

УДК 388.22 (082)
JEL L26, C42, R12

Е. Поповская, канд. техн. наук, доц.
Национальный исследовательский университет
Высшая школа экономики, Российская Федерация

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЙ

В статье приведены результаты межрегиональных сопоставлений социально-демографических характеристик предпринимательства. Источником статистических данных стали результаты выборочного обследования населения, проведенного в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение" Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства Высшей Школы Экономики

Ключевые слова: предпринимательство, региональные сопоставления, воспроизводство предпринимательских страт.

Постановка проблемы. Межрегиональные различия предпринимательской активности населения обусловлены комплексом причин макро-, мезо-, микроуровня. Решение начать собственное дело зависит, в первую очередь, от внешних условий, которые формируют правовая, налоговая, административная системы, государственная политика в области поддержки предпринимательства (факторы макроуровня). При этом региональные условия для предпринимательского старта существенно различаются, что и приводит к межрегиональным различиям в типе предпринимательских стратегий и специфическим чертам предпринимательской активности в регионах. Такое различие зависит не только от общеэкономических условий развития регионов, но и от действий региональных властей, направленных на создание специализированной инфраструктуры поддержки предпринимательства и благоприятных социальных условий (общественное мнение, практика СМИ в создании успешного образа предпринимателя) (факторы мезоуровня). Помимо условий внешней среды, на принятие решений о ведении предпринимательской деятельности оказывает влияние оценка собственных компетенций как предпринимателя (знания, навыки, устойчивость к риску, т.е. ресурсы личности) и так называемые факторы восприятия (факторы микроуровня).

Таким образом, предпринимательская активность является результатом взаимосвязи и взаимодействия индивидуальных характеристик и институциональных особенностей социально-экономической среды регионов.

В настоящее время развитию предпринимательской активности уделяется особое внимание, так как именно малые и средние фирмы с устойчиво высокими темпами прироста основных показателей могут сформировать паттерн для инновационного развития экономики [1]. При этом "сравнение ситуации в России со странами Центральной и Восточной Европы, а также с Китаем и другими странами БРИК, которые за два последних десятилетия в большинстве своем продемонстрировали впечатляющие результаты в развитии предпринимательства, показывает, что по большому счету дальше этой констатации политические партии, общественные организации и государственные институты пока не двинулись" [2]. Для выработки действенной политики поддержки предпринимательства необходима информация о состоянии предпринимательского потенциала, о различных стадиях жизненного цикла предприятий. Наличие такой информации позволит выработать меры, стимулирующие предпринимательскую активность населения (с учетом конкретных условий и привязки предлагаемых мер к наличной и проектируемой инфраструктуре поддержки предпринимательства).

Анализ последних исследований и публикаций.

Теория предпринимательства – бурно развивающееся за рубежом направление междисциплинарных исследований. Создан значительный задел научных работ, раскрывающих специфику предпринимательской деятельности и ее влияние на экономический рост: большое количество исследований посвящено типологии предпринимательских структур, оценке предпринимательских возможностей, а также выявлению факторов, обуславливающих мотивацию предпринимательства.

Значимость этого направления исследований проявилась и в том, что в 1996 года Шведским центром по изучению малого бизнеса и Шведским агентством экономического и регионального развития основана ежегодная Международная премия за исследования в области предпринимательства и малого бизнеса. В 2009 году статус премии повысился и теперь она носит название Всемирной премии за исследования в области предпринимательства и является своеобразным аналогом Нобелевской премии в области исследований предпринимательства. Обзор вклад зарубежных исследователей-лауреатов Всемирной премии приведен в исследовании "Современные классики теории предпринимательства" [3]. В частности, в книгу включены специальные лекции, с которыми лауреаты выступают в момент вручения премии. Собранный цикл лекций лауреатов международной премии "За вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса" в 1996-2010 гг. отражает наиболее важные направления и результаты исследований в области предпринимательства. Так Дэвид Бёрч во главу угла поставил анализ влияния малого бизнеса на занятость; Золтан Акс и Дэвид Одретч – на экономический рост. Дэвид Стори получил премию за анализ влияния на малый бизнес государственной политики в развитых странах, Говард Олдрич занимался проблемой формирования предпринимательских команд, а Израэль Кирцнер и Уильям Баумоль внесли большой вклад в понимание роли предпринимательства в развитии экономических систем. Участники проекта "Диана" анализировали особенности женского предпринимательства, а Скотт Шейн стал родоначальником подхода к пониманию предпринимательства как процесса открытия новых возможностей [5].

Нерешенные ранее части общей проблемы. В настоящее время официальная статистика предоставляет значительный объем данных о развитии малого и среднего предпринимательства. Однако эти данные не содержат информации о состоянии предпринимательского потенциала, о различных стадиях жизненного цикла предприятий, которая необходима для разработки принципов и приоритетных направлений поддержки предпринимательства. Сложившаяся ситуация с изучением предпринимательской активности населения в

России связана не только с отсутствием необходимой статистики, но и заметных исследовательских результатов по обобщению опыта развития предпринимательства в России. Кроме этого, совершенно не разработанными представляются аспекты межрегиональных различий и диспропорций в развитии предпринимательства. Однако, официальной предоставляемой информации оказывается недостаточно для получения эмпирических данных о воспроизводстве российского предпринимательства, выявления межрегиональных особенностей его развития. Несомненно, информация, позволяющая оценить и измерить предпринимательскую активность населения, выделить стадии развития бизнеса и его особенности, представляет интерес для исследователей. Среди источников информации альтернативной статистики, расширяющей и дополняющей официальную статистику в сфере предпринимательства, выделяется такое крупное международное исследование, как "Глобальный мониторинг предпринимательства" (GEM), осуществляемое на протяжении многих лет по устойчивой методике на основе репрезентативных национальных выборок.

По методологии GEM предпринимательская активность населения анализируется на всех стадиях: на стадии рождения и начального развития, а также на стадии устоявшегося бизнеса⁴. Для описания предпринимательского процесса GEM использует следующие базовые понятия:

- *нарождающиеся предприниматели* (*nascent entrepreneurs*) – те, кто активно участвует в организации нового бизнеса, предполагая быть его владельцем или совладельцем; у этой категории предпринимателей производство уже начато, но валовые смешанные доходы, если и образуются, то не более 3 месяцев;
- *владельцы нового бизнеса* (*new, or baby business*) – владельцы и менеджеры нового бизнеса, т.е. те, кто владеет и управляет действующим бизнесом. При этом валовые смешанные доходы образуются не более 42-х и не менее 3-х месяцев. Принято нарождающихся предпринимателей и владельцев нового бизнеса объединять в единую группу – *ранние предприниматели* (*early-stage*);
- *владельцы устоявшегося бизнеса* (*established business*) – владельцы и менеджеры устоявшегося бизнеса, т.е. бизнеса, заработная плата, доход или иное вознаграждения от которого поступали владельцам более 42-х месяцев [4].

Предпринимательская активность россиян с каждым годом становится объектом всё более пристального внимания экономистов, социологов, политиков. Коллектив Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства Высшей Школы Экономики (НУЛ исследований предпринимательства ВШЭ) в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение", используя методологию GEM, провел исследование предпринимательской активности населения в регионах России.

Целью данной статьи является представление результатов исследования межрегиональных различий предпринимательской активности населения России.

Опросы населения проведены в 79 субъектах РФ, в которых проживает 139,9 млн человек (или 98,6 % всего населения РФ). В опросе участвовали люди в возрасте от 18 лет и старше, общий размер выборки составил 56,9 тыс. респондентов. Для суммарных ре-

зультатов по субъектам РФ статистическая погрешность не превышает 1 %. Конструирование выборки и проведение опросов населения осуществлено Фондом "Общественное мнение" в рамках регулярного исследования "Георейтинг".

Анкета обследования включает вопросы, гармонизированные с международной статистической методологией в рамках "Глобального мониторинга предпринимательства" (GEM), что позволяет применять базовые понятия и индикаторы GEM для проведения сопоставлений предпринимательской активности населения в регионах России.

При анализе структуры предпринимательства рассмотрены все группы предпринимателей, используемых GEM для описания предпринимательской активности населения. Оценка межрегиональных и гендерных различий проведена в разрезе следующих признаков: возраст, структура в регионах; образование; вид деятельности; материальное положение; мотивация занятия предпринимательской деятельностью.

Возраст предпринимателей. Возрастная структура предпринимателей достаточно неоднородна как по стадиям предпринимательства, так и по регионам России. Распределение предпринимателей по возрастным группам представлено в табл. 1.

Средний возраст российского предпринимателя составляет 37 лет. Для нарождающихся и новых предпринимателей средний возраст на 3 года ниже, чем в целом для всех предпринимателей и равен 34 года, для устоявшихся предпринимателей средний возраст – 42 года. Более существенны различия типичного возраста: типичный возраст российского предпринимателя – 31 год, при этом типичный возраст стартапов составляет 24 года (т.е. на 7 лет ниже), новых – 30 лет. Только для предпринимателей на стадии устоявшегося бизнеса и средний и модальный возраст составляет 42 года.

Среди стартапов доминируют предприниматели в возрасте от 18 до 34 лет; доминантную группу новых предпринимателей составляют предприниматели в возрасте от 25 до 44 лет; устоявшихся – в возрасте от 35 до 54 лет. Таким образом, доминирующие группы предпринимателей по стадиям бизнеса существенным образом отличаются по возрастному составу.

Распределение регионов по *типичному возрасту* предпринимателей позволило установить, что и для нарождающихся, и новых, и всей совокупности предпринимателей в целом характерно преобладание регионов, у которых возраст предпринимателей лежит в возрастной группе "25-34". Для владельцев устоявшегося бизнеса характерно преобладание регионов, у которых возраст предпринимателей лежит в возрастной группе "35-44".

Доля регионов, в которых зафиксированы молодые предприниматели (возрастная группа "18-24"), убывает по мере взросления бизнеса: для самой молодой стадии предпринимательства доля таких регионов 18 %, а на стадии устоявшегося бизнеса – всего около 1 % (табл. 2).

⁴ Терминология и правила расчета индикаторов приведены в "Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Executive Report". См. www.gemconsortium.org/reports/

Таблица 1. Распределение предпринимателей по возрастным группам

Возрастные группы	Распределение предпринимателей по возрастным группам			
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	все предприниматели
18-24	24,9	15,0	4,1	14,5
25-34	33,5 ¹	44,0 ¹	23,5	33,3 ¹
35-44	20,8	23,3	32,5 ¹	25,7
45-54	12,7	15,2	27,6	18,7
55-64	6,4	2,3	11,4	6,9
65 и выше	1,7	0,1	0,9	0,9
средний возраст	34	34	42	37
модальный возраст	24	30	42	31

¹ шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

Таблица 2. Распределение регионов по типичному возрасту предпринимателей

Модальный возраст	Распределение регионов по модальному возрасту предпринимателей, %			
	Стадии предпринимательства			
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	все предприниматели
18-24	18,0	16,2	1,4	9,0
25-34	25,0 ¹	58,1 ¹	23,0	50,0 ¹
35-44	14,0	18,9	40,5 ¹	26,9
45-54	9,0	6,8	32,4	12,8
55-64	3,0		2,7	1,3

¹ шрифтом выделены группы регионов с преобладанием определенной возрастной группы предпринимателей

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

В России гендерная структура предпринимательства демонстрирует большую вовлеченность мужчин, чем женщин во всех предпринимательских группах: среди предпринимателей, начинающих бизнес, доля мужчин составляет 64 % по сравнению с долей женщин – 36 %; среди владельцев нового бизнеса – 60 % мужчин и 40 % женщин, а среди устоявшихся предпринимателей – 65 % мужчин и 35 % женщин.

Однако, такое соотношение мужчин и женщин – предпринимателей сохраняется не во всех регионах, и

более того не в каждом регионе можно встретить женское предпринимательство. Например, в Костромской области, Республике Карелия, Республике Алтай, Еврейской автономной области и Камчатском край бизнесом занимаются только мужчины.

2. Образование. Доминантную группу представляют респонденты со средним специальным и высшим образованием (табл. 3), на их долю приходится более 70 % предпринимателей.

Таблица 3. Распределение предпринимателей по уровню образования

Уровень образования	Структура предпринимателей по уровню образования, %			
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	все предприниматели
неполное среднее или ниже	1,6	2,7	1,7	2,0
среднее общее (школа)	17,2	12,9	14,4	14,9
начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.)	8,7	8,0	2,7	6,4
среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и т.п.)	35,2 ¹	35,5	40,0 ¹	37,0 ¹
незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)	9,6	3,4	3,0	5,3
высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.)	27,7	37,0 ¹	37,6	34,1
аспирантура, ученая степень, звание	0,0	0,4	0,6	0,3

¹ шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

Гендерный признак не оказывает заметного влияния на уровень образования предпринимателей: и у мужчин, и у женщин доминируют предприниматели со средним специальным и высшим образованием, но отличие в том, что приоритетная группа для мужчин – это предприниматели с высшим образованием, а для женщин – со средним специальным образованием (табл. 4).

Интерес представляет распределение предпринимателей по регионам. По степени снижения уровня образования предприниматели по регионам распределены следующим образом:

- предприниматели с самым высоким уровнем образования (аспирантура, ученая степень, звание) отме-

чены только в 10 регионах (из 79 регионов, участвующих в обследовании);

- предприниматели с высшим образованием – практически во всех регионах (исключение составляют лишь Камчатский край, Магаданская область, Республика Тыва и Республика Калмыкия);

- предприниматели с незаконченным высшим образованием (обучение в вузе без получения диплома) – в 44 регионах, т.е. в более чем в половине обследованных регионов;

- предприниматели со средним специальным (техникум, медицинское училище и т.п.) образованием – практически во всех регионах (за исключением Ев-

рейской автономной области, в которой немногочисленная группа предпринимателей имеет только высшее образование);

- достаточно многочисленна группа регионов, в которых предприниматели имеют начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.) образование –

это 56 регионов или 71 % от всех участвующих в обследовании регионов России;

- среднее общее (школа) имеют предприниматели в 70 регионах;

- самый низкий уровень образования – неполное среднее и ниже – отмечено у предпринимателей 23 регионов.

Таблица 4. Гендерные различия в уровне образования предпринимателей

Уровень образования	Структура предпринимателей, %		
	мужчины	женщины	предприниматели все
неполное среднее или ниже	1,9	2,1	2,0
среднее общее (школа)	16,1	12,8	14,9
начальное профессиональное	7,4	4,6	6,4
среднее специальное	33,5	42,6 ¹⁾	36,9 ¹⁾
незаконченное высшее	5,9	4,3	5,3
высшее	34,8 ¹⁾	33,0	34,1
аспирантура, ученая степень, звание	0,4	0,2	0,3
затрудняюсь ответить	0,0	0,4	0,1

¹⁾ шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

3. Вид деятельности. База микроданных, сформированная по результатам опроса, позволяет выявить общие тенденции распределения предпринимателей по видам экономической деятельности.

Общим для предпринимателей является то, что на всех стадиях развития бизнеса сфера услуг и бытового обслуживания является приоритетным видом деятельности; кроме этого, также для всех групп предпринимателей второй по значимости вид деятельности – оптовая и розничная торговля. Однако в структуре предпринимателей по видам деятельности обращают на себя внимание и отличия, которые проявляются по мере развития бизнеса: стартовые предприниматели

начинают активнее осваивать такие виды деятельности, как строительство, промышленное производство, транспорт и складское хозяйство, информационные технологии, образование. Доля нарождающихся предпринимателей в этих видах деятельности выше, чем у новых и устоявшихся, причем это происходит за счет снижения активности на страте в традиционных видах деятельности (сфера услуг и торговля). Такое изменение интересов отразилось на доминантных группах у нарождающихся, новых и устоявшихся предпринимателей: доминантные группы по мере развития бизнеса различаются не только по составу, но и по количеству, входящих в них видов деятельности (табл. 5).

Таблица 5. Сравнительный анализ структуры предпринимателей по видам экономической деятельности

Виды деятельности	Структура предпринимателей, %			
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	все предприниматели
сфера услуг, сервиса, бытового обслуживания	20,4 ¹⁾	28,2 ¹⁾	24,8 ¹⁾	24,6 ¹⁾
оптовая, розничная торговля	16,6	21,8	27,6	22,5
строительство	8,7	8,3	7,0	7,9
промышленное производство	10,8	6,1	4,7	6,9
транспорт, складское хозяйство	8,1	5,4	7,2	6,9
сельское, лесное, рыболовное хозяйство	4,6	6,7	7,8	6,5
информационные технологии	4,7	1,6	1,2	2,4
образование	4,1	1,0	2,1	2,3
финансовая сфера	1,6	1,9	2,9	2,2
общественное питание, ресторанный бизнес	1,4	3,1	1,7	2,1
здравоохранение	2,7	2,4	1,1	2,0
культура, искусство	2,2	0,4	1,2	1,2
спорт, туризм	0,3	1,6	1,2	1,1
средства массовой информации	0,3	0,7	1,8	1,0
жилищно-коммунальное хозяйство	1,3	1,0	0,6	0,9
риэлтерский бизнес	0,2	2,0	0,6	0,9
правоохранительные органы, силовые структуры	2,1	0,6	0,2	0,9
консалтинг	0,9	0,7	0,8	0,8
система государственного управления	2,4	0,1	0,1	0,8
судебные органы	0,2	0,7	0,8	0,6
наука и высокотехнологичное производство	0,0	0,9	0,2	0,4
другое	6,5	4,9	4,1	5,0

¹⁾ шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

Как следует из данных табл. 5 распределение предпринимателей по видам деятельности весьма неравномерно, количественной оценкой такого распределения может служить индекс качественной вариации (*IQV*).

$$\text{Индекс } IQV = \frac{k(N^2 \sum f^2)}{N^2(k-1)}, \text{ где } k - \text{ количество ка-}$$

тегорий; N – количество наблюдений; $\sum f^2$ – сумма квадратов частот.

Очевидно, что изменчивость распределения предпринимателей по видам экономической деятельности, оставаясь высокой, должна несколько уменьшаться по мере развития бизнеса, так как на стадии старта предприниматели склонны несколько ниже оценивать уровень конкуренции, чем на поздних стадиях. И действительно, показатель *IQV* изменяется от 93 % для нарождающихся предпринимателей, до 89 % – для новых предпринимателей и 88 % – для устоявшихся. В целом для всей совокупности предпринимателей индекс качественной вариации равен 90 %.

Распределение предпринимателей по видам деятельности в регионах также весьма не однородно. Если обратиться к традиционным для предпринимателей видам деятельности – сфере услуг и торговле, то окажется, что доля предпринимателей, занятых в сфере услуг изменяется от 6,3 % (Самарская область) до 100 % (Республика Тыва), доля предпринимателей, занятых в торговле, лежит в пределах от 9,1 % (Вологодская область) до 71,4 % (Тверская область). Про-

мышленным производством занимается 1,3 % предпринимателей в Краснодарском крае и 50 % предпринимателей Камчатского края, а в сфере информационных технологий, связи, Интернета отмечен разброс показателей от 2,4 % (Кемеровская область) до 14,3 % (Орловская область).

Региональная специфика проявляется не только долей предпринимателей, занятых тем или иным видом деятельности, но и составом и количеством самих видов деятельности, которыми занимаются региональные предприниматели.

По степени охвата предпринимателями видов экономической деятельности выделяется г. Москва (в этом регионе сфера интересов предпринимателей представлена 17 видами деятельности) и Еврейская автономная область и Республика Тыва (в этих регионах предприниматели занимаются только одним видом деятельности).

Для установления предпринимательской специализации регионов использовано распределение предпринимателей по видам экономической деятельности и выделение приоритетного для данного региона вида деятельности, по которому и определяет специализация региона: приоритетный вид деятельности определен на основе доли предпринимателей, имеющих в данном виде наибольший удельный вес. Такой подход позволил установить предпринимательскую специализацию регионов, при этом перечень видов деятельности ограничился только 7 видами. Распределение регионов по виду специализации представлено в табл. 6.

Таблица 6. Распределение регионов по видам деятельности

Предпринимательская специализация	Доля регионов по видам специализации, %
оптовая, розничная торговля	44,7
сфера услуг, сервиса, бытового обслуживания	34,2
сельское, лесное, рыболовное и т.д. хозяйство	9,2
промышленное производство (в т.ч. добывающие отрасли)	5,3
строительство	2,6
транспорт, складское хозяйство	2,6
общественное питание, ресторанный бизнес	1,3

**Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".*

Из табл. 6 следует, что в подавляющем большинстве регионов приоритетный вид деятельности – торговля или сфера услуг, суммарная доля таких регионов – около 79 %, доля регионов, с предпринимательской специализацией в промышленном производстве небольшая – около 5 %, и только в одном регионе (Кабардино-Балкарской Республике) специализация в области ресторанного бизнеса.

Поскольку выявлены различия в региональной специализации предпринимателей, возникает предположение о возможном ее влиянии на уровень предпринима-

тельской активности. Для измерения предпринимательской активности рассчитывался Индекс общей предпринимательской активности населения, используемый в рамках проекта GEM. Индекс предпринимательской активности представляет собой долю предпринимателей среди экономически активного населения (население старше 18 лет) [5]. Изменения Индекса общей предпринимательской активности внутри каждой группы регионов наглядно иллюстрируют межрегиональные различия предпринимательской активности (табл. 7).

Таблица 7. Индекс общей предпринимательской активности населения по видам специализации регионов

Предпринимательская специализация регионов	Индекс предпринимательской активности	
	минимальное значение	максимальное значение
Оптовая, розничная торговля	1,2	10,0
Сфера услуг, сервиса, бытового обслуживания	2,2	9,6
Промышленное производство	1,8	6,7
Сельское, лесное, рыболовное и т.д. хозяйство	2,9	5,2
Строительство	4,1	5,1

**Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".*

Индекс варьирует в достаточно широких пределах в каждой группе регионов (К вариации равен 46 % для

торговли, 53,0 % для промышленного производства, 41,0 % для сферы услуг).

4. **Материальное положение.** При проведении опроса респондентам предлагалось оценить свое материальное положение по 6-ти уровневой шкале:

- денег не хватает даже на питание;
- на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем;
- на одежду, обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем;
- на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем;
- на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем;
- на квартиру или дом денег хватает.

При переходе к более зрелой стадии бизнеса уровень материального положения предпринимателей растет: на стадии устоявшегося бизнеса доминируют предприниматели с более высоким уровнем дохода, чем на стадии нарождающегося и нового бизнеса (табл. 8). Приоритетная группа смещается в сторону более высокого уровня материального положения, а доля предпринимателей с самым высоким уровнем материального положения увеличивается от 0,9 % у нарождающихся предпринимателей до 8 % у владельцев устоявшегося бизнеса. В целом распределение предпринимателей по этому показателю характеризуется значительной изменчивостью, количественной характеристикой которой является индекс IQV, равный 92,7 %.

Таблица 8. Распределение предпринимателей в зависимости от оценки своего материального положения

Уровень материального положения	Структура предпринимателей, %					
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	всего	мужчины	женщины
денег не хватает даже на питание	8,8	3,8	2,0	5,0	4,1	7,6
на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем	17,4	12,4	9,8	13,2	14,1	15,6
на одежду, обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем	32,1 ¹⁾	29,5	24,0	28,4	28,9	33,1
на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем	26,4	34,2 ¹⁾	28,3 ¹⁾	29,3 ¹⁾	34,7 ¹⁾	24,4
на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем	14,4	15,6	27,9	19,6	15,5	16,2
на квартиру или дом денег хватает	0,9	4,5	8,0	4,5	2,7	3,1

¹⁾ шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

Распределение регионов в зависимости от оценки предпринимателями своего материального положения (по приоритетной группе предпринимателей в каждом регионе) позволило установить, что наиболее представительна группа регионов, в которых респонденты оце-

нили свое материальное положение следующим образом "на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем". Доля таких регионов составляет около 41 % (табл. 9).

Таблица 9. Распределение регионов в зависимости от оценки предпринимателями своего материального положения (по приоритетной группе предпринимателей в каждом регионе)

Уровень материального положения	Доля регионов, %
денег не хватает даже на питание	0,0
на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем	10,1
на одежду, обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем	35,9
на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем	41,2
на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем	12,8
на квартиру или дом денег хватает	0,0

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

5. **Тип населенного пункта.** По административному статусу и численности населения все населенные пункты объединены в восемь групп. Наибольшую группу составляют предприниматели в городах с населением

более 1 млн и в селах, на их долю приходится по 22 % от всех предпринимателей России, наименьшая доля предпринимателей в поселках городского типа (4 % всех предпринимателей) (табл. 10).

Таблица 10. Структура предпринимателей (по типам населенных пунктов)

Тип населенного пункта	Доля предпринимателей, %
город с населением 1 млн и более	22
город с населением от 500 тыс. до 1 млн	12
город с населением от 250 до 500 тыс.	9
город с населением от 100 до 250 тыс.	12
город с населением от 50 до 100 тыс.	7
город с населением менее 50 тыс.	12
поселок городского типа	4
село	22

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

Индекс предпринимательской активности изменяется от 5 % (в городах с населением от 100 до 250 тыс. человек) до 3,3 % (в поселках городского типа). Значимые различия в предпринимательской активности выявлены с использованием *t* – критерия Стьюдента только на стадии нарождающегося бизнеса (при 5 % уровне значимости *t*-критерий Стьюдента). Наибольшая активность среди стартапов отмечена в крупных городах (с населением 1 млн и более), а наименьшая – у сельских предпринимателей.

Территориальная неоднородность проявляется в широком диапазоне изменения предпринимательской активности внутри каждого типа поселения. Так наибольший размах показателя, характеризующего предпринимательскую активность населения (и неоднородность, оцениваемая коэффициентом вариации) зафиксирован среди предпринимателей небольших городов (с населением менее 50 тыс. человек) (табл. 11).

Таблица 11. Территориальные различия в предпринимательской активности населения по типам населенных пунктов

Типы населенных пунктов	индексы предпринимательской активности		
	максимальное значение	минимальное значение	коэффициент вариации, %
город с населением 1 млн и более	7,5 Челябинская область	1,5 Республика Башкортостан	49,0
город с населением от 500 тыс. до 1 млн	9,1 Хабаровский край	1,7 Приморский край	41,0
город с населением от 250 до 500 тыс.	14,5 Республика Саха (Якутия)	0,8 Белгородская область	59,0
город с населением от 100 до 250 тыс.	13,5 Нижегородская область	0,6 Краснодарский край	71,0
город с населением от 50 до 100 тыс.	13,6 Новгородская область	0,7 Республика Башкортостан	56,0
город с населением менее 50 тыс.	36,7 Республика Дагестан	0,5 Краснодарский край	114,0
поселок городского типа	22,2 Республика Северная Осетия- Алания	1,2 Забайкальский край	76,0
село	11,8 Республика Северная Осетия-Алания	0,7 Республика Мордовия	66,0

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

6. Мотивы занятия предпринимательской деятельностью. Причины занятия бизнесом могут быть различными. Одни предприниматели создают новые компании, чтобы воспользоваться преимуществами, которые предоставляет собственный бизнес, ищут дополнительные возможности для реализации идей (добровольные предприниматели), другие – пытаются начать бизнес, так как не имеют других способов получения средств к существованию (вынужденные предприниматели) [6]. Среди предпринимателей преобладает доб-

ровольная мотивация занятием бизнеса (табл. 12): для 62 % предпринимателей предпринимательская активность обусловлена поиском преимуществ, которые дает занятие бизнесом и только 38 % предпринимателей – это предприниматели "по необходимости". Обращает на себя внимание то, что добровольная мотивация более типична для нарождающихся предпринимателей (69 %), чем для владельцев нового (61 %) или устоявшегося бизнеса (56 %).

Таблица 12. Структура мотивации предпринимательства

Мотивация	Предпринимателей, %			
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	все предприниматели
добровольное предпринимательство	68,5	61,3	55,9	61,8
вынужденное предпринимательство	31,5	38,8	44,1	38,2

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

Следует отметить, что существенных различий между структурой мотивации у мужчин и женщин не наблюдается: 63 % мужчин и 60 % женщин руководствуются преимуществами собственного бизнеса и 37 % мужчин и

40 % женщин являются вынужденными предпринимателями. Доля добровольных предпринимателей снижается по мере "взросления" бизнеса и у владельцев – мужчин, и у владельцев бизнеса – женщин (табл. 13).

Таблица 13. Структура мотивации предпринимательства мужчин и женщин

Мотивация	мужчины, %			женщины, %		
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	нарождающиеся	новые	устоявшиеся
добровольное предпринимательство	68,9	62,4	57,7	67,9	59,6	52,5
вынужденное предпринимательство	31,1	37,6	42,3	32,1	40,4	47,5

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

Анализ территориального распределения добровольных и вынужденных предпринимателей показал, что доля регионов с преобладанием добровольного

предпринимательства превышает долю регионов с преобладанием вынужденных на каждой стадии бизнеса (табл. 14).

Таблица 14. Региональная структура добровольного и вынужденного предпринимательства

Мотивация	Стадии бизнеса		
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся
доля регионов с преобладанием добровольного предпринимательства, %	77,0	64,0	51,3
доля регионов с преобладанием вынужденного предпринимательства, %	23,0	36,0	48,7

*Источник: база микроданных, сформированная по результатам выборочного обследования населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение".

На отдельных стадиях отмечен ряд регионов, в которых занятие бизнесом объясняется только вынужденной мотивацией

- на стадии нарождающегося бизнеса – Республика Адыгея, Курганская область;
- на стадии нового бизнеса – Архангельская область, Липецкая область, Псковская область, Республика Алтай, Ярославская область, Тверская область;
- на стадии устоявшегося бизнеса – Смоленская область, Республика Карелия, Ямало-Ненецкий автономный округ, Республика Башкортостан, Курганская область, Еврейская автономная область.

В целом же структуру мотивации предпринимательства можно оценить как достаточно благоприятную с точки зрения соотношения добровольных и вынужденных предпринимателей

Выводы. Изучение развития предпринимательства в регионах России, выявление и оценка межрегиональных различий возможно при наличии информации, расширяющей и дополняющей официальную статистику в сфере предпринимательства. Одним из источников информации альтернативной статистики является исследование межрегиональных различий в уровне предпринимательской активности населения в рамках проекта "Раннее предпринимательство в России: региональное измерение", который проводит коллектив Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства Высшей Школы Экономики. Использование терминологии и основных индикаторов, гармонизированных с международной статистической методологией, позволяет проводить расчеты показателей, характеризующих стадии развития предпринимательства в регионах России.

Несомненно, представляют интерес сами предприниматели, как индивидуумы, обладающие определенным уровнем знаний, образованием, побудительными мотивами для занятия бизнесом. Оценка межрегиональных и гендерных различий проведена в разрезе следующих признаков: возраст, структура в регионах; об-

разование; вид деятельности; материальное положение; типы населенных пунктов мотивация занятия предпринимательской деятельностью.

Выявлены существенные различия в возрасте стартапов: модальный возраст стартапов изменяется от 18 лет (в Республике Тыва) до 59 лет (в Пензенской области).

Доминантную группу представляют респонденты со средним специальным и высшим образованием, на их долю приходится более 70 % предпринимателей.

Для 62 % начинающих предпринимателей приход в бизнес – это добровольный шаг. В региональном аспекте доля добровольных стартапов изменяется от 100 % (например, Орловская, Калининградская, Вологодская область, Камчатский край) до 0 % (т.е. вынужденный приход в бизнес) в ряде регионов (например, Курганская область). Наличие различных – по возрасту, образованию, мотивации- предпринимателей следует учитывать при разработке направлений поддержки предпринимательства, наиболее эффективных для населения конкретного региона.

Список использованных источников

1. Юданов А. Опыт конкуренции в России: причины успехов и неудач / А. Юданов. – М.: Кно-Рус, 2008. – 464 с.
2. О чем читают лекции лучшие исследователи предпринимательства. Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>.
3. Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследование предпринимательства и малого бизнеса 1996 – 2010. – М.: "Издательский дом Высшей школы экономики". – 2013. – 526 с.
4. Предпринимательский потенциал российского общества: состояние, проблемы, возможности активизации. Промежуточный доклад по итогам реализации проекта Научного фонда ГУ ВШЭ "Предпринимательский потенциал общества: GEM Россия" Препринт WP1/2007/05. – Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007. – 76 с.
5. Поповская Е.В. Подходы к измерению предпринимательской активности населения: система количественных и качественных индикаторов / Е.В. Поповская // Вопросы статистики, 2013. – № 3. – 27-38 с.
6. Чепуренко А.Ю. Социология предпринимательства: учебник. / А.Ю. Чепуренко. – М.:Изд.дом ГУ ВШЭ, 2007. – 386 с.

Надійшла до редакції 21.03.14

С. Поповська, канд. техн. наук, доц.
Національний дослідницький університет Вища школа економіки, Росія

ПІДПРИЄМНИЦЬКА АКТИВНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ РОСІЇ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ВІДМІННОСТЕЙ

У статті наведено результати міжрегіональних зіставлень соціально-демографічних характеристик підприємництва. Джерелом статистичних даних стали результати вибіркового обстеження населення, проведеного в рамках проекту "Раннє підприємництво в Росії: регіональний вимір" Науково-навчальною лабораторією досліджень підприємництва Вищої Школи Економіки

Ключові слова: підприємництво, регіональні зіставлення, відтворення підприємницьких страт.

E. Popovskaya, PhD in Technical Sciences
National Research University Higher School of Economics, Russia

RUSSIAN POPULATION'S ENTREPRENEURIAL ACTIVITY: AN INTERREGIONAL DIFFERENCES'S COMPARATIVE ANALYSIS

The paper deals with comparing of early-stage entrepreneurial activity level among Russia's regions. Such a comparison is becoming possible on the base of microdata of research project "Early-stage entrepreneurial activity in Russia: regional measurements" that has been realised in the National State University Higher School of Economics.

Keywords: Entrepreneurship, Cross-Regional Comparisons, Entrepreneurial Strata Reproduction