

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КАПИТАЛ РЕГИОНА: ПОНЯТИЕ, ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ, ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ЛОКАЛИЗАЦИЯ

О. Б. Пономарев

Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
236041, Россия, Калининград, ул. А. Невского, 14.

Поступила в редакцию 14.08.2019 г.
doi: 10.5922/2079-8555-2019-4-9

© Пономарев О. Б., 2019

Важный аспект, объясняющий рискованные операции предпринимателя, — оценка и анализ его внутренних качеств и свойств. В этой связи многократно возрастает актуальность выявления и установления взаимосвязи предпринимательского риска и капитала. Применительно к региональному уровню не снижается значимость научной дискуссии о том, кто является носителем предпринимательского капитала, как его оценить и измерить, учитывая прямое влияние на условия ведения предпринимательской деятельности и возможности экономического роста конкретной территории. Поэтому цель настоящего исследования состояла в выявлении природы и сущности предпринимательского капитала региона, а также различий его локализации в деятельности физических и юридических лиц на конкретной территории.

Приводятся результаты изучения сложной структуры понятия «предпринимательский капитал региона» с учетом установления его взаимосвязи с такими категориями, как «предпринимательский дух», «предпринимательское вещество», «предпринимательская сила» и «предпринимательские способности». На основе оценки количества хозяйствующих субъектов (индивидуальных предпринимателей и фермеров, малых предприятий, средних и крупных предприятий) в расчете на 1000 человек населения показаны различия регионов РФ, в том числе Северо-Западного федерального округа, в предпринимательской активности как проявлении предпринимательского капитала.

Ключевые слова:

предприниматель, риск, жизненный цикл, эволюция свойств предпринимателя, предпринимательский дух, предпринимательский капитал

Введение

Теория предпринимательства насчитывает несколько столетий истории своего становления и многие ее положения можно считать устоявшимися. Однако с развитием экономики меняется и само предпринимательство, открывая ученым свои новые формы и свойства. Отвечая на эту динамику, развивается теория экономики предпринимательства, однако ее стремительное расширение и дополнение новыми элементами не всегда сопровождается достаточным качественным осмыслением.

Концепция предпринимательского капитала сегодня является одним из основных разрабатываемых научных направлений. При этом многие ее положения пока остаются предметом многочисленных научных дискуссий. В частности, нет единства относительно того, что же собой представляет предпринимательский капитал, какова его структура и какие факторы влияют на него. Неоднозначны позиции ученых и исследователей относительно того, кто является носителем предпринимательского капитала — лично предприниматель или совокупность предпринимателей. В последнем случае говорят о предпринимательском капитале региона.

Для цитирования: Пономарев О. Б. Предпринимательский капитал региона: понятие, формы проявления, пространственная локализация // Балтийский регион. 2019. Т. 11, № 4. С. 152–166.
doi: 10.5922/2079-8555-2019-4-9.

Если согласиться с тем, что предпринимательский капитал выступает основанием для активной предпринимательской деятельности, то его оценка становится важнейшей задачей регионального управления — формируя высокий уровень предпринимательского капитала, можно добиться существенного экономического роста региона. Однако научную проблему здесь уже составляет вопрос измерения предпринимательского капитала, так как его существенные характеристики определены в современных исследованиях слабо.

Признавая актуальность изучения предпринимательского капитала региона, в рамках настоящей статьи автор приводит результаты исследования его природы и существенных характеристик на основе установления связи и иерархической подчиненности с отдельными понятиями теории экономики предпринимательства. Новизна авторского исследования обусловлена выявлением взаимосвязи предпринимательского капитала с такими категориями, как «предпринимательский дух», «предпринимательское вещество», «предпринимательская сила», «предпринимательские способности» и др.

С опорой на установленную семантическую связь и категориальную обусловленность предпринимательского капитала в рамках концепции регионального управления разработан авторский подход к его оценке и измерению. Проверяется гипотеза о достаточности количественной оценки предпринимательского капитала с использованием показателей основных производственных фондов и инвестиций в основной капитал для выявления его влияния на социально-экономическое развитие территории. В качестве объекта исследования выбрана Калининградская область, приграничное и особенное геополитическое положение которой определяют близость к европейским рынкам, тем самым стимулируя предпринимательскую активность в регионе. Это позволяет как наилучшим образом описать предпринимательский капитал региона, так и оценить его структуру, а компактность и размеры экономики быстро отражают достигаемые эффекты и влияние на экономический рост и развитие приращения различных форм капитала.

По результатам сравнительной количественной оценки и анализа предпринимательского капитала Калининградской области с регионами России автор эмпирически доказывает и делает вывод о том, что его количественное измерение, учитывая сложность и взаимообусловленность с другими категориями экономики предпринимательства, требует применения и специально разработанных качественных метрик. Установлено, что ключевой категорией во взаимосвязи предпринимательского риска и капитала выступает фактор времени.

В качестве ограничений исследования следует признать, что доказательная база могла бы быть усилена по результатам серии организованных экспертных интервью и социологических обследований. Однако это требует проведения исследований на уровне типологической выборки регионов, а также организации специальных фокус-групп. Несмотря на указанное ограничение с опорой на эмпирическую базу с использованием доступных и публикуемых в официальных источниках статистических сведений, были получены выводы, имеющее большое значение для дальнейшего развития теории экономики предпринимательства применительно к регионам.

Методология исследования и данные

В статье на основе анализа литературных источников продолжается разработка высказанных автором ранее теоретических положений, касающихся развития предпринимательства в Российской Федерации. Предложены индикаторы измерения предпринимательской активности в регионах страны и проведена их апробация. Для этого обработан обширный статистический материал Росстата, представленный в виде комбинационной таблицы, картограммы и диаграммы; проведено сравнение субъектов РФ (и отдельно Северо-Западного федерального округа) по уровню и структуре предпринимательской активности.

Теоретическое обоснование предпринимательского капитала региона

В теории экономики предпринимательства сегодня достаточно активно изучается как собственно само понятие предпринимательства, впервые введенное Р. Кантильоном [1], так и его связь с риском. И хотя изначально принималось, что предприниматели работают в условиях риска, многие ученые позже стали утверждать, что стремление к риску — это основная черта предпринимателя [2—4]. Практика предпринимательской деятельности показывает, что среди предпринимателей личности, склонные к риску, вовсе не преобладают и склонность к риску — это характерная черта свойств только отдельных предпринимателей [1; 5, р. 243]. При этом неопределенность — объективное условие осуществления предпринимательской деятельности.

Так кто же является предпринимателем? Р. Кантильон писал об этом следующее. Население страны помимо «государя и других собственников земли» делится на два класса: предприниматели и наемные работники. Класс предпринимателей составляют лица, которые с использованием собственного капитала или без него, только посредством приложения труда, осуществляют предпринимательскую деятельность с целью получения заработной платы. Все они существуют и действуют в условиях неопределенности [1, р. 27].

Используя уже современную терминологию, его мысль можно сформулировать так: чем большее количество предпринимателей есть в регионе, тем активнее развивается регион. Именно из этого положения, которое сегодня разделяется всеми представителями экономической науки, следует связь между предпринимательской активностью в регионе, предпринимательским капиталом и предпринимательским потенциалом к предпринимательству.

Особая роль здесь отводится «предпринимательскому духу», природа и истоки которого были рассмотрены сначала М. Вебером [6], а уже позже В. Зомбартом [7, р. 67], который указывал, что это «совокупность душевных качеств», необходимых для реализации предпринимательского проекта, при этом основными для успешного предпринимательства должны быть способности завоевателя, организатора и торговца.

Понятия «предпринимательский дух» и «предпринимательский капитал» имеют тесную связь, но ее выявление ограничивается сложностью и размытостью границ такой фундаментальной категории экономической науки, как капитал [8]. Встречаются представления о капитале как об исключительно образованном объектами, вовлеченными в товарно-денежный оборот (см., напр., [9]), так как многие вещи, услуги и даже отношения получают форму товара. Противоположная позиция [10, р. 6] заключается в том, что капитал — это единое целое, включающее такие элементы, как промышленный капитал (здания и машины), человеческий капитал (знание, умения, опыт и здоровье), социальный капитал (отношения и институты), финансовый капитал (денежное богатство) и природный капитал.

Понятие «предпринимательский капитал» стало результатом развития подходов авторов к изучению категории «капитал» в отношении отдельных вопросов функционирования рыночной экономики.

Т. Эрикссон [11] был в числе первых ученых, которые представили концептуальные положения о «предпринимательском капитале», сформулированные на основе рассмотрения дихотомии «финансовый капитал — нефинансовый капитал». Именно последняя часть относится современными авторами к предпринимательскому капиталу. Это «физический, организационный, технологический, человеческий, культурный, социальный и символический капитал владельцев бизнеса и их фирм» [12, р. 150]. Но до сих пор некоторые ученые сомневаются в этом: «Во многих случаях инвесторы справедливо отрицают наличие предпринимательского капитала, потому что предпринимателям не хватает управленческих навыков, необходимых для роста и развития быстрорастущих предприятий» [13, р. 9].

Если обратиться к современным российским ученым, то многие и вовсе считают, что «предпринимательский капитал — это инвестиции в предприятия как новые, так и уже действующие [14, с. 354], и различают два их вида — портфельные и прямые. Однако, если считать, что предпринимательский капитал — это капитал, используемый предпринимателем, неясным остается, для чего к слову «капитал» добавлять определение «предпринимательский»? Ведь в таком случае его отличие от капитала любого другого бизнеса становится малозначимым.

На наш взгляд, ключевым в определении понятия «предпринимательский капитал» является указание на то, что капитал используется для извлечения прибыли. Родоначальник неоклассической экономической науки А. Маршалл первым указал на то, что предприниматель использует в своей деятельности наемный труд и (чаще всего) заемный капитал [15]. Вслед за ним эту идею поддержали другие экономисты, которые пришли к мнению о том, что прибыль предпринимателя — это и есть плата ему за то, что он сумел соединить труд и капитал воедино и организовал производство и сбыт. Но наемный труд и капитал используют и другие участники хозяйственной системы, а не только предприниматели, поэтому необходимо выделить отличительные черты, присущие именно предпринимательскому капиталу.

Мы будем различать два понятия: капитал, используемый предпринимателем, и предпринимательский капитал.

Капитал, используемый предпринимателем, — это совокупность финансовых, материальных и нематериальных активов, которые предприниматель привлекает для производства. Он ничем не отличается от того капитала, который используется в любом другом бизнесе.

Предпринимательский капитал — это такой элемент системы хозяйствования, который присущ только предпринимателю и никому другому, применяя который предприниматель извлекает дополнительную прибыль. Безусловно, предпринимательский капитал тесно связан с системными свойствами предпринимателя и предпринимательским духом.

В. Зомбарт [7], определяя предпринимательский дух, писал о том, что это есть совокупность всех душевных качеств индивидуума. Поэтому следует выделить и рассмотреть те из них, которые относятся к бизнесу, — деловые качества или предпринимательское вещество.

Предпринимательское вещество — это та совокупность душевных качеств предпринимателя, которая отличает его от других индивидуумов и толкает его при определенных условиях к занятию предпринимательской деятельностью. Предпринимательское вещество складывается из двух элементов — предпринимательских сил и предпринимательских способностей.

Словосочетание «предпринимательская сила» нечасто встречается в научной литературе. Так, Д. Гроу использует его как некоторую альтернативу «силе доходов»: «Если вы применяете только силу дохода в бизнесе и ничего, кроме нее, вы будете получать доход и заплатите за это много больше, чем если бы вы использовали сочетание предпринимательской силы и силы дохода» [16, р. 20]. М. Лу и Х. Пан утверждают, что «предпринимательская сила рефлексирована “мощь”, заключающаяся в ресурсах хозяйственной системы» [17, р. 63]. Но суть понятия «предпринимательская сила» авторы не раскрывают, поэтому обратим на него отдельное внимание.

Нами предлагается предпринимательскую силу рассматривать как меру воздействия предпринимателя на хозяйственную систему, в которой он работает. То есть предпринимательская сила — это та часть душевных сил предпринимателя, которые позволяют ему заставлять людей работать, а владельцев финансового капитала — давать этот капитал предпринимателю в кредит.

На наш взгляд, к числу тех самых предпринимательских сил, которые составляют предпринимательское вещество, следует отнести: 1) инстинкт миллионера, 2) волю, 3) точность, 4) любознательность и 5) ответственность.

Инстинкт миллионера. Предприниматель инстинктивно понимает возможности, открывающиеся перед ним после принятия любого хозяйственного решения, связанные с получением прибыли. Делает он это интуитивно, минуя все стадии тщательного анализа ситуации выбора наилучшего решения. Под интуицией понимается постижение истины без последовательного анализа. Инстинкт как проявление внутренней убежденности формируется на основе интуиции. Это позволяет предпринимателю быстро принимать решения, опережая своих конкурентов.

Сила воли. Вне зависимости от психотипа предпринимателя любого из них отличает сильный характер. Собственно без этой особой настойчивости, непреклонности, стойкости к преодолению трудностей вообще не может состояться предприниматель как личность. На силе воли строится фундамент свободы предпринимателя. Важнее всего свобода творить и смелость принимать на себя риск. Эта сила воли рождает харизму лидера. Вне всякой связи с внешним образом сила воли и особая осознанная смелость проявляются в конкретных действиях и признаются другими людьми. Любой предпринимательский талант погибнет, не обладая предприниматель силой воли и техниками борьбы с внутренними и внешними угрозами.

Точность. Китайская мудрость, основанная на многих сотнях лет практики, гласит: «Скорость важнее силы, но точность важнее скорости». Действительно, можно утверждать, что не так важна скорость, с которой развивается бизнес, как важна точность стратегии и главной цели. Характерная особенность лидера — простота и ясность тех планов, комбинаций и решений, к которым он пришел. Поэтому точность — это особенная техника конкурентоспособности, отражающая связь интеллекта с силой воли через особую концентрацию, дающую проникновение в детали, без которых невозможен предпринимательский шаг в неизвестность.

Любознательность в информационную эпоху — это инструмент приобщения к экономике знаний. Предпринимательству не учат в школе, а любознательность — это главное качество, которое должен иметь собственник. Любознательность — это инструмент первопроходца. Д. Трамп как известный крупный и успешный предприниматель считает, что «предприниматели имеют интраперсональный тип интеллекта, который помогает переживать падения, вставать и, усвоив еще один урок, с интересом и благодарностью за новый опыт идти дальше» [18, с. 112].

Ответственность. Предпринимательство всегда связано с риском, а принятие рискованных решений ставит вопрос об ответственности за неудачу. Ответственность принято считать понятием социальным, но для предпринимателя она становится чертой характера, позволяющей быть собственником. «Беря на себя ответственность за все, вы вливаете в себя новую энергию... это служит катализатором успеха» [18, с. 187]. Даже самые лучшие управленческие решения не могут обеспечить успех — только ответственный профессиональный труд команды дает результат.

С помощью указанных пяти составляющих предпринимательской силы предприниматель и осуществляет самостоятельную хозяйственную деятельность. Эти предпринимательские силы должны дополняться еще и способностями их применить. Использовать пять предпринимательских сил для организации бизнеса могут многие, но не все из них становятся успешными предпринимателями, многие так и остаются на уровне самозанятости или малого бизнеса.

Под предпринимательскими способностями следует понимать такой набор личных качеств, умений и дарований человека, которые позволяют ему успешно реализовывать присущие ему предпринимательские силы. Предпринимательские способности определяются возрастом и полом предпринимателя, уровнем его образования,

опытом самостоятельной деятельности и т.п. Поскольку талант — это выдающиеся способности человека, которые открываются с приобретением опыта, формируя определенный навык, то и предпринимательский талант — это выдающиеся предпринимательские способности.

Сочетание предпринимательских сил и предпринимательских способностей и составляет предпринимательское вещество личности. Индивидуумы, обладающие «предпринимательскими силами», но не реализовавшие свои «предпринимательские способности», становятся «крепкими хозяйственниками» и организаторами крупных хозяйственных проектов. Поэтому для того, чтобы предпринимательское вещество было полностью раскрыто и личность обладала предпринимательским духом, необходимо, чтобы в обществе существовали возможности для предпринимателя участвовать в хозяйственной деятельности и условия, которые создаются для ведения этой предпринимательской деятельности. Иначе говоря, в обществе должен быть создан предпринимательский потенциал, который и позволит раскрыться предпринимательским способностям.

Если предпринимательское вещество — это внутренне присущий предпринимателю набор свойств, то предпринимательский потенциал — это результат воздействия внешней среды, под влиянием которой предпринимательское вещество создает возможность (или невозможность) для занятия предпринимательской деятельностью.

Предпринимательский потенциал определяется открытостью экономики для начала нового бизнеса, инфраструктурой этого бизнеса, отношением общества к бизнесу и к предпринимательству и т.п.

Наличие в обществе людей, обладающих предпринимательским духом, и наличие в нем предпринимательского потенциала и формируют предпринимательский капитал. Другими словами предпринимательский капитал — это та или иная степень реализации предпринимательского вещества в практике хозяйственной жизни, обусловленная различной степенью предпринимательского потенциала в обществе. Если в обществе созданы все условия для ведения потенциальной предпринимательской деятельности, то и предпринимательский капитал в нем будет максимальным. Если же в обществе угнетается предпринимательская активность, то предпринимательский капитал будет чрезвычайно мал и проявляться исключительно в теневом бизнесе.

Предпринимательский потенциал, то есть возможность предпринимателя участвовать в хозяйственной деятельности, определяется наличием или отсутствием в его распоряжении необходимых ресурсов, то есть их доступностью. В экономической науке уже более ста лет считается, что предприниматель распоряжается только двумя видами ресурсов: денежным капиталом, который привлекается для бизнеса, и трудом, который предприниматель нанимает на рынке. Это базовая модель, которая является сильным упрощением, допустимым в идеализированных построениях экономической теории и недопустимым в теоретико-прикладных науках, к которым, безусловно, относится экономика предпринимательства.

Как показал личный опыт автора статьи и многочисленные глубинные интервью, проведенные с сотнями успешных предпринимателей, к числу основных ресурсов, которые использует предприниматель, необходимо отнести труд, капитал, информацию, технологии и время. Только эти пять ресурсов позволят предпринимателю раскрыть свои способности. Их наличие или отсутствие в обществе и создают тот или иной уровень предпринимательского потенциала.

Поскольку о труде и капитале, которые использует предприниматель в своей деятельности, экономисты написали много работ, остановимся на тех ресурсах, которые мы указали, — информация, время и технологии. Еще сто лет назад важность этих ресурсов в предпринимательской деятельности, да и в деловой среде в целом не была столь велика, как сегодня, поэтому им не уделялось достаточно внимания.

Экономисты давно писали о том, насколько важна для принятия экономических решений информация. Но при этом ученые в основном обращали внимание на необходимость поиска информации и сравнивали затраты на поиск информации с результатами решений в условиях неопределенности. По-настоящему на важность информации как ресурса обратил внимание в 1961 году Дж. Дж. Стиглер [19, р. 221], определив ценность информации как ресурса исходя из ситуации поиска необходимых данных. Но сегодня в условиях цифровизации экономики предприниматель сталкивается с другой ситуацией — с ситуацией избыточности информации.

Мы живем в эпоху нарастающего влияния цифровой экономики. В попытке воспринять ее внимание человека рассредоточивается, возникает своеобразный парадокс — чем больше информации окружает человека, тем сильнее нарастает неопределенность. Суть парадокса состоит в том, что по определению информация — это мера устранения неопределенности. Переизбыток информации открывает перед человеком, принимающим решения, такое большое количество вариантов решений, что он не в состоянии переработать массивы данных и вновь сталкивается с ситуацией неопределенности. Если у предпринимателя есть информация об одном событии, он ее легко усвоит и даст ей осмысленную оценку. Если это информация о двух одновременно происходящих событиях, он и ее может усвоить и принять правильное решение. Но в условиях переизбытка информации предприниматель не только не в состоянии принять наилучшее решение, но и зачастую вообще не способен это сделать. Поэтому информация — это важнейший ресурс, которым предприниматель должен распоряжаться по своему усмотрению. Только наличие современных информационных технологий поможет предпринимателю эффективно использовать информацию как ресурс.

В условиях цифровой экономики, когда производственные технологии невозможны без применения информационных технологий, все отчетливее видно, что важнейшим ресурсом именно предпринимательской деятельности помимо информации становится время. Успеть раньше всех принять важное решение и использовать его в стремлении максимизировать свою прибыль — вот когда реализуется предпринимательское вещество по отношению к этому ресурсу. Именно в случае, когда предприниматель по-настоящему управляет временем, и проявляется склонность предпринимателя к риску. Принять решение в условиях риска — важный шаг, на который может осмелиться лишь тот, кто вполне овладел талантом использования времени как ресурса. Для управления временем предприниматель должен быть освобожден от ситуации тратить его на решение рутинных задач.

Конечно, делегирование полномочий своим подчиненным для их решения — это важный метод управления временем, но в жизни предпринимателя есть множество таких задач, которые кроме него никто не может решить, поскольку они являются жизненно важными для его бизнеса. Многочисленная регламентация бизнеса со стороны государственных органов управления вынуждает предпринимателя тратить свое время на следование регламентам и личное сопровождение многих задач, вытекающих из этого. В результате он уменьшает затраты времени на решение задач развития собственного бизнеса. Если сравнить время, которое тратит российский предприниматель на управление своим бизнесом, с тем временем, которое тратит на это его западный коллега, мы убедимся в том, что эта разница не в пользу отечественного предпринимателя. По результатам проведенного опроса и личных встреч как с отечественными, так и с западноевропейскими партнерами мы можем утверждать, что как минимум на треть меньше своего времени тратит российский предприниматель на ведение бизнеса по сравнению с зарубежным коллегой. Эта экспертная оценка может быть подкорректирована, поскольку тщательных измерений автором не проводилось.

Бурный рост мировой экономики в сторону разнообразия товаров и услуг, начавшийся в 70-е годы XX века, способствовал существенному росту возможных технологий производства. Современный мир предоставляет каждому хозяйственнику возможность использовать многочисленные и многообразные технологии. Разнообразие технологий определяет необходимость выбора одной из них каждым предпринимателем. И технология сегодня — это тоже ресурс, которым пользуется предприниматель.

Каждая из технологий обладает своими преимуществами и недостатками. И информация о них чрезвычайно объемна. Для того чтобы принять правильное решение, предприниматель и использует инстинкт миллионера. Этот инстинкт позволяет ему практически мгновенно, минуя многочисленные стадии рассуждений, сравнений и предварительного выбора, «почувствовать» значимость технологии, которую он берет за основу. Но ошибка в выборе и использовании ресурса может быть фатальной.

Итак, степень доступности предпринимателя к указанным пяти ресурсам и определяет предпринимательский потенциал региона.

Таким образом, предпринимательский капитал представляет собой две взаимосвязанные составляющие: 1) набор свойств, присущий только предпринимателю (предпринимательское вещество), и 2) набор условий и факторов, которые позволяют потенциальному предпринимателю решиться на самостоятельную предпринимательскую деятельность (предпринимательский потенциал).

Приведенные выше положения о взаимосвязи многих понятий теории экономики предпринимательства позволяют понять то, как на региональном уровне следует управлять предпринимательским капиталом. Эти положения разделяются на два основных направления: а) формирование предпринимательского духа в обществе в целом и у каждого индивидуума в отдельности; б) создание условий для реализации той части предпринимательского вещества индивидуума, которая была названа «предпринимательскими способностями», через рост предпринимательского потенциала региона.

Предпринимательский дух региона может быть раскрыт наилучшим образом в том случае, когда обществом не просто поддерживается предпринимательская деятельность, а занятие ею становится таким же почетным, как деятельность в области науки или искусства, выполнение обязанностей по защите жизни и безопасности граждан и др. Для реализации духовных качеств индивидуумов региона общество и региональные власти должны повышать предпринимательский потенциал. Этот потенциал определяется доступностью для любого предпринимателя пяти рассмотренных выше основных видов ресурсов.

Региональные различия в уровне развития и использовании предпринимательского капитала

Предпринимательский капитал реализуется через деятельность индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств и благодаря возникновению и развитию создаваемых предпринимателями предприятий и организаций: микропредприятий, малых, средних и крупных предприятий. В различных регионах Российской Федерации их соотношение неодинаково и зависит как от особенностей регионального социума, так и от социально-экономических и иных характеристик региона. Общей тенденцией в последние годы является более интенсивное развитие индивидуального предпринимательства, однако основную часть товаров и услуг создают крупные предприятия, что подтверждается проводимыми исследованиями (см., напр., [20]). Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года ставит следующие задачи: «Увеличение доли занятого населения в секторе малого и среднего предпринимательства в общей

численности занятого населения до 35 процентов. Стратегическим ориентиром является увеличение доли малых и средних предприятий в валовом внутреннем продукте в 2 раза (с 20 до 40 процентов), что будет соответствовать уровню развитых стран»¹.

Таблица 1 и рисунок 1 отражают территориальные различия предпринимательской активности (которую автор оценивает с помощью показателей числа граждан, вовлеченных в управление как юридическими, так и физическими лицами, в расчете на 1000 человек населения²) в разрезе субъектов Российской Федерации.

Таблица 1

Распространенность субъектов малого бизнеса

Тип региона	В расчете на 1000 человек населения		Регионы
	индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств	малых предприятий	
1А	25,0 и более	25,0 и более	Москва, Санкт-Петербург; Калининградская, Новосибирская области
2А	30,0 и более	15,0—24,9	Севастополь; Камчатский край; Белгородская, Московская, Магаданская, Сахалинская области
3А	30,0 и более	14,9 и менее	Республики Адыгея, Калмыкия, Крым, Алтай, Саха (Якутия); Ямало-Ненецкий, Ханты-Мансийский автономные округа; Краснодарский, Ставропольский края; Калужская, Ростовская область
2В	14,0—29,9	15,0—24,9	Республики Карелия, Татарстан, Удмуртская; Пермский, Красноярский, Приморский, Хабаровский края; Вологодская, Мурманская, Псковская, Ивановская, Костромская, Рязанская, Смоленская, Тверская, Ярославская, Нижегородская, Кировская, Самарская, Ульяновская, Свердловская, Тюменская, Челябинская, Иркутская, Омская, Томская области
3В	20,0—29,9	14,9 и менее	Республики Коми, Кабардино-Балкарская, Карачаево-Черкесская, Башкортостан, Чувашская, Бурятия, Тыва, Хакасия; Алтайский, Забайкальский края; Архангельская (с Ненецким АО), Ленинградская, Новгородская, Брянская, Владимирская, Воронежская, Курская, Липецкая, Орловская, Тамбовская, Тульская, Астраханская, Волгоградская, Пензенская, Саратовская, Оренбургская, Курганская области; Еврейская автономная область; Чукотский автономный округ
3С	19,9 и менее	14,9 и менее	Республики Марий Эл, Мордовия, Дагестан, Ингушетия, Северная Осетия — Алания, Чеченская; Кемеровская, Амурская области

Составлено на основе данных: Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.09.2019).

¹ Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 г. № 1083-р. URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102400738> (дата обращения: 15.09.2019).

² Мы исходим из определения О.Р. Верховской, Д.М. Дорохиной [21], которые считают, что предпринимательская активность описывает вовлеченность населения в создание новых компаний, управление растущими и устоявшимися компаниями, а также в закрытие бизнеса.

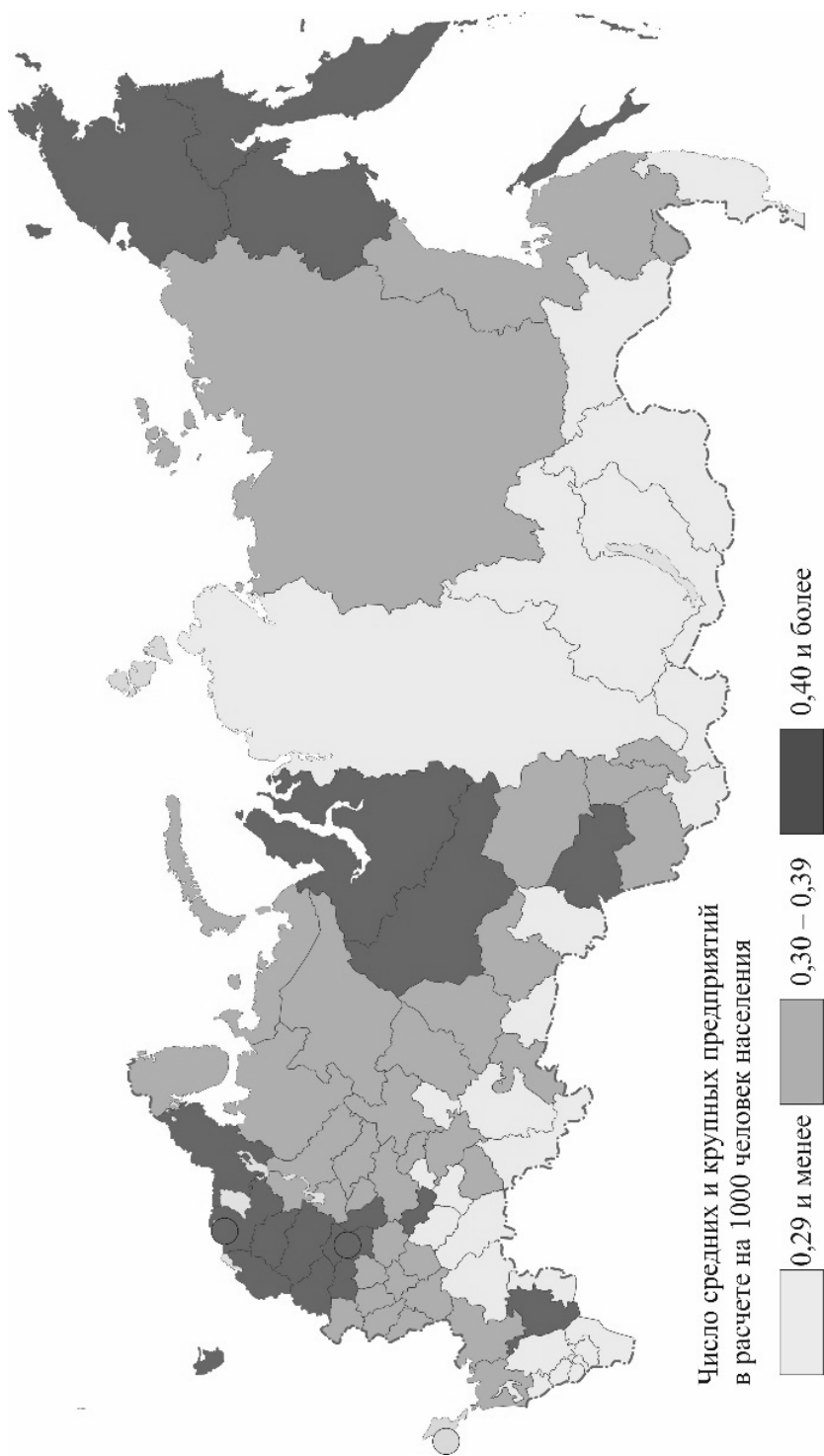


Рис. 1. Число средних и крупных предприятий в расчете на 1000 человек населения

Составлено на основе данных: Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.09.2019).

На рисунке 1 видно, в каких частях страны активность в организации деятельности крупных предприятий более, а в каких менее высока. Прежде всего высокими показателями характеризуются Москва, Санкт-Петербург и соседние с ними субъекты РФ, нефте- и газодобывающие автономные округа и Новосибирская область в Западной Сибири, ряд регионов Дальнего Востока. Меньше всего крупных предприятий в расчете на 1000 жителей в субъектах РФ, прилегающих к южной границе страны, в Восточной Сибири и некоторых республиках Поволжья и Урала.

Таблица 1 позволяет различить группы регионов по активности индивидуальных предпринимателей, с одной стороны, и деятельности в создании малых предприятий (включая микропредприятия) — с другой. В обоих случаях выделяются такие отнесенные к типу 1А наиболее экономически развитые субъекты РФ, как Москва и Санкт-Петербург, один из наиболее продвинутых сибирских регионов — Новосибирская область, а также Калининградская область, развитию малого предпринимательства в которой способствует ее экономико-географическое положение, переселенческий характер населения и режим Особой экономической зоны. Регионы типа 2А и 3А отличаются высоким уровнем индивидуальной предпринимательской активности (различия между этими типами состоят в том, что в 2А выше число малых предприятий на 1000 человек населения). Регионы 2Б характеризуются показателями, близкими к средним по стране. Тип 3Б отличается он 2Б меньшим числом малых предприятий на 1000 жителей. К типу 3С относятся регионы, в которых на 1000 человек населения и число индивидуальных предпринимателей, и количество малых предприятий самое низкое в стране. Это ряд республик Северного Кавказа, Мордовия в Поволжье, а также Кемеровская и Амурская области на востоке страны.

В качестве примера более подробного сопоставления межрегиональных различий предпринимательской активности представлен рисунок 2.

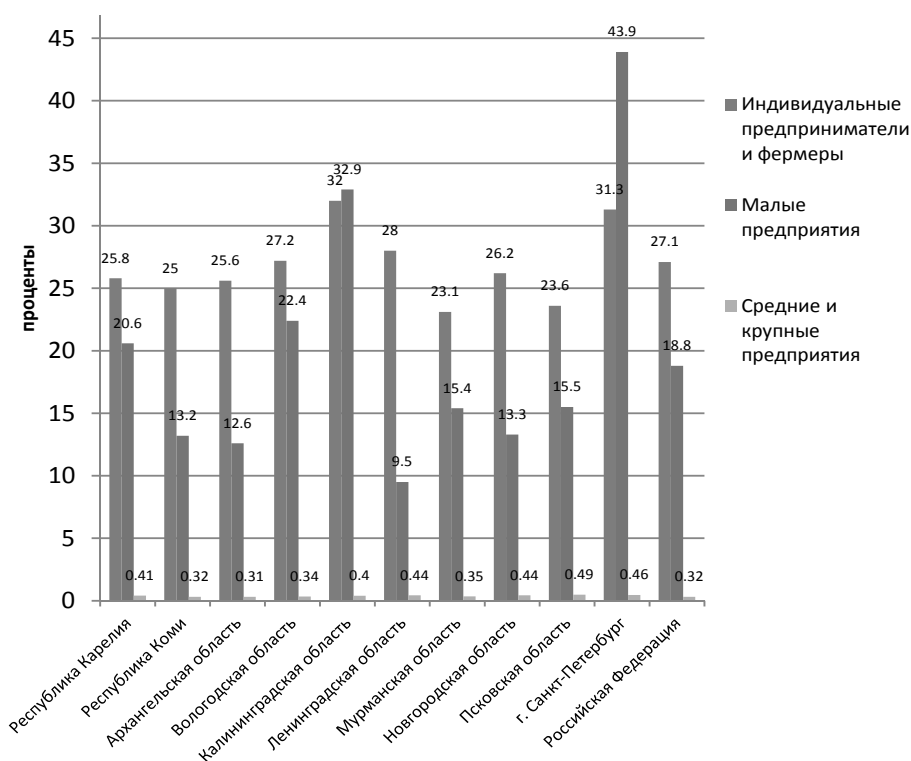


Рис. 2. Число хозяйствующих субъектов различных типов в расчете на 1000 человек населения в субъектах РФ, Северо-Западный федеральный округ

Составлено на основе данных: Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.09.2019).

Рисунок 2 отражает число хозяйствующих субъектов различных типов в расчете на 1000 человек населения в регионах Северо-Западного федерального округа, который характеризуется в целом более высоким уровнем развития предпринимательства по сравнению со средними по РФ показателями. Все регионы округа (особенно на его западе) в расчете на 1000 жителей имеют относительно большое число крупных предприятий. Показатель индивидуального предпринимательства в большинстве регионов близок к среднероссийскому. И только число малых предприятий на 1000 человек населения выше среднего в четырех регионах, а ниже — в шести. В числе лидеров по обоим показателям — Санкт-Петербург и Калининградская область, относящиеся к приморским «международным коридорам развития» [22] (а первый из них еще и, по классификации Дж. Фридмана [23], к «регионам-ядрам», одним из субъектов — лидеров социально-экономического развития страны).

Заключение и выводы

По результатам исследования установлено, что предпринимательский капитал региона представляет собой один из элементов системы хозяйствования, который связан и определяется предпринимательским духом.

В широком смысле под предпринимательским духом понимаются деловые качества, а его основной составляющей выступает предпринимательское вещество. Предпринимательский дух представляет собой внутренне присущие предпринимателю качества и набор свойств, формируется такими составляющими, как предпринимательские силы и предпринимательские способности.

Обладая предпринимательскими силами, чтобы реализовать имеющиеся предпринимательские способности, общество должно создавать условия для обеспечения и роста предпринимательского потенциала. Он выражается в наличии и доступности таких ресурсов, как капитал, труд, информация, технология и время.

Таким образом, предпринимательский капитал региона выражает ту или иную степень реализации предпринимательского вещества в практике хозяйственной жизни, обусловленной различной степенью предпринимательского потенциала в обществе.

В дополнение к категориям предпринимательского капитала, выделенным в данной статье в разделе «Теоретическое обоснование предпринимательского капитала региона», а также рассмотренным автором ранее [24], предлагается использовать такие показатели предпринимательской активности, как число хозяйствующих субъектов (физических и юридических лиц) в расчете на 1000 человек населения. Эти показатели, отражающие ситуацию в субъектах Российской Федерации, представлены в статье на рисунках и в таблице. Выявлены и наглядно отражены весьма существенные межрегиональные различия относительных показателей, отражающих активность индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств, малых, средних и крупных предприятий. Их целесообразно учитывать в разработке документов федеральной региональной политики и в стратегиях социально-экономического развития регионов.

Список литературы

1. *Cantillon R.* Essays on the Nature of Commerce in General. Transaction Publishers, 2009.
2. *Chell E.* The Entrepreneurial Personality: A Social Construction. Routledge, 2008. doi: 10.4324/9780203938638.
3. *Cunningham J.A., O’Kane C.* Technology-Based Nascent Entrepreneurship: Implications for Economic Policymaking. Springer, 2017. doi: 10.1057/978-1-137-59594-2.

4. *Mullins J.W., Forlani D.* Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions // *Journal of Business Venturing*. 2000. Vol. 15(4). P. 305—322. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00017-2.
5. *Wärneryd K.E.* The Psychology of Saving: A Study on Economic Psychology. E. Elgar, 1999.
6. *Weber M.* The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism: and Other Writings. Penguin, 2002.
7. *Sombart W.* The Quintessence of Capitalism: A Study of the History and Psychology of the Modern businessman. Routledge. Thoemmes Press, 1998.
8. *Taylor L.D.* Capital, Accumulation, and Money: An Integration of Capital, Growth, and Monetary Theory. Springer Science & Business Media, 2010. doi: 10.1007/978-0-387-98169-7.
9. *Tittenbrun J.* Concepts of Capital: The Commodification of Social Life. Routledge, 2017. doi: 10.4324/9781315080727.
10. *Balint L., Jones A.* Natural Capital and Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services // *Debating Nature's Value: The Concept of 'Natural Capital' / Anderson V. (ed.)*. Springer International Publishing, Palgrave Pivot, 2018. P. 5—17. doi: 10.1007/978-3-319-99244-0_2.
11. *Erikson T.* Entrepreneurial Capital: The Emerging Venture's Most Important Asset and Competitive Advantage // *Journal of Business Venturing*. 2002. Vol. 17(3). P. 275—290. doi: 10.1016/S0883-9026(00)00062-8.
12. *Sethna Z., Jones R., Harrigan P.* Entrepreneurial Marketing: Global Perspectives. Emerald Group Publishing, 2013.
13. *Buss T.F.* Capital, Emerging High-growth Firms and Public Policy: The Case Against Federal Intervention. Greenwood Publishing Group, 2001.
14. *Океанова З.К.* Экономическая теория. М., 2012.
15. *Маршалл А.* Принципы экономической науки. М., 1993.
16. *Grau D.* Buying, Selling, and Valuing Financial Practices, + Website: The FP Transitions M&A Guide. John Wiley & Sons, 2016. doi: 10.1002/9781119207405.
17. *Lu M., Pan H.* Government-Enterprise Connection: Entrepreneur and Private Enterprise Development in China. Singapore, 2015. doi: 10.1007/978-981-287-658-4.
18. *Трамн Д.* Думай, как миллиардер. М., 2016.
19. *Stigler G.J.* The Economics of Information // *The Journal of Political Economy*. 1961. Vol. 69 (3). P. 213—225.
20. *Voloshenko K., Ponomarev A.* Modelling of regulatory factor and managerial impact assessment in the regional economy sectors: a case-study of the Kaliningrad region (Russia) // *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2019. № 32 (1). P. 1883—1902. doi: 10.1080/1331677X.2019.1640623.
21. *Верховская О.Р., Дорохина М.В.* Исследования предпринимательства в России в рамках Глобального мониторинга предпринимательства: основные результаты 2006—2007 гг. // *Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент*. 2008. № 3. С. 25—52.
22. *Федоров Г.М.* Калининградская дилемма: «коридор развития» или «двойная периферия»? Геополитический фактор развития российского эксклава на Балтике // *Балтийский регион*. 2010. № 2. С. 5—15.
23. *Friedmann J.* Regional Development Policy: A Case Study of Venezuela. Cambridge, 1966.
24. *Пономарев О.Б., Светушков С.Г.* К вопросу о базовых дефинициях теории предпринимательства // *Современная конкуренция*. 2016. Т. 10, № 1 (55). С. 33—42.

Об авторе

Олег Борисович Пономарев, кандидат экономических наук, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Россия.

E-mail: obp969@mail.ru

ENTREPRENEURIAL CAPITAL OF THE REGION: THE CONCEPT, MANIFESTATIONS AND SPATIAL LOCALISATION

O. B. Ponomarev

Immanuel Kant Baltic Federal University
14 A. Nevski St., Kaliningrad, Russia, 236016

Received 14 August 2019
doi: 10.5922/2079-8555-2019-4-9
© Ponomarev O.B., 2019

An important element of the explanation why an entrepreneur carries out high-risk transactions is the evaluation and analysis of her or his inner qualities. Thus, there is a need to identify the connection between entrepreneurial risk and capital. At the regional level, there is an ongoing academic discussion as to who the carrier of entrepreneurial capital is and how this capital can be measured and evaluated in view of its direct influence on the business environment and economic growth opportunities of a certain territory. This article presents the findings of a study into the complex structure of the concept of regional entrepreneurial capital and establishes how this concept is connected with such categories as entrepreneurial spirit, entrepreneurial substance, and entrepreneurial ability. Using an estimate of the number of economic entities (individual entrepreneurs and farmers; small, medium, and large enterprises) per 1,000 population, the study demonstrates cross-regional differences in entrepreneurial activity as a manifestation of entrepreneurial capital, including those in the Northwestern Federal District.

Keywords:

entrepreneur, risk, lifecycle, evolution of entrepreneurial properties, entrepreneurial spirit, entrepreneurial capital

References

1. Cantillon, R. 2009, *Essays on the Nature of Commerce in General*, Transaction Publishers, 188 p.
2. Chell, E. 2008, *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*, Routledge, 320 p. Doi: <https://doi.org/10.4324/9780203938638>.
3. Cunningham, J.A., O’Kane, C. 2017, *Technology-Based Nascent Entrepreneurship: Implications for Economic Policymaking*, Springer, 312 p. Doi: <https://doi.org/10.1057/978-1-137-59594-2>.
4. Mullins, J.W., Forlani, D. 2000, Perceived risks and choices in entrepreneurs’ new venture decisions, *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, no. 4, p. 305–322. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00017-2).
5. Wärmeryd, K.E. 1999, *The Psychology of Saving: A Study on Economic Psychology*, E. Elgar, 389 p.
6. Weber, M. 2002, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism: and Other Writings*, Penguin, 464 p.
7. Sombart, W. 1998, *The Quintessence of Capitalism: A Study of the History and Psychology of the Modern businessman*, Routledge, Thoemmes Press, 395 p.
8. Taylor, L.D. 2010, *Capital, Accumulation, and Money: An Integration of Capital, Growth, and Monetary Theory*, Springer Science & Business Media, 278 p. Doi: <https://doi.org/10.1007/978-0-387-98169-7>.
9. Tittenbrun, J. 2017, *Concepts of Capital: The Commodification of Social Life*, Routledge, 272 p. Doi: 10.4324/9781315080727.

10. Balint, L., Jones, A. 2018, Natural Capital and Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services. In: Anderson, V. (ed.) *Debating Nature's Value: The Concept of 'Natural Capital'*, Cham, Springer International Publishing, Palgrave Pivot, p. 5—17. Doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-99244-0_2.
11. Erikson, T. 2002, Entrepreneurial Capital: The Emerging Venture's Most Important Asset and Competitive Advantage, *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, no. 3, p. 275—290. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00062-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00062-8).
12. Sethna, Z., Jones, R., Harrigan, P. 2013, *Entrepreneurial Marketing: Global Perspectives*, Emerald Group Publishing, 320 p.
13. Buss, T.F. 2001, *Capital, Emerging High-growth Firms and Public Policy: The Case Against Federal Intervention*, Greenwood Publishing Group, 237 p.
14. Oceanova, Z.K. 2012, *Ekonomicheskaya teoriya* [Economic theory], Moscow, 652 p. (in Russ.).
15. Marshall, A. 1993, *Printsipy ekonomicheskoy nauki* [Principles of Economic Science], Moscow, 415 p. (in Russ.).
16. Grau, D. 2016, *Buying, Selling, and Valuing Financial Practices + Website: The FP Transitions M&A Guide: The FP Transitions M&A Guide*, John Wiley & Sons, 320 p. Doi: <https://doi.org/10.1002/9781119207405>.
17. Lu, M., Pan, H. 2015, *Government-Enterprise Connection: Entrepreneur and Private Enterprise Development in China*, Springer, 168 p. Doi: <https://doi.org/10.1007/978-981-287-658-4>.
18. Trump, D. 2016, *Dumay kak milliarder* [Think like a billionaire], Alpina Publisher, 250 p. (in Russ.).
19. Stigler, G.J. 1961, The Economics of Information, *The Journal of Political Economy*, Vol. 69, no. 3, p. 213—225.
20. Voloshenko, K., Ponomarev, A. 2019, Modelling of regulatory factor and managerial impact assessment in the regional economy sectors: a case-study of the Kaliningrad region (Russia), *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, Vol.32, no. 1, p. 1883—1902. Doi: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1640623>.
21. Verkhovskaya, O.R., Dorokhina, M.V. 2008, Business researches in Russia within Global monitoring of business: main results of 2006—2007, *Messenger of St. Petersburg State University*, Management series, no. 3, p. 25—52.
22. Fedorov, G. 2010, The Kaliningrad dilemma: a 'development corridor' or a 'double periphery'? The geopolitical factor of the development of the Russian exclave on the Baltic Sea, *Balt. Reg.*, Vol. 2 (4), p. 4—12. Doi: <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2010-2-1>.
23. Friedmann, J. 1966, *Regional Development Policy: A Case Study of Venezuela*, Cambridge, Mass.: M.I.T. Press, 279 p.
24. Ponomarev, O.B., Svetunkov, S.G. 2016, To the question of basic definitions of the theory of entrepreneurship, *Modern Competition*, Vol. 10, no. 1 (55), p. 33—42.

The author

Dr Oleg B. Ponomarev, Associate Professor, Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia.

E-mail: obp969@mail.ru
