

## **Почему мигранты более склонны к предпринимательской деятельности?**

Корниенко Роман Игоревич,

Бакалавр 4 курса, *Кафедра международных отношений и права*  
*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса*  
*Россия. Владивосток*

E-mail: roman20127@gmail.com тел. +79634413338

Ул. Гоголя 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

**Аннотация:** В эпоху повсеместной глобализации, когда миграция стала неотделимой частью экономического развития всего мира, тяжело не признавать тот факт, что в самой сути мигрантов заложен ключ к успеху в бизнесе. Их межкультурный опыт во много является причиной этого феномена, позволяя обычным людям, лишь на основе анализа собственной жизни и виденного в ней, создавать поистине грандиозные и впечатляющие бизнес проекты. На основе материалов научных работ и информационных агентств, в статье анализируется влияние межкультурного опыта на успешность мигрантов.

**Ключевые слова и словосочетания:** миграция, предпринимательство, межкультурный опыт, бизнес-идеи, обучение за границей.

### **Why are migrants more entrepreneurial?**

**Abstract:** In the era of widespread globalization, when migration has become an inseparable part of the economic development of the whole world, it is hard not to recognize the fact that the key to business success lies in the very essence of migrants. Their intercultural experience is largely the cause of this phenomenon, allowing ordinary people, only on the basis of an analysis of their own lives and what they see in it, to create truly grandiose and impressive business projects. Based on the materials of scientific works and news agencies, the article analyzes the impact of intercultural experience on the success of migrants.

**Key words and phrases:** migration, entrepreneurship, intercultural experience, business ideas, study abroad.

Что общего у Арианны Хаффингтон (Huffington Post), Дитриха Матешица (Red Bull), Илона Маска (Tesla, SpaceX) и Сергея Брина (Google)? Помимо их успеха в качестве предпринимателей, всех их объединяет одна отличительная черта: обширный межкультурный опыт. Хаффингтон выросла в Афинах и училась в Лондоне, прежде чем начать свою карьеру в качестве политика и медиа-предпринимателя. Матешиц провел много времени за границей в качестве продавца по маркетингу до основания Red Bull. Маск мигрировал из Южной Африки в США в молодости. Брин покинул Советский Союз со своей семьей после того, как столкнулся с растущим антисемитизмом, и переехал в США, где позже стал одним из основателей Google.

Их истории являются яркими примерами широко распространенной тенденции. [1] В США иммигранты почти в два раза чаще становятся предпринимателями, чем коренные граждане США. Иммигранты составляют 27,5% предпринимателей стран [2], но лишь около 13% населения. Точно так же около четверти всех технологических и инженерных компаний, основанных в США в период с 2006 по 2012 год, имели как минимум одного соучредителя-иммигранта. И эта модель распространяется за пределы США — данные Глобального мониторинга предпринимательства за 2012 год [3] показали, что подавляющее большинство из 69 опрошенных стран сообщили о более высокой предпринимательской активности среди иммигрантов, чем среди местных жителей, особенно в предприятиях, ориентированных на рост.

Исследования показали, что причиной этого явления могут быть эффекты отбора и дискриминации. [4] Представляется правдоподобным, что предприимчивые люди чаще мигрируют и что иммиграционная политика во многих странах отдает предпочтение

высокомотивированным и способным людям. Кроме того, дискриминация иммигрантов на рынках труда может оказывать на них давление, побуждающее искать самозанятость.

В недавнем исследовании Питера Ванде и Николауса Франке [5], они рассмотрели другое объяснение: межкультурный опыт может повысить способность людей выявлять перспективные бизнес-идеи. Живя в разных культурах, они сталкиваются с новыми продуктами, услугами, предпочтениями клиентов и коммуникационными стратегиями, и это знакомство может позволить передавать знания о проблемах клиентов или решениях из одной страны в другую. Применяя такого рода арбитраж, временный или постоянный мигрант может принять решение воспроизвести прибыльный продукт или бизнес-модель, доступную в одной стране, но не доступную в другой. Успешные компании, такие как Starbucks (вдохновленный кофейнями в Италии) и немецкий интернет-магазин Zalando (вдохновленный Zappos), иллюстрируют потенциал этой стратегии.

Межкультурный опыт также может стимулировать творчество. Взаимодействие с двумя или более культурными контекстами может помочь иммигрантам объединить различные идеи, решения и проблемы клиентов, чтобы создать что-то совершенно новое. Этот принцип иллюстрируется историей происхождения Red Bull. Когда Дитрих Матешниц путешествовал по Таиланду в 1980-х годах, он заметил, что среди водителей грузовиков и строителей был популярен дешевый энергетический напиток под названием Krating Daeng. Обнаружив, что это помогло облегчить ему смену часовых поясов, он решил лицензировать продукт и продавать его в Австрии под названием Red Bull Energy Drink. Вместо того, чтобы просто импортировать продукт, Матешниц осознал возможность объединить недавно полученные знания о продукте (напиток, популярный среди водителей грузовиков) и знания о своем внутреннем рынке (консервативный рынок напитков, растущая популярность клубной жизни) в совершенно новую бизнес-идею. Адаптировав размер, вкус и торговую марку, он создал совершенно новый энергетический напиток для любителей клубной жизни — нечто, ранее невиданное на тайском и австрийском рынках.

Питер Ванде и Николаус Франке провели два эксперимента, чтобы найти доказательства того, что эти эффекты могут сделать иммигрантов более предприимчивыми. Во-первых, они проанализировали влияние краткосрочного кросс-культурного опыта в продолжительном полевом эксперименте. Они проверили предпринимательские способности (т. е. способность определять прибыльные возможности для бизнеса) 128 студентов до и после семестра проживания и обучения за границей, попросив их придумать бизнес-идеи в контексте средств массовой информации и розничной торговли продуктами питания. То же самое исследователи сделали для контрольной группы из 115 студентов, которые продолжили обучение в родном вузе. Бизнес-возможности, которые они придумали, были оценены четырьмя венчурными капиталистами и отраслевыми экспертами, которые ничего не знали об источнике. Результаты показали четкую закономерность (см. рис. 1): группа, получившая кросс-культурный опыт, получила значительно более высокие оценки венчурного капитала и экспертов (+17%) за свои бизнес-идеи после семестра за границей, в то время как оценки бизнес-идей контрольной группы фактически немного снизился (-3%) в конце семестра.

### Students Are Able to Come Up with Better Business Ideas After Studying Abroad

A study of 243 undergraduates shows that cross-cultural experience increases students' ability to recognize profitable opportunities, as assessed by four VCs and other industry experts.

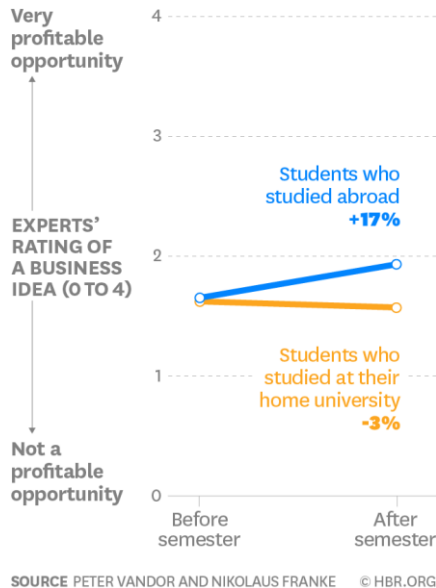


Рис. 1. График «У студентов, обучавшихся за границей, возникают более качественные бизнес-идеи.»

Они также провели лабораторный эксперимент, в ходе которого проверили те же самые эффекты на выборке, имевшей длительный межкультурный опыт — 96 предпринимателей-мигрантов в Австрии. Ванде и Франке случайным образом распределили их на две группы. Применяя технику, называемую праймингом, мы попросили экспериментальную группу вспомнить конкретный опыт проживания за границей, тем самым активировав воспоминания и ассоциации, связанные с их межкультурным опытом. Контрольную группу попросили вспомнить нейтральный опыт, не связанный с межкультурными воспоминаниями. Обеим группам было предложено выдвинуть бизнес-идеи, которые затем были оценены экспертами. Бизнес-идеи группы с активизированным кросс-культурным опытом были оценены экспертами значительно выше (27%), чем идеи контрольной группы.

Чтобы лучше понять этот феномен, исследователи опросили всех 96 участников после эксперимента, попросив их описать, как они генерировали идеи. Эти интервью были закодированы двумя независимыми оценщиками. Результаты показали, что многие участники действительно применяли арбитраж знаний (например, «Инновационные концепции магазинов, такие как [название азиатской сети супермаркетов] отсутствуют в Вене») и творческую рекомбинацию (например, «Во Франции я видел супермаркеты, которые были такими большими»), что все сотрудники носят роликовые коньки... В своей концепции я также пытался использовать пространство в качестве концепции дизайна, чтобы произвести впечатление»), чтобы определить возможности для прибыльного бизнеса.

Вывод о том, что межкультурный опыт увеличивает возможности распознавания возможностей, имеет очевидные последствия для бизнеса, предпринимателей и политиков. Он подчеркивает ценность межкультурного опыта работы или опыта миграции для предпринимателей и предпринимательских компаний. Предприниматели и менеджеры могут активно стремиться к созданию такого опыта, живя за границей и систематически

сравнивая то, что они наблюдают на других рынках. В многонациональных компаниях инструменты управления человеческими ресурсами, такие как экспатрианты или международная ротация рабочих мест, могут помочь развить навыки распознавания возможностей. Чтобы сделать эти инструменты еще более эффективными, менеджеры могут дополнить их обучением предпринимательству перед международным назначением. Кроме того, такие инструменты, как те, что использовались в наших экспериментах, можно было использовать во время проживания за границей, а затем для стимулирования бизнес-идей.

Для компаний игнорирование положительного влияния кросс-культурного опыта на признание возможностей может быть вредным. Если у экспатриантов с хорошими идеями нет возможности использовать их внутри компании, они могут сделать это за ее пределами. Предыдущие исследования [6] показали, что многие экспатрианты предпочитают покидать свои организации вскоре после окончания зарубежной командировки, когда они страдают от отсутствия возможностей продвижения по службе, консультаций по вопросам карьеры и статуса. Результаты показывают, что некоторые из них могли бы сделать это, чтобы использовать возможности стать предпринимателями.

Последствия их исследования также распространяются на область иммиграционной политики. По оценкам Организации Объединенных Наций, в мире насчитывается более 240 миллионов временных и постоянных мигрантов и беженцев. [7] Их результаты помогают объяснить предпринимательскую активность этой группы выше среднего и подчеркивают положительное влияние иммиграции на экономику. Ванде и Франке показывают, что миграция не обязательно должна быть игрой с нулевой суммой или «войной за таланты», когда мигрирующие предприниматели увеличивают предпринимательскую активность в одной стране за счет другой. Вместо этого миграция может способствовать развитию предпринимательских способностей, способствуя обучению и применению межкультурных знаний, которые помогают кому-то находить выгодные возможности.

Поскольку иммиграция все чаще рассматривается некоторыми людьми как угроза, понимание того, что увеличение иммиграции может привести к общему росту предпринимательской активности, может быть полезным напоминанием о возможностях, связанных с миграцией. Это предполагает, что государственные деньги лучше потратить на создание лучших условий для предпринимателей-мигрантов, чем на строительство пограничных стен.

---

1. Immigrants Play a Disproportionate Role in American Entrepreneurship // Harvard Business Report URL: <https://hbr.org/2016/10/immigrants-play-a-disproportionate-role-in-american-entrepreneurship> (дата обращения: 08.12.2021).

2. Historical Kauffman Index Reports // Ewing Marion Kauffman Foundation URL: <https://www.kauffman.org/historical-kauffman-index/reports/> (дата обращения: 08.12.2021).

3. Siri Roland Xavier, Donna Kelley, Jacqui Kew, Mike Herrington, Arne Vorderwülbecke GEM 2012 GLOBAL REPORT // <https://www.gemconsortium.org/>. – 2013

4. Pushed Out or Pulled in? Self-Employment Among Ethnic Minorities in England and Wales // ResearchGate URL: [https://www.researchgate.net/publication/222553014\\_Pushed\\_Out\\_or\\_Pulled\\_in\\_Self-Employment\\_Among\\_Ethnic\\_Minorities\\_in\\_England\\_and\\_Wales](https://www.researchgate.net/publication/222553014_Pushed_Out_or_Pulled_in_Self-Employment_Among_Ethnic_Minorities_in_England_and_Wales) (дата обращения: 08.12.2021).

5. See Paris and... found a business? The impact of cross-cultural experience on opportunity recognition capabilities // ScienceDirect URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902616300052> (дата обращения: 08.12.2021).

6. Retaining repatriates: the role of organizational support practices // ScienceDirect URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1090951601000633> (дата обращения: 08.12.2021).

7. 244 million international migrants living abroad worldwide, new UN statistics reveal // United Nations URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2016/01/244-million-international-migrants-living-abroad-worldwide-new-un-statistics-reveal/> (дата обращения: 08.12.2021).