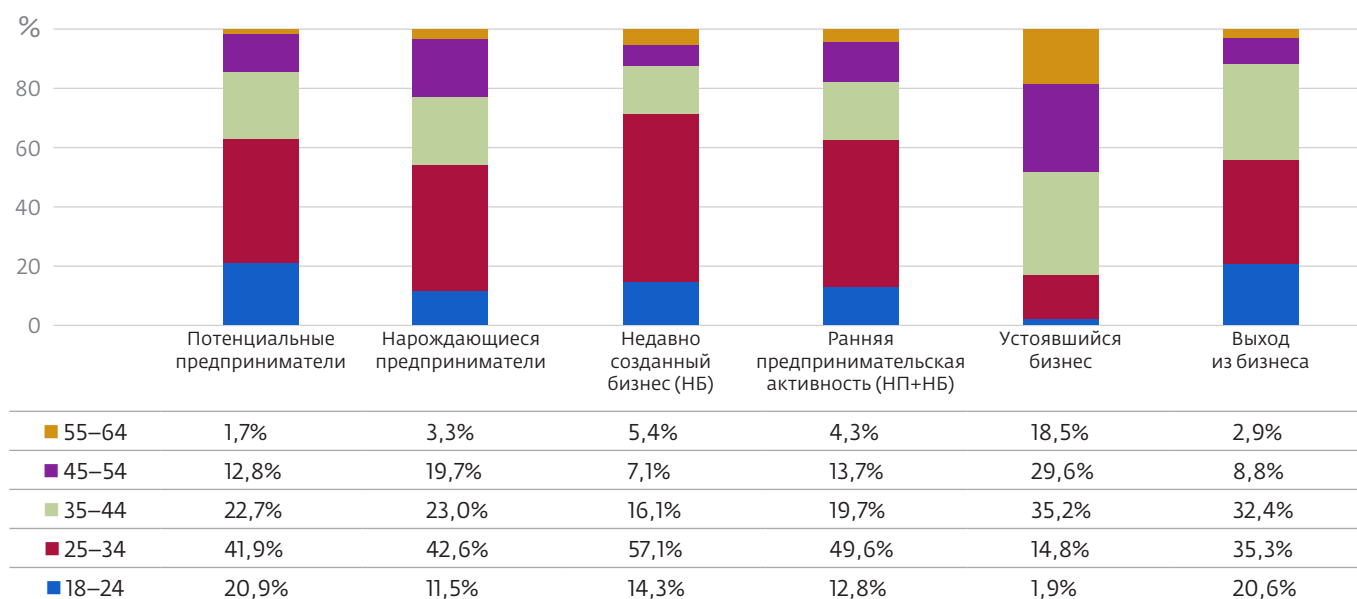
рода анализ позволяет оценить уровень вовлеченности в предпринимательскую деятельность мужчин и женщин, представителей разных возрастных групп, а также людей с различным уровнем образования и дохода.

### Возраст

Возрастное распределение показывает, что наиболее активно в предпринимательскую деятельность вовлечены две возрастные группы: предприниматели в возрасте от 25 до 34 лет и от 35 до 44 лет. Возрастная группа 25–34 года больше всего представлена среди потенциальных предпринимателей (41,9%), нарождающихся предпринимателей (42,6%) и владельцев недавно созданного бизнеса (57,1%). Возрастная группа 35–44 года наиболее активно представлена среди устоявшихся предпринимателей (35,2%). Доли возрастной группы 55–64 года среди лиц, которые планируют или только что открыли бизнес, существенно ниже долей других возрастных групп. Это позволяет сделать предположение о том, что наличие постоянного небольшого дохода в виде пенсии или определенных сбережений служит своего рода подушкой безопасности, позволяющей в меньшей степени задумываться об уходе в бизнес. Возрастная группа 18–24 года также достаточно активно вовлечена в предпринимательскую деятельность, доли потенциальных

предпринимателей и владельцев недавно созданного бизнеса возрастной группы 18–24 года находятся на уровне значений возрастной группы 35–44 года (рис. 16). Уровни ранней предпринимательской активности возрастных групп 18–24 года и 35–44 года составляют 6,4% и 5,1% (рис. 17). При этом основное преимущество предпринимателей в возрасте от 18 до 24 лет состоит в том, что вмененные издержки открытия бизнеса для них ниже по сравнению с более возрастными группами. Вмененные издержки увеличиваются по мере роста уровня доходов и ответственности перед семьей и различными финансовыми организациями (Shane, 2003). Помимо этого, с возрастом снижается готовность мириться с неопределенностью и идти на риск. Соответственно, результативность мер, направленных на повышение интереса к предпринимательству у более молодой возрастной группы, вполне вероятно будет выше по сравнению с общими мерами, которые не направлены на конкретную возрастную группу.

Рисунок 16. Предпринимательская активность по возрастным группам предпринимателей



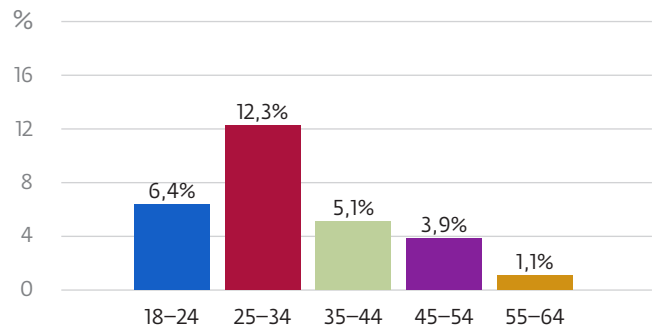
Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 год.

## Пол

Гендерная структура белорусского предпринимательства соответствует мировой структуре, где мужчины преобладают практически на всех стадиях развития бизнес (рис. 18).

Сравнение долей мужчин и женщин среди ранних и устоявшихся предпринимателей показывает, что вероятность ухода в бизнес для мужчин выше, чем для женщин (рис. 19). Доля ранних предпринимателей составляет 6,4% среди мужчин и 5,2 среди женщин, а доля устоявшихся предпринимателей — 3,4% среди мужчин и 2,0% среди женщин. Такое распределение схоже с картиной, наблюдаемой в странах-соседах. Польша является единственным исключением, где отмечаются практически равные доли мужчин и женщин представителей, вовлеченных в ранний и устоявшийся бизнес. Одним из потенциальных объяснений этого может быть недавно проведенная в Польше реформа служб по уходу за детьми и дошкольному образованию, которая привнесла определенные улучшения в развитие

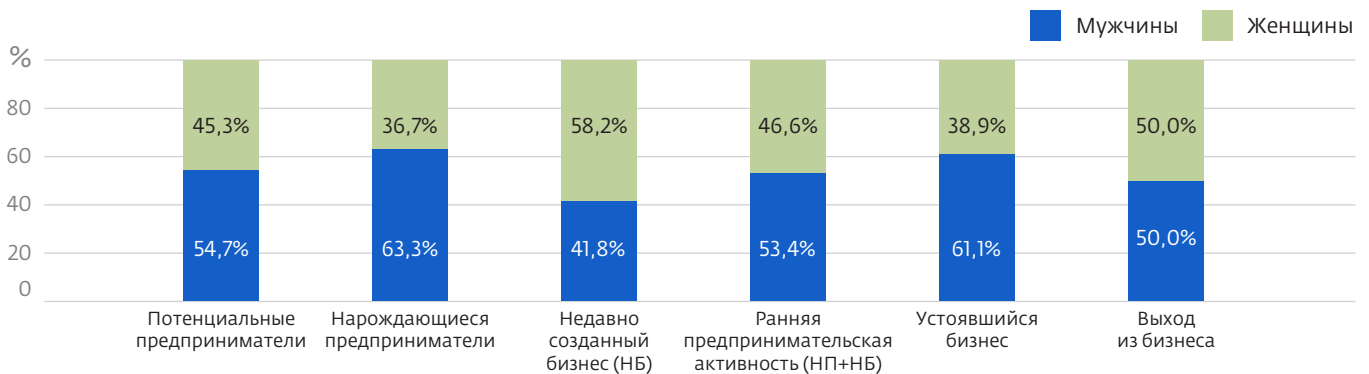
**Рисунок 17.** Индекс ранней предпринимательской активности в Беларуси по возрастным группам



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

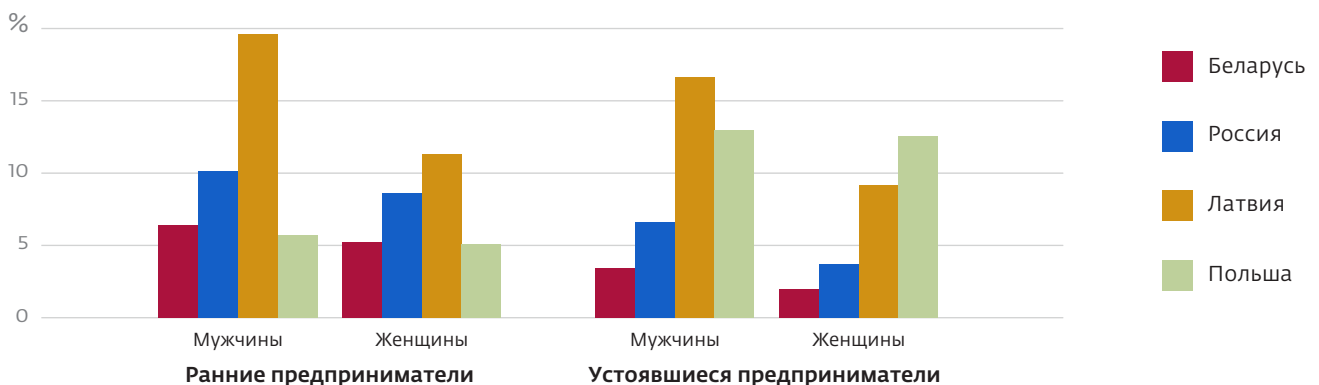
инфраструктуры ухода за детьми, тем самым облегчив для женщин процесс ухода в бизнес. В этой связи необходимо рассмотреть возможные изменения служб ухода за детьми в Беларуси. Отсутствие инфраструктуры является одним из существенных барьеров, который усложняет для женщин уход в бизнес либо создает дополнительные сложности для его ведения (Акулова, 2018).

**Рисунок 18.** Предпринимательской активность по полу



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

**Рисунок 19.** Индексы ранней и устоявшейся предпринимательской активности среди мужчин и женщин в Беларуси в сравнении с другими странами



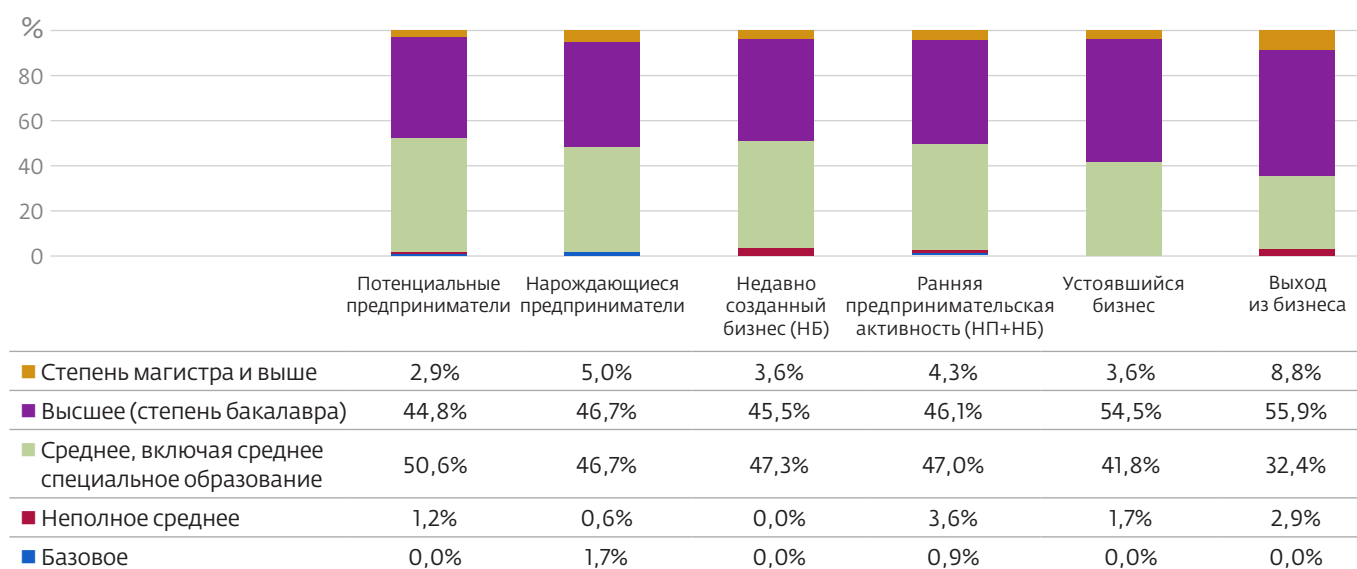
Источник: GEM, 2019

## Образование

Представители бизнеса представлены пятью образовательными группами: базовое, неоконченное среднее, среднее или среднее специальное, высшее и последипломное образование (включая магистратуру). Наиболее широко представлены респонденты со средним или высшим образованием. При этом если у ранних предпринимателей доля респондентов со средним и высшим образованием приблизительно одинакова (47% — оконченное среднее и 46% — оконченное высшее), то для устоявшихся предпринимателей характерно наличие высшего образования (54,5%) (рис. 20).

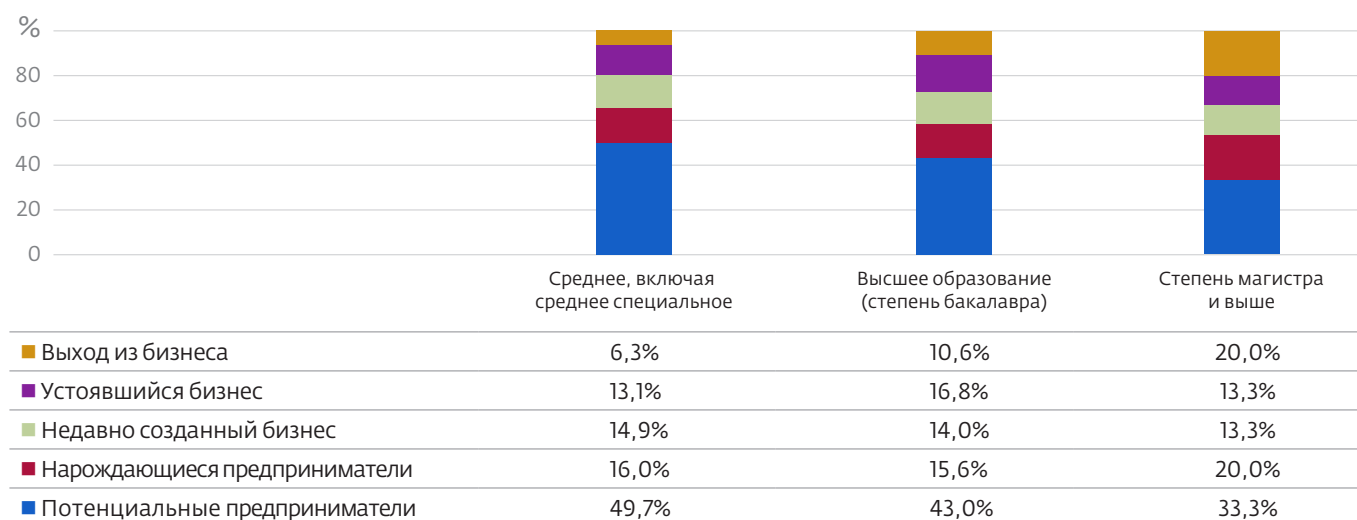
В то же время в группе потенциальных предпринимателей наибольшая доля принадлежит респондентам со средним образованием (50%). Чем выше уровень образования, тем выше вмененные издержки ухода в бизнес и тем ниже стимулы для занятия бизнесом (рис. 21). Вполне вероятно, что включение различных предметов по предпринимательской тематике в школьную программу позволит укрепить интерес к предпринимательству в обществе, окажет положительное влияние на число создаваемых бизнесов, а также повысит шансы их устойчивости и успешности.

**Рисунок 20.** Предпринимательская активность по уровню образования



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

**Рисунок 21.** Уровни образования по показателям предпринимательской активности



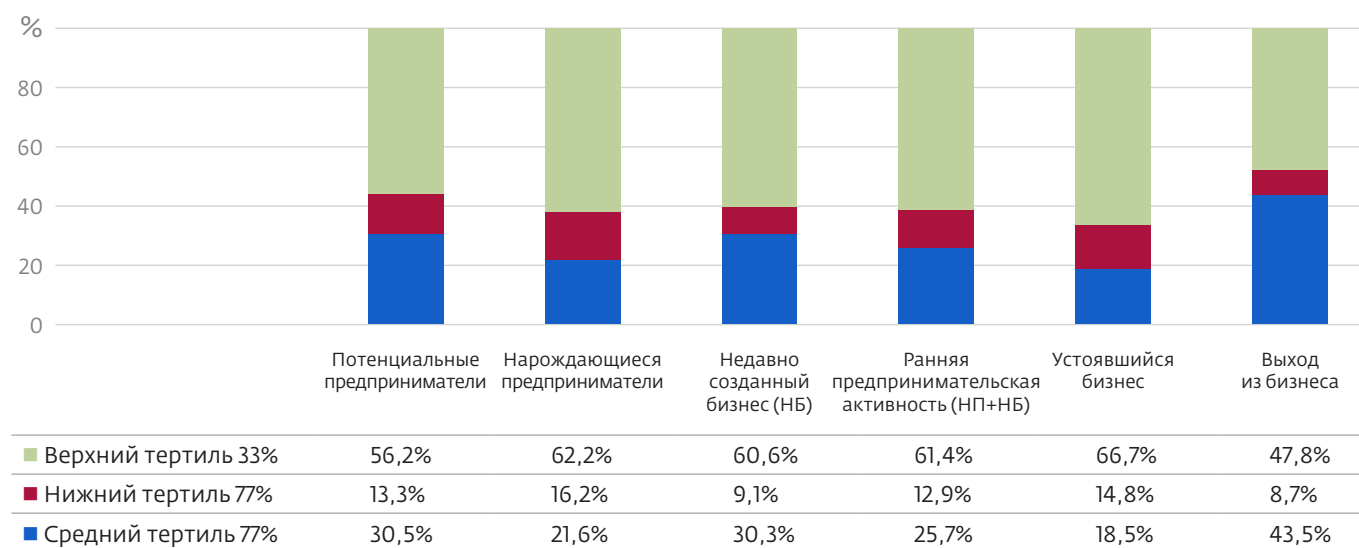
Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

## Уровень дохода

Анализ связи между уровнем дохода и предпринимательской активностью показывает, что чем выше уровень дохода, тем больше вероятность ухода в бизнес. Респонденты, чей уровень дохода находится в верхнем тертиле, являются наиболее активной группой во всех типах предпринимательской активности (рис. 22). В частности, доля обеспечен-

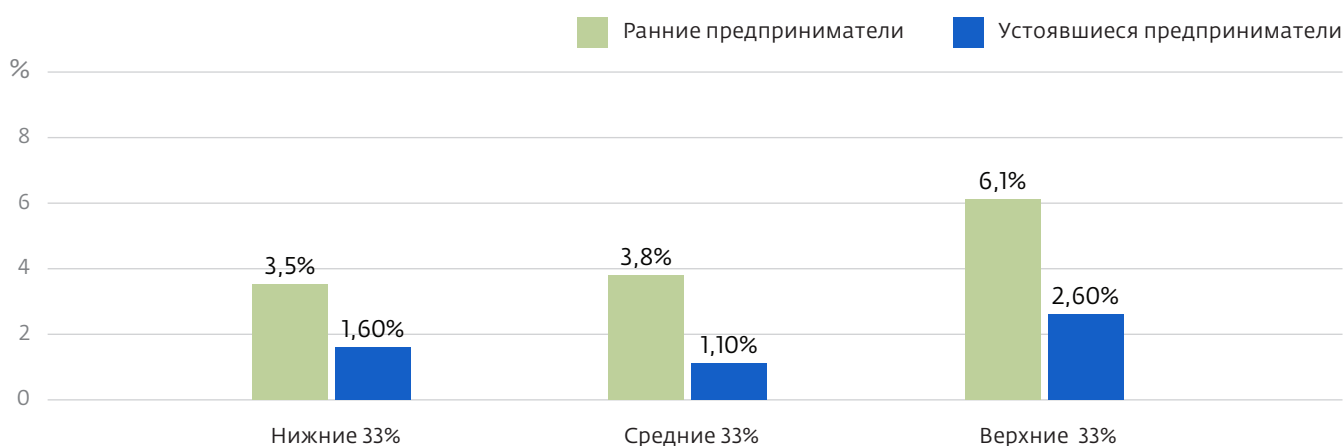
ных представителей бизнеса среди нарождающихся предпринимателей, а также владельцев недавно созданного или устоявшихся бизнесов превышает 60%. Кроме того, доля ранних и устоявшихся предпринимателей среди группы респондентов из верхнего тертиля примерно в два раза выше, чем в менее обеспеченных группах (рис. 23).

**Рисунок 22.** Предпринимательская активность по уровню дохода



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 год.

**Рисунок 23.** Индексы ранней и устоявшейся предпринимательской активности по уровню дохода



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 год.

### Связь между индексом ранней предпринимательской активности и валовым внутренним продуктом (ВВП) на душу населения

Для определения связи между индексом ранней предпринимательской активности и уровнем экономического развития страны была построена диаграмма рассеивания (рис. 24). На графике наблюдается U-образная зависимость между индексом ранней предпринимательской активности

и уровнем экономического развития, выраженного через ВВП на душу населения. Таким образом, по мере роста экономики происходит постепенный переход от количественного роста числа бизнесов к их качественному росту (Морозов, 2020).

**Рисунок 24.** Индекс ранней предпринимательской активности и ВВП на душу населения.



Источник: GEM, 2019 и Всемирный банк.

# Глава 2.

## Вклад предпринимательства в экономическое развитие

### 2.1. Основные характеристики предприятий

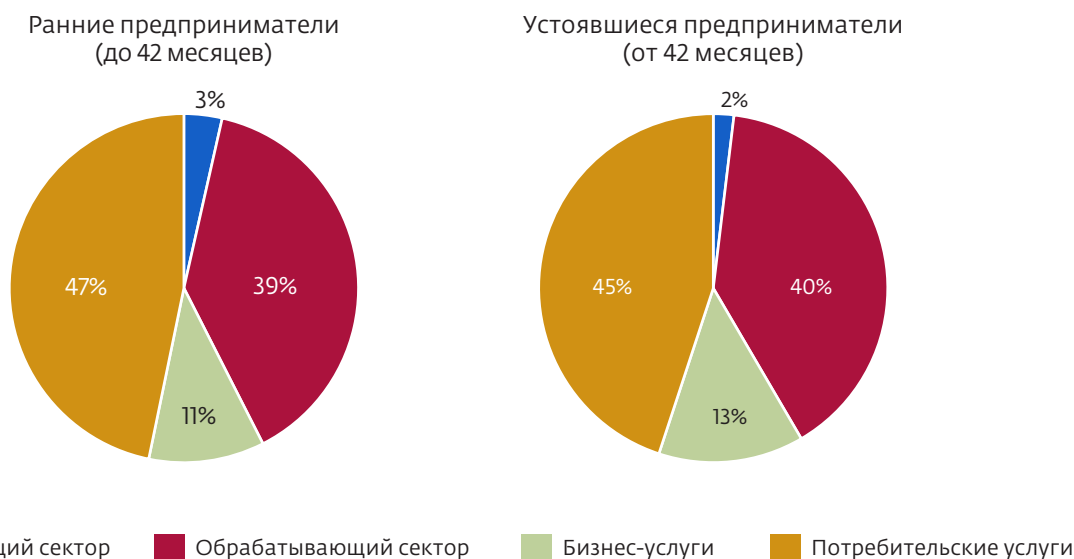
#### Секторы

В соответствии с методологией GEM все бизнесы респондентов распределяются по четырем укрупненным секторам: добывающий сектор, включая сельское хозяйство и добычу полезных ископаемых; обрабатывающий сектор, включая производство и логистику; сектор бизнес-услуг, включая информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) и профессиональные услуги; и сектор потребительских услуг, включая розничную торговлю, рестораны и персональные услуги.

Однако, в связи с тем, что в рамках опроса взрослого населения выборка формируется на основе демографических характеристик респондентов, а не характеристик бизнеса, то необходимо с осторожностью интерпретировать данную классификацию.

Распределение бизнесов по четырем укрупненным секторам в Беларуси оказалось довольно схожим для ранних и устоявшихся предпринимателей (рис. 25). Это говорит об отсутствии существенных отличий в их привлекательности для недавно созданных бизнесов и тех, которые работают более трех с половиной лет. Как и следовало ожидать, большинство бизнесов респондентов работают в секторе потребительских услуг, включая розничную торговлю, рестораны и персональные услуги (47% ранних предпринимателей и 45% устоявшихся предпринимателей). Низкие барьеры входа в плане финансовых ресурсов, человеческих ресурсов и ноу-хау делают этот сектор привлекательным и одновременно конкурентным. Соответственно, маржа компаний в этом секторе в большинстве случаев низкая.

Рисунок 25. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по основным секторам

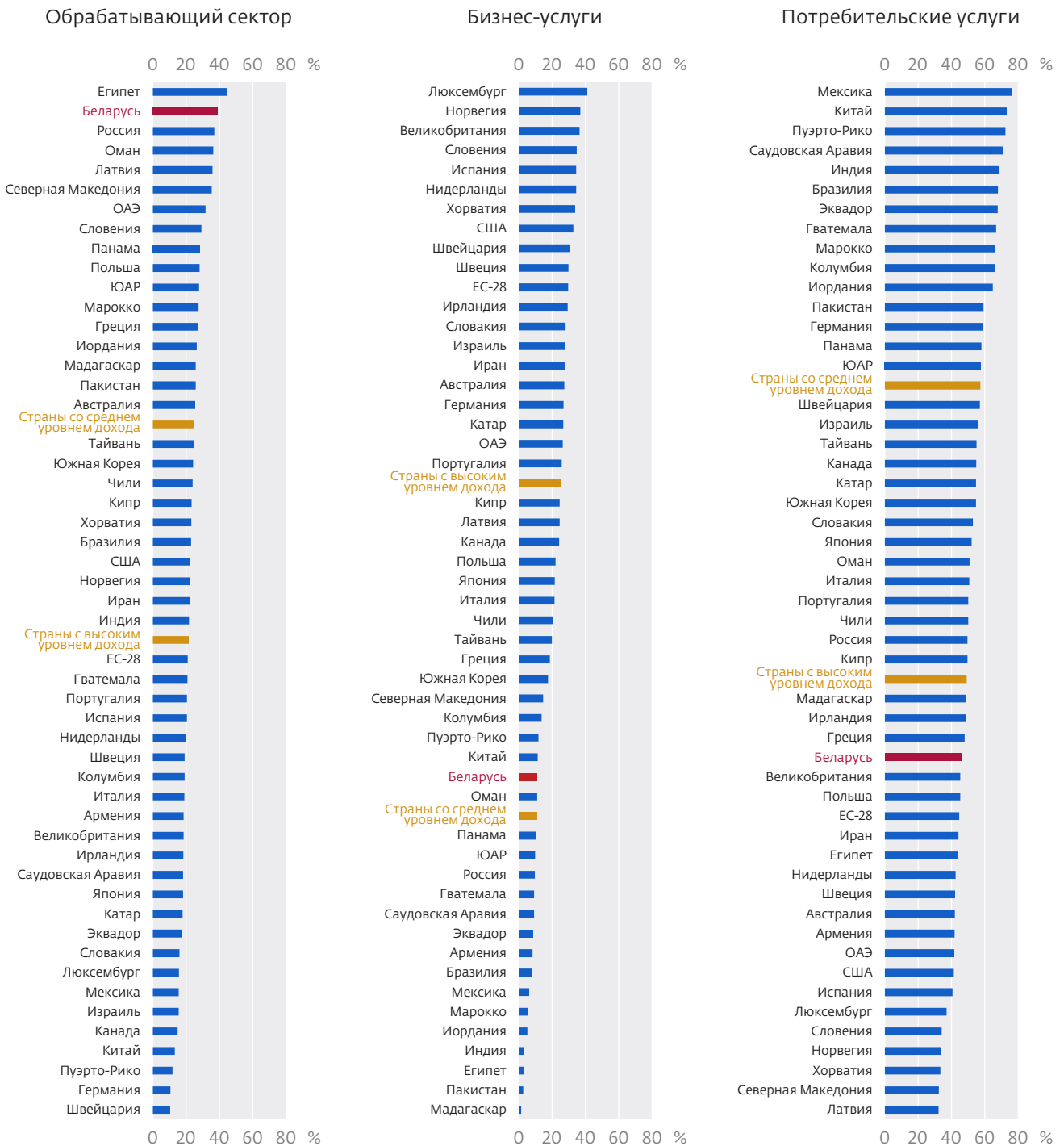


Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

По мере того, как экономика страны развивается, все больше предпринимателей создают бизнес в секторе бизнес-услуг. Такие услуги в большей степени опираются на знания и технологии и их трудно тиражировать, и при этом они обеспечивают более высокую доходность. Интересно, что значение индекса ранней предпринимательской активности

в секторе потребительских услуг Беларуси оказалось близким к средним значениям индекса для стран с высоким уровнем дохода и низким по сравнению со странами с аналогичным уровнем развития. Это, однако, компенсируется долей ранних предпринимателей в обрабатывающем секторе, где Беларусь занимает второе место в мире (рис. 26).

Рисунок 26. Секторальное распределение ранних предпринимателей по странам



Источник: GEM, 2019

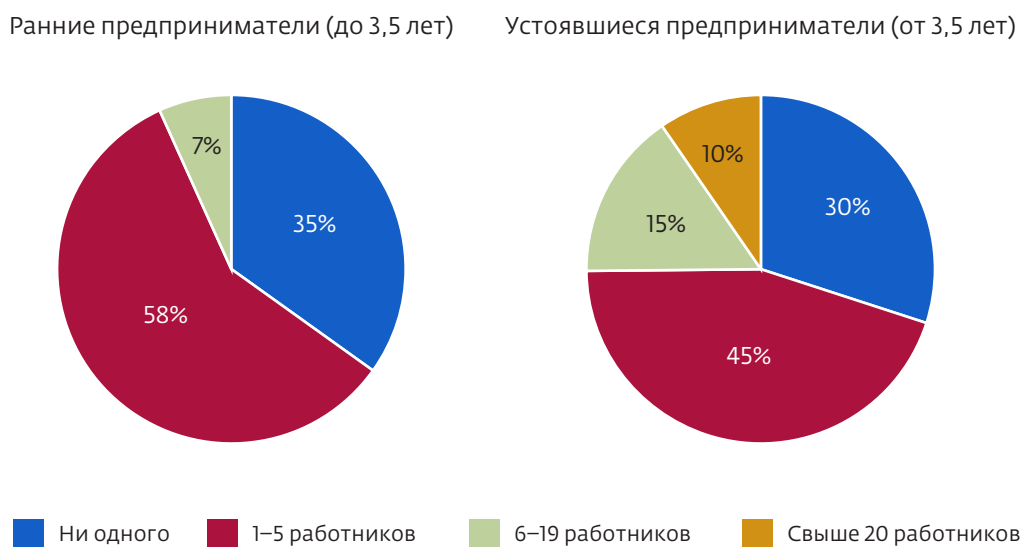


## Потенциал роста

Значительная часть предпринимательской активности характеризуется небольшим масштабом — 93% бизнесов, относящихся к ранней предпринимательской активности, и 75% устоявшихся бизнесов имеют до пяти сотрудников (рис. 27). Между тем, ранние предприниматели более оптимистичны в отношении создания новых рабочих мест: 29% таких предпринимателей ожидают, что в течение ближайших пяти лет у них будет занято больше пяти сотрудников (не считая учредителя), в то время как этот показатель среди устоявших-

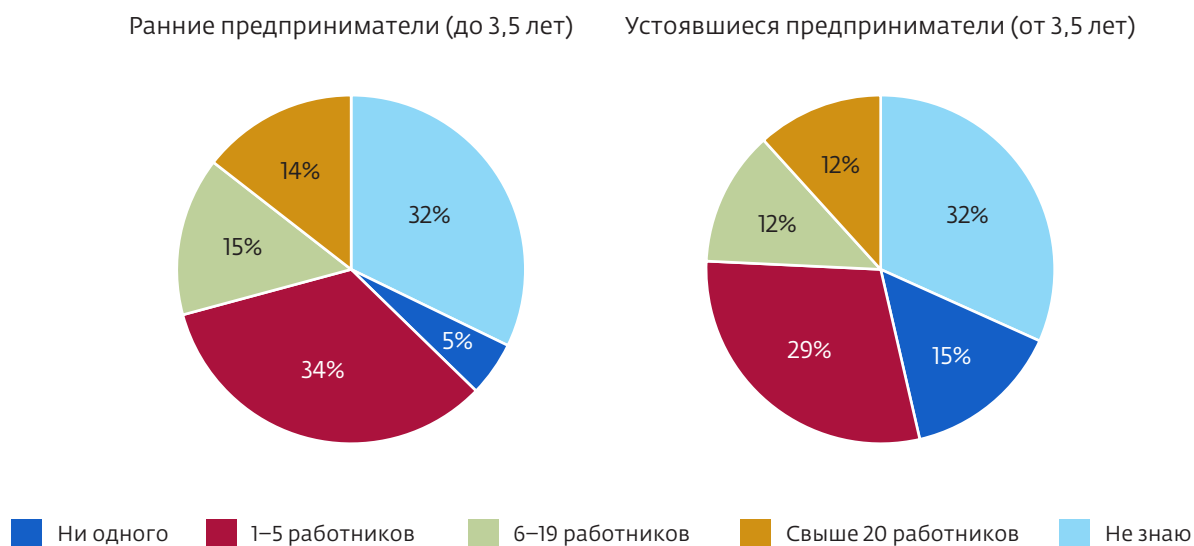
ся предпринимателей составляет 24% (рис. 28). Подобная разница наблюдается во всех странах, принявших участие в исследовании GEM. С одной стороны, это подтверждает важность притока новых участников на рынок, что может способствовать конкуренции, внедрению инноваций, повышению производительности труда и развитию предприятий с высоким потенциалом роста. С другой стороны, устоявшиеся предприниматели могут иметь более реалистичное, основанное на опыте видение будущего.

**Рисунок 27.** Ранние и устоявшиеся предприниматели по текущему количеству работников



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

**Рисунок 28.** Ожидания органического роста среди ранних и устоявшихся предпринимателей

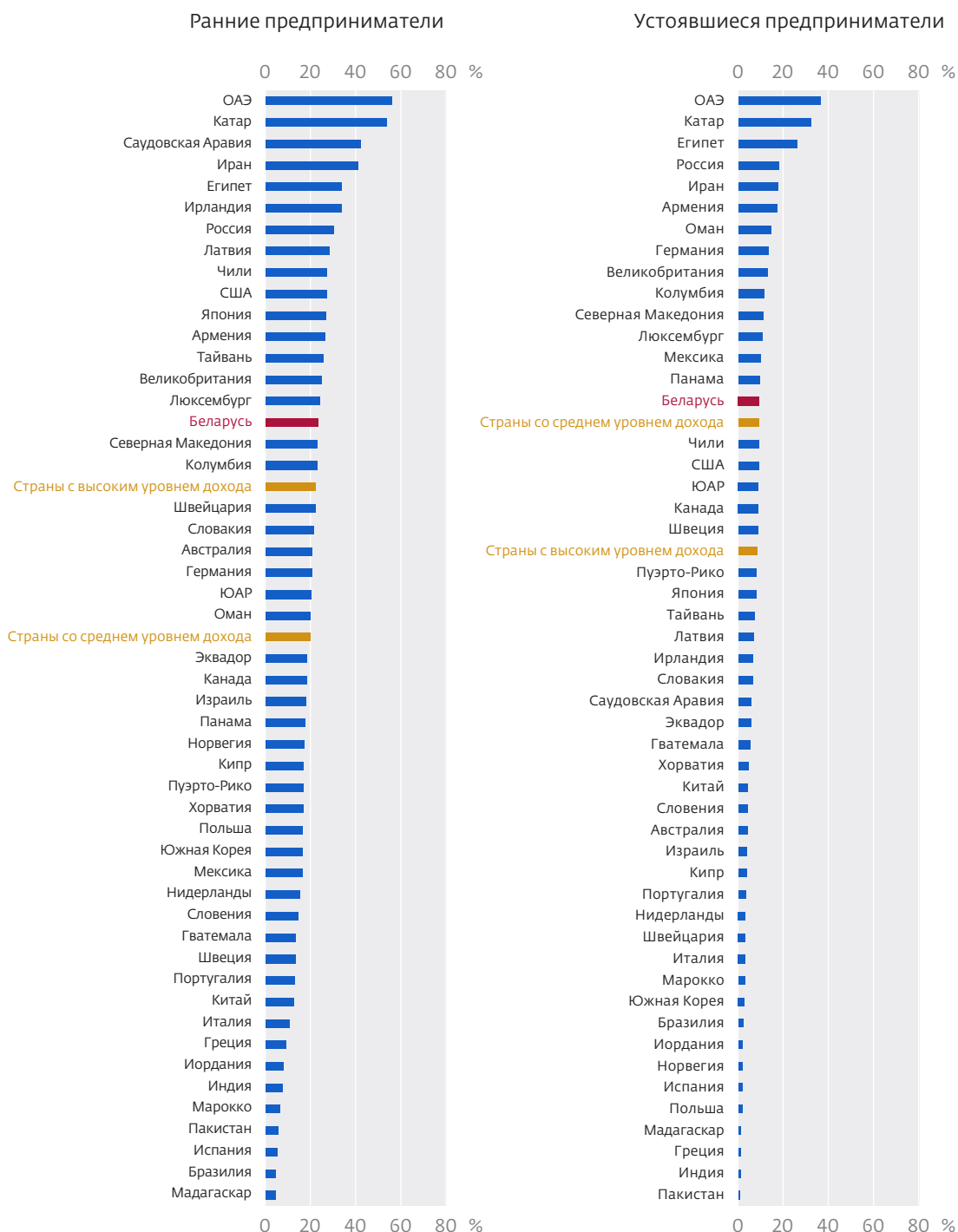


Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

Исходя из данных по странам мира, можно заключить, что как ранние предприниматели, так и устоявшиеся предприниматели в Беларуси ожидают

более высокие темпы создания рабочих мест по сравнению со средними показателями в странах со средним и высоким уровнем дохода (рис. 29).

**Рисунок 29.** Доля предпринимателей, ожидающих значительное увеличение количества работников<sup>1</sup>



Источник: GEM, 2019

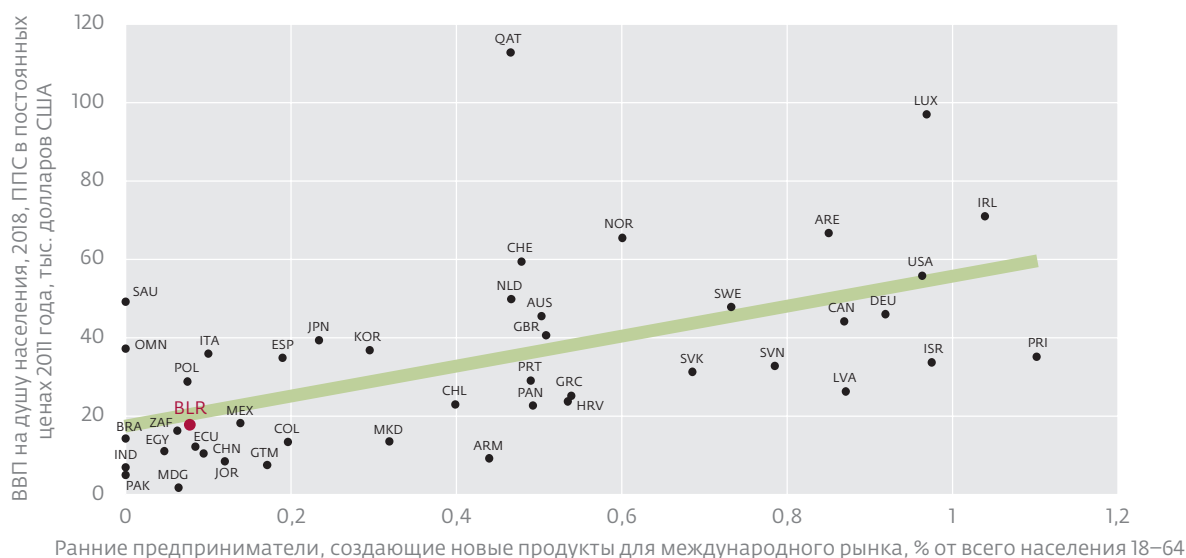
<sup>1</sup> При расчете процента бизнесов, ожидающих высокие темпы создания рабочих мест, учитывались увеличения количества работников (более 10 человек) и темп прироста рабочих мест (более 50 процентов) в последующие пять лет.

## 2.2. Инновационность

Инновационность бизнеса является важным предиктором технологических изменений и совокупной факторной производительности (Erken, Donselaar & Thurik, 2018). На основе данных GEM за 2019 год, инновационность предпринимательской активности можно оценить с помощью двух групп индикаторов: (а) степень новизны продуктов и процессов, внедряемых бизнесом, для рынка и (б) предпринимательская активность в средне- и высокотехнологичных секторах.

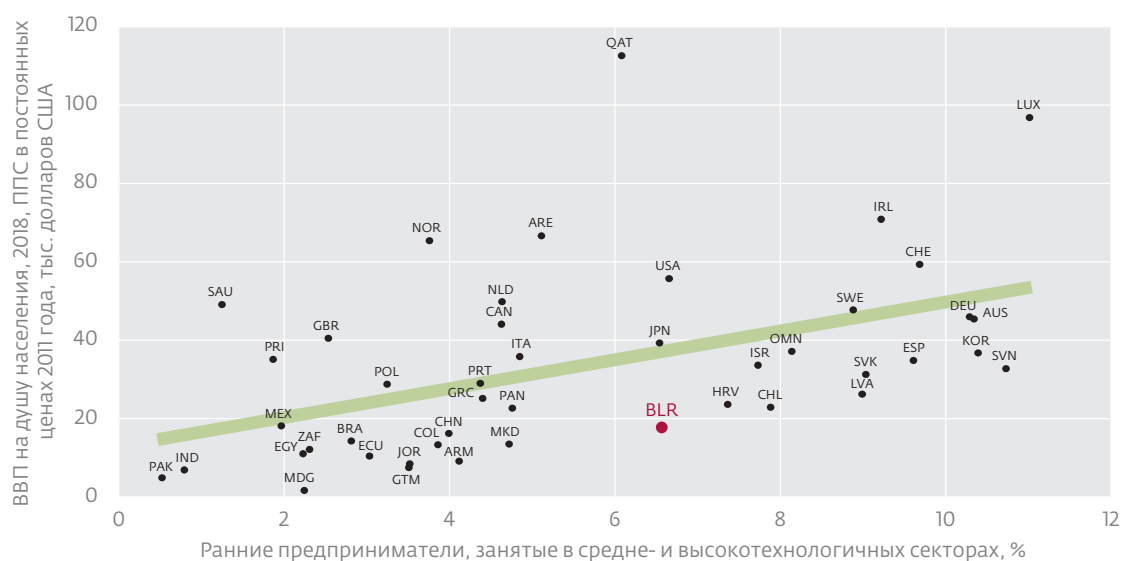
Значение именно инновационного предпринимательства можно проиллюстрировать на основе взаимосвязи между (а) ВВП на душу населения и процентом ранних предпринимателей, создающих новые продукты или процессы для международного рынка (рис. 30), и (б) ВВП на душу населения и уровнем раннего предпринимательства в средне- и высокотехнологичных секторах (рис. 31).

**Рисунок 30.** ВВП на душу населения и процент ранних предпринимателей, создающих продукты или процессы, новые для международного рынка



Источник: GEM, 2019 и Всемирный банк

**Рисунок 31.** ВВП на душу населения и процент ранних предпринимателей, занятых в средне- и высокотехнологичных секторах

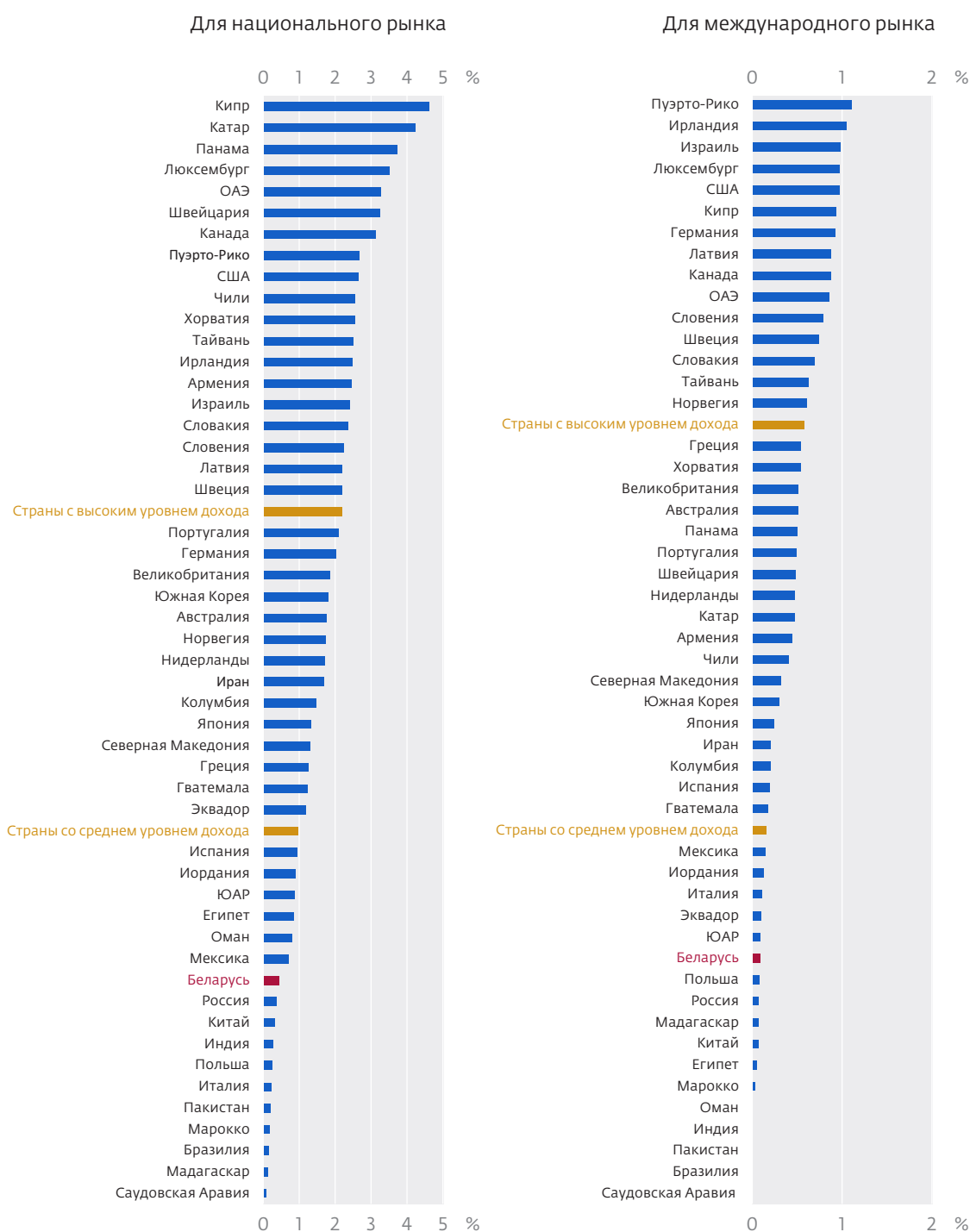


Источник: GEM, 2019 и Всемирный банк

Сравнение долей ранних предпринимателей, создающих новые продукты и процессы для национального и международного рынков, по разным странам показывает, что Беларусь, находясь на линии тренда, отстает от среднего уровня стран со средним уровнем дохода (рис. 32). При этом она несколько опережает своих соседей — Россию и Польшу.

Еще одним показателем, дающим некоторое представление о развитии инновационного предпринимательства и предпринимательства с высоким потенциалом роста, является предпринимательская активность в средне- и высокотехнологичных секторах, выделяемых на основе Международной классификации видов экономической деятельности (International Standard

**Рисунок 32.** Процент ранних предпринимателей, создающих новые продукты и процессы для национального и международного рынков, от всего населения 18–64

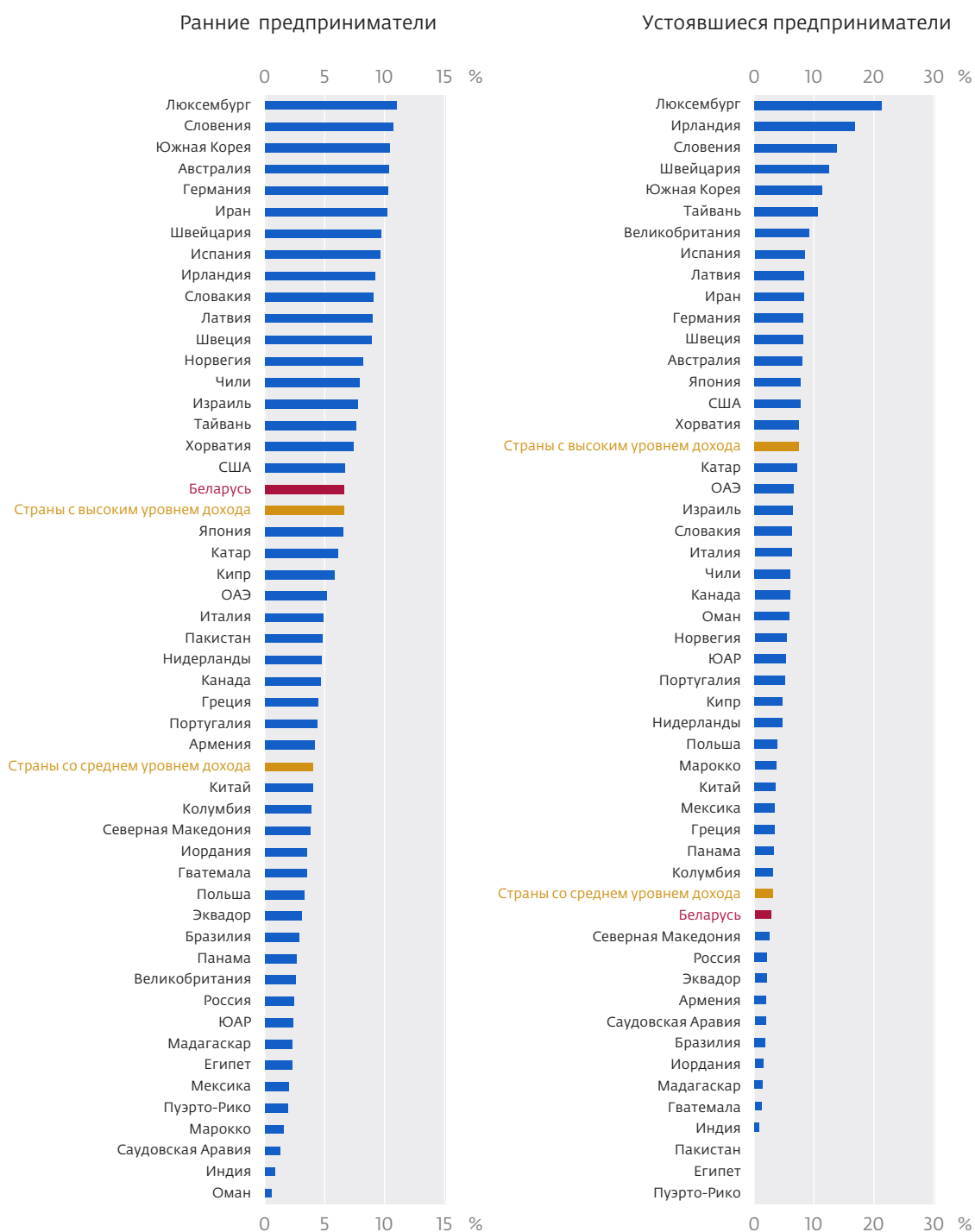


Источник: GEM, 2019

of Industrial Classification of All Economic Activities, ISIC). Сравнивая позицию Беларуси с другими странами по данному показателю, можно отметить, что процент ранних бизнесов, работающих в средне- и высокотехнологичных секторах, выше средних показателей стран с высоким уровнем дохода (рис. 33). Наряду с этим доля ранних биз-

несов, занятых в этих секторах, больше доли устоявшихся бизнесов, созданных более 3,5 лет назад. Соответственно, если рассматривать устоявшиеся бизнесы, Беларусь находится ниже в рейтинге — близко к среднему показателю стран со средним уровнем дохода.

**Рисунок 33.** Процент ранних и устоявшихся предпринимателей, занятых в средне- и высокотехнологичных секторах



Источник: GEM, 2019

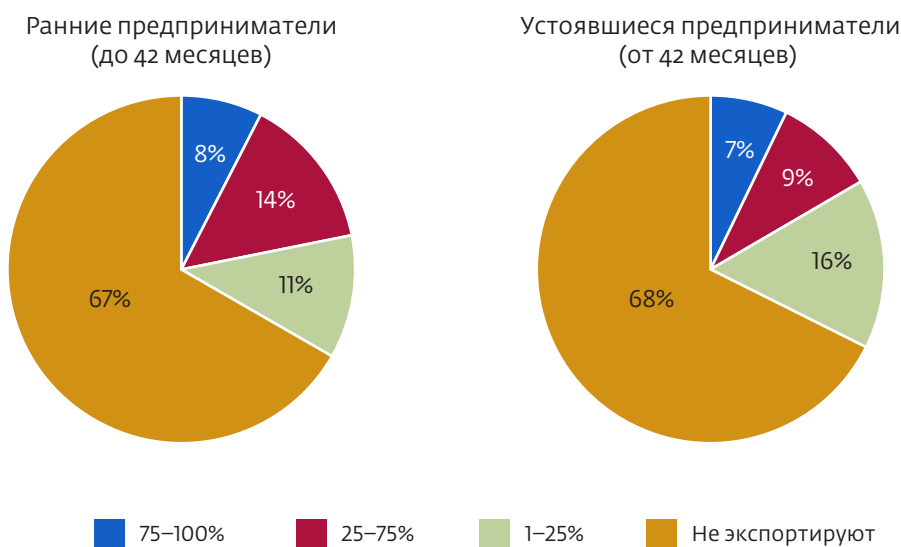
### 2.3. Ориентация на международный рынок

Выход на международный рынок — это важный этап для оценки конкурентоспособности бизнеса, характеризующийся поиском возможностей на новых рынках. В исследовании GEM показатель ориентации на международный рынок базируется на оценке экспортной выручки.

В Беларуси почти треть как ранних, так и устоявшихся предпринимателей сообщили о том, что

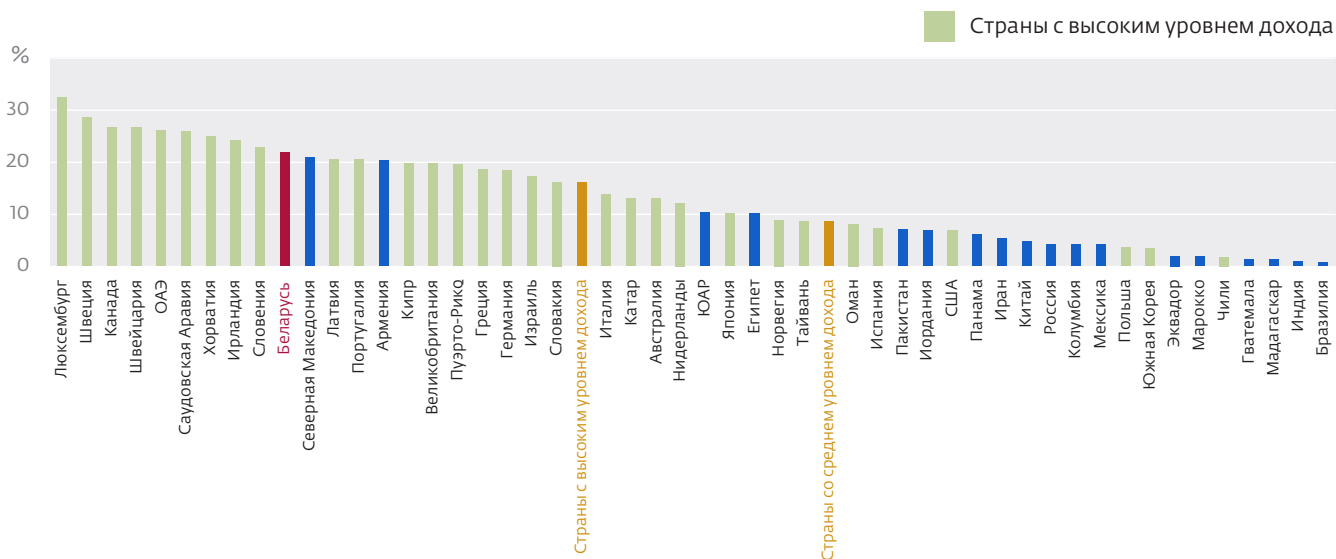
экспортировали товары или услуги (рис. 34). Важно отметить, что 22% ранних предпринимателей получают более 25% выручки за пределами страны. Уровень данного показателя позволяет отнести Беларусь к группе стран с высокой степенью ориентации бизнеса на международные рынки (рис. 35). Все эти страны также довольно небольшие по объему внутреннего рынка, но относятся к группе стран с высоким уровнем дохода.

**Рисунок 34.** Процент ранних и устоявшихся предпринимателей, ориентированных на международные рынки



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 год.

**Рисунок 35.** Процент ранних предпринимателей с высокой степенью ориентации на международные рынки в разных странах



Источник: GEM, 2019

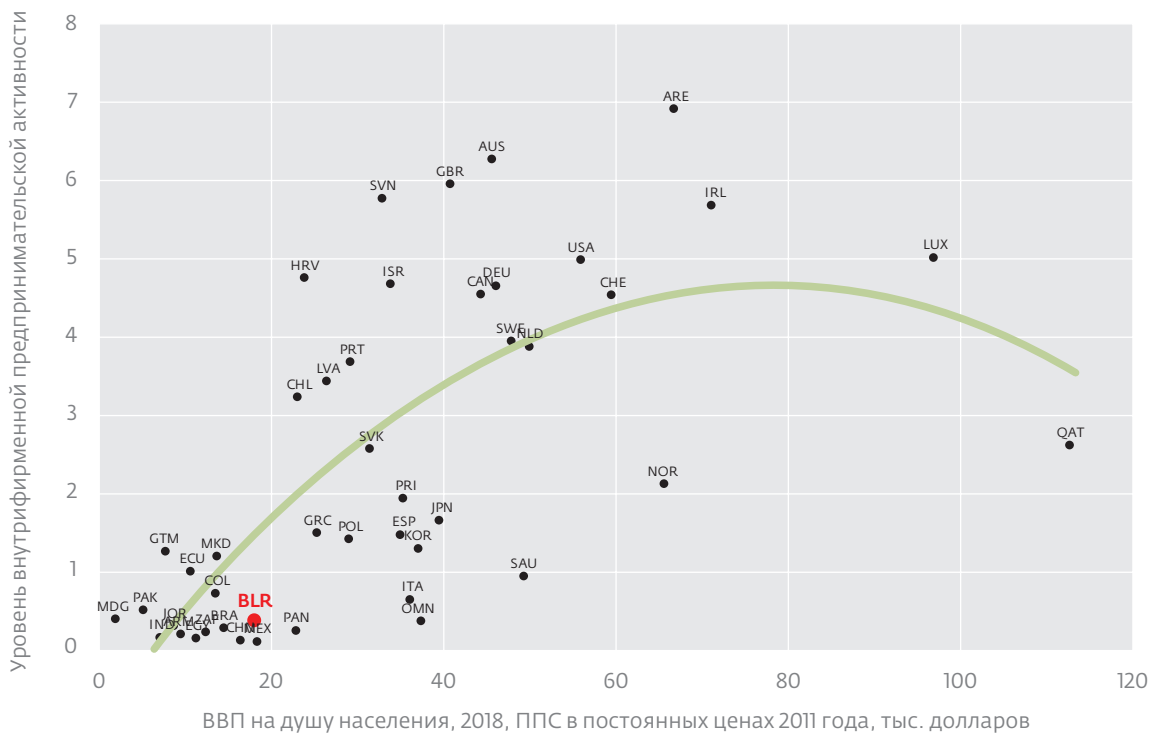
## 2.4. Внутрифирменное предпринимательство

Изучая и используя возможности, многие предприятия с высоким потенциалом роста могут также создавать условия для развития предпринимательской активности своих сотрудников (внутрифирменное предпринимательство). Деятельность предприятия и сотрудников может быть направлена на создание стратегических бизнес-единиц, спиноффов, и (или) на запуск и развитие новых продуктов. При этом работник может проходить все этапы предпринимательского процесса и быть мотивированным частью прибыли. Такие внутрифирменные предприниматели могут использовать внутренние ресурсы и возможности предприятия, что делает проект или бизнес менее рискованным.

В большинстве развитых стран (например, в Великобритании, Германии и Швеции) внутрифирменное предпринимательство в некоторой степени компенсирует более низкие уровни «независимой» предпринимательской активности. Но в Беларуси ситуация обстоит иначе: процент вовлеченных во внутрифирменное предпринимательство (1.6%), существенно ниже уровня ранней и устоявшейся предпринимательской активности.

Данный вид предпринимательской активности признается важным фактором инновационного развития предприятий (увеличение количества работников, рост доходов, а также создание и реализация инновационной продукции) и экономического роста страны (рис. 36).

**Рисунок 36.** Внутрифирменное предпринимательство и ВВП на душу населения

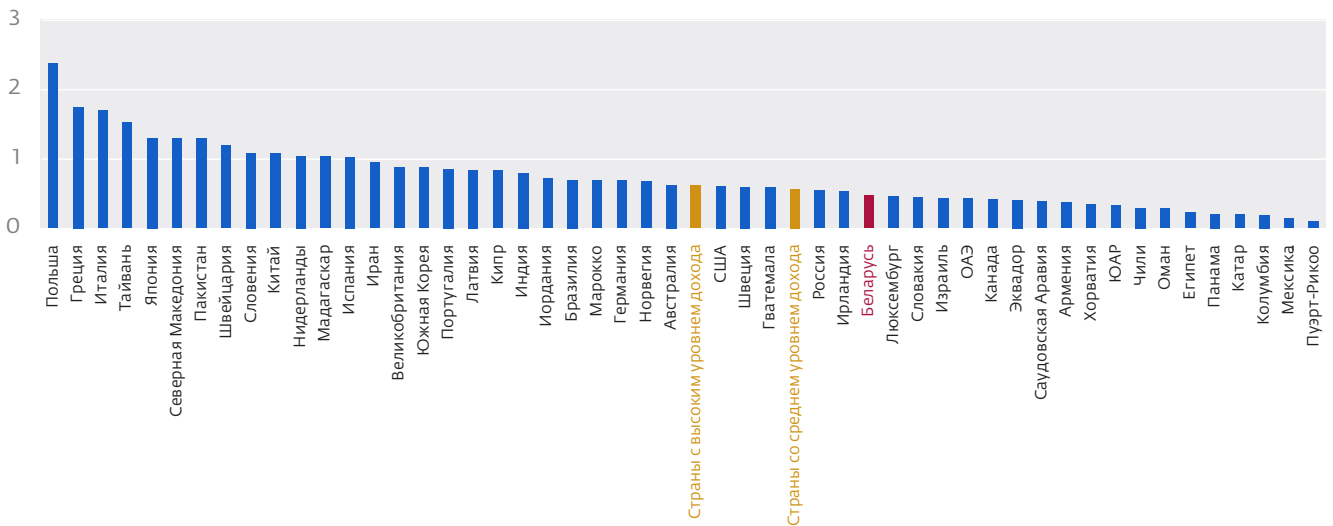


Источник: GEM, 2019

Еще один важный показатель, характеризующий предпринимательскую активность в рамках страны, это соотношение устоявшихся предпринимателей и ранних предпринимателей. Высокая выживаемость бизнеса и, как следствие, более высокое значение данного показателя могут указывать на лучшие условия для развития бизнеса и ориентацию на долгосрочное развитие. Более низкий показатель предполагает динамичность и привлекательность создания нового бизнеса. По этому показателю Беларусь находится довольно близко к таким «стартап-странам», как Израиль и Ирландия,

но при этом существенно отстает от этих стран по уровню ранней предпринимательской активности (12,7% и 12,4% соответственно) (рис. 37). По сравнению со странами с сопоставимым уровнем ранней предпринимательской активности, такими как Польша (5,4%), Испания (6,1%), Япония (5,4%) и Северная Македония (6,2%), Беларусь имеет значительно более низкое значение этого соотношения. Это свидетельствует, с одной стороны, о низкой выживаемости бизнесов, а с другой стороны, о легкости и привлекательности открытия нового бизнеса.

**Рисунок 37.** Соотношение устоявшихся предпринимателей и ранних предпринимателей



Источник: GEM, 2019



# Глава 3.

## Условия развития предпринимательства

Национальные экспертные интервью (National Expert Survey, NES) проводятся для оценки основных характеристик социально-экономической среды или, в терминологии GEM, рамочных условий для предпринимательства (Entrepreneurial Framework Conditions — EFCs), которые, как было доказано, влияют на развитие и качество предпринимательской активности в стране.

В 2019 году в рамках национальных экспертных интервью с 37 предпринимателями и экспертами

в области предпринимательства проводился анализ 12 рамочных условий для предпринимательства. Респондентам было задано около 100 закрытых и открытых вопросов для оценки уровня развития и приоритетности этих условий, а также для определения возможных мер по восполнению имеющихся пробелов.

Перечень рамочных условий для предпринимательства и их описание представлены в табл. 7.

**Таблица 7.** Рамочные условия для предпринимательства

1	Финансирование предпринимательства	Определяет степень достаточности финансирования для действующих и потенциальных предпринимателей. Эксперты оценивают доступность и эффективное функционирование фондовых рынков, и наличие типичных каналов финансирования для предпринимателей. Сюда входят неформальные инвестиции, профессиональные бизнес-ангелы, венчурные фонды, банки, государственные займы, гранты и субсидии, а также краудфандинг.
2	Государственная политика: поддержка и ее актуальность	Оценивает, насколько правительства демонстрируют поддержку предпринимателям: например, упоминают ли лица, ответственные за разработку политики, предпринимательство в публичных дискуссиях, работают над конкретными нормативными правовыми актами, направленными на улучшение условий для самозанятых и малых и средних предприятий.
3	Государственная политика: налоги и бюрократия	Отражает приемлемость и сбалансированность налогообложения для предпринимателей, а также показывает, являются ли налоги бременем для начинающего и растущего бизнеса. Этот показатель оценивает уровень бюрократии при ведении бизнеса и привлечении финансирования для предпринимательской деятельности.
4	Государственные программы поддержки предпринимательства	Оценивает, предлагают ли и как государственные органы конкретные программы поддержки для предпринимателей. Это включает в себя субсидии, инкубаторы и организации, которые оказывают поддержку предпринимателей.
5	Предпринимательское образование в школе	Оценивает степень, в которой предметы в области предпринимательства включены в школьные программы, и прививают ли школы ученикам предпринимательские ценности.
6	Предпринимательское образование в системе послешкольного образования	Оценивает включение предметов в области предпринимательства в программы учебных заведений, таких как учреждения высшего образования, учреждениях среднего специального образования, бизнес-школы, учреждения дополнительного образования. Отражает эффективность системы послешкольного образования в формировании у обучаемых предпринимательских навыков и ценностей.
7	Внедрение результатов НИОКР	Обобщает экспертную оценку трансфера в бизнес-сектор результатов НИОКР, полученных в университетах и исследовательских центрах, а также степень, в которой инженеры и ученые могут коммерциализировать результаты исследований.
8	Коммерческая и правовая инфраструктура	Оценивает наличие и доступность специалистов и фирм, предоставляющих услуги предпринимателям, включая бухгалтеров, юристов и консультантов, чтобы помочь им открыть и управлять новым бизнесом.
9	Динамика внутреннего рынка	Анализирует, существует ли свободный и открытый рынок, на который ни одна организация не может в значительной мере влиять и/или устанавливать цены, и где изменения спроса ведут к изменению предложения, и наоборот.
10	Барьеры и ограничения на внутреннем рынке/регулирование входа на рынок	Оценивает общее состояние рынка с точки зрения отсутствия ограничений, с которыми сталкиваются предприниматели при выходе на рынок, а также наличие нормативных актов, которые могут облегчить, а не усложнить выход на рынок.
11	Физическая инфраструктура	Оценивает наличие на рынке коммуникационной, транспортной инфраструктуры, способствующей ведению операций на национальном и международном уровнях, например, доступ к высокоскоростному Интернету и сотовой связи, недвижимость (земля и здания), надежная коммунальная инфраструктура, автодороги, железные дороги, порты и аэропорты.
12	Культурные и социальные нормы	Показывает, насколько общество ориентировано на предпринимательскую активность в рамках своей культуры, норм поведения, убеждений, языка и обычаев. Демонстрация признания, поддержки и высокой оценки деятельности предпринимателей может стимулировать предпринимательскую активность.

Для оценки среды для развития предпринимательства 37 экспертам было представлено от 5 до 8 утверждений по каждому из 12 рамочных условий. Эксперты должны были оценить степень своего согласия с каждым утверждением, используя шкалу

Лайкерта — от 0 («полностью неверно») до 10 («полностью верно»). Таким образом, данная оценка показывает индивидуальное восприятие, а не объективную оценку условий развития предпринимательства.

### Профиль белорусских экспертов

Национальные эксперты отбирались на основе занимаемых ими должностей, опыта или обязанностей в любой государственной или частной организации, позволявших им располагать необходимым и знаниями в области развития предпринимательства. Респондентам было разрешено указать более одного рода деятельности (табл. 8). Действующие предприниматели и лица, вовлеченные в бизнес, также рассматривались в качестве экспертов с учетом квоты, предлагаемой в рамках исследования GEM.

Таблица 8. Профиль белорусских экспертов

Возраст, лет	43,1
Опыт работы, лет	13,46
<b>Пол</b>	
Мужчины	62,2%
Женщины	37,8%
<b>Уровень образования</b>	
Высшее	24,3%
Магистратура / аспирантура / докторантура	75,7%
<b>Область специализации</b>	
Предприниматель	35,1%
Инвестор	13,5%
Орган государственного управления	5,4%
Организация поддержки	24,3%
Преподаватель/научный работник	43,2%

## 3.1. Рамочные условия для предпринимательства

На основе ответов 37 национальных экспертов были определены рамочные условия, наиболее и наименее благоприятные для развития предпринимательства (рис. 38). Так, доступность физической инфраструктуры и услуг получила самую высокую оценку (15-е место в мире), подтвердив, что этот фактор может быть конкурентным преимуществом

страны, и о нем необходимо информировать широкую общественность.

В то же время предпринимательское образование в школах представляется наиболее проблемной областью в Беларуси (41-е место в мире).

Рисунок 38. Рамочные условия для предпринимательства в Беларуси



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

Хотя единые вопросник и шкала позволяют проводить сравнения рамочных условий для предпринимательства между странами, важно понимать, что это субъективные оценки, не имеющие общей точки отсчета для всех стран.

Между тем, представляется вполне логичным сравнить рамочные условия для предпринимательства в Беларуси с соседними странами: Россией, Польшей и Латвией (рис. 39). Можно выделить, по меньшей мере, два рамочных условия, по которым наблюдаются существенные различия: финансирование предпринимательства и государственная политика: бюрократия и налоги.

В части финансирования предпринимательства, для белорусских предпринимателей условия были оценены ниже, чем в соседних странах. При рассмотрении составляющих доступа к финансированию для предпринимателей, обращает на себя внимание низкий уровень оценок в области возможностей финансирования путем первичного размещения акций, а также предоставления государственных субсидий для новых и растущих предприятий.

В части бюрократии и налогов ситуация в Беларуси выглядит значительно лучше, чем в России и Польше. Большинство белорусских экспертов согласны с тем, что размер налогов не является бременем для

новых и растущих фирм, а применяемые к новым и растущим предприятиям требования в области налогообложения и государственное регулирование в других областях являются предсказуемыми и последовательными.

Помимо этого, можно выделить рамочные условия, которые не сильно различаются между странами. Так, культурные и социальные нормы находятся практически на одном уровне, что можно объяснить общим социалистическим прошлым. Также эксперты во всех 4 странах достаточно высоко оценили динамику внутреннего рынка, в то время как барьеры и ограничения на внутреннем рынке существуют во всех трех странах. По мнению экспертов, в Беларуси сравнительно хорошо развиты физическая инфраструктура и доступ к профессиональным услугам.

В рамках исследования GEM разработан сводный показатель — Индекс национального предпринимательского контекста (National Entrepreneurship Context Index, NECI), который оценивает условия для развития предпринимательства в стране по легкости создания и развития бизнеса. Подобно исследованию Doing Business Всемирного банка или Индексу глобальной конкурентоспособности (GCI) Всемирного экономического форума, Индекс национального предпринимательского контекста позволяет объединить оценки рамочных

**Рисунок 39.** Сравнение рамочных условий для предпринимательства



Источник: GEM, 2019

условий для предпринимательства в сводный индикатор. Следует отметить, что по сравнению с индикаторами исследования Doing Business, Индекс национального предпринимательского контекста охватывает более широкий спектр факторов, которые могут оказывать прямое или косвенное влияние на развитие предпринимательства, включая неформальные институты (ценности и нормы), систему образования, внедрение результатов НИОКР и т.д. В этом отношении Индекс национального предпринимательского контекста ближе к Индексу глобальной конкурентоспособности (GCI), по критериям которого Беларусь еще не оценивалась.

Поскольку в контексте разных стран некоторые рамочные условия оказывают большее влияние, чем другие, Индекс национального предпринимательского контекста рассчитывается также исходя из оценок важности 12 рамочных условий для каждой отдельно взятой страны. Национальным экспертам было предложено оценить по шкале от 0 («совсем не важно») до 10 («чрезвычайно важно») насколько каждое из 12 рамочных условий является значимым и актуальным для текущего состояния предпринимательской среды в Беларуси.

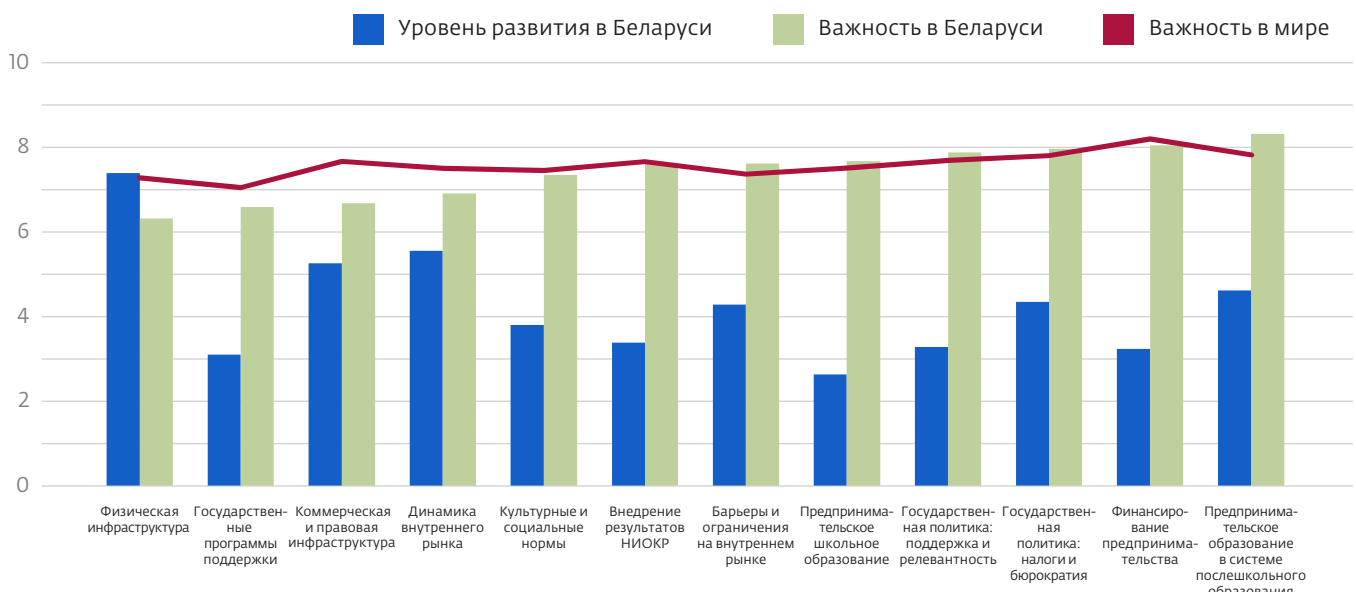
На рис. 40 представлены средние значения важности рамочных условий по сравнению с оценками их уровня. По мнению экспертов, наиболее важным рамочным условием на данном этапе

развития является предпринимательское образование в университетах, учреждениях среднего образования, бизнес-школах. Второе по важности место занимает финансирование предпринимательства и условия, связанные с налогообложением и бюрократией. В какой-то степени эти результаты соответствуют тем, которые были получены Всемирным банком и Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР) в рамках обследования «Состояние деловой среды и показатели деятельности предприятий» (BEEPS) в части барьеров, стоящих перед белорусскими предприятиями.

Наименее важным фактором является физическая инфраструктура, которая при этом характеризуется относительно высоким уровнем развития. Органы власти и другие заинтересованные стороны должны также уделить особое внимание рамочным условиям, где наблюдаются разрывы между оценкой важности и их воспринимаемым уровнем. Так, наибольший разрыв в 5,05 балла наблюдается в области предпринимательского образования в школе. Очевидно, что в этой сфере необходимо принять меры для развития предпринимательского потенциала и изменения ценностей и норм в обществе, что является важным в долгосрочной перспективе, особенно в странах с переходной экономикой.

В рейтинге Индекса национального предпринимательского контекста первое место по легкости

**Рисунок 40.** Важность рамочных условий для предпринимательства



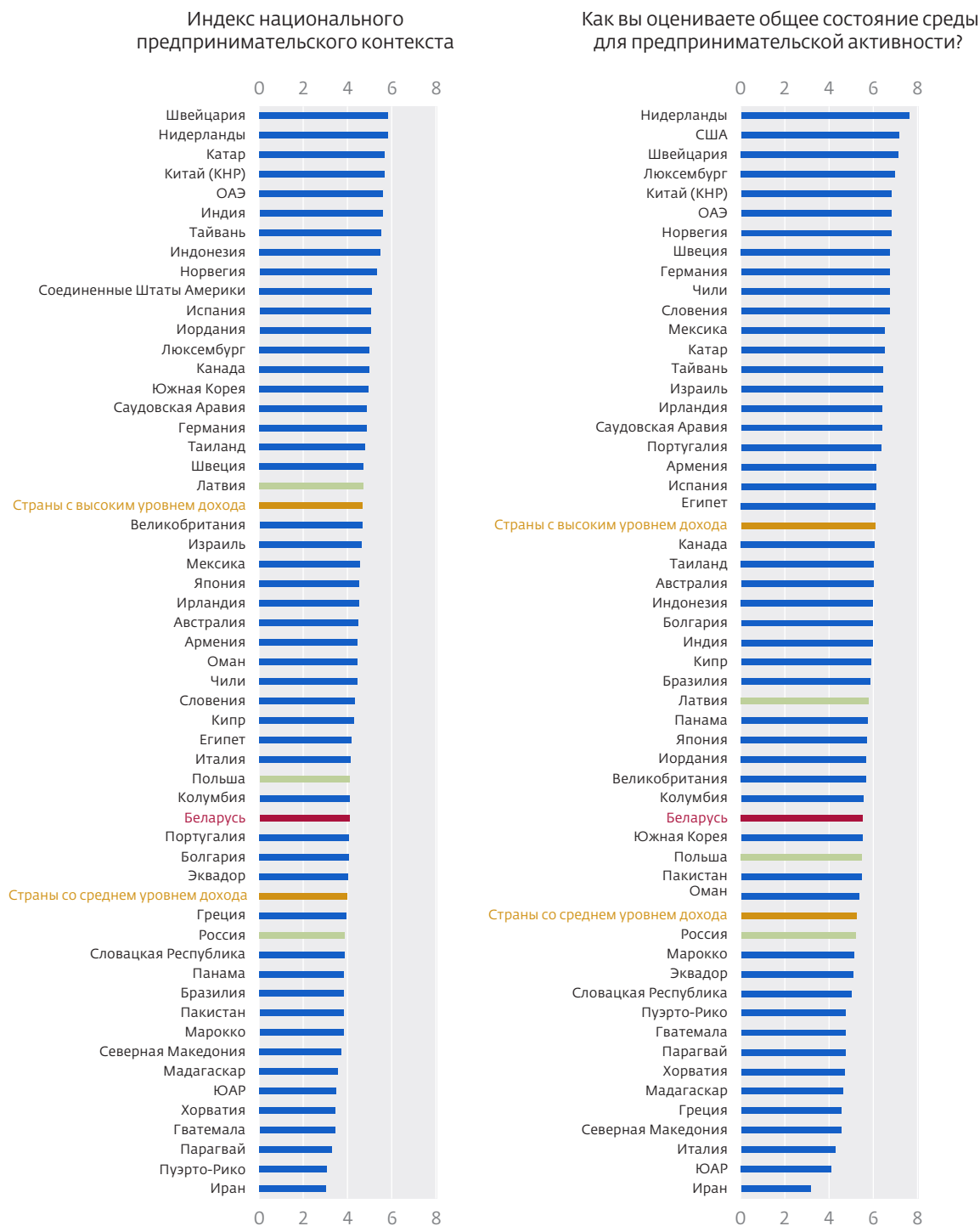
Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

создания и развития бизнеса занимает Швейцария. За ней следуют Нидерланды и Катар (рис. 41). Самые низкие места в этом рейтинге занимают Иран, Пуэрто-Рико и Парагвай.

В данном рейтинге Беларусь находится на 35-м месте (из 54 стран), занимая более высокую позицию

по сравнению с Россией, но ниже Польши и Латвии, и соответствуя средним показателям стран со средним уровнем дохода. Экспертные оценки общего состояния среды для предпринимательства по результатам ответа экспертами на один вопрос в целом сильно коррелируют со значениями индекса.

**Рисунок 41.** Индекс национального предпринимательского контекста и оценки общего состояния среды для предпринимательства

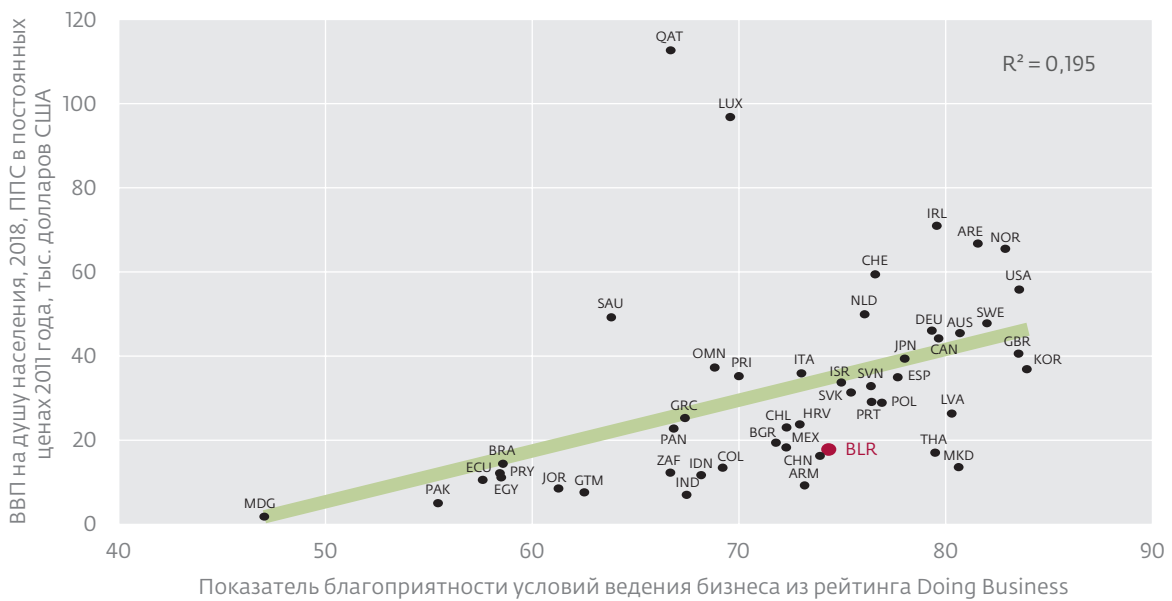


Источник: GEM, 2019

Для того чтобы продемонстрировать значение рамочных условий для предпринимательства, можно рассмотреть взаимосвязь значения Индекса национального предпринимательского контекста и ВВП страны (рис. 42), которая, очевидно, должна быть положительной. При сравнении этой взаимосвязи с взаимосвязью показателя благоприятности условий ведения бизнеса из рейтинга Doing Business и ВВП на идентичной выборке стран (рис. 43), коэффициент корреляции оказывается выше в случае с Индексом национального предпринимательского

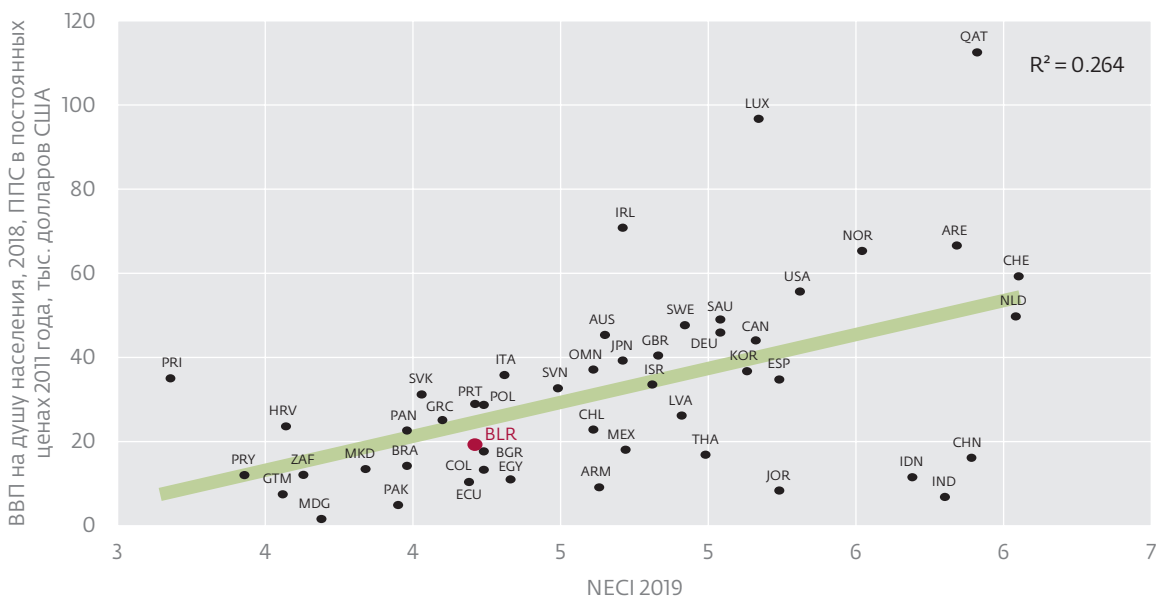
контекста (0,514 против 0,442). Это может объясняться более широким спектром рамочных условий, включая неформальные институты, которые оцениваются в рамках исследования GEM. Между тем, на обоих графиках Беларусь находится ниже линии тренда. Это означает, что уровень ВВП в стране ниже, чем можно было бы ожидать, исходя из оценки условий для предпринимательства. Другими словами, сформированный предпринимательский потенциал не в полной мере задействован для обеспечения экономического развития.

**Рисунок 42.** Показатель благоприятности условий ведения бизнеса из рейтинга Doing Business и ВВП на душу населения



Источник: Всемирный банк

**Рисунок 43.** Индекс национального предпринимательского контекста и ВВП на душу населения



Источник: GEM, 2019 и Всемирный банк

## 3.2. Барьеры, благоприятные факторы и рекомендации для развития предпринимательства

Всем национальным экспертам было предложено выделить до трех факторов (тематических направлений, областей), которые (а) ограничивают предпринимательскую активность в стране и (б) стимулируют предпринимательскую активность в стране. В дополнение к этим двум открытым вопросам экспертам было также предложено представить до трех рекомендаций для развития предпринимательства.

Для того чтобы иметь возможность сделать некоторые обобщения и провести сравнительный анализ, национальным исследовательским группам было предложено классифицировать все полученные ответы по 20 сферам (табл. 9). В качестве основного препятствия для развития предпринимательства в Беларуси более половины экспертов указали факторы, связанные с политическим, институциональным и социальным контекстом. Эксперты отметили сложное законодательство, сопровождающееся чрезмерным государственным контролем и уголовной ответственностью за экономические преступления и ошибки, бюрократию и отсутствие диалога между государством и частным сектором, а также доминирующую роль сектора государственных предприятий и риски работы с этим сектором. Культурные и социальные нормы также были отнесены к препятствиям на пути к более важной роли предпринимательской активности в экономике: отсутствие доверия, страх провала, государственный патернализм и негативное отношение к частной инициативе.

В части благоприятных факторов, эксперты высоко оценили то, что связано с государственными программами и политикой в области предпринимательства. По мнению экспертов, благоприятное

влияние оказали меры, принятые для повышения позиции страны в рейтинге Doing Business, а также некоторые конкретные меры и программы поддержки (например, содействие безработным в начале предпринимательской деятельности), налоговые льготы и быстрое развитие ИТ-сектора. Это может означать, что лицам, определяющим политику в области развития предпринимательства, в определенной степени удастся смягчить негативное влияние общего политического и институционального контекста, не способствующего развитию предпринимательской активности.

Как и ожидалось, большая часть рекомендаций связана с политическим и институциональным контекстом и конкретными мерами в отношении имеющихся ограничений. Эксперты считают, что для быстрого развития национального предпринимательства крайне необходимо обеспечить более стабильное налоговое и хозяйственное законодательство и независимость судов. Еще одним направлением государственных мер должно стать содействие диалогу и сотрудничеству между бизнесом и государством, одной из предпосылок для которого является равенство государственных и частных предприятий во всех сферах. В представленных рекомендациях акцент также делался на региональном развитии. Так, программы и меры поддержки предпринимательства должны быть территориально и по срокам увязаны с реструктуризацией государственных предприятий. Имея релевантные показатели своей эффективности, местные органы власти должны быть наделены полномочиями и нести ответственность за развитие предпринимательства в своих регионах.

**Таблица 9.** Барьеры, благоприятные факторы и рекомендации для развития предпринимательства в Беларуси

<b>Ограничения</b>	<b>%</b>	<b>Рейтинг</b>
Политические, институциональные и социальные условия	52,9	1
Культурные и социальные нормы	38,2	2
Открытость рынка	35,3	3
Финансовая поддержка	35,3	3
Меры государственной политики	32,4	4
Обучение и подготовка	26,5	5
Экономические условия	20,6	6
Различная эффективность МСП и крупных компаний	8,8	7
Коррупция	8,8	7
Особенности рабочей силы	8,8	7
Коммерческая и профессиональная инфраструктура	8,8	7
Информация: все, что с ней связано	5,9	8
Выход на международный рынок	5,9	8
Внедрение результатов НИОКР	5,9	8
Стоимость, доступ и регулирование рабочей силы	2,9	9
Государственные программы	2,9	9
Экономический кризис	0,0	10
Состав населения	0,0	10
Предпринимательский потенциал	0,0	10
Доступ к физической инфраструктуре	0,0	10
<b>Благоприятные факторы</b>	<b>%</b>	<b>Рейтинг</b>
Государственные программы	44,1	1
Меры государственной политики	44,1	1
Экономические условия	38,2	2
Коммерческая и профессиональная инфраструктура	23,5	3
Политические, институциональные и социальные условия	20,6	4
Предпринимательский потенциал	17,6	5
Открытость рынка	17,6	5
Информация: все, что с ней связано	14,7	6
Выход на международный рынок	11,8	7
Особенности рабочей силы	11,8	7
Обучение и подготовка	11,8	7
Финансовая поддержка	11,8	7
Внедрение результатов НИОКР	8,8	8
Стоимость, доступ и регулирование рабочей силы	5,9	9
Культурные и социальные нормы	5,9	9
Доступ к физической инфраструктуре	5,9	9
Различная эффективность МСП и крупных компаний	0,0	10
Коррупция	0,0	10
Экономический кризис	0,0	10
Состав населения	0,0	10
<b>Рекомендации</b>	<b>%</b>	<b>Рейтинг</b>
Политические, институциональные и социальные условия	55,9	1
Меры государственной политики	52,9	1
Открытость рынка	44,1	2
Обучение и подготовка	20,6	3
Экономические условия	17,6	4
Финансовая поддержка	17,6	4
Коррупция	11,8	5
Предпринимательский потенциал	11,8	5
Государственные программы	11,8	5
Культурные и социальные нормы	8,8	6
Внедрение результатов НИОКР	8,8	6
Информация: все, что с ней связано	5,9	7
Стоимость, доступ и регулирование рабочей силы	5,9	7
Коммерческая и профессиональная инфраструктура	5,9	7
Выход на международный рынок	2,9	8
Различная эффективность МСП и крупных компаний	2,9	8
Доступ к физической инфраструктуре	2,9	8
Экономический кризис	0,0	9
Состав населения	0,0	9
Особенности рабочей силы	0,0	9

Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.



## Глава 4. Дополнительные факторы, влияющие на развитие предпринимательства

Основная анкета, которая является инструментом для проведения опроса взрослого трудоспособного населения во всех странах, участвующих в исследовании GEM-2019, была расширена в Беларуси рядом дополнительных вопросов. Большинство из них были разработаны для уточнения характеристик женского предпринимательства. Тем не менее, некоторые выводы выходят за рамки гендерного аспекта и в определенной степени представляют интерес в контексте данного отчета.

Что мешает респондентам, не вовлеченным в предпринимательство, начать бизнес?

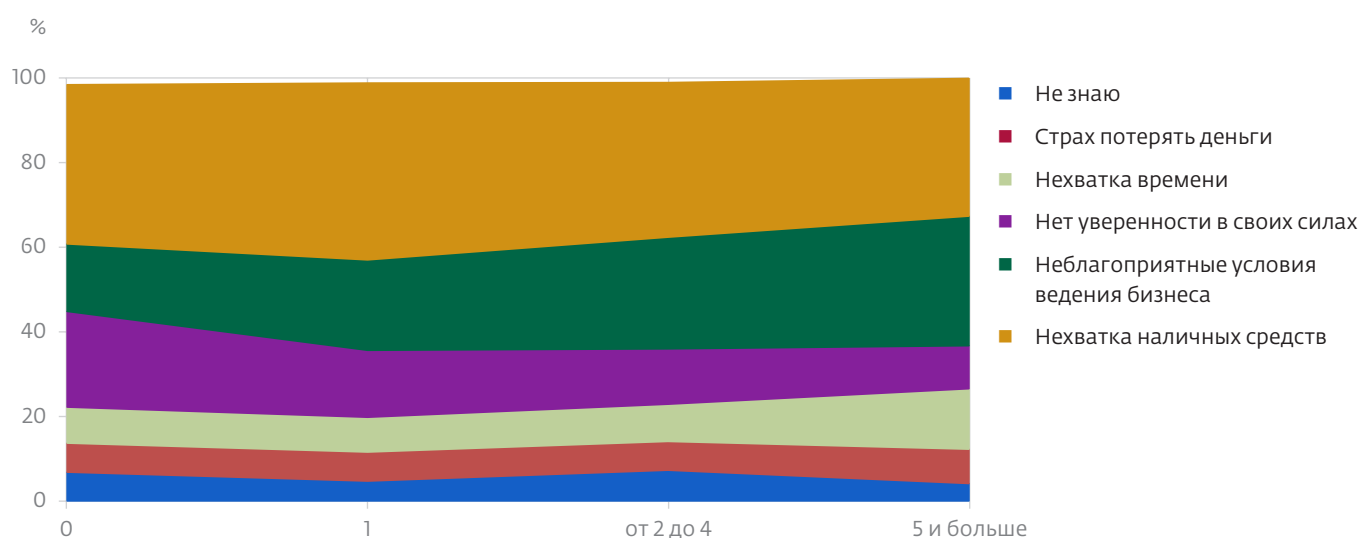
Самый частый ответ на вопрос «Что мешает вам начать бизнес?» (на который можно было дать только один ответ) — это «нехватка средств» (38% данной групп респондентов), за которым следуют «неблагоприятные условия ведения бизнеса» (19,5%) и «отсутствие уверенности в моих возможностях» (18,3%) (рис. 44). Любопытно отметить наличие связи между выбором одного из двух последних вариантов и количеством предприятий, которые открыли предприятие в последние два года и которые

лично известны респонденту. Если предположить, что практический опыт этих конкретных предпринимателей каким-то образом станет известен респонденту (через прямое общение, социальные сети, через знакомых и т.д.), то можно ожидать, что эта информация может повлиять на его оценки как условий ведения бизнеса, так и собственных сил. Этот эффект можно резюмировать так: «Если им это удалось, то и я смогу».

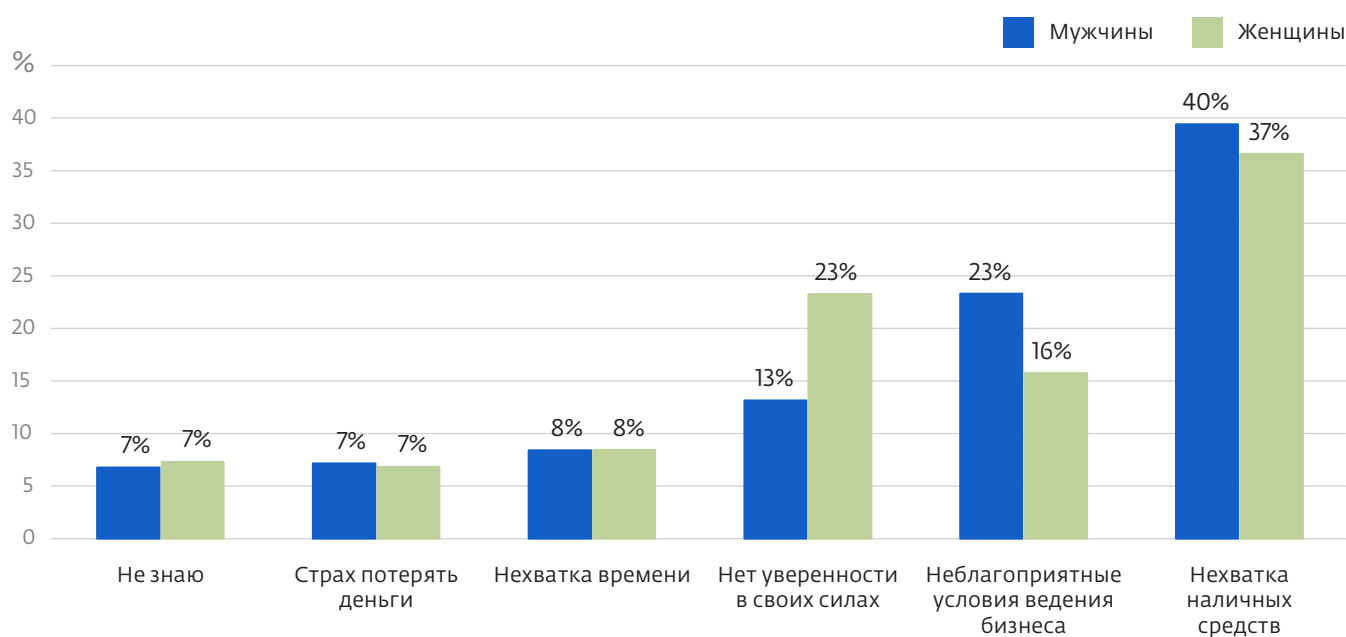
Аналогичная ситуация прослеживается на рис. 44: доля тех, кто ссылается на неблагоприятную деловую среду, увеличивается по мере того, как мы переходим из группы респондентов «никого [на вопрос о личном знакомстве с предпринимателем, открывшем свой бизнес в последние два года]» к группе респондентов «пять или больше [знакомых]» (от 16% до 30,6%). При этом мы также отмечаем, что доля тех, кто не уверен в своих возможностях, резко уменьшается (с 22,6% до 10,2%).

Следует также отметить, что недостаток уверенности в себе более характерен для женщин-респондентов (рис. 45).

**Рисунок 44.** Причины, препятствующие открытию бизнеса



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

**Рисунок 45.** Причины, препятствующие открытию бизнеса среди мужчин и женщин

Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

Результаты опроса показывают, что ответы на вопрос об основном источнике информации «о правилах и процедурах», на который респонденты будут полагаться в случае гипотетической необходимости зарегистрировать и начать собственное дело, существенно различается по возрастным группам (рис. 46). Половина респондентов в возрасте 55–64 лет полагают, что их основным источником информации будут государственные органы, тогда как только 22,4% респондентов в возрасте 18–24 лет будут полагаться на этот источник информации. Совершенно противоположная картина наблюдается для варианта

ответа «Друзья или коллеги». Значимость этого канала информации среди молодежи в два раза выше (36,9% в возрастной группе 18–24 лет против 18,2% в группе респондентов в возрасте 55–64 лет).

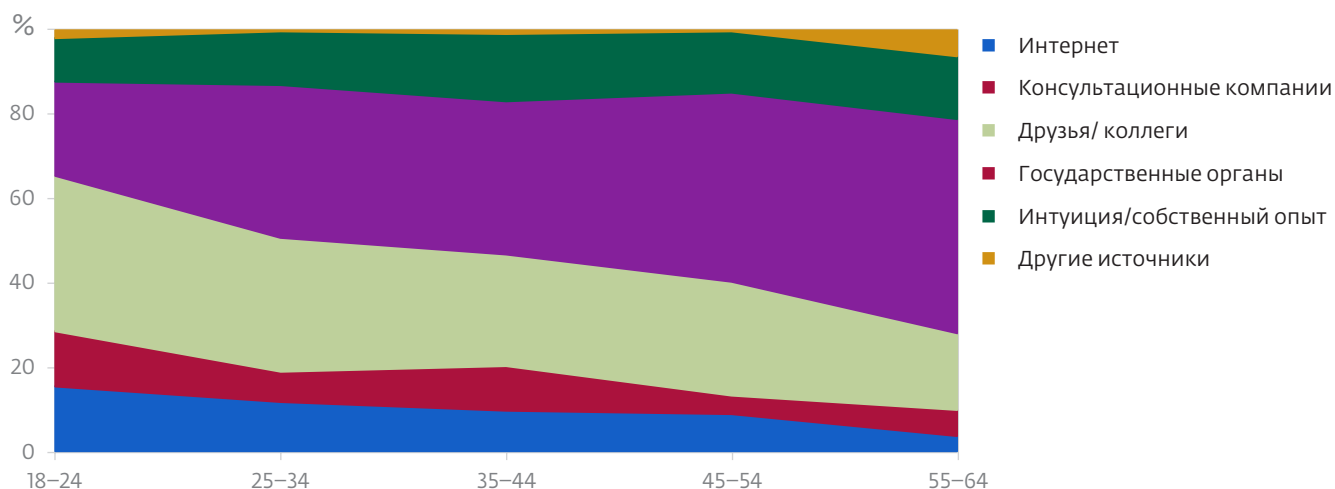
Этот результат еще больше укрепляет тезис о том, что респонденты, которые критически оценивают качество деловой среды, по большей части могут быть хорошо информированы о ее текущем состоянии, поскольку они получают эту информацию от начинающих предпринимателей, с которыми они знакомы лично.

На основании вышеупомянутых результатов можно сделать вывод, что стимулирование предпринимательской активности среди лиц, не вовлеченных в нее, путем улучшения деловой среды (например, посредством упрощения административных процедур) вряд ли позволит получить быструю отдачу. Логичнее будет полагать, что лицу из ближайшего окружения потенциального предпринимателя потребуется несколько лет, чтобы почувствовать введенные упрощения на практике и положительно их оценить. Также очевидно, что недостаточно освещать только лишь факт реформирования (оптимизации) государственного регулирования. Публикации в СМИ историй успеха конкретных

предпринимателей с подробным описанием того, как им помогли определенные законодательные изменения, является гораздо более эффективным способом активизации предпринимательской деятельности.

В завершение этого раздела следует отметить, что, согласно опросу, только треть работающих, начинающих или планируемых предприятий напрямую связана с уровнем образования их учредителей (рис. 47). В этой связи возникает вопрос об эффективности системы профориентации страны для выпускников школ.

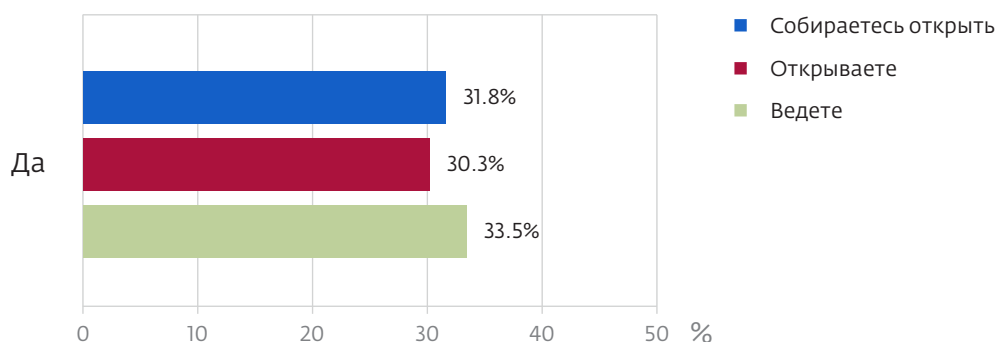
**Рисунок 46.** Источники информации при открытии бизнеса



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

**Рисунок 47.** Связь уровня образования и стадии предпринимательства

Связано ли ваше образование с бизнесом, который вы...?



Источник: Исследование GEM в Беларуси, 2019 г.

## Общие выводы

Данный отчет позволит всем заинтересованным сторонам понять различные роли, формы и проявления предпринимательской активности, а также связанные с ними мотивирующие факторы. Например, рост числа предпринимателей во многих случаях является ответом на отсутствие рабочих мест в стране. Соответственно, стимулирование самозанятости и предпринимательства «любого типа и масштаба» может быть решением проблем безработицы. В то же время предпринимательская активность в средне- и высокотехнологичных секторах и активность, связанная с созданием инновационной продукции и экспортной ориентацией, является важным фактором, обуславливающим совокупную факторную производительность и экономический рост.

В любом случае, государство должно заботиться о создании благоприятных условий для предпринимательства, независимо от поставленных целей.

Сравнительно небольшие доли респондентов, которые видят хорошие возможности для бизнеса в Беларуси, наряду с относительно высоким страхом провала свидетельствуют о важности принятия мер по повышению уровня привлекательности предпринимательства в стране. В частности, очень важно помочь населению в развитии предпринимательских навыков и знаний.

Также стоит задача более комплексного характера, которая связана с ценностями и нормами в белорусском обществе, в том числе среди представителей органов власти. Культурные и социальные нормы, такие как отсутствие доверия, страх неудачи, патернализм, все еще стоят на пути развития предпринимательства. В этой связи, важнейшую роль в формировании предпринимательского и творческого мышления играет система образования: от начальной школы до учреждений высшего образования, которым нужны новые формы управления, лидерства, а также подходы к обучению. Представителей органов власти и учреждений образования следует предостеречь от принятия формальных мер и создания формальных структур лишь для целей отчетности и в качестве попытки не отстать от новых тенденций без глубокого понимания, учета институциональной среды, и разработки

комплексной стратегии развития предпринимательской активности в системе образования (Морозов, 2019; Marozau & Guerrero, 2019). Признавая, что это новая и сложная задача для многих учреждений образования, можно утверждать, что это единственный способ формирования нового поколения лидеров и изменения существующих неформальных институтов.

Еще одним важным аспектом для стимулирования предпринимательской активности является обеспечение внедрения результатов НИОКР, что также имеет жизненно важное значение для развития конкурентоспособного предпринимательства в стране. Важно создавать условия для эффективной передачи результатов НИОКР, полученных в университетах и государственных исследовательских институтах, в бизнес-сектор (Marozau & Guerrero, 2016). В этой связи, обеспечение большей гибкости и предоставление финансовых стимулов, прав собственности научно-исследовательским институтам и отдельным исследователям для целей коммерциализации и получения опыта взаимодействия с бизнесом должны способствовать созданию добавленной стоимости и повышению эффективности всей системы создания и распространения знаний (Акулова, 2020).

Очевидно, что без модернизации политического и институционального контекста любые реформы в системах образования, а также науки и технологий будут неполными и дадут лишь незначительный эффект. Содействие диалогу, сотрудничеству и формированию доверия между бизнесом и государством должно стать приоритетным направлением работы органов власти. Важной предпосылкой для этого является обеспечение равных условий для деятельности государственных и частных предприятий во всех сферах,

В дополнение к этому крайне необходимо обеспечить более стабильное налоговое и экономическое законодательство, независимость судов и смягчение чрезмерного государственного контроля. Также очевидно, что недостаточно освещать только лишь факт реформирования или оптимизации государственного регулирования. Публикации в СМИ историй успеха конкретных предпринимателей

с подробным описанием того, как им помогли определенные законодательные изменения, является гораздо более эффективным способом стимулирования предпринимательской деятельности.

В части более конкретного вклада государства в развитие предпринимательства, важно отметить позитивное влияние мер, принятых для повышения позиции страны в рейтинге Doing Business отдельных мер поддержки предпринимательства, а также налоговых льгот. Таким образом, органам власти, ответственным за политику в области развития предпринимательства, в определенной степени удастся смягчить негативное влияние общего неблагоприятного политического и институционального контекста на развитие предпринимательской активности.

Поскольку настоящий отчет представляет итоги первого исследования предпринимательской

активности в Беларуси, то следует с осторожностью интерпретировать все полученные выводы и результаты. Будущие исследования GEM определенно позволят всем заинтересованным сторонам получить более ясную картину и узнать о тенденциях того, что происходит в обществе в плане предпринимательства, а также о потенциальном вкладе предпринимательской активности в социально-экономическое развитие страны.

Экономический кризис, вызванный вспышкой коронавирусной инфекции COVID-19, ставит новые задачи перед предпринимателями и органами власти, и обуславливает изменения предпринимательского ландшафта Беларуси по сравнению с тем, который анализировался в исследовании GEM в 2019 году. Тем не менее, наиболее важные выводы по итогам этого исследования, безусловно, будут сохранять свою актуальность как в настоящий момент, так и в период восстановления после кризиса.

## Литература

1. Акулова, М. Женщины в бизнесе Беларуси: особенности, мотивация и барьеры / М. Акулова, А. Агинская // *BEROC Policy Paper Series*, № 56. — 2018.
2. Акулова, М. Инновации и предпринимательская активность / М. Акулова // *Банкаўскі веснік*, № 3(680). — 2020. — с. 85–88.
3. Морозов, Р. Предпринимательская активность как детерминант экономического развития / Р. Морозов // *Банкаўскі веснік*, № 3(680). — 2020. — с.80–84.
4. Морозов, Р. Модернизация и развитие белорусских учреждений образования на основе концепции «предпринимательского университета» / Р. Морозов // *BEROC Policy Paper Series*, № 63. — 2019.
5. Erken, H., P. Donselaar, & Thurik, R. (2018). Total Factor Productivity and the Role of Entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 43(6): 1493–1521.
6. Marozau, R. and Guerrero, M. (2019). Development of the entrepreneurial university (University 3.0) in Belarus: An overview of determinants and challenges. *BEROC Policy Paper Series*, PP #74.
7. Marozau, R., & Guerrero, M. (2016). Conditioning factors of knowledge transfer and commercialization in the context of post-socialist economies: the case of Belarusian higher education institutions. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 27(4), 441–462.
8. Reynolds, P. D., M. Hay, & Camp, S. M. 1999. *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kaufman Centre for Entrepreneurial Leadership.
9. Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.

# Приложение 1. Исследование GEM: показатели Беларуси



## Беларусь

### Население (2019 г.)

9,4 млн.

### Темпы роста ВВП (2018 г., ежегодный прирост, %)

3%

### ВВП на душу населения (2018 г., ППС (в международных долларах))

19,94 тысячи

### Рейтинг «Ведение бизнеса» (Всемирный банк, 2019 г.)

74.3/100

Место: 49/190

### Рейтинг по индикатору «Создание предприятия» (Всемирный банк, 2019 г.)

93.5/100

Место: 30/190

### Рейтинг по «Индексу глобальной конкурентоспособности» (Всемирный экономический форум, 2019 г.)

—

### Уровень дохода (по классификации Всемирного экономического форума, 2019 г.)

Выше среднего

### Отношения и восприятия

	% взрослых	Место/50
Знакомство с предпринимателями	50.4	32
Возможности для бизнеса	29.5	48
Легкость создания предприятия	35.9	37
Наличие предпринимательских способностей	42.3	43
Страх провала	38.0	35
Предпринимательские намерения	6.6	46

### Активность

	% взрослых	Место/50	% женщин	% мужчин
Индекс ранней предпринимательской активности	5.8	46	5.2	6.4
Индекс устоявшегося предпринимательства	2.7	46	2.0	3.5
Индекс внутрифирменного предпринимательства	0.5	=42	3.4	3.3

### Мотивация

(согласен полностью или частично, %)

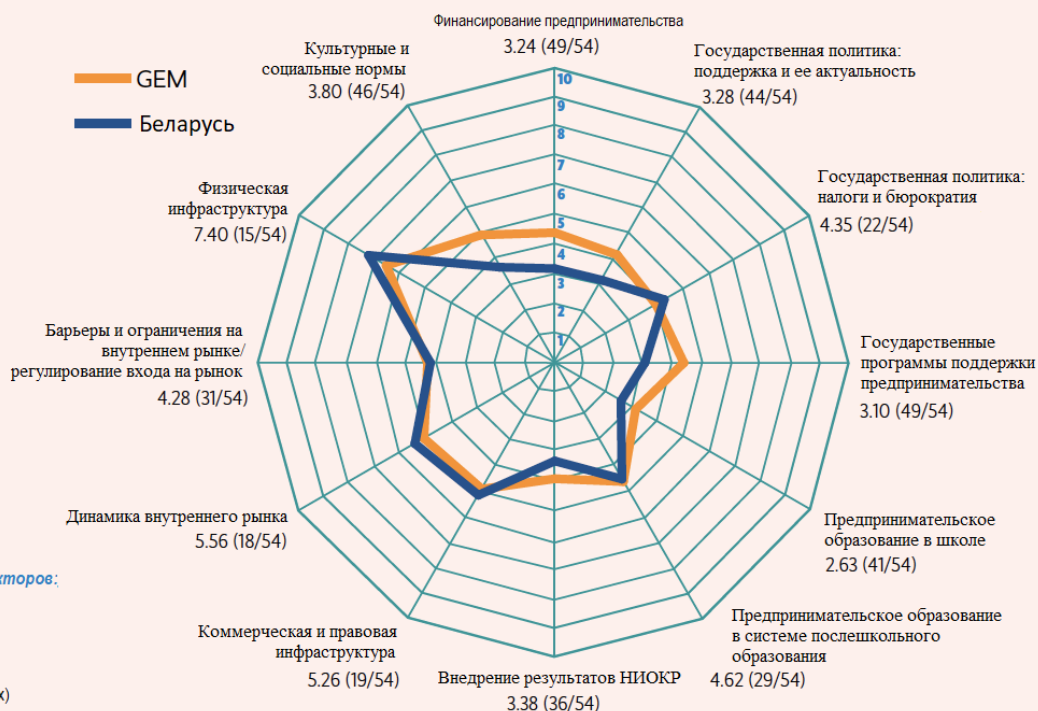
	% взрослых	Место/50	% женщин	% мужчин
Внести свой вклад в развитие	23.4	44	28.3	18.8
Увеличить уровень дохода	75.3	8	78.5	72.6
Продолжить семейную традицию	19.6	42	14.9	23.6
Поддержать доход	51.7	34	57.5	46.5

### Вклад в социально-экономическое развитие

	% взрослых	Место/50
Темпы создания рабочих мест (6+)	1.6	=38
Ориентация на международный рынок (25% выручки от экспортных операций)	0.9	=26
Создание новой продукции/процессов для национального рынка	0.4	=40
Создание новой продукции/процессов для международного рынка	0.1	=34
Активность в средне- и высокотехнологичных секторах (% ранних предпринимателей в секторе бизнес-услуг)	10.7	=34

(Знак = означает увязку рейтинга с другой страной (странами))

## Экспертные оценки условий развития предпринимательства



### Шкала оценки структурных факторов:

0 = крайне низкое развитие (недостаточное)  
 10 = очень высокое развитие (достаточное)  
 Место среди 54 стран (в скобках)

## Приложение 2. Описание методологии

### Опрос взрослого трудоспособного населения (APS)

Генеральная совокупность	Население возраста 18–64 лет
Популяция	6 165 907 человек
Выборка	2001 человек
Уровень доверия	95%
Предел погрешности	± 2,19%
Отклонение	P = Q = 50%
Сбор данных	Июнь–июль 2019 г.
Методология	Формализованное интервью «лицом к лицу»
Исполнитель	MIA Research

### Описание выборки

Выборка	Пол		Возраст					Местность	
	Мужчины	Женщины	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64	Сельская	Городская
2001	967	1034	272	491	434	424	380	440	1561

Набор данных, использованный в выпуске отчета от 2019 года, является собственностью Группы исследования GlobalEntrepreneurshipMonitor (GEM), включающей исследовательские группы Беларуси. Более подробно см. <http://www.gemconsortium.org/>.



ВСЕ ДАННЫЕ, ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ ДАННОГО ОТЧЕТА,  
БЫЛИ СОБРАНЫ КОНСОРЦИУМОМ «GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)».

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЮ ДАННЫХ НЕСУТ АВТОРЫ.