

УДК 338.22
ББК 65.012.1
Д13



Подготовлено в рамках проекта ВШЭ
по изданию переводов учебной литературы

Д13 **Давидссон П.**

Исследуя предпринимательство [Текст] : учеб. пособие / пер. с англ. под науч. ред. А. Ю. Чепуренко, О. И. Образцовой ; предисл. А. Ю. Чепуренко, О. И. Образцовой ; послесл. А. Ю. Чепуренко ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 399, [1] с. — (Переводные учебники ВШЭ). — 1500 экз. — ISBN 978-5-7598-1073-5 (в пер.).

Учебное пособие известного ученого Пера Давидссона, на протяжении ряда десятилетий работавшего в ведущих центрах по изучению предпринимательства Швеции, а затем Австралии, посвящено проведению эмпирических исследований в такой междисциплинарной области, как предпринимательство. В доступной форме, но не избегая тонких методологических вопросов, автор излагает свои взгляды на предмет, метод и современное состояние теории предпринимательства.

Книга адресована преподавателям, студентам и аспирантам российских университетов, слушателям бизнес-школ, занимающимся изучением бизнеса и предпринимательства; она может быть полезна также сотрудникам служб, проводящих маркетинговые исследования, работникам органов государственного управления, связанным с мониторингом и анализом деятельности предпринимательских фирм, а также экспертам по вопросам политики содействия предпринимательству.

УДК 338.22
ББК 65.012.1

Translation from the English language edition: *Researching Entrepreneurship* by Per Davidsson.

ISBN 978-0-387-22838-9 (англ.)

Copyright © 2005 Springer US
Springer US is a part of Springer
Science + Business Media.
All rights reserved.

ISBN 978-5-7598-1073-5 (рус.)

© Перевод на русский язык,
оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|----|
| От научных редакторов русского издания | 10 |
| Предисловие автора к русскому изданию..... | 13 |
| Из библиотеки на вашу книжную полку | 14 |
| Прежде чем начать (Введение) | 15 |
| | |
| Глава 1. ЧТО ТАКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО? | 23 |
| О различных определениях и взглядах на предпринимательство | 23 |
| Предлагаемая точка зрения на феномен предпринимательства | 30 |
| Новое предложение как предпринимательство | 34 |
| Новый конкурент как предприниматель..... | 35 |
| Географическая рыночная экспансия как предпринимательство | 37 |
| Организационные сдвиги и изменения в собственности не являются предпринимательством | 38 |
| Обычный бизнес и непредпринимательский рост..... | 40 |
| Предпринимательство как поведение на микроуровне с последствиями на макроуровне | 41 |
| Уровни предпринимательства? | 45 |
| Краткие итоги и выводы..... | 47 |
| | |
| Глава 2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОБЛАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЙ | 49 |
| Для чего различать явление и область исследований?..... | 49 |
| Предыдущие попытки ограничения сферы исследований | 51 |
| Предлагаемое мной определение сферы исследований | 56 |
| Неопределённость и неоднородность | 57 |
| Процессы возникновения, поведение во взаимосвязанных процессах открытия и использования | 59 |
| Реальный или индуцированный, а также завершённый или остановленный? | 63 |

| | |
|--|------------|
| По поводу организационных контекстов..... | 63 |
| Новые бизнесы, бизнес-идеи и их соответствие контексту..... | 65 |
| Предпосылки и результаты на разных уровнях анализа | 69 |
| Краткие итоги и выводы..... | 73 |
| Глава 3. О ТОМ, ЧТО НАЗЫВАЕТСЯ ТЕОРИЕЙ..... | 75 |
| Признания грешника..... | 75 |
| Теория — это не таинство | 76 |
| Необходимость абстракции и понимания..... | 78 |
| Роль теории в процессе исследования | 84 |
| Теория как руководство для планирования исследования — модель I: тестирование теории | 85 |
| Теория как руководство для планирования исследования — модель II: эклектичное представление о явлении..... | 92 |
| Теория как инструмент для интерпретации: тестирование теории | 95 |
| Теория как инструмент для интерпретации: подход в рамках эклектики | 98 |
| Теория как инструмент для интерпретации: теоретизирование post hoc..... | 99 |
| Теорию или данные следует подтвердить или опровергнуть? | 102 |
| Необходима ли особая теория предпринимательства? | 104 |
| Краткие итоги и выводы..... | 106 |
| Глава 4. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ДИЗАЙНА ИССЛЕДОВАНИЯ | 108 |
| Наконец-то начинаем! | 108 |
| «Качественные» и «количественные» исследования | 109 |
| Потребность в «качественных» исследованиях предпринимательства..... | 109 |
| «Количественные» против «качественных» — запутанная дискуссия | 112 |
| Плохая исследовательская практика: решение «количественных» задач путём «качественных» исследований..... | 115 |
| Исследование предпринимательства как анализ процессов возникновения новых предприятий..... | 119 |

| | |
|--|------------|
| Лабораторные методы исследования | 123 |
| Краткие итоги и выводы | 125 |
| Глава 5. ВОПРОСЫ ВЫБОРКИ | 127 |
| Иной взгляд на выборку | 127 |
| Социальная наука — это не статистика мнений | 129 |
| Единицы выборки | 132 |
| Отбор нарождающихся предприятий | 137 |
| Как сформировать подходящую выборку для действующих независимых стартующих компаний | 138 |
| Как сформировать выборку стартующих предприятий внутри других активных предприятий (внутрифирменное предпринимательство) | 146 |
| Выборка фирм | 151 |
| Размер фирмы, охват рынка и неоднородность по различным признакам | 152 |
| Релевантность | 157 |
| Выборка (или генеральная совокупность) видов деятельности | 167 |
| Размер, охват рынка и неоднородность по другим признакам | 167 |
| Релевантность | 170 |
| Выборка пространственных единиц | 173 |
| Релевантность | 174 |
| Размер, охват рынка, и неоднородность по различным признакам | 177 |
| Выборочные совокупности иных единиц наблюдения | 182 |
| Процент ответов | 183 |
| Краткие итоги и выводы | 184 |
| Глава 6. ПРОБЛЕМЫ ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИИ | 185 |
| Поворот на 90 градусов | 185 |
| Замечание об уровнях измерения | 186 |
| Проблемы валидности и надёжности | 192 |
| Несколько упражнений на равновесие | 200 |
| Проблемы операционализации на индивидуальном уровне | 206 |

| | |
|--|------------|
| Вопросы операционализации на уровне нового, возникающего предприятия..... | 208 |
| Операционализация ресурсов..... | 210 |
| Операционализация идеи создания предприятия | 218 |
| Операционализация внешней среды | 223 |
| Операционализация типов поведения | 225 |
| Операционализация результатов | 234 |
| Вопросы операционализации на уровне фирм..... | 237 |
| Операционализационные вопросы на агрегированном уровне..... | 244 |
| Краткие итоги и выводы..... | 252 |
| | |
| Глава 7. СПЕЦИАЛЬНАЯ ТЕМА: ПОДГОТОВКА «ВТОРИЧНОЙ» БАЗЫ ДАННЫХ | 256 |
| Если у вас их нет, то даже и не пытайтесь... .. | 256 |
| ...или нужно всё же что-то сделать? | 258 |
| Используйте ранее полученные знания | 259 |
| Комбинируем различные источники информации | 261 |
| Проверка качества и внесение исправлений..... | 274 |
| Другие наблюдения | 277 |
| Краткие итоги и выводы..... | 279 |
| | |
| Глава 8. СПЕЦИАЛЬНАЯ ТЕМА: СОЗДАНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ КАК ЗАВИСИМАЯ ПЕРЕМЕННАЯ | 281 |
| Почему создание рабочих мест привлекает внимание? | 281 |
| Охват данных..... | 284 |
| Статическое сравнение или динамический анализ?..... | 288 |
| Валовое или чистое создание рабочих мест?..... | 291 |
| Эффект регрессии к среднему..... | 294 |
| Органический рост в противоположность росту через поглощения и создание рабочих мест в противоположность экономическому развитию..... | 301 |
| Ещё несколько деталей для обсуждения..... | 303 |
| Краткие итоги и выводы..... | 305 |

| | |
|--|-----|
| Глава 9. ЗНАЧИМОСТЬ ВОСПРОИЗВОДИМОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ | 308 |
| Копируя других..... | 310 |
| Взаимное воспроизведение исследований: гармоничное исследовательское сотрудничество | 316 |
| Повторяя самого себя | 325 |
| Краткие итоги и выводы..... | 334 |
| | |
| Глава 10. БЕГЛЫЙ ВЗГЛЯД НА МЕТОДЫ АНАЛИЗА | 335 |
| Сделаем это кратко..... | 335 |
| Неоднородность и метод анализа | 335 |
| Анализ влияния характеристик меньшинства предпринимателей | 338 |
| Последствия анализа предпринимательства как процесса | 339 |
| Краткие итоги и выводы..... | 342 |
| | |
| Теперь, когда мы закончили... .. | 344 |
| Источники..... | 347 |
| Вместо послесловия к русскому изданию: Возможна ли теория предпринимательства в России? (А.Ю. Чепуренко) | 369 |
| Теория предпринимательства за рубежом | 370 |
| Исследования предпринимательства в России: промежуточный баланс | 375 |
| Времена меняются..... | 381 |
| Возможные направления будущих исследований..... | 384 |
| Шаги за горизонт: что следует сделать, чтобы активизировать исследования предпринимательства и в России? | 389 |

ОТ НАУЧНЫХ РЕДАКТОРОВ РУССКОГО ИЗДАНИЯ

Книга известного специалиста в области изучения предпринимательства, профессора Брисбейнской школы бизнеса Технического университета Квинсленда (Австралия) и Международной бизнес-школы университета Ёнчёпинга (Швеция) Пера Давидссона вышла в престижной серии «Международные исследования по предпринимательству», редактируемой лауреатами Всемирной премии по исследованиям предпринимательства Золтаном Аксом и Дэвидом Одричем и выдержала уже несколько изданий. Это объясняется не только тем, что её предмет — методология и методика исследований предпринимательства — пока мало отражён в специальных монографических работах, но и стилем изложения. Давидссон, будучи автором множества публикаций в авторитетных журналах, руководителем или участником целого ряда исследований, ставших образцами в международном академическом сообществе, остался очень простым человеком, обладающим тонким чувством юмора. Это делает изложение в книге, даже когда речь идёт о весьма тонких вопросах дизайна исследований, структурирования выборки, работы с данными, достаточно доступным и интересным, и превращает её в занимательное учебное пособие.

В России исследования предпринимательства имеют пока очень короткую историю, а круг исследователей-профессионалов таков, что легче было бы размножить перевод на копире и раздать лично каждому. Однако коллектив переводчиков надеется, что появление новых магистерских и аспирантских программ в области стратегического менеджмента, инноватики, профессионализация бизнес-образования, а главное — спрос на специалистов-аналитиков в области анализа такой сложной

и динамичной системы, как предпринимательство, неизбежно приведет к активизации профильных исследований. Более того, мы убеждены, что сам выход этой книги поможет ускорить профессионализацию в области изучения предпринимательства, венчурного бизнеса, инноватики в нашей стране.

При работе над переводом были определенные трудности, связанные с тем, что некоторые интуитивно понятные английские термины не имеют однозначного перевода на русский. Поэтому, например, *business venture* в основном переводилось как «нарождающийся бизнес», *venture idea* — как «бизнес-идея», *establishment* (в отличие от *firm*) — как «предприятие» (в отличие от «фирмы»). Однако в тех главах и фрагментах книги, где терминология приводится автором в смысле строгих статистических определений, — в особенности касающихся проблем операционализации данных: статистической конкретизации единиц наблюдения и (или) единиц анализа (статистических единиц), а также их признаков, — мы придерживались строго терминологического, нормативного перевода англоязычных терминов на русский язык. Такой подход представляется соответствующим содержанию авторского текста, так как Пер Давидссон, не будучи статистиком, тем не менее исключительно точно и аккуратно использует статистическую терминологию там, где это необходимо для корректного изложения тонкостей организации выборочного наблюдения совокупности предпринимателей или совокупности предприятий. В этих случаях мы переводили *establishment* статистическим термином «заведение», который означает предприятие, выпускающее однородные продукты или услуги в одном месте, и *enterprise* — термином «организация», которым международный статистический стандарт называет предприятия с обширным неоднородным выпуском, производство которых рассредоточено по различным территориальным единицам (формирование теоретически и статистически репрезентативной выборки и организация сбора данных для них особенно затруднительны).

Надеемся, что читатели в полной мере ощутят, как Давидссон умеет без ложного наукообразия объяснять наискучнейшие вещи из области статистики бизнес-демографии.

Во всяком случае, мы стремились не только передать содержание, но и донести также искрящийся юмором стиль изложения автора на русском языке.

Перевод выполнен сотрудниками Научной лаборатории исследований предпринимательства Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»: глава 1 — А. Гудовым, введения автора, глава 2 и заключение — А.Ю. Чепуренко, глава 3 — Е. Корешковой, глава 4 — М. Неуважаевой, глава 5 — Е. Мурзачёвой, глава 6 — А. Гудовым и Т. Забеловой, глава 7 — А. Апасовой, глава 8 — А. Коробковым, главы 9 и 10 — О. Лопатиной. Послесловие написано А.Ю. Чепуренко. Общая редакция перевода — А.Ю. Чепуренко и О.И. Образцовой.

Перевод публикуется с любезного согласия издательского дома Springer и самого автора.

Это уже вторая книга, подготовленная коллективом и публикуемая Издательским домом ВШЭ при поддержке НИУ ВШЭ. Ровно год назад вышла в свет книга «Лауреаты «Международной премии за вклад в исследования предпринимательства» (1996–2010)». Надеемся, что подготовленные нами публикации окажутся ценным подспорьем не только для аспирантов и преподавателей, занимающихся вопросами бизнес-статистики, общего и стратегического менеджмента, других дисциплин, предполагающих работу с данными о предпринимателях и предприятиях, но и для более широкого круга читателей, включая практикующих аналитиков банков, других финансовых учреждений, институтов развития, органов государственного управления и даже сотрудников федеральной службы государственной статистики, которые взялись сегодня за решение наиболее сложнейшей задачи — создания в России статистики бизнес-демографии.

*А.Ю. Чепуренко,
О.И. Образцова*

ПРЕДИСЛОВИЕ АВТОРА К РУССКОМУ ИЗДАНИЮ

Я польщён и благодарен за то, что моя книга «Исследуя предпринимательство» теперь будет доступна на русском языке. Надеюсь, что для читателей она окажется информативной и полезной. Я также надеюсь, что несколько необычные, довольно личные интонации удалось сохранить в русском издании, и что читателям это скорее понравится, чем станет помехой для восприятия содержания. Поскольку я не понимаю по-русски и очень мало знаю о происходящем в России, могу только выразить надежду, что читатели найдут в моём подходе нечто релевантное для изучения новой ситуации в своей стране. Я должен также указать, что исследования предпринимательства стремительно развиваются, а книга вышла в свет восемь лет назад, так что читатели, которые захотят быть на уровне самых новейших работ в этой сфере, существующих в международной литературе, должны будут дополнить чтение этой книги чтением (или обзором) статей в ведущих академических журналах. Тем не менее в подавляющей части книга затрагивает вечные и универсальные вопросы, связанные с тем, как подходить к исследованиям и их дизайну, поэтому я уверен, что сегодняшние российские читатели найдут в ней полезные указания и советы.

Пер Давидссон

ИЗ БИБЛИОТЕКИ — НА ВАШУ КНИЖНУЮ ПОЛКУ

Кто потенциальные читатели этой книги? Как я объясняю во введении («Прежде чем начать»), я написал её, имея в виду аспирантов и начинающих исследователей, тех, кто занимается академическими исследованиями предпринимательства и близких сфер, вроде малого и семейного бизнеса, инноваций, стратегии фирм, регионального развития. Хотя примеры в книге взяты из проектов, посвящённых предпринимательству, ее обширные фрагменты содержат размышления об опыте, которые могут быть полезны всем социальным исследователям, безотносительно их конкретной специализации.

Важно то, что, хотя она написана для академической аудитории, я пытался отойти от необязательного сухого стиля изложения и недоступного для восприятия академического жаргона. Поэтому я надеюсь, что книга найдёт читателей и среди тех, у кого имеются профессиональные причины для сбора и анализа данных о новых и малых фирмах, чтобы способствовать динамичному развитию экономики путём проведения маркетинговых исследований или опросов общественного мнения. Она должна также быть полезным пособием для крупных консалтинговых фирм, статистических служб и других государственных учреждений, бизнес-ассоциаций и т.п.

Хотя не всё содержание настоящей книги может быть настольным пособием для каждого из представителей этих групп, те, кто регулярно покупают и используют подобную информацию, смогут извлечь из этой книги нечто, что позволит им правильнее формулировать запрос на данные, в которых они нуждаются.

Пер Давидссон

ПРЕЖДЕ ЧЕМ НАЧАТЬ (ВВЕДЕНИЕ)

Эта книга о методах. Специфический жанр. Почему я написал такую книгу? Ведь ясно, что она не станет наиболее примечательным кейс-стади по успешному предпринимательству, уж это точно! Несмотря на беспрецедентный рост исследований предпринимательства с тех пор, как в середине 1980-х годов я начал ими заниматься, мировой рынок для книги «Исследуя предпринимательство» настолько ограничен, что можно гарантировать — её автор точно не разбогатеет. Положительный момент здесь состоит в том, что вы можете быть уверены: это — честная книга. Я написал её, потому что хочу поделиться опытом, а не для того, чтобы максимизировать свою прибыль, следовательно, мне нет нужды идти на компромисс с собственной совестью, чтобы достичь поставленных целей.

Хотя рынок, может быть, ограничен, я полагаю, что существует потребность в такого типа книге, и есть соответствующая ниша. Речь идёт не только о распространении, но и о прогрессе исследований предпринимательства. Однако было бы бессмысленно отрицать и тот факт, что в сообществе исследователей предпринимательства наблюдаются смущение и фрустрация, и широко распространено ощущение, что дисциплина продвинулась не так далеко, как могла бы. Например, несмотря на то что исследования предпринимательства получили значительное развитие как в концептуальном, так и в эмпирическом контексте, эти успехи не всегда шли параллельно. Одна из целей, которую я пытаюсь реализовать в этой книге, — формулировка неких выводов, вытекающих из концептуализации предпринимательства, для дизайна эмпирических исследований и анализа данных.

Поэтому я полагаю, что существует потребность в такой книге. Причём один из моих аспирантов заставил меня пове-

ритель, что я — один из немногих, кто мог бы написать такую книгу (и тем более тех, кто захотел бы этим заняться). Хотя эта мысль заставляет меня считать себя чудовишно старым (а мне сейчас всего-то 46!), действительно, не так много людей, кто был в теме около 20 лет, или кто был вовлечён в несколько десятков весьма насыщенных эмпирических исследований предпринимательства. Я также пришёл к выводу, что написать такую специфическую книгу по методам исследований предпринимательства будет сравнительно легко для меня, потому что я уже написал более дюжины статей или разделов (и подразделов) книг с рассуждениями по поводу методов и попытками обобщить и систематизировать опыт применения методов интенсивных эмпирических исследований: от ранней маленькой книжицы в бумажной обложке (и самого важного обращения к читателям) «Исследования предпринимательства: как нам продвинуться дальше» [Davidsson, 1992], которая озвучивает сомнения и опыт моих исследований конца 1980-х годов, написанной ещё аспирантом, специализировавшимся в молодой тогда и не очень престижной ещё дисциплине — и вплоть до недавней «Исследования предпринимательства как область науки: некоторые предложения» [Davidsson, 2003a], которая, во многих отношениях, является прямой предшественницей книги, которую вы держите в руках. Сейчас в процессе работы, я принял во внимание множество старых рукописей, и у меня возникли новые вопросы, причём мне пришлось вновь систематизировать скрытое знание, которое я накопил за эти годы (или пользоваться старыми попытками такого характера). В итоге дело оказалось не таким лёгким, как мне виделось это поначалу.

Кому адресована эта книга? Аспирантские программы и курсы, сфокусированные на предпринимательстве и исследованиях предпринимательства, являются, естественно, самой первой целевой группой. Книга не предназначена для того, чтобы заместить собой более обобщающие учебники по методам — она скорее дополняет их, внося «мнение исследователей предпринимательства» в дискуссии более общего характера и добавляя некоторые детали, которых обычно не содержат стандартные учебники. Надеюсь, моя книга поможет также опытным исследователям, намеренным посетить или окончательно

мигрировать на поле исследований предпринимательства и желая убедиться в том, какие возможности для исследований здесь есть и как избежать воспроизведения ошибок, которые другие исследователи предпринимательства, и я в их числе, уже совершили. Если я буду успешен, эта категория читателей найдёт здесь полезную информацию, которую иначе трудно отыскать, или же её поиски могут потребовать многих лет собственной практики. Коллеги из числа опытных исследователей предпринимательства также являются такой целевой группой. Хотя в совокупности они могут преподать мне больше уроков, чем я им, и хотя все они обычно располагают познаниями в области методов исследования и идеями, которые необходимы им для продолжения карьеры, я надеюсь, что эта книга может дать некоторым коллегам совет или навести их на мысль, полезную для обновления и усовершенствования своей исследовательской программы.

В некоторых главах и параграфах я рассматриваю вопросы, важные для социальных исследований в целом, или, по крайней мере, имеющие значение и за пределами узко понятой теории предпринимательства. Я делаю это, так как считаю, что соответствующие вопросы, как правило, реже рассматриваются в общих учебниках по методам, и из-за этого часто возникают пробелы в преподавании методов исследований в социальных науках. Например, это относится к рассуждениям об эмпирической и теоретической репрезентативности, а также о связанном с этим статистическом предположении, и к вопросам воспроизводимости исследований в главах 5 и 9; к некоторым общим вопросам операционализации (статистической конкретизации) задач исследования в начальных разделах главы 6; к проблемам и решениям, возникающим при работе с вторичными данными, в главе 7. Хотя я и понимаю, что на это невозможно рассчитывать в отношении большого числа читателей, все же надеюсь, что эти разделы найдут своего (благодарного) читателя также за пределами малой, хотя и растущей, группы специалистов в области изучения предпринимательства и студентов, выполняющих соответствующие исследования.

Данная книга не содержит некоего полного и комплексного отображения всех типов исследовательских подходов, методов,

техник. Как я уже сказал, она скорее является дополнением, чем заменой для ряда более общих текстов по методам исследований. В книге содержатся явные и осмысленные отсылки к моему собственному опыту и экспертизе. Моё диссертационное исследование «Продолжающееся предпринимательство и рост малых фирм» [Davidsson, 1989a; 1989b; 1991] основывалось на межотраслевом телефонно-почтовом опросе владельцев и менеджеров малых фирм, а в исследовании «Культура и предпринимательство» [Davidsson, 1993; 1995a; 1995c; Davidsson, Delmar, 1992] использовался межотраслевой почтовый опрос, направленный на генеральную совокупность. В этом нет ничего уникального: в опубликованных работах по предпринимательству, как правило, преобладают данные межотраслевых почтовых опросов. Но я ссылаюсь и на более редкий опыт, связанный с лонгитюдными, повторяющимися (панельными) опросами, использующими комбинацию методов телефонного и почтового сбора данных. Это связано с моим участием в «Panel Study of Entrepreneurial Dynamics», или PSED¹ [Gartner, Shaver, Carter, Reynolds, 2004; Reynolds, 2000] в качестве одного из основных исследователей в аналогичном шведском проекте [Davidsson, Honig, 2003; Delmar, Davidsson, 2000]; в проекте «The 1994 Start-up Cohort» [Dahlqvist, Davidsson, Wiklund, 2000] и производном от него проекте «New Internal Ventures» [Chandler, Dahlqvist, Davidsson, 2003], а в том, что касается корпоративного предпринимательства — с проектом «Entrepreneurship in Different Organizational Contexts» [Brown, Davidsson, Wiklund, 2001; Wiklund, Eliasson, Davidsson, 2002]. Я также выступал руководителем аспирантских исследований, в которых использовались данные и других сложных лонгитюдных опросных проектов.

Кроме того, я могу сослаться на весьма обширный опыт, полученный в ходе работ, основывавшихся на использовании вторичных данных лонгитюдных исследований из проектов «Business Dynamics in Sweden» [Davidsson, Lindmark, Olofsson, 1994a; 1994b; 1995; 1996; 1998a; 1998b] и «High Growth Firms

¹ Панельное исследование динамики предпринимательства. — *Примеч. пер.*

1987–1996» [Davidsson, Delmar, 2003; Davidsson, Henreksson, 2002; Davidsson, Kirchhoff, Hatemi-J, Gustavsson, 2002; Delmar, Davidsson, Gartner, 2003]. Мой опыт в области экспериментальных и квазиэкспериментальных исследований гораздо более ограничен [Davidsson, 1986; Davidsson, Wahlund, 1992], и я не использовал качественных методов сбора и анализа данных со времен пилотного исследования, выполненного для моего диссертационного проекта [Davidsson, 1986], хотя и был одним из соруководителей многих диссертаций, в ходе которых студенты применяли такие методы.

Таким образом, опыт, который лёг в основу данной книги, получен главным образом в ходе проведения традиционных исследований с использованием опросов или вторичных баз данных. Это вовсе не означает, будто я считаю, что такие методы всегда «лучше». Фактически многие из авторитетных в моих глазах исследователей в области предпринимательства основываются на совершенно других подходах; зачастую это качественные исследования [Bhave, 1994; McGrath, 1999; Sarasvathy, 1999; 2001; Shane, 2000]. Просто, поскольку я обладаю некоторым опытом относительно основывающегося на большом массиве данных количественного исследования, постольку именно подход такого типа доминирует в этой книге. Надеюсь, это не приведёт к тому, что те читатели, которые не думают, что количественные исследования их конёк, сразу же закроют и отложат книгу в сторону. Критика зачастую более интересна и полезна, когда она исходит от человека, знающего критикуемый предмет досконально, и читатель сможет сам убедиться, что в настоящей книге немало мест, где содержится прямая и косвенная критика некоторых исследовательских практик, которые являются обычными среди тех, кто использует количественные методы анализа. Я совершенно согласен с теми, кто считает, что исследование выполнено плохо, если оно заключается в том, чтобы просто взять имеющуюся базу данных в том виде, в каком она существует, посчитать несколько регрессий и определить, какие связи являются статистически значимыми, а какие нет. К счастью, хорошее количественное исследование предполагает наличие куда более интригующих интеллектуальных вызовов, когда речь идёт о дизайне исследования и интерпретации результатов.

Вы не найдёте здесь аргументов в духе философии науки и ссылок на соответствующую литературу. Позвольте открыть один секрет: люди, искушённые в философии науки, как правило, мало что знают о проведении эмпирических исследований — у них просто отсутствует соответствующий опыт. Поэтому они немного могут сказать о вещах, о которых идет речь в настоящей книге. В идеальном случае, автор подобной книги должен был бы обладать опытом двоякого рода — и знанием философии науки, и солидной практикой эмпирических исследований. К несчастью, я очень далёк от того, чтобы считать себя экспертом в области философии науки. Но я и не игнорирую её полностью и не считаю, что вопросы философии науки не имеют никакого значения. Рефлексия по поводу принципов производства знания критически необходима, и её очень не хватает во многих исследованиях того рода, о которых говорю я.

Как бы то ни было, я не верю в *судьбу*, когда заходит речь о философии науки. Я не разделяю того узкого и неакадемического подхода, согласно которому «все нормальные парни думают, как мы» или «наш подход — наилучший». Я склоняюсь к позиции эклектичного (или прагматичного) скептика, воспринимая и проверяя аргументы из разных лагерей. На заре моей карьеры скандинавские коллеги отождествили бы мою выраженную склонность к количественным исследованиям с *позитивистской* философией науки. Разумеется, какое-то наследие позитивизма прослеживается в том, чем я занимаюсь. Однако, читая описания позитивизма и противопоставляемой ему герменевтики (популярной в конце 1980-х годов), я с лёгкостью прихожу к заключению, что ход исследования в моей диссертации — когда я разрывался между теорией и данными — имел гораздо больше общего с *герменевтическим* и *абдуктивным* (хотя в него и не были вовлечены союзники!) процессом исследования, чем с позитивистским, или *гипотетико-дедуктивным*. И чтение Огюста Конта (в переводе) впечатлило меня очень мало. И если бы он прочитал мои работы, он тоже не был бы доволен, потому что я очень далеко отхожу от позитивистских идеалов. Нет, количественный анализ вовсе не превращает вас в позитивиста; и точно так же качественные данные не делают вас социальным конструкционистом, а ваш подход — герменевтическим. Да-

вайте признаем: данные не несут ответственности за то, как их используют!

Для определенных целей, например, для анализа гендерных особенностей в организациях, я полагаю, *социальный конструкционизм* весьма полезен и очень впечатляет. Но я не конструкционист. Когда речь идёт о нигилистическом фатализме или об отрицании очевидного (например того, что реальные различия между мужским и женским телом существуют и имеют реальный эффект), я нахожу такую позицию неинтересной, слабой, или в высшей степени глупой. Хотя я не признаю это определение вполне убедительным с точки зрения общепринятой терминологии, но, наверное, школу, которая наиболее точно выражает потребность в нахождении практической золотой середины и которую я считаю наиболее полезной для осуществления эмпирических исследований, можно было бы назвать *научным реализмом*.

Учебники по методам чаще используют, чем читают. Одной из причин является то, что они зачастую написаны таким образом, что читать их, скажу я вам, не очень-то большое наслаждение. Особенно если читатель является уже сложившимся исследователем, я с пониманием отнесусь к тому, что он будет использовать эту книгу по частям, обращаясь время от времени к каким-то специальным вопросам. Однако мне будет приятно, если кто-то прочитает её от начала до конца. Поэтому, сохраняя по возможности должную серьёзность и обоснованность, я в то же время постараюсь освободить её от противного академического жаргона и тяжеловесного стиля изложения. Изложение будет также в избытке оттенено большим количеством примеров и результатов актуальных исследований, причём некоторые из них ранее не публиковались.

Многие люди и организации внесли свой вклад в появление данной книги. Их действительно очень много, так что невозможно упомянуть здесь всех. Среди организаций самой важной был Фонд Кнута и Алисы Валленберг, финансировавший исследования, на результатах которых основывается настоящая книга. Многие работодатели были настолько любезны, что позволили мне достаточно продолжительное время отдаваться исследовательскому труду, а не заниматься делами, к которым я

менее приспособлен, хотя и без руководства коллективом более чем в 40 человек, чему мне пришлось уделить несколько последних лет, книга также не увидела бы свет. Многие коллеги вдохновляли, критиковали меня, или, говоря иными словами, внесли свой вклад в появление этого труда. Коллектив, заслуживающий здесь упоминания, — это исследователи и администраторы, так или иначе участвовавшие в Программе по предпринимательству и развитию малых и средних фирм, которую я имел удовольствие возглавлять последние несколько лет. Я хотел бы также выделить особо и поблагодарить Фредерика Делмара, Лейфа Линдмарка, Кристера Олафссона, Дэвида Стори, Пола Рейнольдса и Йохана Виклунда. Их вклад был без преувеличения решающим при разработке ряда аспектов в данной книге. Тесное сотрудничество с экспертами Статистического бюро Швеции было особенно важно при работе над главой 7. Наконец, тысячи респондентов и чуть-чуть меньше интервьюеров и операторов баз данных тоже были важными участниками реализации этого проекта.

Отношу на счёт своих привычек тот факт, что не посвящаю эту книгу кому-либо из тех, кого я люблю, потому что считаю странной привычку «дарить» людям то, что им неинтересно. Не буду благодарить и мою семью за тот вклад, который она внесла в написание этой книги, потому что не думаю, что они в этом сильно мне помогали. Наоборот, они неустанно делали всё возможное, чтобы отвлечь меня от компьютера и втянуть во всевозможные дела, которые, на их взгляд, были бы лучшей формой использования моего времени. За что я и не благодарю их от всего моего сердца.

Пер Давидссон

ЧТО ТАКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО?

О различных определениях и взглядах на предпринимательство

Исследования предпринимательства могут быть занимательными, захватывающими, они могут вас раздосадовать — и в то же время, если вы меня об этом спросите — они важны. Одной из притягательных черт является богатство самого феномена, оно же является и причиной одного из крупнейших разочарований, а именно, отсутствия общего понимания того, что же такое *есть* предпринимательство. Разрешите и мне внести свою лепту, хотя в определениях, из чего же состоит феномен «предпринимательства», нет недостатка. Приведём несколько примеров:

- новый вход [Lumpkin, Dess, 1996];
- создание нового предприятия [Low, MacMillan, 1988];
- создание новых организаций [Gartner, 1988];
- целенаправленная деятельность по инициированию, поддержке и развитию ориентированного на прибыль бизнеса [Cole, 1949];
- получение преимуществ от возможности таких новых комбинаций различных ресурсов, которые оказывают влияние на рынок [Wiklund, 1998];
- процесс, посредством которого индивиды самостоятельно или в рамках организаций преследуют возможности вне зависимости от того, контролируют ли они в данный момент соответствующие ресурсы [Stevenson, Jarillo, 1990];
- процесс создания чего-то отличного по своей ценности, связанный с посвящением этому необходимого времени и усилий; с учётом сопровождающих процесс финансовых, психо-

логических и социальных рисков; и получением в результате отдачи в виде денежного и морального удовлетворения [Hisrich, Peters, 1989].

Чтобы расширить список, мы можем заметить, что некоторые, не вводя своих формальных определений [Drucker, 1985; а также Bull, Willard, 1993], поддерживают точку зрения Й. Шумпетера [Schumpeter, 1934]. Если первый из них ассоциирует предпринимательство с *инновационным и ориентированным на перемены поведением*, то последние включают также *целеориентированную мотивацию, компетенции и ожидания получить выгоду для себя*.

И. Кирцнер [Kirzner, 1983] предлагает следующий набор ролей, отводимых предпринимателю в различных экономических теориях:

- занятый специфическим видом трудовой деятельности,
- готовый к принятию риска,
- инноватор,
- посредник в банковских и торговых операциях,
- координатор, организатор или актер, заполняющий ниши,
- обеспечивающий лидерство,
- обладающий подлинной волей,
- действующий в качестве чистого спекулянта,
- выступающий в качестве работодателя,
- действующий в качестве руководителя или менеджера,
- действующий в качестве источника информации,
- восприимчивый к возможностям, которые до этого игнорировались рынком.

Используя эмпирический подход к вопросу о природе и сути предпринимательства, Б. Гартнер определил следующие восемь тем, возникающих в случае, если лицам, профессионально использующим концепцию предпринимательства (не только исследователям), задавали вопрос о его внутреннем значении [Gartner, 1990]:

- предприниматель,
- инновация,
- создание организации,
- создание ценности,

- прибыль или убыток,
- рост,
- уникальность,
- собственник-управляющий.

Аналогично контент-анализ статей из журналов и книг, проведённый группой исследователей [Morris, Lewis, Sexton, 1994; обратный перевод: Kufver, 1995], выделил следующие наиболее распространённые ключевые определяющие выражения:

- старт, форма, создание;
- новый бизнес;
- инновация, новый продукт, новый рынок;
- стремление к осуществлению возможностей;
- принятие риска, риск-менеджмент, неопределённость;
- стремление к получению прибыли, личным преимуществам;
- новые методы производства;
- менеджмент;
- координация ресурсов;
- создание ценности.

Ещё не устали? Учитывая сказанное, излишне говорить о том, что никто не вправе утверждать, что он или она имеет единственный верный ответ на вопрос о том, чем же является на самом деле феномен «предпринимательства». Если что-то и является социальной конструкцией, то это — язык. Кажется, до сих пор в общественной игре по наполнению значением концепции предпринимательства ни одна из существующих и частично совпадающих теорий не заняла доминирующего положения по сравнению с другими. Некоторые пункты, по которым взгляды на предпринимательство различаются, приведены ниже.

• Ограничено ли предпринимательство *коммерческим сектором*? Является ли оно *экономическим* феноменом или чем-то, что может быть представлено в любой области человеческой деятельности?

• Ограничено ли предпринимательство *малыми, новыми* или *собственными фирмами*, или оно может быть реализовано внутри организации любого возраста, размера и структуры управления?

• Является ли предпринимательство *врождённой характеристикой* (предрасположенностью), типом *поведения*, или оно является одним из типов *реализации* хозяйственной активности (например, требуется ли успешность)?

• Необходимо ли, чтобы процесс был *целенаправленным*, чтобы быть отнесённым к предпринимательству, или он может включать удачу и счастливую случайность?

• Является ли обязательным условием *инновация*, или имитативные инициативы также могут служить примером предпринимательства?

• Является ли *принятие риска* необходимым требованием?

• Включает ли предпринимательство *обнаружение* (или создание) возможностей, *использование* возможностей, или как первое, так и второе?

• Является ли оно только *феноменом на микроуровне* или предпринимательство представляет собой также многозначную концепцию на более обобщённых уровнях?

Словесные игры относительно значения предпринимательства забавны, и в них — в отличие от спорта — бывает, что оба соперника, исходя из собственных представлений о правилах, считают себя победителями; в то время как зрители (например, исследователи, которые знакомы с аргументами сторон) находят, что обе стороны набирают очки, но, поскольку они играют в разные игры на одном поле, не очень целесообразно назначать победителя. Так же как и в отношении спорта, однако, такие игры со словами очень интересны и важны для одних (например, для исследователей, находящихся на таком поле), тогда как для других они гораздо менее интересны.

Моё отношение к важности точных, внутренне цельных и согласованных определений достаточно неоднозначно. Конечно, я в высокой степени уверен, что в различных определениях предпринимательства можно найти интересные и важные общественные *реалии*. Часть меня говорит: «Забудь определения — давай просто пойдём, изучим и расскажем об этих важных аспектах реальности!» Другая часть меня, однако, остро ощущает, что для того, чтобы просто делать так, исследователь должен иметь чёткое понятие о том, что представляют собой данные общественные реалии, и должен уметь донести данную

идею, чтобы её разделяло с ним (или не разделяло) большинство читателей. Именно этой второй части моего «я» сейчас и будет предоставлена возможность говорить.

Я верю, что некоторые различия в определении предпринимательства являются минимальными и не так важны. Они, по большей части, отражают одну и ту же социальную действительность, и различия в некоторых нюансах не препятствуют коммуникации и накоплению знаний. Другие различия, однако, могут оказывать подобные эффекты, поэтому их так легко не отбросишь. За последние годы я сделал вывод, что всевозможные определения предпринимательства относятся к двум вполне различным социальным реальностям.

Первая из них состоит в том, что некоторые люди, вместо работы по контракту на кого-либо ещё, пробиваются в жизни сами, становясь самозанятыми или организуя команду собственников-управляющих для ведения независимого бизнеса. Подобная ситуация подразумевает радикально отличную структуру рисков и вознаграждений с более широкой вариацией возможных финансовых итогов и менее устойчивой границей между работой и досугом. Часто такие новые экономические единицы включают элементы инноваций на этапе стартапа, и некоторый уровень инновационности может понадобиться для выживания в этом качестве на протяжении определённого времени. Однако хорошо известен факт, что большинство независимых бизнесов относительно стабильны на зрелом этапе и работают в отраслях с низким или средним уровнем добавленной стоимости. Некоторые из этих независимых бизнесов будут расти в размерах, а значит, собственники через какое-то время столкнутся с разными видами управленческих проблем и изменений. Довольно часто в бизнес вовлечены другие члены семьи, помимо учредителя, и в итоге передача собственности и управления бизнесом — будь то внутри семьи или за её пределами — становится серьёзной проблемой для основателей фирмы.

Когда концепция «предпринимательства» используется для объяснения такой социальной действительности, вопросы самозанятости, управления малым бизнесом, моделирования стадий развития и проблем семейного бизнеса становятся аспектами предпринимательства. Вкратце, предприниматель-

ство — это всё, что касается фирм с независимым владением (часто малых фирм) и их собственников-менеджеров.

Вторая социальная реальность, которая возникает как основная проблема, стоящая за определениями предпринимательства, связана с тем, что развитие и обновление любого общества, экономики или организации требует действующих на микроуровне субъектов, которые обладают должной инициативой и настойчивостью, чтобы такие изменения происходили. Институты так же, как рыночные и организационные структуры, могут облегчить или затруднить изменения и развитие. Однако данные структуры не создают изменений — и, несомненно, не меняются сами — без воздействия упомянутых субъектов. В итоге уникальное знание, восприятие и цели индивидов, вооружённых намерением действовать соответствующим образом, и является тем, что инициирует инновации. Тем не менее для того чтобы новые инициативы имели продолжительное влияние, они должны создавать ценность или сберегать ресурсы.

Когда концепция предпринимательства используется как этикетка такой социальной реальности, довольно разнообразный набор тем становится неотъемлемой её частью: инновация, согласно любому из пяти измерений Шумпетера [Schumpeter, 1934]; корпоративное предпринимательство и организационное обновление [Sharma, Chrisman, 1999], и деятельность агентов изменений вне сектора прибыльных организаций. Учреждение новых, независимых предприятий, казалось бы, остаётся единственным естественным кандидатом на включение в данную концепцию с обеих точек зрения.

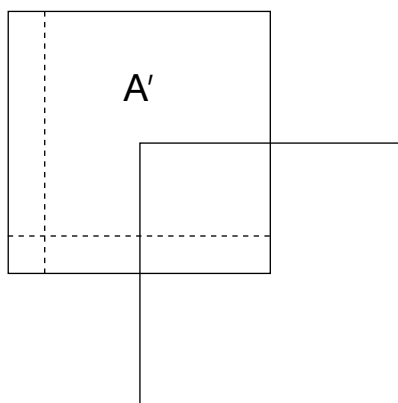
Проблема со многими определениями предпринимательства так же, как и с обилием взглядов на данный феномен, заключается в том, что они, фактически, составляют некую амальгаму обеих социальных реальностей, описанных выше. Моё личное развитие как исследователя по прошествии времени, безусловно, шло — в русле общих тенденций в международной исследовательской среде — от сосредоточения на предпринимательстве как малом бизнесе в сторону более широкого взгляда, включающего создание новых предприятий внутри любого организационного контекста, и в то же самое время

противящегося включению сюда любых аспектов управления собственностью. Думаю, чтобы хорошо исследовать предпринимательство, создавая хорошие проекты по нему, исследователь должен определиться в вышеупомянутых вопросах. Я был бы очень рад, если бы смог убедить читателей принять решение, следовать или не следовать далее специфическому направлению, которое будет описано ниже.

Выбор в действительности существует не только между двумя выделенными альтернативами. Существуют также и более ограниченные и детализированные альтернативы. Для того чтобы обсудить их, воспользуемся рис. 1.1.

Первой обычно выбираемой альтернативой, когда кто-либо определяет подход к предпринимательству, является весь квадрат В. Лично я не вижу логической или лингвистической причины именно такого выбора. Выше мы рассмотрели, что предпринимательство ассоциируется с довольно большим количеством аспектов, которые вовсе необязательно являются характеристиками независимого бизнеса. Если кто-либо захочет зарезервировать концепцию для независимой малой фир-

А. Новация на микроуровне



В. Независимый бизнес

Рис. 1.1. Возможное схематическое ограничение феномена предпринимательства

мы — или предприятия малого бизнеса, если вам так больше нравится, — то пересечение фигур А и В станет для него более привлекательной альтернативой. Сюда можно будет включить, например, образование новой фирмы, инновации малых фирм, интернационализацию и некоторые другие аспекты роста малых и независимых фирм, а возможно, и обновление семейного бизнеса в качестве наследования собственности и управления.

Однако не в этом состоит наиболее предпочтительный для меня выбор. И я также не стану утверждать, что таковым вариантом будет включение полностью площади А. Взгляд на феномен предпринимательства, который я собираюсь предложить ниже (который впервые был представлен в работе [Davidsson, 2003a]), включает более ограниченную альтернативу, представленную площадью А', которая ограничена пунктирной линией слева и снизу. Это значит, что я поддерживаю точку зрения «новация на микроуровне», но по причинам, указанным ниже, ограничиваю ее *рыночным контекстом*, таким образом, исключая нерыночную деятельность — такую как (определенные) предприятия, создаваемые не ради прибыли и внутренние организационные изменения *сами по себе*. Деятельность, осуществляемая существующими или возникающими независимыми бизнесами, безусловно, включается сюда при этом подходе, но только до тех пор, пока данные бизнесы предполагают инновации для рынка.

Предлагаемая точка зрения на феномен предпринимательства

Надеюсь, читатели помнят: я уже подчёркивал, что никто не может утверждать, будто знает правильный ответ на вопрос, чем же реально является предпринимательство — и ниже описано то, что предлагаю я. Думаю, что самый плодотворный путь определения предпринимательства наметен в австрийской экономической школе, в которой предпринимательство рассматривалось как *конкурентное поведение, которое движет рыночным процессом* [Kirzner, 1973, p. 19–20]. Это не означает, что теории И. Кирцнера отдаётся общее преимуще-

Учебное издание

Серия «Переводные учебники ВШЭ»

Пер Давидссон

Исследуя предпринимательство

Зав. редакцией *Е.А. Бережнова*

Редактор *М.С. Ковалёва*

Художественный редактор *А.М. Павлов*

Компьютерная верстка и графика: *Л.В. Маликина*

Корректор *Е.Е. Андреева*

Подписано в печать 03.12.2013. Формат 60×90¹/₁₆

Печать офсетная. Гарнитура NewtonС

Усл. печ. л. 25,0. Уч.-изд. л. 18,9. Тираж 1500 экз. Изд. № 1678

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Тел./факс: (499) 611-15-52

ISBN 978-5-7598-1073-5



9 785759 810735