

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ В РОССИИ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

**Е. А. АЛЕКСАНДРОВА**

*Институт «Высшая школа менеджмента» СПбГУ  
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»*

**О. Р. ВЕРХОВСКАЯ**

*Институт «Высшая школа менеджмента» СПбГУ*

Статья посвящена определению факторов, формирующих предпринимательские намерения россиян. Для проведения эмпирического анализа использовались данные опроса, собранные в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM). Для реализации методологии GEM при проведении опроса использовалась многоступенчатая стратифицированная вероятностная выборка, репрезентирующая взрослое население России в возрасте от 18 до 64 лет, объемом 2029 респондентов. Для выявления факторов применялись модели бинарного выбора. Результаты анализа показывают, что социально-демографические характеристики индивидов не позволяют четко идентифицировать их предпринимательские намерения. Предсказывать предпринимательские намерения возможно на основе факторов восприятия. Наиболее значимыми факторами, формирующими предпринимательские намерения в России, являются оценка индивидом знаний и навыков как достаточных для ведения бизнеса, наличие в его окружении тех, кто недавно открыл бизнес, опыт предпринимательства, а также позитивная оценка индивидом условий ведения хозяйственной деятельности в регионе его проживания.

*Ключевые слова:* предпринимательство, предпринимательские намерения, теория запланированного поведения, Глобальный мониторинг предпринимательства.

В настоящее время Россия характеризуется одним из самых низких уровней предпринимательской активности в мире. По данным проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM), в 2013 г. менее 10% взрослого трудоспособного населения

либо являлось предпринимателями, либо предпринимало действия по созданию своего бизнеса. Доля же тех, кто не являлся предпринимателем и рассматривал для себя возможность открытия бизнеса в ближайшие три года, была еще меньше: лишь 2,6% заявили, что рассматривают для себя

подобную возможность. Это самое низкое значение показателя среди 70 стран — участниц проекта. Незначительная доля тех, кто планирует открыть бизнес, наблюдалась в течение всего времени участия России в проекте GEM с 2006 до 2013 г.: она колебалась от 3,6 в 2011 г. до 2,2% в 2012 г. [Верховская, Дорохина, Сергеева, 2014].

Нежелание россиян рассматривать предпринимательство как возможный вариант трудоустройства объяснялось на начальном этапе экономических реформ в постсоветском обществе неуверенностью людей в стабильности государственной экономической политики, в конце 1990-х — начале 2000-х гг. недостаточной поддержкой предпринимательской деятельности государством, ненадежностью правовой защиты частной собственности, проблемами доступа к финансированию и стоимости привлекаемых средств, а также настороженным отношением к предпринимателям в обществе [Заславская, 1995; Кузьминов и др., 1999; Радаев, 2003; Djankov et al., 2004]. Почему же до сих пор лишь незначительное количество россиян планирует открыть собственное дело и рассматривает предпринимательство как возможный вариант трудоустройства?

Выбор предпринимательской карьеры и стремление создать бизнес являются индивидуальными решениями, однако экономические, исторические, культурные и институциональные факторы влияют на индивидуальные желания и стимулируют их трансформацию в действия [Koellinger, Minniti, Schade, 2007]. Иными словами, можно говорить о существовании межстрановых различий как в количестве тех, кто планирует создавать новый бизнес, так и в факторах, влияющих на решение о выборе предпринимательской карьеры. Соответственно, цель данной статьи — определение факторов, которые влияют на предпринимательские намерения россиян.

Под *предпринимательскими намерениями* понимается готовность индивида

создать свой бизнес в ближайшем будущем [Bird, 1988; Krueger, 1993]. Конечно, далеко не все, кто планирует создание бизнеса, реализуют свои планы, однако понимание того, что лежит в основе предпринимательских намерений, является важнейшей ступенью в понимании предпринимательского поведения, а также может выступать надежным способом предсказания начала процесса создания бизнеса [Krueger, Reilly, Carsrud, 2000; Thompson, 2004]. Исследования показывают, что до 39% различий в поведении индивидов может быть объяснено их намерениями [Krueger, 2007]. Можно предположить, что чем больше у индивида предпринимательских намерений, тем больше усилий он готов приложить для того, чтобы стать предпринимателем.

При анализе предпринимательских намерений можно выделить несколько подходов. Представители первого подхода с помощью выявления различий в мотивации в зависимости от демографических характеристик и экономических и культурных факторов пытаются объяснить, почему одни индивиды чаще становятся предпринимателями, чем другие [Mueller, Thomas, 2001; Mueller, Goić, 2002]. В частности, результаты исследований свидетельствуют о том, что мужчины чаще имеют предпринимательские намерения, чем женщины [Blanchflower, 2004; De Bruin, Brush, Welter, 2007; Minniti, Nardone, 2007; Bosma, Levie, 2009; Gupta et al., 2009], предпринимательские намерения уменьшаются в старших возрастных группах [Levesque, Minniti, 2006; Kautonen, Palmroos, Vainio, 2009], более высокий уровень благосостояния положительно влияет на желание создать бизнес [Kihlstrom, Laffont, 1979]. Также положительно влияет на предпринимательские намерения наличие предпринимателей среди друзей и родственников [Aldrich, Martinez, 2001; Sequeira, Muller, McGee, 2007; Giannetti, Simonov, 2009].

Личностные характеристики оказывают влияние и на желание стать предприни-

мателем. Нацеленность на достижения и склонность к риску могут быть факторами, позитивно сказывающимися на предпринимательских намерениях.

Создание бизнеса может рассматриваться как результат внешнего события, которое воздействует на индивидуальные устремления. Наиболее известным исследованием, базирующимся на данной идее, является модель предпринимательского события [Shapiro, Sokol, 1982]. В ее рамках предполагается, что индивидуальное решение о создании бизнеса зависит от трех элементов: желая стать предпринимателем, склонности к действию и восприятия осуществимости действий. Существует несколько эмпирических подтверждений данной модели [Audet, 2004; Peterman, Kennedy, 2003].

Еще один подход к объяснению намерений индивида приобрел большую популярность в последние годы. Он базируется на теории запланированного поведения Айзена [Ajzen, 1991]. На ее основе был разработан ряд моделей, которые позволяют оценивать предпринимательские намерения [Bird, 1988; Boyd, Vozikis, 1994; Krueger, Carsrud, 1993; Krueger, Reilly, Carsrud, 2000]. В работе [Autio et al., 2001] высказывается утверждение, что теория запланированного поведения обеспечивает большие возможности по объяснению предпринимательских намерений по сравнению с исследованиями личности и анализом демографических характеристик.

Следует отметить, что в теории запланированного поведения демографические характеристики и другие характеристики, связанные с описанием индивида и внешней среды, не рассматриваются как имеющие прямое воздействие на предпринимательские намерения. Однако ряд исследователей подчеркивают, что они оказывают влияние на компоненты модели запланированного поведения [Kolvereid, 1996; Krueger, Carsrud, 1993; Kautonen et al., 2011]. Например, такой компонент модели, как установки относительно поведения, зави-

сит от уровня осведомленности о внешнем окружении и знания о том, каких результатов можно достичь посредством данного конкретного поведения. Следовательно, знания и ценность тех или иных результатов могут различаться в зависимости от человеческого капитала и быть неодинаковыми для разных людей.

Можно также предположить, что компоненты модели запланированного поведения находятся под воздействием культурных норм, существующих в различных странах. Например, в некоторых странах рискованное поведение и стремление к независимости в принятии решений приветствуются, в то время как в других не поощряются. Существующие общественные нормы будут оказывать воздействие на приемлемость тех или иных действий индивидами и на то, как они рассматривают возможность отстаивания своих интересов. Таким образом, различные компоненты модели запланированного поведения могут иметь страновые, национальные и религиозные различия [Radaev, 2005; Liñán, 2008; Liñán, Krueger, Nabi, 2013].

Несмотря на широкое признание модели запланированного поведения, для описания предпринимательских намерений большинство исследований сконцентрировано на выявлении влияния элементов модели на предпринимательские намерения, в то время как эмпирическому подтверждению модели для условий в различных странах уделяется относительно меньшее значение [Liñán, Krueger, Nabi, 2013].

Исследования предпринимательских намерений россиян немногочисленны [Tkachev, Kolvereid, 1999; Aidis, Estrin, Mickiewicz, 2008; Schmidt, Tatarko, Amerkhanova, 2013]. Результаты исследований подтверждают справедливость теории запланированного поведения в российских условиях для студентов [Tkachev, Kolvereid, 1999] и жителей Центрального и Северо-Кавказского федеральных округов [Schmidt, Tatarko, Amerkhanova, 2013], но не позволяют

делать вывод о предпринимательских намерениях россиян в целом.

В данной статье основное внимание уделено определению факторов, формирующих предпринимательские намерения россиян. Эмпирический анализ проведен на данных, собранных в рамках исследования предпринимательской активности по методике GEM в 2013 г. и репрезентирующих взрослое трудоспособное население России. Далее в работе сформулированы гипотезы о факторах предпринимательских намерений, проведено их тестирование на основе модели бинарного выбора и сформулированы выводы о том, что может позитивно повлиять на желание индивида открыть бизнес в ближайшем будущем.

### Гипотезы исследования

Согласно теории запланированного поведения на намерения влияют три составляющие: установки относительно конкретного поведения, субъективные нормы и возможность осуществления заданного поведения [Ajzen, 1991]. Применительно к предпринимательским намерениям можно говорить о трех элементах (факторах), оказывающих влияние на создание бизнеса:

- 1) личное отношение к предпринимательской деятельности, определяющее позитивное решение о создании бизнеса;
- 2) субъективные нормы, отражающие одобрение другими желанием стать предпринимателем, которое будет приниматься во внимание индивидом;
- 3) оценки того, насколько легко или сложно стать предпринимателем.

При этом относительная важность разных компонентов модели может варьироваться в зависимости от контекста (см.: [Kautonen, Palmroos, Vainio, 2009]).

Отношение индивида к созданию собственного дела определяется привлекательностью для него предпринимательской деятельности и его оценкой того, даст ли эта деятельность преимущества. В свою

очередь, привлекательность может зависеть от того, чувствует ли он себя достаточно компетентным для создания фирмы. Оценка возможности добиться успеха будет зависеть от знаний, навыков, а также способности контролировать получение желаемого результата [Krueger, Deborah, Brazeal, 1994]. Результаты исследований показывают, что уровень образования имеет положительное влияние на диагностику предпринимательских возможностей, однако наличие высшего образования не оказывает позитивного влияния на желание стать предпринимателем. Это может объясняться тем, что наличие высшего образования предоставляет широкий спектр возможностей трудоустройства с высокой заработной платой. Кроме того, уровень образования дает общие знания, которые не обеспечивают способности к успеху в такой специфической деятельности, как организация бизнеса [Arenius, De Clercq, 2006]. При принятии решения об открытии собственного бизнеса значение имеет не формальный уровень образования, а оценка достаточности индивидуумом своих знаний и навыков [Arenius, De Clercq, 2006; Boyd, Vozikis, 1994; Chen, Greene, Crick, 1998]. Индивид скорее предпочтет работу, для выполнения которой у него достаточно компетенций.

Большая уверенность в наличии знаний влияет не только на личное отношение к созданию бизнеса, увеличивая привлекательность предпринимательства как выбора карьеры, но и на оценку того, насколько легко можно добиться успеха в предпринимательской деятельности. Таким образом, оценка уровня предпринимательских знаний и навыков может оказывать влияние на желание стать предпринимателем.

*Гипотеза 1 (H1). Чем выше индивид оценивает свои знания как достаточные для создания собственного дела, тем выше будет вероятность наличия у него предпринимательских намерений.*

Одним из отличий предпринимателя от наемного работника является его готовность брать на себя риски, связанные с самостоятельным ведением бизнеса. Начало собственного дела в подавляющем большинстве случаев связано с неопределенностью относительно будущего и возможности получения доходов. Отношение к риску рассматривается как одна из характеристик личности, определяющая желание стать предпринимателем, наравне со стремлением к достижениям и локусом контроля [Frank, Lueger, Korunka, 2007]. Индивиды, не готовые брать на себя риск и опасющиеся быть неуспешными, с меньшей вероятностью создадут собственный бизнес [Minitti, 2010].

*Гипотеза 2 (H2). Боязнь быть неуспешным в создании собственного дела отрицательно влияет на наличие у индивида предпринимательских намерений.*

Желание стать предпринимателем может быть связано с оценкой возможности получения удовлетворения от предпринимательской деятельности. Неудовлетворенность жизненной ситуацией заставляет индивида рассматривать различные варианты самореализации, в том числе новые варианты карьеры, такие как организация собственного бизнеса. Можно предположить, что уровень удовлетворенности жизнью будет оказывать воздействие на готовность индивида рассматривать возможность создания собственного бизнеса.

*Гипотеза 3 (H3). Низкая оценка уровня удовлетворенности жизнью положительно влияет на наличие у индивида предпринимательских намерений.*

Однако неудовлетворенность жизнью может объясняться причинами, непосредственно не связанными с трудовой деятельностью. Готовность создать бизнес должна сопровождаться желанием найти новое место работы. Такие причины, как низкая заработная плата или некомфортные условия труда, вынуждающие искать новую

работу, могут делать выбор предпринимательской карьеры достаточно привлекательным, поскольку в этом случае издержки, связанные с переключением на другой вид деятельности, относительно невелики [Giannetti, Simonov, 2009].

*Гипотеза 4 (H4). Желание найти новую работу и предпринимаемые действия, направленные на поиск работы, положительно влияют на наличие у индивида предпринимательских намерений.*

Включенность в предпринимательское сообщество может оказывать воздействие на решение об организации собственного бизнеса [Krueger, Carsrud, 1993], что проявляется в нескольких формах: наличие прошлого опыта предпринимательской деятельности, работа в качестве наемного работника в предпринимательской фирме и наличие предпринимателей среди родственников и знакомых. Вовлеченность в предпринимательство может положительно влиять как на решение стать предпринимателем, так и на восприятие окружающими принятого решения и повышать, таким образом, уровень предпринимательских намерений.

Опыт создания бизнеса в прошлом свидетельствует о способности индивида действовать и его готовности отказаться от роли наемного работника. При этом важно учитывать, было ли решение о создании бизнеса свободным или вынужденным. Те, кто мотивирован желанием быть независимым в работе, добиться реализации предпринимательской идеи или видит возможности существенного увеличения дохода, даже в случае провала своих начинаний могут решиться предпринять еще одну попытку создания бизнеса. Для тех, кто рассматривал предпринимательство как вынужденный шаг, связанный с отсутствием предложения занятости на рынке труда, появление вариантов трудоустройства в качестве наемного работника может быть привлекательным [Hessels, Van Gelderen, Thurik, 2008]. Однако независимо от мотивации

прошлый опыт предпринимательской деятельности влияет на восприятие сложности или простоты осуществимости предпринимательских намерений. Позитивный опыт предпринимательской деятельности в прошлом позволяет оценить преимущества собственного бизнеса и может влиять на оценку ее привлекательности индивидом. Наличие опыта, даже отрицательного, позволяет избегать ошибок и преодолевать трудности в будущем [Ajzen, 1987; Boyd, Vozikis, 1994].

*Гипотеза 5.1 (H5.1). Наличие прошлого опыта предпринимательской деятельности повышает вероятность наличия у индивида предпринимательских намерений.*

Оценка способности добиться благоприятного результата зависит от того, насколько индивид считает ведение бизнеса сложным. Если у индивида есть представление о том, как функционирует компания, то уверенность в своих силах возрастает. Получить представление о бизнес-процессах и организации деятельности компании возможно, работая в предпринимательской фирме. Поскольку большинство предпринимательских фирм в России являются фирмами малого размера (с численностью занятых до 100 человек), можно предположить, что работающие в компаниях малого бизнеса чаще имеют предпринимательские намерения, чем те, кто занят в среднем и крупном бизнесе. Кроме того, работающие в сфере малого бизнеса имеют представление о системе социального обеспечения для работников частных предприятий и уже в меньшей степени рассчитывают на систему социальных гарантий, таких как оплата больничных листов, оплачиваемый отпуск и т. д.

*Гипотеза 5.2 (H5.2). Наличие предпринимательских намерений выше у индивидов, работающих на предприятиях с численностью сотрудников до 100 человек.*

Позитивное отношение к предпринимательской деятельности связано с наличием

родственных и дружеских связей с предпринимателем. Такого рода социальный капитал может рассматриваться как один из факторов модели запланированного поведения [Liñán, Santos, 2007]. Доступ к различным ресурсам, получаемым от семьи и друзей, может помочь в преодолении финансовых, юридических или бюрократических проблем и, следовательно, позитивно влиять на наличие предпринимательских намерений [Tatarko, 2013].

Взаимодействие с предпринимателями может не только обеспечивать знания и получение доступа к ресурсам, необходимым для начала собственного дела, но и создавать преимущества, обусловленные выбором круга общения, в котором предпринимательская деятельность пользуется уважением [Giannetti, Simonov, 2004]. Наличие в окружении людей, начавших в недавнем прошлом собственное дело, обеспечивает одобрение деятельности и создает позитивное отношение к предпринимательству, оказывая воздействие на процесс принятия решений.

Особенности российского институционального контекста делают роль взаимодействия с предпринимателем более существенной по сравнению со многими странами с более высоким уровнем экономического развития, так как доступ к ресурсам зависит от умения устанавливать неформальные связи с другими игроками рынка [Aidis, Estrin, Mickiewicz, 2008].

*Гипотеза 5.3 (H5.3). Наличие знакомства с предпринимателем повышает уровень предпринимательских намерений индивида.*

Привлекательность начала собственного дела индивидом может зависеть от восприятия того, будут ли одобряться его действия. Речь может идти не только о ближайшем окружении, но и об отношении к предпринимателям в обществе в целом, что, в свою очередь, находится под влиянием социокультурных норм [Abebe, 2012; Vaillant, Lafuente, 2007]. Индивидуальное восприятие социального ста-

туса может влиять на интерес к предпринимательской деятельности, причем восприятие статуса зависит от национальных условий [Begley, Tan, 2001]. Так, в советский период проявление частной инициативы воспринималось негативно и было законодательно наказуемым. Необходимо отметить, что изменение ценностей происходит не одномоментно, а современные российские институциональные факторы, такие как уровень защиты прав собственности и используемая модель управления, по-прежнему не способствуют формированию позитивного восприятия предпринимательской карьеры [Aidis, Estrin, Mickiewicz, 2008]. Кроме того, криминальное происхождение капитала части предпринимательского сообщества в конце 1980-х — начале 1990-х гг. приводит к негативному восприятию предпринимательства [Eunni, Manolova, 2012]. В этих условиях то, как индивид воспринимает статус предпринимателя, может оказывать влияние на его желание стать предпринимателем.

*Гипотеза 6 (H6). Мнение индивида о том, что в обществе предприниматель пользуется высоким статусом, позитивно влияет на наличие предпринимательских намерений.*

Аналогично на желание стать предпринимателем влияет и то, насколько привлекательной выглядит карьера предпринимателя в глазах общества. Существование на рынке большого количества вариантов занятости с высоким уровнем дохода может делать карьеру предпринимателя менее предпочтительной. Высокий уровень гарантий для наемных работников и различные социальные льготы делают работу в крупных компаниях более привлекательной для индивида. Вместе с тем если стремление брать на себя риск, создавать что-либо новое или заполнять свободные продуктовые ниши воспринимается в обществе позитивно, то индивид может выбирать предпринимательскую карьеру, даже если доходы, которые приносит бизнес,

ниже тех, которые можно было бы получить в виде заработной платы наемного работника.

*Гипотеза 7 (H7). Превалирующее в обществе мнение, что предпринимательство — удачный выбор карьеры, позитивно влияет на наличие у индивида предпринимательских намерений.*

Третья группа факторов, влияющих на наличие у индивида предпринимательских намерений, связана с оценкой им сложности организации бизнеса и соизмерением ее с выгодами, которые он может получить в результате организации собственного бизнеса. Поэтому то, насколько внешняя среда воспринимается как благоприятная для предпринимательского старта, может влиять на предпринимательские намерения индивида. Роль внешней среды является широко обсуждаемой темой в литературе по предпринимательству; существуют свидетельства того, что система регулирования [Busewitz, Gomez, Spencer, 2000; Djankov et al., 2002], доступность финансовых ресурсов и т. п. влияют на предпринимательскую активность населения, при этом основное внимание уделяется оценке факторов на макроуровне.

Прошлое страны может оказывать влияние на развитие существующих норм, формальных и неформальных институтов. Несмотря на более чем 20-летний период реформирования экономики, в России до сих пор наблюдаются проблемы с уровнем развития рыночных институтов. На микроуровне это приводит к неуверенности индивидов в возможности получить необходимые ресурсы для начала предпринимательской деятельности [Astrakhan, Cherupenko, 2003], в равном для всех правоприменении существующего законодательства, а также к укоренению мнения о широком распространении бюрократии и коррупции при организации и ведении бизнеса и взаимодействии с контролирующими органами [Frye, Shleifer, 1997]. Поэтому даже при наличии большого

количества свободных рыночных ниш, предоставляющих возможности для создания собственного бизнеса, индивиды воспринимают среду как не содействующую предпринимательству. Можно предположить, что фактор восприятия внешней среды влияет на наличие предпринимательских намерений.

*Гипотеза 8 (H8). Восприятие внешней среды как благоприятной позитивно влияет на наличие предпринимательских намерений у индивида.*

Возможно, что те, кто предпринимает попытки заработать дополнительные средства, могли бы присоединиться к предпринимательскому сообществу. Действия, направленные на получение дополнительного дохода, свидетельствуют не только о необходимости дополнительных денежных средств, но и о готовности предпринимать некие усилия для их получения. Иными словами, люди, имеющие помимо основной работы другую приносящую доход работу, скорее будут готовы рассматривать для себя альтернативу открытия бизнеса. При этом подобный факт вовсе не обязательно свидетельствует об инновационном характере их деятельности, а может являться вынужденным шагом. Вторичная и неформальная занятость во многом направлены на получение дополнительного дохода и чаще всего связана с профессией по основному месту работы, но дает возможность получения дополнительного дохода, подчас более высокого, чем доходы от первичной занятости.

*Гипотеза 9 (H9). Наличие дополнительной работы свидетельствует о наличии предпринимательских намерений у индивида.*

Сформулированные гипотезы о факторах предпринимательских намерений были протестированы на данных проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства», в рамках которого производится количественная оценка респондентов с разным уровнем вовлеченности в предпринимательскую деятельность.

## Методология и выборка исследования

Для определения факторов, значимо влияющих на возникновение предпринимательских намерений, применимы модели бинарного выбора, из которых традиционными являются логистическая и пробит-регрессии. При использовании традиционных методов имеется ряд ограничений, среди которых одним из наиболее существенных является наличие сбалансированного (относительно симметричного) распределения альтернатив зависимой переменной. Учитывая тот факт, что для России доля тех, кто планирует открыть бизнес впервые, невелика (лишь 2,6%, по данным GEM, как было отмечено выше), целесообразно использовать альтернативный метод логистической регрессии — *complementary log-log regression*. Особенностью данного подхода является применение в качестве распределения функции Гомпертца (двойное логарифмическое распределение), позволяющей работать с асимметричным распределением случайного слагаемого.<sup>1</sup> Оцениваемая модель имеет вид:

$$\Pr(y_j \neq 0 | x_j) = 1 - \exp\{-\exp(x_j \beta)\}, \quad (1)$$

где  $y_j$  — бинарная переменная,  $x_j$  — вектор независимых переменных,  $\beta$  — оцениваемые параметры регрессии.

Один из недостатков параметрических моделей бинарного выбора — необходимость выполнения предположений о характере распределения остатков модели. Отклонение характеристик истинного распределения от априори заложенных в оцениваемую модель может приводить к несостоятельным оценкам. Альтернативным способом оценивания моделей бинарного выбора, не требующим жестких ограничений на характер распределения остатков, являются процедуры полупараметрического оценивания (*semi-nonparametric (SNP)*)

<sup>1</sup> См. подробнее: <http://www.stata.com/manuals13/rcloglog.pdf>.



approach, semiparametric maximum likelihood (SML) approach), позволяющие использовать более широкий класс распределения ошибок.<sup>2</sup> Для проверки робастности результатов модели (1) воспользуемся полупараметрическим (SNP) логистическим оцениванием, позволяющим применить гибкую функциональную форму при аппроксимации неизвестного распределения остатков.

Зависимая переменная оцениваемой модели определяется бинарной переменной, принимающей значение 1 для тех респондентов, которые имеют намерение стать предпринимателем впервые, и значение 0 — для остальных. Данная переменная сконструирована следующим образом: из выборки<sup>3</sup> были исключены те респонденты, которые на момент опроса имели собственное дело и/или занимались индивидуальной трудовой деятельностью (индивиды, положительно ответившие на вопрос 1 в Приложении), а также те, кто являлся совладельцем или владельцем какого-либо бизнеса (индивиды, положительно ответившие на вопрос 2 в Приложении). Оставшимся в выборке респондентам было присвоено значение 1 ( $y_j = 1$ ), если на вопрос о том, предполагает ли опрашиваемый в течение следующих трех лет самостоятельно или вместе с кем-то организовать новый бизнес (вопрос 3 в Приложении), был получен положительный ответ, в остальных случаях  $y_j = 0$ . В качестве контрольных переменных при оценивании рассматриваются пол, возраст, уровень образования, тип населенного пункта, наличие детей и семейное положение.

### Использованные данные

Эмпирическое исследование было проведено с использованием данных проекта «Глобальный мониторинг предпринима-

тельства» 2013 г. GEM является проектом ведущих бизнес-школ мира по организации страновых исследований развития предпринимательства [Верховская, Дорохина, 2013]. Данные, собираемые в рамках проекта, позволяют оценить отношение к предпринимательству в обществе, предпринимательскую активность населения, инновационность и стремление к росту предпринимательских фирм. Для проведения обследования населения используется единая для стран-участниц анкета, содержащая вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респондента к организации предпринимательской деятельности и включенность индивидуумов в предпринимательский процесс.<sup>4</sup> Вопросы, использованные для данного исследования, приведены в Приложении.

Для реализации методологии GEM при проведении опроса взрослого трудоспособного населения в России использовалась многоступенчатая стратифицированная вероятностная выборка, репрезентирующая взрослое население России в возрасте от 18 до 64 лет, объемом 2029 респондентов. При проектировании выборки использовались данные официальной статистики Росстата о численности населения России и его половозрастной и территориальной структуре. Опрос проводился специалистами «Левада-центра» методом формализованного интервью «лицом к лицу».

На протяжении участия в проекте GEM с 2006 г. Россия демонстрирует одни из самых низких значений показателя предпринимательских намерений среди стран — участниц проекта, а в 2012 и 2013 гг. Россия занимала последнее место. Если из тех, кто планирует открыть бизнес, исключить тех, кто на момент вопроса уже владел бизнесом или являлся нарождающимся предпринимателем, то процент

<sup>2</sup> См.: [De Luca, 2008].

<sup>3</sup> Выборку составляют те индивиды, у которых имеется ответ на вопрос 3 (непустое значение), представленный в Приложении.

<sup>4</sup> Для реализации целей нашего исследования в анкету GEM в 2013 г. были включены дополнительные вопросы о численности компании, в которой работает респондент, и наличии работы помимо основной.

Таблица 1

## Характеристики индивидов по выборке: контрольные переменные

Характеристика	Распределение нарождающихся предпринимателей, % среди лиц, намеревающихся создать бизнес, % от всей выборки	Распределение по всей выборке, % от ответивших
Пол		
мужчины	59,2 (2,3)	53,2
женщины	40,8 (1,6)	46,8
Возраст		
до 24 лет	28,2 (1,1)	16,6
от 25 до 34 лет	28,2 (1,1)	21,5
от 35 до 44 лет	18,3 (0,7)	20,4
от 45 до 54 лет	16,9 (0,7)	21,1
от 55	8,4 (0,3)	20,4
Образование		
среднее (полное) общее и ниже	21,1 (0,8)	24,3
начальное профессиональное	14,1 (0,5)	13,4
среднее профессиональное	26,8 (1,0)	35,5
высшее	38,0 (1,5)	26,8
Статус занятости		
работа по найму полный рабочий день	60,6 (2,3)	60,5
работа по найму неполный рабочий день	9,9 (0,4)	6,0
работа по найму полный и неполный рабочий день	0,0 (0,0)	0,9
поиск работы	12,9 (0,5)	7,8
не работает по причине инвалидности или преклонного возраста	4,5 (0,2)	15,4
учащийся/студент	15,5 (0,6)	6,3
занимается домашним хозяйством	8,5 (0,3)	14,5
Тип населенного пункта		
город с населением свыше 1 млн человек	26,8 (1,0)	22,5
город с населением от 500 до 1 млн человек	11,3 (0,4)	8,2
город с населением от 100 до 500 тыс. человек	16,9 (0,6)	18,6
город с населением до 100 тыс. человек	21,1 (0,8)	24,7
село	23,9 (0,9)	26,1

имеющих предпринимательские намерения составил 3,9% трудоспособного населения.

### Результаты исследования

#### Результаты статистического анализа

Распределение контрольных переменных, представленных в табл. 1, и дескриптивной статистики, представленной в табл. 2, позволяет описать «портрет» индивидов, имеющих предпринимательские намерения. В 2013 г. чаще всего о намерении

создать бизнес заявляли респонденты в возрасте от 18 до 34 лет (28,2%). Среди имеющих предпринимательские намерения выше доля мужчин (59,2%). Большинство тех, кто планирует стать предпринимателем, составляет работающее население (70,5%). Индивиды, занимающиеся поиском работы, демонстрируют низкий уровень предпринимательских намерений — лишь 0,5% из них предполагали открыть бизнес в 2013 г.

Различий в распределениях полов по всей выборке и группе планирующих создание

Таблица 2

## Дескриптивная статистика переменных

Переменная	Количество наблюдений	Среднее значение	Стандартное отклонение	Гипотеза
<i>Контрольные переменные</i>				
Пол (1 — мужчина, 0 — женщина)	1847	0,468	0,499	
Образование				
среднее (полное) общее и ниже	449	0,243	0,429	
начальное профессиональное	248	0,134	0,341	
среднее профессиональное	656	0,355	0,479	
высшее	494	0,267	0,443	
Возраст	1847	40,320	13,700	
<i>Блок 1. Личное отношение к предпринимательской деятельности</i>				
Наличие знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала нового бизнеса (1 — да, 0 — нет)	1721	0,227	0,419	H1
Страх и недостаточные способности к предпринимательству могут препятствовать в организации бизнеса (1 — да, 0 — нет)	1603	0,486	0,500	H2
В настоящее время в жизни достигнуто все, что хотелось (1 — да, 0 — нет)	1816	0,166	0,372	H3
Наличие желания лучшего трудоустройства (1 — да, 0 — нет)	1811	0,080	0,270	H4
<i>Блок 2. Субъективные нормы восприятия предпринимательства</i>				
За последние 12 месяцев респондент продал, закрыл, приостановил или вышел из бизнеса (1 — да, 0 — нет)	1847	0,012	0,111	H5.1
Численность сотрудников на предприятии, на котором работает респондент				H5.2
до 10 человек	239	0,209	0,407	
от 11 до 100 человек	573	0,501	0,500	
более 100 человек	331	0,290	0,454	
Личное знакомство с человеком, который начал бизнес за последние два года (1 — да, 0 — нет)	1830	0,352	0,478	H5.3
В России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением (1 — да, 0 — нет)	1645	0,675	0,468	H6
В России большинство людей рассматривают создание нового бизнеса как хороший карьерный выбор (1 — да, 0 — нет)	1633	0,642	0,479	H7
<i>Блок 3. Сложность ведения предпринимательской деятельности</i>				
В следующие 6 месяцев будут хорошие условия для начала бизнеса (1 — да, 0 — нет)	1365	0,166	0,372	H8
Наличие работы (помимо основной), приносящей дополнительный доход (1 — да, 0 — нет)	1785	0,138	0,345	H9

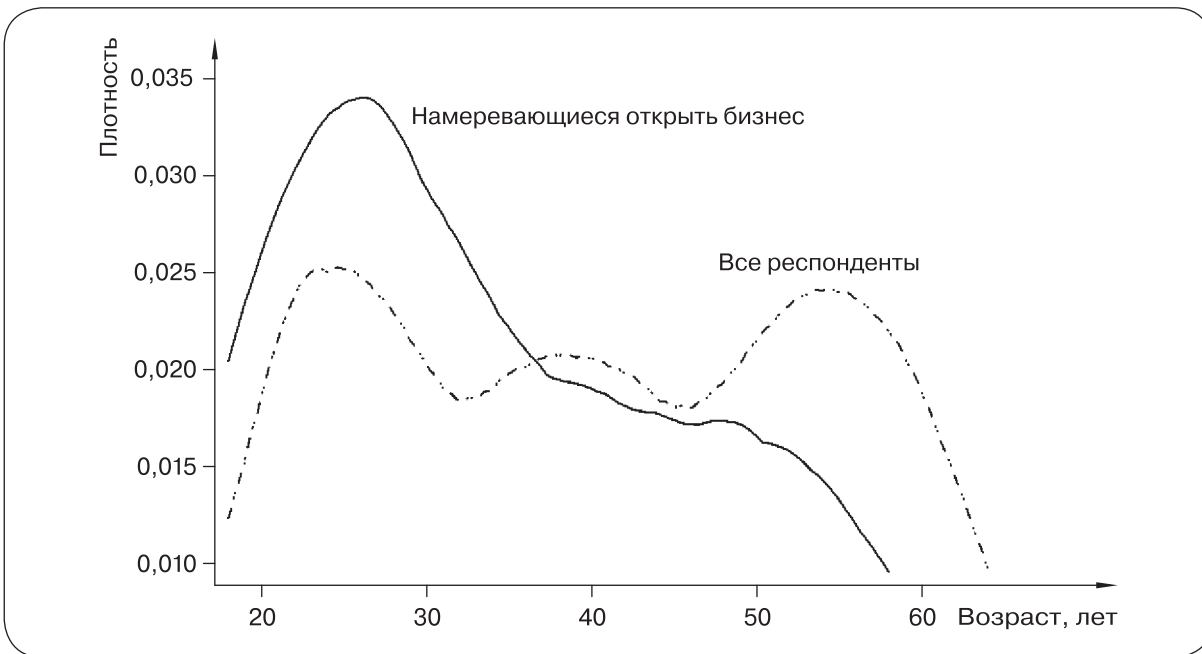


Рисунок. Распределение возрастов для респондентов, намеревающихся создать бизнес, и для всей выборки

бизнеса не наблюдается, нет значимых различий в распределении по образовательным группам и типу населенного пункта. Однако в группе респондентов с высшим образованием предпринимательские намерения несколько выше, а со средним профессиональным — несколько ниже по сравнению с другими группами.

Наблюдаются различия в возрастном распределении (см. рисунок): более молодые респонденты чаще имеют намерения создавать новый бизнес, а с увеличением возраста намерения снижаются. Средний возраст для группы планирующих стать предпринимателем составляет 34 года (стандартное отклонение 12,0), тогда как для всей выборки средний возраст составляет 40 лет (стандартное отклонение 13,7). Статус занятости респондентов, имеющих намерения создать бизнес впервые, отчасти коррелирует с возрастом. Так, бóльшая активность наблюдается у учащихся/студентов, а активность у пенсионеров и людей преклонного возраста ниже. Работа по найму, неполный рабочий день и поиск

работы стимулируют намерения индивидов к созданию бизнеса.

Как отмечалось, основное значение для прогнозирования наличия предпринимательских намерений имеют не социодемографические характеристики, а характеристики восприятия. Для тестирования модели предпринимательских намерений, представленной выше, вопросы были сгруппированы в три блока: личное отношение к предпринимательской деятельности, субъективные нормы восприятия предпринимательства, сложность ведения предпринимательской деятельности. Deskриптивная статистика переменных по блокам представлена в табл. 2.

#### Результаты эконометрического анализа

В соответствии с используемой в исследовании методологией (см. уравнение 1) были рассчитаны предельные эффекты<sup>5</sup>

<sup>5</sup> В табл. 3–4 представлены предельные эффекты, которые позволяют интерпретировать

Таблица 3

## Пределные эффекты для модели бинарного выбора (complementary log-log regression)

Переменная	Спецификация					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	2	3	4	5	6	7
Пол (1 — мужчина, 0 — женщина)	0,009 (0,010)	0,011 (0,014)	0,009 (0,011)	-0,001 (0,018)	0,001 (0,012)	-0,005 (0,018)
Образование						
среднее (полное) общее и ниже	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
начальное профессиональное	0,031 (0,024)	-0,008 (0,027)	0,009 (0,018)	-0,002 (0,031)	0,014 (0,025)	-0,001 (0,033)
среднее профессиональное	-0,014 (0,013)	-0,029 (0,021)	-0,014 (0,013)	-0,030 (0,025)	-0,026 (0,016)	-0,037 (0,026)
высшее	0,004 (0,015)	-0,012 (0,023)	0,018 (0,015)	-0,011 (0,026)	-0,003 (0,018)	-0,016 (0,029)
Возраст	-0,001*** (0,000)	-0,001 (0,001)	-0,001* (0,000)	0,000 (0,001)	-0,000 (0,001)	0,000 (0,001)
Наличие знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала нового бизнеса (1 — да, 0 — нет)	0,088*** (0,014)			0,044** (0,020)	0,052*** (0,016)	0,043** (0,019)
Страх или недостаточные способности к предпринимательству могут препятствовать в организации бизнеса (1 — да, 0 — нет)	-0,008 (0,010)			0,002 (0,017)	-0,000 (0,011)	0,005 (0,015)
В настоящее время в жизни достигнуто все, что хотелось (1 — да, 0 — нет)	-0,020* (0,011)			-0,024 (0,020)	-0,031** (0,014)	-0,030 (0,020)
Наличие желания лучшего трудоустройства (1 — да, 0 — нет)	0,022 (0,015)			0,080*** (0,024)	0,056*** (0,016)	
За последние 12 месяцев респондент продал, закрыл, приостановил или вышел из бизнеса (1 — да, 0 — нет)		0,054** (0,026)		0,064*** (0,024)	0,055** (0,024)	0,055** (0,025)
Численность сотрудников на предприятии, на котором работает респондент						
до 10 человек		ref.		ref.		ref.
от 11 до 100 человек		-0,048** (0,020)		-0,025 (0,023)		-0,026 (0,023)
более 100 человек		-0,025 (0,022)		-0,025 (0,023)		-0,024 (0,024)
Личное знакомство с человеком, который начал бизнес за последние два года (1 — да, 0 — нет)		0,049** (0,017)		0,024 (0,022)	0,049*** (0,017)	0,026 (0,022)
В России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением (1 — да, 0 — нет)		-0,017 (0,018)		-0,029 (0,021)	-0,026 (0,018)	-0,026 (0,021)

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6	7
В России большинство людей рассматривают создание нового бизнеса как хороший карьерный выбор (1 — да, 0 — нет)		0,039* (0,022)		0,043* (0,026)	0,020 (0,021)	0,040 (0,026)
В следующие 6 месяцев будут хорошие условия для начала бизнеса (1 — да, 0 — нет)			0,046*** (0,012)	0,043** (0,018)	0,036** (0,015)	0,041** (0,017)
Наличие работы (помимо основной), приносящей дополнительный доход (1 — да, 0 — нет)			0,016 (0,013)	0,018 (0,017)		0,022 (0,019)
Количество наблюдений	1489	956	1321	640	1029	651
Log likelihood	-217	-153	-199	-85	-136	-88
Chi2	120,1	61,1	46,8	139,9	120,0	99,4
Nonzero outcomes	64	43	51	28	44	28

Примечания: ref. — обозначение базовой переменной; в скобках указаны робастные стандартные ошибки;

\* —  $p < 0,05$ ,

\*\* —  $p < 0,01$ ,

\*\*\* —  $p < 0,001$ .

Таблица 4

**Предельные эффекты для модели бинарного выбора (semi-nonparametric approach)**

Переменная	Спецификация					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	2	3	4	5	6	7
Пол (1 — мужчина, 0 — женщина)	0,004 (0,009)	0,007 (0,012)	0,009 (0,009)	-0,006 (0,012)	-0,009 (0,008)	-0,006 (0,009)
Образование						
среднее (полное) общее и ниже начальное профессиональное	ref. 0,027 (0,021)	ref. -0,019 (0,023)	ref. 0,003 (0,019)	ref. -0,026 (0,038)	ref. 0,013 (0,011)	ref. -0,039** (0,018)
среднее профессиональное	-0,027** (0,011)	-0,030* (0,016)	-0,024 (0,015)	-0,056*** (0,019)	-0,031** (0,012)	-0,065*** (0,017)
высшее	0,010 (0,010)	-0,016 (0,016)	0,011 (0,016)	-0,035* (0,021)	-0,008 (0,009)	-0,044*** (0,015)
Возраст	-0,001*** (0,000)	-0,001* (0,001)	-0,001** (0,000)	0,000 (0,001)	-0,000 (0,000)	0,000 (0,000)
Наличие знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала нового бизнеса (1 — да, 0 — нет)	0,097*** (0,022)			0,046 (0,032)	0,084*** (0,014)	0,045*** (0,014)
Страх или недостаточные способности к предпринимательству могут препятствовать в организации бизнеса (1 — да, 0 — нет)	0,004 (0,010)			0,014 (0,013)	0,001 (0,008)	0,010 (0,010)
В настоящее время в жизни достигнуто все, что хотелось (1 — да, 0 — нет)	-0,044** (0,019)			-0,034*** (0,011)	-0,050*** (0,013)	-0,039*** (0,011)

Окончание табл. 4

1	2	3	4	5	6	7
Наличие желания лучшего трудоустройства (1 — да, 0 — нет)	0,018 (0,013)			0,081*** (0,017)	0,042*** (0,010)	
За последние 12 месяцев респондент продал, закрыл, приостановил или бросил бизнес (1 — да, 0 — нет)		0,161** (0,070)		0,056** (0,028)	0,020* (0,011)	0,061*** (0,019)
Численность сотрудников на предприятии, на котором работает респондент						
до 10 человек		ref.		ref.		ref.
от 11 до 100 человек		-0,048*** (0,014)		-0,017 (0,032)		-0,025** (0,012)
более 100 человек		-0,018 (0,017)		-0,002 (0,037)		-0,011 (0,016)
Личное знакомство с человеком, который начал бизнес за последние два года (1 — да, 0 — нет)		0,048*** (0,011)		0,025 (0,027)	0,037*** (0,008)	0,025** (0,010)
В России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением (1 — да, 0 — нет)		0,001 (0,015)		-0,044 (0,041)	-0,016** (0,008)	-0,047*** (0,018)
В России большинство людей рассматривают создание нового бизнеса как хороший карьерный выбор (1 — да, 0 — нет)		0,024 (0,015)		0,040 (0,031)	0,017** (0,008)	0,050*** (0,016)
В следующие 6 месяцев будут хорошие условия для начала бизнеса (1 — да, 0 — нет)			0,047*** (0,012)	0,039 (0,040)	0,023*** (0,008)	0,041*** (0,015)
Наличие работы (помимо основной), приносящей дополнительный доход (1 — да, 0 — нет)			0,018 (0,014)	0,042*** (0,015)		0,040*** (0,014)
Количество наблюдений	1489	956	1321	640	1029	651
Log likelihood	-213	-150	-198	-77	-130	-82
Chi2	97,1	124,0	11,6	735,9	783,4	228,7
Nonzero outcomes	64	43	51	28	44	28

Примечания: ref. — обозначение базовой переменной; в скобках указаны стандартные ошибки;

\* —  $p < 0,05$ ,

\*\* —  $p < 0,01$ ,

\*\*\* —  $p < 0,001$ .

логистической и полупараметрической регрессий (табл. 3–4). В спецификациях (1)–(3) последовательно включены в рассмотрение переменные по блокам (личное отноше-

не только знак, т. е. направление влияния переменной на зависимую, но и значение в терминах вероятностей.

ние к предпринимательской деятельности, субъективные нормы восприятия предпринимательства, сложность ведения предпринимательской деятельности соответственно), спецификации (4)–(6) включают все блоки переменных одновременно.

Различия в спецификациях (4)–(6) состоят в том, что респонденты, положительно

отвечающие на вопрос о поиске работы, могут являться безработными, и/или студентами, и/или пенсионерами. Такая группа респондентов не отвечает (пропускает) вопросы относительно наличия работы (помимо основной), приносящей дополнительный доход, а также численности сотрудников на предприятии. Особенная чувствительность к подобным пропускам (т. е. не ответам) наблюдается в спецификациях (4) для двух регрессий, где представлены все блоки переменных. Снижение объема наблюдений и ненулевых значений зависимой переменной приблизительно в два раза по сравнению со спецификациями (1)–(3) может приводить к смещенным оценкам и затрудняет интерпретацию результатов. Данное обстоятельство приводит к необходимости разделения спецификаций и оцениванию на подвыборках со взаимным исключением вопросов, на которые респонденты могли не отвечать по объективным причинам. Соответственно, в спецификациях (5) исключены вопросы о занятости, а в спецификациях (6) — о поиске работы.

Интерпретация контрольных переменных позволяет сделать ряд выводов. Отсутствие статистической значимости коэффициентов во всех спецификациях при бинарной переменной, отвечающей за пол респондента, не подтверждает свидетельств по другим странам о том, что мужчины чаще имеют предпринимательские намерения, чем женщины. Переменная, характеризующая возраст респондента, статистически значима лишь при включении переменных по блокам (спецификации (1)–(3) в табл. 3–4), но не имеет статистической значимости при включении всех блоков одновременно (спецификации (4)–(6) в табл. 3–4). Уровень образования респондентов в целом по спецификациям не показывает статистически значимых эффектов, однако респонденты, имеющие среднее специальное образование, в меньшей степени рассматривают для себя возможность открытия бизнеса, что подтверждается

устойчивостью отрицательного коэффициента для всех спецификаций при параметрическом оценивании (табл. 3). Данный вывод отчасти подкрепляется статистически значимыми отрицательными значениями при переменной, отвечающей за среднее специальное образование в спецификациях (1)–(2), (4)–(6) при полупараметрическом оценивании (табл. 4).<sup>6</sup>

Блок переменных, характеризующих «личное отношение к предпринимательской деятельности» (спецификация (1) в табл. 3–4), включает четыре бинарные переменные, позволяющие проверить первые четыре гипотезы. Статистически значимым в данном блоке является оценочное суждение о наличии знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала нового бизнеса, что подтверждает *гипотезу 1* о положительном влиянии на предпринимательские намерения собственной оценки уровня предпринимательских знаний и навыков. В спецификациях (4) и (5) при включении переменных по всем трем блокам (табл. 3–4) высокую статистическую значимость имеют две переменные: наличие желания лучшего трудоустройства и удовлетворенность жизнью. Поиск работы (даже при условии, что индивид не является безработным в случае спецификации (4)) увеличивает вероятность предпринимательских намерений индивида и подтверждает *гипотезу 4*, а удовлетворенность жизнью снижает эту вероятность, подтверждая *гипотезу 3*. В рассматриваемом блоке не находит своего подтверждения *гипотеза 2* об отрицательной связи между страхом быть неуспешным в создании собственного бизнеса и наличием предпринимательских намерений (отсутствует статистическая значимость для данной переменной во всех спецификациях).

<sup>6</sup> Включение в модель в качестве контрольных переменных типа населенного пункта, наличия детей и семейного положения не приводит к статистически значимым изменениям в спецификациях, и в статье они не приводятся.



Для второго блока переменных, отражающих субъективные нормы восприятия предпринимательства, положительную вероятность наличия предпринимательских намерений определяют бинарные переменные, свидетельствующие о наличии в прошлом предпринимательского опыта (*гипотеза 5.1*) и личном знакомстве с человеком, имеющим предпринимательский опыт (*гипотеза 5.3*). Данные переменные являются статистически значимыми не только в спецификации (2), где рассматриваются переменные данного блока, но и при включении переменных всех блоков в спецификациях (4)–(6). *Гипотеза 5.2* о связи предпринимательских намерений с размером предприятия, на котором работает индивид, не может быть однозначно отклонена или подтверждена. Устойчивый отрицательный знак во всех спецификациях, а также статистическая значимость в спецификации (2) табл. 3 и спецификациях (2) и (6) табл. 4 при переменной, определяющей размер предприятия, позволяют говорить о тенденции к тому, что чем крупнее предприятие, на котором работает респондент, тем меньше у него стимулов к созданию нового бизнеса. Не находят своего однозначного подтверждения *гипотезы 6–7* о влиянии на предпринимательские намерения того, как в обществе воспринимаются статус и карьера предпринимателя. Коэффициент при переменной, отвечающей за *гипотезу 6*, значимо не отличается от нуля во всех спецификациях табл. 3, в спецификациях (2) и (4) табл. 4 и значим лишь в спецификациях (5) и (6) табл. 4. Бинарная переменная, отвечающая за *гипотезу 7*, значима в спецификациях (2) и (4) при параметрическом оценивании (табл. 3) и в спецификациях (5) и (6) при полупараметрическом оценивании (табл. 4). В остальных спецификациях переменная не оказывает значимого влияния на намерения создать бизнес, однако сохраняет положительные значения.

В блоке «Сложность ведения предпринимательской деятельности» статистиче-

ски значимым показателем во всех спецификациях является бинарная переменная, отвечающая за положительное представление индивида об устойчивой социально-экономической среде в регионе, что подтверждает *гипотезу 8*. Исключение составляет лишь спецификация (4) табл. 4, где оценки осуществлялись на подвыборке лиц, имеющих работу на момент опроса. Наличие дополнительной работы (*гипотеза 9*) в среднем при прочих равных увеличивает вероятность предпринимательских намерений у респондентов (при этом переменная не всегда статистически значима), что отчасти подтверждает предыдущие рассуждения, согласно которым «неудовлетворенность» работой подталкивает индивидов к поиску альтернативных источников дохода, в том числе и к предпринимательской активности.

### Обсуждение результатов

Результаты исследования показывают, что намерения относительно открытия собственного бизнеса возможно прогнозировать на основе анализа отношения индивида к предпринимательской деятельности, оценки им субъективных норм, существующих в обществе относительно организации и ведения предпринимательской деятельности, а также сложности открытия собственного дела. Наибольшее значение на принятие решения о создании бизнеса в российских условиях оказывает восприятие своих знаний как достаточных. В этой связи очевидно, что стимулирование предпринимательской активности в стране связано с наличием специализированных программ, обучающих шагам по открытию и управлению собственным бизнесом. Эти программы могут реализовываться на разных уровнях: в средней школе, высших учебных заведениях, на программах дополнительного обучения, направленных непосредственно на формирование и развитие предпринимательских навыков.

Не меньшее значение при принятии решения об открытии бизнеса имеет восприятие индивидом условий ведения хозяйственной деятельности в регионе его проживания. При этом речь идет не об объективной оценке факторов внешней среды, а о том, каким образом условия внешней среды воспринимаются индивидом. В кризисных условиях необходимость формирования возможности положительного исхода предпринимательских действий может позитивно влиять на желание индивидов открыть собственное дело, что, в свою очередь, может оказывать влияние на уровень предпринимательской активности в стране. Одним из элементов государственной политики в области предпринимательства должно являться объяснение условий функционирования бизнеса в регионе, а также информирование об имеющихся средствах поддержки предпринимательства, что способствует формированию у населения возможностей осуществления предпринимательской деятельности и поиску потенциально прибыльных ниш во внешней среде. Кроме того, это может потребовать от органов, занятых поддержкой предпринимательства, работы со средствами массовой информации для распространения историй «успеха» предпринимателей.

Значимым в российских условиях является и фактор вовлеченности индивидов в предпринимательское сообщество. При этом индивиды, закрывшие бизнес, снова готовы попробовать свои силы в открытии бизнеса. С учетом того, что в 2013 г. основной причиной выхода из бизнеса являлись финансовые причины, этот результат может показаться несколько неожиданным. Фактически это говорит о том, что даже те, кто мог иметь негативный опыт предпринимательской деятельности в прошлом, с большей вероятностью склонны к созданию нового бизнеса, чем те, кто не предпринимал ни одной попытки стать предпринимателем. Вышедшие из бизнеса способны оценить преимущества ведения собственного дела и могут делать осознан-

ный шаг по открытию фирмы и тем самым позитивно влиять на увеличение предпринимательской активности в стране.

Исследование намерений россиян подтверждает тот факт, что наличие личного знакомства с предпринимателем позитивно влияет на желание создать собственное дело. В российских условиях это обеспечивает комфортность восприятия принимаемых решений и облегчает доступ к ресурсам (в первую очередь к информации о возможностях внешней среды). При этом анализ показывает, что факт личного знакомства наиболее важен для тех индивидов, которые находятся в процессе поиска работы. Наличие в ближайшем окружении человека, открывшего бизнес в недавнем прошлом, может подтолкнуть заинтересованных в новых вариантах развития карьеры к открытию бизнеса.

Гипотеза о влиянии размера предприятия (численности сотрудников), на котором работает индивид, на его предпринимательские намерения подтвердилась частично. Желание заняться предпринимательской деятельностью проявляется у работников микропредприятий (до 10 сотрудников). На подобных предприятиях процессы организации и ведения бизнеса, выстраивание взаимодействия между контрагентами и компанией, а также система управления персоналом прозрачны, что создает у индивида ощущение понимания им бизнес-процессов и способности к аналогичным действиям. Однако уже на предприятиях малого бизнеса с численностью от 11 до 100 человек могут возникать более сложные управленческие проблемы, порождаемые как внутренней, так и внешней средой, что выступает антистимулом для формирования намерения создать свой бизнес.

Результаты исследования показывают, что индивиды, занятые активным поиском новых вариантов трудоустройства, в качестве одного из таких вариантов рассматривают возможность открытия собственного дела. Это в меньшей степени касается без-

работных, среди которых предпринимательские намерения относительно низкие, а относится к тем, кто имеет полную либо частичную занятость. Возможно, это отражение того, что открытие собственного дела сопряжено с финансовыми затратами, а безработные, как правило, не имеют сбережений, необходимых для предпринимательского старта.

Полученные данные демонстрируют, что неудовлетворенность индивида жизнью оказывает позитивное влияние на желание стать предпринимателем в основном для тех, кто занят поиском работы, что согласуется с предыдущим выводом. В целом же, безусловно, неудовлетворенность жизнью может объясняться значительно большим количеством причин, чем просто неудовлетворенность работой. Соответственно, необходимость самореализации через открытие собственного дела проявляется ограниченным образом, желание создать собственный бизнес появляется только при совпадении условий неудовлетворенности индивида жизненной ситуацией и стремления найти новые возможности своего карьерного развития.

Не нашла подтверждения в российских условиях гипотеза о влиянии страха провала собственного дела на наличие у индивида предпринимательских намерений. Возможно, это объясняется институциональными особенностями. Для ведения бизнеса в России характерно значительное количество государственных гарантий. Индивиды в большей степени ориентированы на защиту со стороны государства в случае возможных негативных исходов хозяйственной деятельности и получение компенсаций в случае убытков. Например, сельхозпроизводители рассчитывают на компенсацию ущерба в случаях неурожая. Уверенность в гарантиях приводит к тому, что снижается восприятие рисков, связанных с ведением бизнеса, и такая черта личности, как склонность к риску, не является определяющей для россиян, имеющих предпринимательские намерения.

Для большинства россиян характерен внешний локус контроля, в случае провала начинаний объяснения будут искаться во внешних обстоятельствах, а не в том, что было потрачено недостаточно усилий для достижения успеха. Это определяет, с одной стороны, важность восприятия факторов внешней среды при формировании предпринимательских намерений, а с другой — меньшее желание отвечать за свои действия, что влияет и на восприятие риска.

По результатам исследования не представляется возможным говорить об однозначном влиянии восприятия высокого статуса предпринимателя в обществе и удачности выбора карьеры на предпринимательские намерения. Это может свидетельствовать об изменениях в отношении к людям, ведущим предпринимательскую деятельность. Большинство россиян не рассматривают предпринимательство как нечто негативное. Нежелание становиться предпринимателями не связано с отрицательным отношением к статусу предпринимателя, что особенно характерно для работающего населения.

Не получила подтверждения гипотеза о том, что наличие дополнительной работы положительно влияет на наличие предпринимательских намерений. Это может объясняться институциональными особенностями развивающихся экономик [Webb, Ireland, Ketchen, 2014]. Открытие собственного бизнеса предполагает затраты ресурсов (в том числе временных). Индивид может соизмерять эти затраты с выгодами, которые он получает, действуя как индивидуальный предприниматель, и проблемами, которые могут возникнуть у него при несоблюдении процедуры регистрации бизнеса. Государственные институты, с одной стороны, формируют условия, которые влияют на поведение предпринимателей, а с другой — вырабатывают стимулы и правила контроля за их деятельностью. Если индивид допускает, что он может вести предпринимательскую деятельность

без регистрации, при этом не будучи названным, и не предполагает, что может получить поддержку, если предпримет усилия, связанные с выполнением формальных процедур по созданию бизнеса, то у него не возникает необходимости регистрировать собственный бизнес. Отсутствие четких правил и правоприменения в данной сфере приводит к тому, что индивиды предпочитают получение дохода за счет вторичной и неформальной занятости и не связывают деятельность в рамках правового поля с большим потенциалом для создания ценности и более прибыльной работы.

### Заключение

В течение многих лет декларируется необходимость изменения источников экономического развития в России. В качестве одного из возможных инструментов экономической политики регулярно предлагается стимулирование предпринимательства, способного обеспечивать экономический рост. В связи с этим выявление факторов, влияющих на вовлеченность россиян в предпринимательскую деятельность, имеет не только научный, но и практический интерес. Понимание степени готовности индивидов к предпринимательской деятельности может способствовать формированию адресных программ содействия в данной области.

Результаты эмпирического анализа по данным проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM) 2013 г. показывают, что социально-демографические характеристики индивидов не позволяют четко идентифицировать их предпринимательские намерения. Так, например, в отличие от большинства стран — участниц проекта GEM, в которых уровень предпринимательских намерений у мужчин выше, чем у женщин, в России гендерных различий в стремлении создать свой бизнес не наблюдается. Кроме того, невозможно предсказать предпринимательские наме-

рения на основе возраста респондента. Возраст индивида в большей степени влияет лишь на личное отношение к предпринимательской деятельности. По мере увеличения возраста уверенность респондента в наличии у него достаточных знаний для ведения предпринимательской деятельности и готовность брать на себя риск снижаются, т. е. представители более молодых возрастных групп в большей степени воспринимают себя как способных к открытию собственного дела.

В то же время есть основания предполагать, что индивиды со средним специальным образованием менее склонны к открытию своего дела. Это может объясняться тем, что, с одной стороны, они видят меньше возможностей, чем индивиды с высшим образованием, а с другой стороны, наличие соответствующей квалификации позволяет им найти на рынке труда хорошо оплачиваемую работу, что, в свою очередь, затруднительно для респондентов с более низким уровнем образования.

Более мощным инструментом для предсказания наличия у индивида предпринимательских намерений выступают факторы восприятия. Наиболее важным среди факторов, формирующих личное отношение к предпринимательству, является оценка индивидом знаний и навыков как достаточных для ведения бизнеса.

Среди группы факторов, связанных с субъективными нормами восприятия предпринимательства (отражают одобрение другими желания стать предпринимателем), увеличивает желание индивида стать предпринимателем наличие в его окружении тех, кто недавно открыл бизнес, а также наличие предыдущего опыта ведения бизнеса. Иными словами, наличие знакомых, открывших бизнес, может не только способствовать наличию доступа к информационным ресурсам, но и обеспечивать поддержку и одобрение действий индивида, направленных на создание своего дела. Наличие предыдущего опыта (даже негативного) может позволить предпринима-

телю не совершить повторных ошибок или добиться желаемого результата с меньшими затратами (в том числе и временными).

Среди характеристик воспринимаемого поведенческого контроля на наличие предпринимательских намерений оказывает влияние оценка индивидом условий ведения хозяйственной деятельности в регионе его проживания в ближайшее время. Динамика показателя оценки условий внешней среды свидетельствует о том, что вариация его значений слабо коррелирует с экономической ситуацией в стране. Например, в кризисном 2009 г. 17,1% респондентов воспринимали условия внешней среды как благоприятные для развития предпринимательства, в то время как в благополучном 2012 г. значение дан-

ного показателя составляло 20,1% от общего числа опрошенных [Верховская, Дорохина, Сергеева, 2014]. Таким образом, даже в условиях кризиса, в принципе, можно повышать уровень предпринимательских намерений индивидов за счет разъяснения возможностей для создания и ведения бизнеса.

В целом проведенное исследование позволило выделить ряд факторов, которые оказывают влияние на наличие у жителей России предпринимательских намерений. В то же время ряд вопросов требует дальнейшего изучения. К ним можно отнести взаимосвязь между намерениями и реализацией этих намерений, а также проведение межстранового сопоставления факторов, влияющих на предпринимательские намерения.

### Приложение

#### ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ АНКЕТЫ ПРОЕКТА GEM, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

№	Вопрос в анкете	Альтернативы	Количество ответивших, % от общего числа опрошенных	Количество пропусков, % от общего числа опрошенных	Переменная*, номер гипотезы
1	2	3	4	5	6
1	Вы имеете собственное дело, бизнес (независимый предприниматель, работаете на собственном предприятии, ферме, занимаетесь индивидуальной трудовой деятельностью и т. п.)?	Да/Нет	98,0	2,0	Зависимая
2	Являетесь ли вы в настоящее время — самостоятельно или вместе с другими — владельцем какого-либо бизнеса?	Да/Нет	98,0	2,0	Зависимая
3	Предполагаете ли вы — самостоятельно или вместе с другими — в течение следующих трех лет организовать новый бизнес?	Да/Нет	98,1	1,9	Зависимая
4	Пол	М/Ж	100,0	0,0	Контрольная

## Продолжение Приложения

1	2	3	4	5	6
5	Возраст	От 18 до 64 лет	100,0	0,0	Контрольная
6	Образование	Среднее (полное) общее и ниже; начальное профессиональное; среднее специальное; высшее	100,0	0,0	Контрольная
7	Размер населенного пункта по 5 позициям	Москва и города с численностью более 500 тыс. человек; города с численностью от 100 до 500 тыс. человек; города с численностью до 100 тыс. человек; село	100,0	0,0	Контрольная
8	Вы работаете где-то по найму полный рабочий день (35 или более часов в неделю)?	Да/Нет	98,6	1,4	Контрольная
9	Вы работаете где-то по найму неполный рабочий день (менее 35 часов в неделю)?	Да/Нет	98,0	2,0	Контрольная
10	Вы не работаете по причине преклонного возраста или инвалидности?	Да/Нет	98,0	2,0	Контрольная
11	Вы учащийся, студент?	Да/Нет	98,3	1,7	Контрольная
12	Вы весь день занимаетесь домашним хозяйством?	Да/Нет	97,6	2,4	Контрольная
13	Можете ли вы сказать, что у вас есть знания, квалификация и опыт, необходимые для начала нового бизнеса?	Да/Нет	93,0	7,0	Н1
14	Можете ли вы сказать, что страх или недостаточные способности к предпринимательству могут препятствовать вам в организации бизнеса?	Да/Нет	87,3	12,7	Н2
15	В какой мере вы согласны со следующим утверждением: в настоящее время в своей жизни я достиг(ла) всего, что хотел(а)?	Совершенно не согласен; скорее не согласен; и согласен, и не согласен; скорее согласен; совершенно согласен	98,3	1,7	Н3
16	Вы ищете работу?	Да/Нет	98,0	2,0	Н4
17	Случалось ли за последние 12 месяцев, что вы продали, закрыли, приостановили или бросили бизнес, которым до того владели и управляли?	Да/Нет	99,8	0,2	Н5.1

## Окончание Приложения

1	2	3	4	5	6
18	Сколько примерно человек работает в компании, организации, где вы работаете по основному месту работы?	До 10 человек; от 11 до 100 человек; более 100 человек	63,2	36,8	H5.2
19	Можете ли вы сказать, что вы лично знакомы с человеком, который за последние два года начал бизнес?	Да/Нет	99,1	0,9	H5.3
20	Согласны ли вы с тем, что в России те, кто успешно организовал новый бизнес, имеют высокий статус и пользуются уважением?	Да/Нет	89,1	10,9	H6
21	Согласны ли вы с тем, что в России большинство людей рассматривают создание нового бизнеса как хороший карьерный выбор?	Да/Нет	88,4	11,6	H7
22	Можете ли вы сказать, что в следующие 6 месяцев в местности, где вы живете, будут хорошие условия для начала бизнеса?	Да/Нет	73,9	26,1	H8
23	Была ли у вас в прошлом месяце, помимо основной работы или основного занятия, какая-нибудь работа или занятие, приносящее дополнительный доход?	Да/Нет	96,7	3,3	H9

Примечание: \* — в столбце указан вид переменной (зависимая или контрольная), а также номер той гипотезы, для проверки которой использовался вопрос.

## ЛИТЕРАТУРА

- Верховская О.Р., Дорохина М.В. 2013. Предпринимательские фирмы и создание новых рабочих мест в России: эмпирические свидетельства. *Российский журнал менеджмента* 11 (1): 19–40.
- Верховская О.Р., Дорохина М.В., Сергеева А.В. 2014. *Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2013*. Национальный отчет. С.-Петербург. [http://www.gsom.spbu.ru/images/cms/data/faculty/gem\\_2013\\_final20\\_all.pdf](http://www.gsom.spbu.ru/images/cms/data/faculty/gem_2013_final20_all.pdf)
- Заславская Т.И. 1995. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус. *Общественные науки и современность* (1): 17–32.
- Кузьминов Я.И., Смирнов С.Н., Шкартан О.И., Якобсон Л.И. 1999. Российская экономика: Условия выживания, предпосылки развития. *Вопросы экономики* (7): 15–25.
- Радаев В.В. 2003. *Социология рынков: к формированию нового направления*. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ.
- Abebe M. A. 2012. Social and institutional predictors of entrepreneurial career intention:

- Evidence from Hispanic adults in the U.S. *Journal of Enterprising Culture* **20** (1): 1–23.
- Aidis R., Estrin S., Mickiewicz T. 2008. Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing* **23** (6): 656–672.
- Ajzen I. 1987. Attitudes, traits and actions; Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. In: Berkowitz L. (ed.). *Advances In Experimental Social Psychology*. Academic Press: San Diego; 1–63.
- Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* **50** (2): 179–211.
- Aldrich H. E., Martinez M. A. 2001. Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* **25** (4): 41–56
- Arenius P., De Clercq D. 2006. The role of knowledge in business start-up activity. *International Small Business Journal* **24** (4): 339–358.
- Astrakhan I., Chepurenko A. 2003. Small business in Russia: Any prospects after a decade? *Futures* **35** (4): 341–359.
- Audet J. 2002. *A Longitudinal Study Of the Entrepreneurial Intentions Of University Students*. Paper Presented at the Annual Meeting of the Babson Kaufmann Entrepreneurship Research Conference Boulder, June.
- Audet J. 2004. *A Longitudinal Study Of the Entrepreneurial Intentions Of University Students*. Academy of Entrepreneurship Proceedings. Allied Academies International Conference, April 7–10, New Orleans, Louisiana.
- Autio E., Keeley R. H., Klofsten M., Parker G. G. C., Hay M. 2001. Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and In the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies* **2** (2): 145–160.
- Begley T. M., Tan W. L. 2001. The socio-cultural environment for entrepreneurship: A comparison between East Asian and Anglo-Saxon countries. *Journal of International Business Studies* **32** (3): 537–553.
- Bird B. 1988. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review* **13** (3): 442–453.
- Blanchflower D. G. 2004. *Self-Employment: More May Not Be Better*. NBER Working Paper No. 10286.
- Bosma N., Levie J. 2009. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- Boyd N. G., Vozikis G. S. 1994. The influences of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice* **18** (4): 63–90.
- Busenitz L. W., Gomez C., Spencer J. W. 2000. Country institutional profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management Journal* **43** (5): 994–1003.
- Chen C. C., Greene P. G., Crick A. 1998. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing* **13** (4): 295–316.
- De Bruin A., Brush C. G., Welter F. 2007. Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice* **31** (3): 323–339.
- De Luca G. 2008. SNP and SML estimation of univariate and bivariate binary-choice models. *The Stata Journal* **8** (2): 190–220.
- Djankov S., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A. 2002. The regulation of entry. *Quarterly Journal of Economics* **117** (1): 1–37.
- Djankov S., Miguel E., Qian Y., Roland G., Zhuravskaya E. 2004. *Entrepreneurship: First Results From Russia*. SSRN Paper No. 641721. <http://ssrn.com>.
- Eunni R. V., Manolova T. S. 2012. Are the BRIC economies entrepreneur-friendly? An institutional perspective. *Journal of Enterprising Culture* **20** (2): 171–202.
- Frank H., Lueger M., Korunka C. 2007. The significance of personality in business start-up intentions realization and business success. *Entrepreneurship and Regional Development* **19** (3): 227–251.
- Frye T., Shleifer A. 1997. The invisible hand and the grabbing hand. *American Economic Review* **87** (2): 354–358.



- Giannetti M., Simonov A. 2004. On the determinants of entrepreneurial activity: Individual characteristic, economic environment, and social norms. *Swedish Economic Policy Review* **11**: 269–313.
- Giannetti M., Simonov A. 2009. Social interactions and entrepreneurial activity. *Journal of Economics and Management Strategy* **18** (3): 665–709.
- Gupta V.K., Turban D.B., Wasti S.A., Sikdar A. 2009. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice* **33** (2): 397–417.
- Hessels J., Van Gelderen M., Thurik R. 2008. Entrepreneurial aspirations, motivations and their drivers. *Small Business Economics* **31** (3): 323–339.
- Kautonen T., Palmroos J., Vainio P. 2009. ‘Involuntary self-employment’ in Finland: A bleak future? *Public Policy* **4** (6): 533–548.
- Kautonen T., Erno T., Tornikoski E.T., Kibler E. 2011. Entrepreneurial intentions in the third age: The impact of perceived age norms. *Small Business Economics* **37** (2): 219–234.
- Kihlstrom R.E., Laffont J.J. 1979. A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy* **87** (4): 719–748.
- Koellinger P., Minniti M., Schade C. 2007. “I think I can, I think I can”: Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology* **28** (4): 502–527.
- Kolvereid L. 1996. Organizational employment versus selfemployment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* **20** (3): 23–31.
- Krueger N.F. 1993. The impact of prior entrepreneurial experience on perceived new venture feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice* **18** (1): 5–21.
- Krueger N.F. 2007. What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice* **5** (1): 125–158.
- Krueger N.F., Carsrud A.L. 1993. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development* **5** (4): 315–330.
- Krueger N.F., Deborah Jr., Brazeal V. 1994. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* **18** (3): 91–104.
- Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L. 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* **5** (5–6): 411–452.
- Levesque M., Minniti M. 2006. The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing* **21** (2): 177–194.
- Liñán F. 2008. Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal* **4** (5): 257–272.
- Liñán F., Krueger N., Nabi G. 2013. British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de Economía Mundial* **33**: 73–103.
- Liñán F., Santos F.J. 2007. Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advantages In Economic Research* **13**: 443–453.
- Minniti M. 2010. Female entrepreneurship and economic activity. *European Journal of Development Research* **22** (3): 294–312.
- Minniti M., Nardone C. 2007. Being in someone else’s shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics* **28** (2–3): 223–238.
- Mueller S.L.; Goić S. 2002. Entrepreneurial potential in transition economies: A view from tomorrow’s leaders. *Journal of Developmental Entrepreneurship* **7** (4): 399–414.
- Mueller S.L., Thomas A.S. 2001. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing* **16** (1): 51–75.
- Peterman N.E., Kennedy J. 2003. Enterprise education: Influencing students perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* **28** (2): 129–144.

- Radaev V. 2005. Establishing trust in a distrustful society: The case of Russian business. In: Hohmann H., Welter F. (eds). *Trust and Entrepreneurship: A West–East Perspective*. Edward Elgar: Cheltenham, UK; 114–135.
- Sequeira J., Muller S.L., McGee J.E. 2007. The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 12 (3): 275–293.
- Schmidt P., Tatarko A., Amerkhanova N.A. 2013. *Entrepreneurial Intention, Values, and the Reasoned Action Approach: Results From a Russian Population Survey*. Working papers by National Research University Higher School of Economics. Series WP BRP “Basic research program”. No. 12.
- Shapero A., Sokol L. 1982. The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent C., Sexton D., Vesper K.H. (eds). *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ; 72–90.
- Tatarko A. 2013. *Is Individual Social Capital Linked to the Implementation of Entrepreneurial Intentions?* Working papers by National Research University Higher School of Economics. Series WP BRP “Basic research program”. No. WP BRP 25/SOC/2013.
- Thompson J.L. 2004. The facets of the entrepreneur: Identifying entrepreneurial potential. *Management Decision* 42 (2): 243–258.
- Tkachev A., Kolvereid L. 1999. Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development* 11 (3): 269–280.
- Vaillant Y., Lafuente E. 2007. Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship & Regional Development* 19 (4): 313–337.
- Webb J.W., Ireland R.D., Ketchen D.J. 2014. Toward a greater understanding of entrepreneurship and strategy in the informal economy. *Strategic Entrepreneurship Journal* 8 (1): 1–15.

**Латинская транслитерация литературы, набранной на кириллице**  
**The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet**

- Verkhovskaya O.R., Dorokhina M.V. 2013. Predprinimatel'skie firmy i sozdanie novykh rabochikh mest v Rossii: empiricheskie svidetel'stva. *Rossiiskij zhurnal menedzhmenta* 11 (1): 19–40.
- Verkhovskaya O.R., Dorokhina M.V., Sergeeva A.V. 2014. *Global'nyj monitoring predprinimatel'stva. Rossiya 2013*. Natsional'nyj otchet. S.-Peterburg. Dostup: [http://www.gsom.spbu.ru/images/cms/data/faculty/gem\\_2013\\_final20\\_all.pdf](http://www.gsom.spbu.ru/images/cms/data/faculty/gem_2013_final20_all.pdf)
- Zaslavskaya T.I. 1995. Biznes-sloj rossijskogo obshhestva: sushhnost', struktura, status. *Obshhestvennye nauki i sovremennost'* (1): 17–32.
- Kuzminov Ya.I., Smirnov S.N., Shkaratan O.I., Yakobson L.I. 1999. Rossijskaya ehkonomika: Usloviya vyzhivaniya, predposylki razvitiya. *Voprosy ekonomiki* (7): 15–25.
- Radaev V.V. 2003. *Sotsiologiya rynkov: k formirovaniyu novogo napravleniya*. M.: Izdatel'skij dom GU–VSHE.

Статья поступила в редакцию  
10 февраля 2015 г.