

Федерации и осуществляющих в установленном порядке трудовую деятельность. Явно недостаточно, что балансовые сведения об иностранной рабочей силе ограничиваются ее численностью. В них недостает данных об использовании этой численности, которые должны были бы присутствовать в балансовом разделе «Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности и формам собственности».

Реализация наших предложений сделает баланс более обширным и весомым источником информации о положении в социально-трудовой сфере российской экономики. Характерно, что исходя из информации, которой располагает Росстат, эти предложения можно реализовать и в балансах за предыдущие годы. Соответственно в едином документе будут представлены более развернутые сведения о том, какой рабочей силой располагала страна в эти годы и как она использовалась. Тем самым повысится роль баланса трудовых ресурсов как базового источника информации для прогноза последующего развития экономики в его возможных и желательных вариантах.

Литература

1. Башкатов Б. И. Международная статистика рынка труда: Учеб. Пособие. – М.: Изд-во МЭСИ, 2003.
2. Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Эсаулова И.А. «Управление трудовыми ресурсами. Учебник». – М.: ИНФРА-М, 2012.
3. Элефтерова М.П. «Трудовая миграция в России: ее влияние на спрос и предложение рабочей силы на рынке труда» / Вопросы статистики. 2010. № 2.
4. «Обследование населения по проблемам занятости». Стат. сб / 2011.
5. www.gks.ru
6. www.minfin.ru
7. www.consultant.ru
8. ru.wikipedia.org

E.B. Поповская

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Ключевые слова: стадии предпринимательства, социально-демографические характеристики, гендерные различия, типы поселения, региональные сопоставления, выборочное обследование населения.

Специфика развития предпринимательства в России, межрегиональные различия и диспропорции в развитии предпринимательства в регионах изучены недостаточно.

Учитывая, что официальная статистика отражает результаты экономической деятельности субъектов малого предпринимательства, очевидна потребность в информации, позволяющей выявить неформальные, скрытые от официальной статистики процессы и явления, оценить реальные факторы развития этого сектора экономики и, следовательно, создать условия для принятия адекватных экономических и политических решений, направленных на поддержку и развитие предпринимательства.

Среди источников информации альтернативной статистики, расширяющей и дополняющей официальную статистику в сфере предпринимательства, выделяется такое крупное международное исследование, как «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM), осуществляющееся на протяжении многих лет по устойчивой методике на основе репрезентативных национальных выборок.

Исследовательским коллективом Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства Высшей Школы Экономики проводится комплекс работ, направленных на изучение состояния и развития предпринимательства и выявление межрегиональных различий в уровне предпринимательской активности населения. Методологической основой проводимых исследований являются принципиальные положения по изучению предпринимательского потенциала населения, сформулированные в рамках GEM.

Следует отметить, что обследование населения для изучения региональных особенностей предпринимательства было встроено в текущее обследование, проводимое Фондом «Общественное мнение» (ФОМ). Для оценки предпринимательской активности населения в субъектах России использованы два блока вопросов:

- стандартные вопросы текущего обследования ФОМ для описания социально-демографического портрета предпринимателей
- специальные вопросы для оценки степени вовлеченности населения в предпринимательство.

Учитывая высокую неоднородность российских регионов по уровню и характеру социально-экономического развития, для изучения межрегиональных различий была сформирована выборка, репрезентативная для каждого региона России. Конструирование выборки и проведение опросов населения осуществлено ФОМ в рамках регулярного исследования «Георейтинг».

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 результатов по всем 79 субъектам РФ статистическая погрешность не превышает 1%.

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

Предпринимательство, как сложное, комплексное явление, предполагает использование различных направлений и подходов для выявления и объяснения его особенностей. Несомненно, представляют интерес сами предприниматели, как индивидуумы, обладающие определенным уровнем знаний, образованием, побудительными мотивами для занятия бизнесом.

Рассмотрим социально-демографические характеристики для описания портрета российского предпринимателя и выявления особенностей, характерных для отдельных регионов России.

Методология GEM позволяет анализировать предпринимательскую активность населения на всех стадиях бизнеса¹. 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 предприниматели и владельцев нового бизнеса объединять в единую группу – ранние предприниматели (*Early-Stage*)

¹ Терминология и правила расчета индикаторов приведены в “Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Executive Report”. См. www.gemconsortium.org/reports/

- владельцы устоявшегося бизнеса (established business) – владельцы и менеджеры устоявшегося бизнеса, т.е. бизнеса, заработка плата, доход или иное вознаграждения от которого поступали владельцам более 42-х месяцев [1].

При анализе структуры предпринимательства рассмотрены все группы предпринимателей, используемых GEM для описания предпринимательской активности населения. Оценка территориальных различий проведена в разрезе следующих признаков: пол, возраст, образование, тип населенного пункта.

Возраст предпринимателей

Возрастная структура предпринимателей достаточно неоднородна как по стадиям предпринимательства (табл. 1), так и по регионам России.

Таблица 1

Распределение предпринимателей по возрастным группам

Возрастные группы	Стадии предпринимательства			
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	все предприниматели
18-24	24,9	15,0	4,1	14,5
25-34	33,5^{*)}	44,0^{*)}	23,5	33,3^{*)}
35-44	20,8	23,3	32,5^{*)}	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

^{*)} шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

Средний возраст российского предпринимателя составляет 37 лет. Для нарождающихся и новых предпринимателей средний возраст на 3 г. 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 старт-апов составляет 24 г. (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 старт-апов доминируют предприниматели в возрасте от 18 до 24 лет, доминантную группу новых предпринимателей составляют предприниматели в возрасте от 25 до 44 лет, а устоявшихся – в возрасте от 45 до 64 лет. Таким образом, доминирующие группы предпринимателей по стадиям бизнеса существенным образом отличаются по возрастному составу.

Для большинства предпринимателей характерно преобладание возрастной группы «25-34», и только среди владельцев устоявшегося бизнеса наибольшая доля предпринимателей находится в возрастной группе «35-44» (рис. 1).

Территориальная неоднородность особенно ярко проявляется на ранних стадиях развития бизнеса. При этом неоднородность усиливается, если за основу распределения принят модальный возраст предпринимателей (табл. 2).

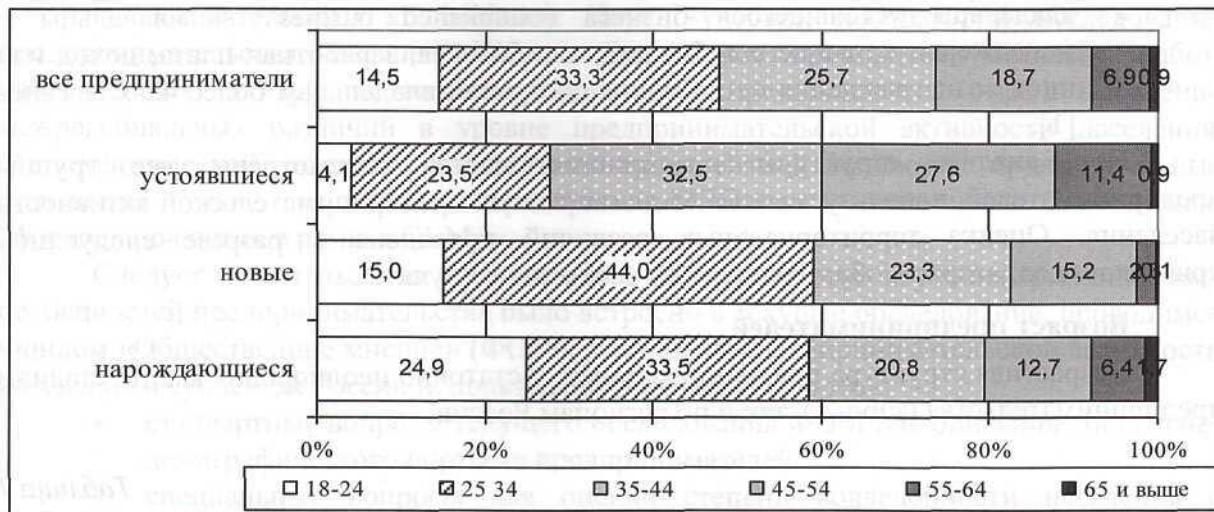


Рис. 1 Распределение предпринимателей по возрастным группам стадиям бизнеса

Таблица 2

Оценка территориальной однородности предпринимателей по их возрасту

возраст	Стадии предпринимательства							
	всего		нарождающиеся		новые		устоявшиеся	
	размах, лет	К вар., %	размах, лет	К вар., %	размах, лет	К вар., %	размах, лет	К вар., %
средний	20	9,6	30	36,1	29	23,4	30	22,7
модальный	36	27,9	41	63,0	28	31,2	35	28,5

Наибольшая неоднородность отмечена у старт-апов (размах вариации 41 год, а коэффициент вариации 63%), по мере «взросления» бизнеса территориальная неоднородность предпринимателей снижается и для устоявшихся предпринимателей коэффициент вариации составляет 28%, что характерно для однородных совокупностей.

При территориальном распределении предпринимателей по среднему возрасту, различия показателей для разных стадий бизнеса не столь значимы, но и в этом случае наибольшие показатели вариации отмечены для группы нарождающихся предпринимателей.

Поскольку территориальная неоднородность наиболее ярко выражена, если за основу анализа принят типичный возраст предпринимателей, рассмотрим влияние именно этого фактора на распределение регионов. Распределение регионов по *типовому возрасту* предпринимателей позволило установить, то и для нарождающихся, и новых, и всей совокупности предпринимателей в целом характерно преобладание регионов, у которых возраст предпринимателей лежит в возрастной группе «25-34». 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%, доля регионов, у которых новые предприниматели не старше 25 лет, уже уменьшилась до 16%, а на стадии устоявшегося бизнеса доля таких регионов всего около 1% (рис. 2).

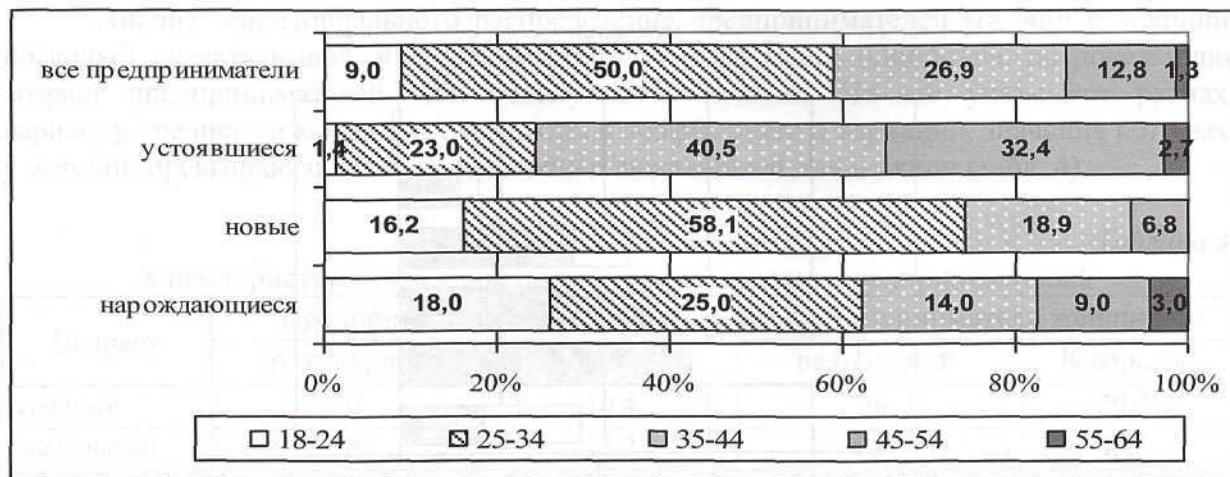


Рис. 2. Распределение регионов по типичному возрасту предпринимателей

В России гендерная структура предпринимательства демонстрирует большую вовлеченность мужчин, чем женщин во всех предпринимательских группах. Соотношение мужчин и женщин среди предпринимателей составляет 63,5% и 36,5%. Среди предпринимателей, начинающих бизнес, доля мужчин составляет 64% по сравнению с долей женщин – 36%. Соотношение мужчин и женщин 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 (ЦФО), Республике Карелия (С-ЗФО), Республике Алтай (СФО), Еврейской автономной области (ДФО), и Камчатском крае (ДФО) бизнесом занимаются только мужчины. Ситуация с женским предпринимательством еще более сложная на стадии создания нового бизнеса. В этом случае список регионов, в которых отсутствуют женщины – предприниматели, расширяется, и на стадии старта женское предпринимательство отсутствует уже в 11 регионах (т.е. в 14% от всех регионов, участвующих в обследовании).

Рассмотрим распределение предпринимателей мужчин и женщин по стандартным возрастным группам (рис. 3).

И для мужчин, и для женщин характерно преобладание предпринимателей в возрасте 25-34 года. Приоритеты несколько видоизменяются по стадиям бизнеса: на стадии нового бизнеса для мужчин и для женщин-предпринимателей преобладают предприниматели возрастной группы «25-34», на стадии устоявшегося – «35-44», у нарождающихся предпринимателей приоритетные возрастные группы мужчины и женщины различаются – у старт-апов мужчин возраст лежит в возрастной группе «25-34», у женщин «18-24».

Если рассмотреть в целом группы предпринимателей мужчины и женщины, то можно увидеть, что они практически ровесники (и средний, и модальный возраст мужчин и женщин отличаются незначительно) (табл. 3).

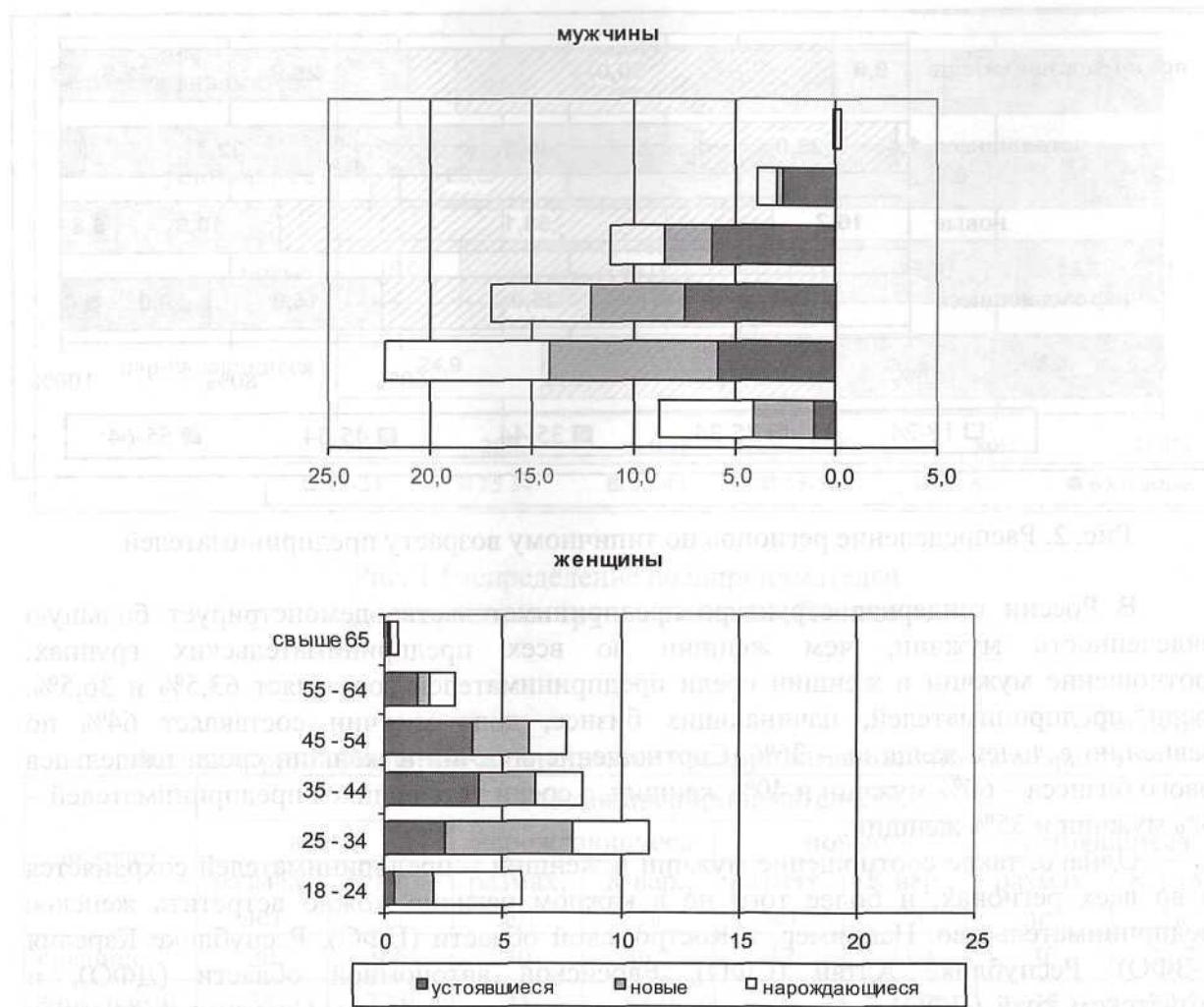


Рис. 3. Гендерные особенности распределения предпринимателей по возрастным группам

Таблица 3

Гендерные различия возраста предпринимателей по стадиям развития бизнеса

Возраст предпринимателей	Стадии развития бизнеса			
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	все предприниматели
средний возраст, предприниматели	34	34	42	37
средний возраст, мужчины	34	34	41	37
средний возраст, женщины	35	35	43	38
модальный возраст, предприниматели	24	30	42	31
модальный возраст, мужчины	28	30	40	32
модальный возраст, женщины	23	30	44	30

При рассмотрении распределения предпринимателей по стадиям развития бизнеса, влияние гендерного признака становится более заметным: на стадии старта у женщин-предпринимателей модальный возраст на 5 лет ниже, чем у мужчин, а на стадии устоявшегося бизнеса – на 4 г. выше.

Анализ территориального распределения предпринимателей мужчин и женщин позволяет сделать вывод, что совокупность женщин менее однородна, по показателю возраст предпринимателей, чем совокупность мужчин. На это указывают размах вариации среднего и модального возраста, и коэффициенты вариации, значения которых у женщин превышают значения аналогичных показателей для мужчин (табл. 4).

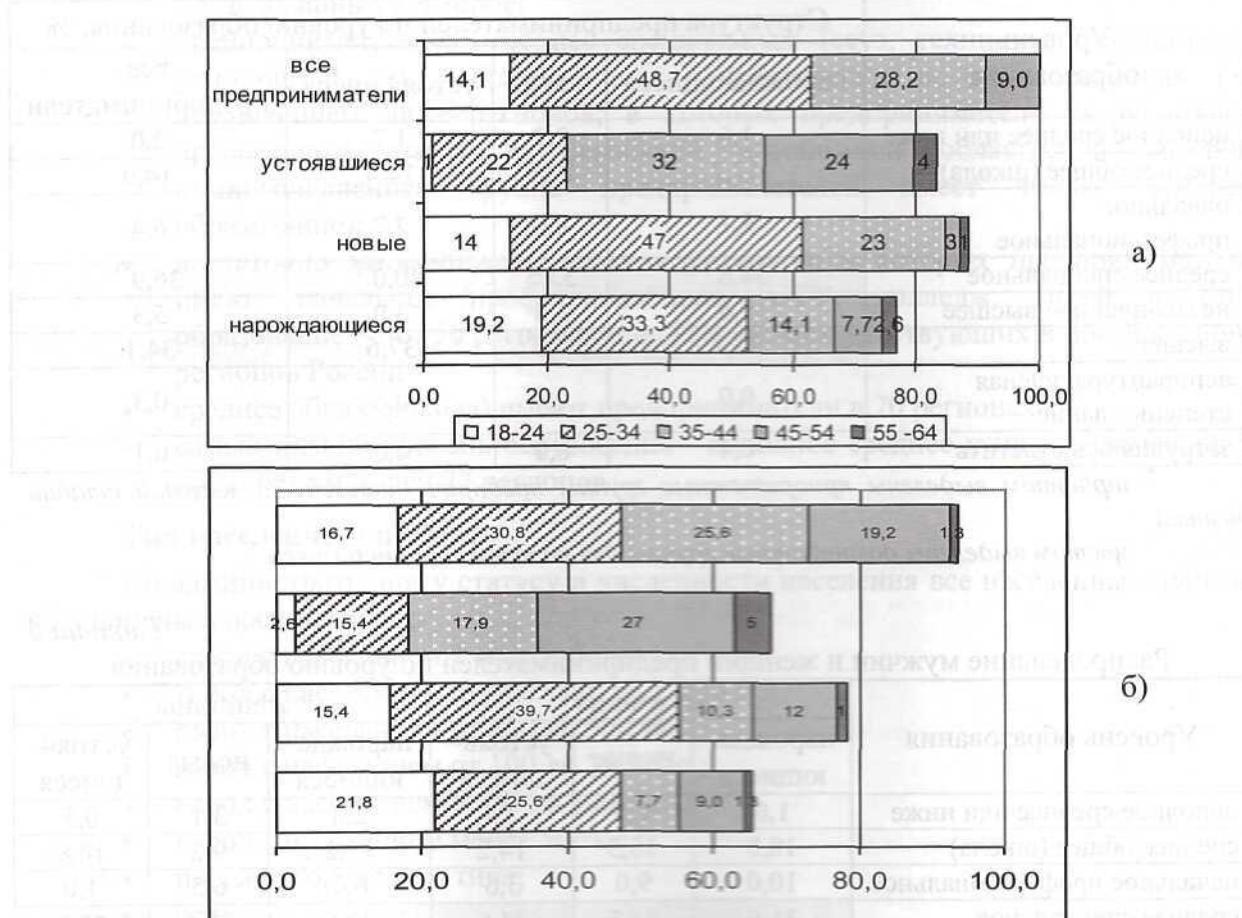
Таблица 4

Характеристики территориального распределения предпринимателей

Возраст	Предприниматели мужчины		Предприниматели женщины	
	размах, лет	К вар., %	размах, лет	К вар., %
средний	20	10,4	36	29,7
модальный	28	23,2	38	43,5

Среди регионов преобладают те, у которых модальный возраст предпринимателей попадает в возрастной интервал «24-34». Такое распределение характерно и для мужчин и для женщин (рис. 4).

Следует отметить, что доля регионов с молодыми предпринимателями (возрастная группа «18-24») больше у женщин, чем у мужчин, причем на всех стадиях бизнеса.



а) предприниматели-мужчины

б) предприниматели-женщины

Рис. 4. Распределение регионов по типичному возрасту предпринимателей

Образование

По уровню образования выделяют 7 групп предпринимателей:

- с неполным средним образованием или ниже;
- со средним общим (школа);
- с начальным профессиональным;
- со средним специальным;
- с незаконченным высшим;
- с высшим;
- аспирантура, ученая степень, звание.

Доминантную группу представляют предприниматели со средним специальным и высшим образованием (табл. 5), на их долю приходится более 70% от всех участвующих в опросе предпринимателей.

Гендерный признак не оказывает заметного влияние на уровень образования предпринимателей: и у мужчин, и у женщин доминируют предприниматели со средним специальным и высшим образованием на всех стадиях развития бизнеса (табл. 6). Отличие лишь в том, что приоритетная группа для мужчин – это предприниматели с высшим образованием, а для женщин – со средним специальным образованием.

Таблица 5

Распределение предпринимателей по уровню образования

Уровень образования	Структура предпринимателей по уровню образования, %				все предприниматели
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся		
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	8,7	8,0	2,7		6,4
среднее специальное	34,8 ^{*)}	35,5	40,0 ^{*)}		36,9 ^{*)}
незаконченное высшее	9,6	3,4	3,0		5,3
высшее	27,7	37,0 ^{*)}	37,6		34,1
аспирантура, ученая степень, звание	0,0	0,4	0,6		0,3
затрудняюсь ответить	0,4	0,0	0,0		0,1

^{*)} шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

Таблица 6

Распределение мужчин и женщин предпринимателей по уровню образования

Уровень образования	мужчины			женщины		
	нарождающиеся	новые	устоявшиеся	нарождающиеся	новые	устоявшиеся
неполное среднее или ниже	1,0	2,5	2,4	2,8	3,1	0,3
среднее общее (школа)	18,8	15,3	14,2	14,2	9,2	14,9
начальное профессиональное	10,0	9,0	3,6	6,4	6,5	1,0
среднее специальное	31,6	34,5	34,6	40,6	37,2	50,2
незаконченное высшее	10,0	3,2	4,4	8,9	3,8	0,3
высшее	28,6	35,4	39,9	26,0	39,6	33,2
аспирантура, ученая степень	0,0	0,2	0,9	0,0	0,7	0,0
затрудняюсь ответить	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0

^{*)} шрифтом выделены приоритетные группы предпринимателей для каждой стадии бизнеса

цветом выделены доминантные группы для каждой стадии бизнеса

Следует отметить, что доля предпринимателей мужчин с высшим образованием больше, чем у женщин на всех стадиях бизнеса (за исключением предпринимателей, владеющих устоявшимся бизнесом; в этой группе доля женщин с высшим образованием несколько выше – 40% против 35% у мужчин),

По мере снижения уровня образования предприниматели по регионам распределены следующим образом:

- предприниматели с самым высоким уровнем образования (аспирантура, ученая степень, звание) отмечены только в 10 регионах: Калужская область, город Москва, Астраханская область, Республика Дагестан, Республика Северная Осетия-Алания, Саратовская область, Нижегородская область, Кемеровская область, Амурская область, Камчатский край;
- предприниматели с высшим образованием – практически во всех регионах Исключение составляют лишь Республика Тыва (предприниматели этой республики имеют среднее общее, начальное профессиональное или среднее специальное образование) и Республика Калмыкия (уровень образования у предпринимателей среднее общее, среднее специальное). Еще в двух регионах (Камчатский край и Магаданская область) предприниматели затруднились ответить на вопрос об уровне образования;
- 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 среднее специальным (суз, техникум, медицинское училище и т.п.) образованием – практически во всех регионах (за исключением двух регионов, в которых предприниматели затруднились предоставить ответ и Еврейской 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.

Тип населенного пункта

По административному статусу и численности населения все населенные пункты объединены в восемь групп:

- город с населением 1 млн. и более;
- город с населением от 500 тыс. до 1 млн.;
- город с населением от 250 до 500 тыс.;
- город с населением от 100 до 250 тыс.;
- город с населением от 50 до 100 тыс.;
- город с населением менее 50 тыс.;
- поселок городского типа;
- село.

Структура предпринимателей по перечисленным выше типам населенных пунктов приведена на рис. 5.

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).

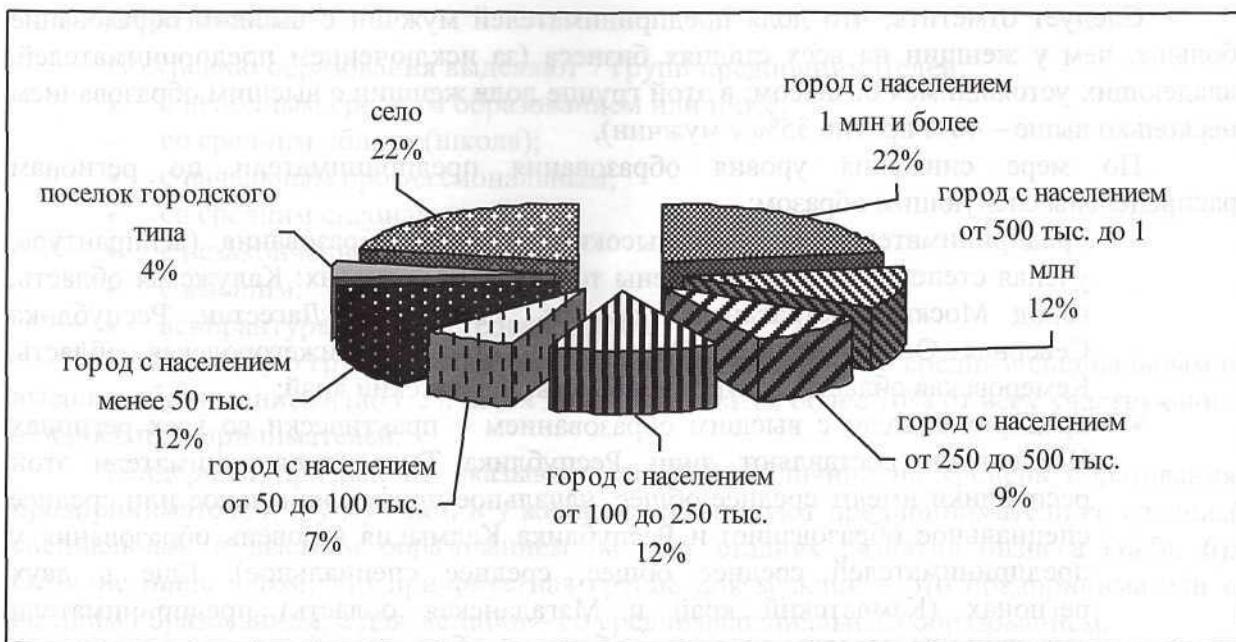


Рис. 5. Структура предпринимателей (по типам населенных пунктов)

Индекс предпринимательской активности [2] изменяется от 5% (в городах с населением от 100 до 250 тыс. человек) до 3,3% (в поселках городского типа). Однако проверка гипотезы о значимости различий индекса предпринимательской активности для предпринимателей всех типов населенных пунктов с использованием t – критерия Стьюдента выявила несущественность этих различий. Таким образом, предпринимательская активность населения не зависит от типа населенного пункта, в котором проживают и занимаются бизнесом предприниматели.

Значимые различия в предпринимательской активности выявлены с использованием t – критерия Стьюдента только на стадии рождающегося бизнеса (при 5% уровне значимости t -критерий Стьюдента и t факт, равном 1,193). Наибольшая активность среди старт-апов отмечена в крупных городах (с населением 1 млн. и более), а наименьшая – у сельских предпринимателей (рис. 6).

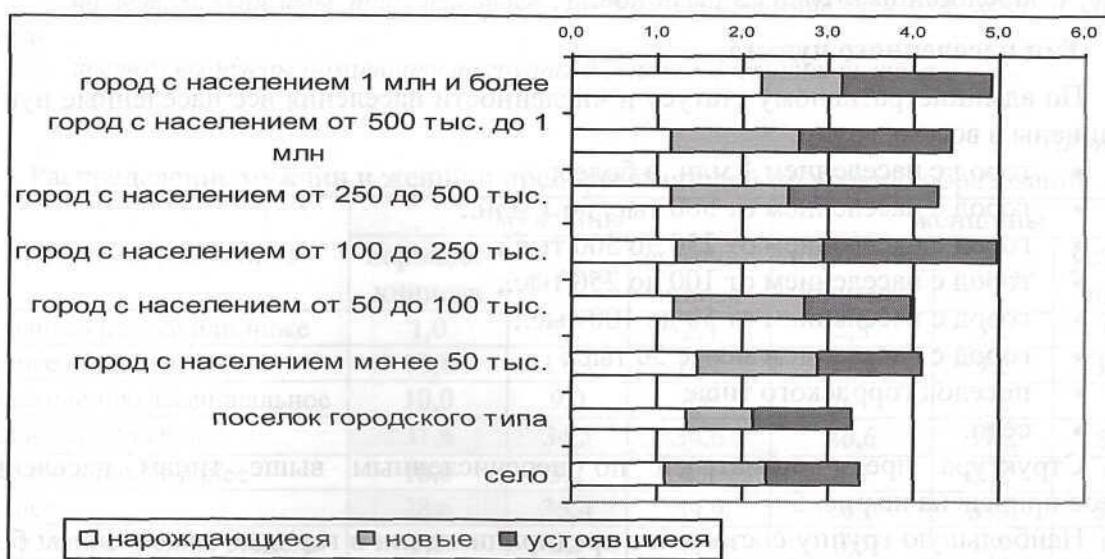


Рис. 6. Предпринимательская активность в различных типах населенных пунктов

Краткие выводы

Специфика развития предпринимательства в России, межрегиональные различия и диспропорции в развитии предпринимательства в регионах изучены недостаточно.

Предпринимательство, как сложное, комплексное явление, предполагает использование различных направлений и подходов для выявления и объяснения его особенностей.

Проведённый анализ выявил, территориальную неоднородность и характерную для регионов России неравномерность размещения нарождающегося, раннего и устоявшегося предпринимательства. Выявлены существенные различия в возрасте старт-апов: модальный возраст лежит в пределах от 18 лет (в Республике Тыва) до 59 лет (в Пензенской области). Доминирующую группу ранних предпринимателей по уровню образования представляют предприниматели со средним специальным и высшим образованием. В отдельных регионах доминируют предприниматели с начальным профессиональным и средним образованием.

Наличие выявленных различных следует учитывать при разработке направлений поддержки предпринимательства, наиболее эффективных для населения конкретного региона.

Литература

1. 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.
2. Поповская Е.В. Подходы к измерению предпринимательской активности населения: система количественных и качественных индикаторов // Вопросы статистики. 2013. № 3, 27-38 с.

В.Н. Румянцев

ИДЕИ ВЕЛИКИХ УЧЕНЫХ-СТАТИСТИКОВ И ИХ РАЗВИТИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Ключевые слова: описательная статистика, политическая арифметика, социальная физика, традиционная статистика Запада.

Историческое развитие статистики представляет научный и практический интерес, поскольку формирует представление о предмете, методе, объекте исследования, позволяет расширить наше представление о научном поиске, увязать целостную систему с современностью. Зарождение статистики связано прежде всего с управлением территорией, товарообменом, возникновением государства. Исследователи не всегда сходятся в оценке периодов ее развития. В историографии эпоха современного человека раздвигает геохронологические границы, отодвигая на более ранние периоды учеты воинов, земель, урожая, скота и другие первоначальные формы протостатистических работ, находивших применение в соответствии с формационной концепцией развития на этапе разложения первобытнообщинного строя задолго до н.э. Обзор ранних исторических периодов подтверждает активную позицию, которую постепенно завоевывала и в настоящее время выполняет статистика в системе управления обществом и познания мира в целом.

В новое время формируется описательный характер статистики. Его основоположниками общепризнано являются немецкие ученые Г. Ахенвалль и