

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при Президенте Российской Федерации»**

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, МАТЕМАТИКИ И ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
НАПРАВЛЕНИЕ 38.04.01 ЭКОНОМИКА
МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА»**

Группа ОМ-9773-18

Кафедра «Микроэкономики»

Допустить к защите
заведующий кафедрой «Микроэкономики»


_____ М.И. Левин

« ____ » _____ 202_ г

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО
ПОВЕДЕНИЯ**

студент-магистрант


Зельдин Михаил Леонидович

/  /05.06.2020/
(подпись) (дата)

научный руководитель диссертации

кандидат психологических наук, доцент

Манухина Светлана Юрьевна

/  /05.06.2020/
(подпись) (дата)

МОСКВА

2020 г

Оглавление

Введение	3
1. Теоретико-методологические основы исследования предпринимательства	6
1.1. Критический обзор и анализ литературы	6
1.1.1. Исторический вопрос экономической теории.....	6
1.1.2. Предприниматель в тезисах классиков	8
1.1.3. Деструктивная составляющая.....	9
1.1.4. Маленький инноватор в макропроцессе.....	11
1.1.5. Неопределённость для рискующего менеджера	13
1.2. Поведенческая форма	15
1.2.1. Особая психология.....	16
1.2.2. Научное определение предпринимательства	20
1.3. Роль предпринимательского поведения.....	24
1.4. Предпринимательская интенция	26
1.5. Особенности деловой деятельности в Российской Федерации.....	31
1.6. Выводы.....	37
2. Исследование факторов предпринимательского поведения.....	38
2.1. Общая концепция исследования	38
2.2. Обоснование и описание используемых метрик	39
2.2.1. Возраст.....	39
2.2.2. Пол.....	40
2.2.3. Образование	41
2.2.4. Тип дохода.....	42
2.2.5. Наличие образования связанного с предпринимательством.....	42
2.2.6. Эффективность делового образования.....	43
2.2.7. Профессия и форма вашей деятельности	43
2.2.8. Опыт.....	45
2.2.9. Количество открытых бизнесов.....	45
2.2.10. Отрасль деятельности	46
2.2.11. Размер организации в численности сотрудников	46
2.2.12. Субъективное ощущение стадии организации	47
2.2.13. Продукт и рынок	49
2.2.14. Стиль.....	50
2.2.15. Вопрос с лотереей	51
2.2.16. Шкала склонности к общему риску “GRiPS”	52
2.2.17. Воздушный шарик — аналог задачи с риском «BART».....	53
2.2.18. Деловая самоэффективность.....	54
2.2.19. Потребность в достижениях	55
2.2.20. Мотивация	55
2.2.21. Социальные нормы	56
2.2.22. Иллюзия контроля.....	57
2.2.23. Сверхуверенность	57
2.2.24. Настроение	58
2.2.25. Предпринимательская интенция	59
2.2.26. Данные ЭЭГ.....	59
2.2.27. Методология и процедуры сбора и обработки данных	60
2.3. Описание используемых данных	63
2.4. Выводы.....	66
3. Анализ и интерпретация факторов	67
3.1. Интерпретация средних показателей по профессиям	67

3.2.	Предпринимательская интенция по полу и профессии	69
3.3.	Описание связей между показателями.....	71
3.4.	Регрессия модели предпринимательской интенции.....	75
3.5.	Кластеризация предпринимателей	79
3.6.	Выводы	84
4.	Консультирование в области поддержки и развития предпринимательства	86
4.1.	Учёт полученных выводов для политики поддержки делового климата	86
4.2.	Образование — ключ к развитию предпринимателей	88
4.3.	Консультирование с целью повышения осознанности и рациональности.....	91
4.4.	Автоматизированная рекомендательная система	97
4.5.	Выводы.....	100
	Заключение	102
	Список терминов.....	105
	Список литературы	106
	Приложение А	131
	Приложение Б.....	137
	Приложение В	141
	Приложение Г	145
	Приложение Д	146
	Приложение Е.....	152
	Приложение Ж	154
	Приложение К	155
	Приложение Л	157

Введение

Во всём мире, как в науке, так и в общественном представлении предпринимательство признается двигателем и связующим элементом экономического роста и социального развития. Предприниматель, безусловно, важный субъект в современной экономике, которая в 21 веке перешла от промышленно-административного типа к инновационно-предпринимательской.^{1 2} В последние десятилетия новые компании и преобразование старых в соответствие с деловыми целями, значительно трансформировало сферы общественной жизни и модернизировало технологическую среду, быт, транспорт, коммуникацию. Рост количества предприятий и под-индустрий усложняет бизнес среду и при этом, через конкуренцию и кооперацию, стимулирует всех к всё большему прогрессу. Глобально, оставаться стабильным сегодня — означает деградировать. Ко всем организациям предъявляется требование соответствовать динамичным вызовам рынка, для этого необходимо быть эффективными и уметь работать с продуктом. Экономика потребления всё больше превозносит предпринимателя, который видит возможности, использует их и, организуя процессы, создаёт спрос на блага. Он тем самым защищает свои личные финансовые интересы и психологические мотивы. Именно предприниматель играет ключевую роль в создании, развитии и устремлениях компаний. Являясь проактивным в высокой степени, ему приходится двигаться в неопределённости. Его поведение, произрастающее из личных качеств, условий среды и системы ценностей, является многогранным феноменом.

Основоположники экономической теории на раннем этапе выделили роль предпринимателей. Но со временем учёными не была сформулирована единая теория предпринимательства, кроме того не была создана универсальная модель в системе Эвклидовской логики — математическом языке, которая бы не ситуативно, а системно отражала функцию и действия предпринимателя в экономике.³ Теория предпринимательства не сформировалась как единая область и не является частью какой-то одной науки. Идеи о предпринимательстве находились в развитии и продолжают эволюционировать: теоретик за теоретиком, период за периодом, вопрос за вопросом сменяют друг-друга, критично обогащая науку, актуализированные представления о данном элементе экономической деятельности. Необходимость изучения данного феномена только возрастает. Понимание природы и духа предпринимательства является

¹ Lazear E., Oyer P. Labour Economics Internal and external labor markets: a personnel economics approach vol. 11. 2004, - С. 527-554.

² Thurik R. Capitalism and democracy in the 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy. // Journal of Evolutionary Economics. 2000.

³ Low M., MacMillan I. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. // Journal of Management - J MANAGE. 14. 1998, 139-161.

одним из условий устойчивого благополучия как отдельных стран, так и в целом человечества.

В целях изучения особенностей поведения предпринимателей и тех людей, которые собираются ими стать, на основе теории предпринимательской интенции было разработано исследование, позволяющее выявить намерение стать предпринимателем и проверить, можно ли объективно обобщать или необходимо группировать по классам предпринимателей.

Результаты данного исследования позволили проверить модель интенции на российской выборке, уточнить её и внести новые факторы риска, когнитивного искажения и образования.

Для достижения этой цели были сформулированы следующие задачи:

- изучить теоретические взгляды на предпринимательство;
- ознакомиться с передовыми тенденциями в исследовании предпринимательства;
- проанализировать интенционные факторы и их связи;
- провести кластерный анализ предпринимателей на основе бизнес факторов;
- сформулировать выводы и рекомендации по развитию и поддержке предпринимательства с учётом выявленных особенностей;
- разработать консультационную методику, провести пробные консультации, сформулировать практические рекомендации.

Объект исследования: особенности факторов, формирующих намеренное поведение предпринимателей и прото-предпринимателей.

Предмет исследования: выявление связи между факторами и модернизированная модель предпринимательской интенции.

Гипотезы исследования:

- между разными факторами модели предпринимательской интенции существуют важные связи для развития теории и практики;
- предпринимателей описывает их лояльность к риску;
- гендер по разному влияет на предпринимательскую интенцию;
- предиктами предпринимательской интенции является деловая самооффективность и социальные нормы, окружающие человека;
- образование может формировать намерение стать предпринимателем;
- в исследованиях можно использовать субъективное восприятие организационно-средовых факторов;

- используемые обобщающие теории и описания предпринимательства могут не отражать действительность;
- предприниматели поддаются группировке по организационно-средовым факторам.

Практическая значимость:

На основе полученных данных предложено проводить более точную государственную политику поддержки предпринимательства и делать акцент на образовании.

При разработке программ образования рекомендовано учитывать аудиторию и их целевые установки, развивать среди проходящих обучение лояльность к риску и реальные деловые компетенции.

На основе выводов и пробных консультаций предложена методика консультирования, которая должна повысить осознанность, рациональность и эффективность в работе. Данную методику предложено адаптировать для цифрового автоматизированного формата и далее применять, распространять институтами развития.

В первой главе рассмотрена история теоретических концепций предпринимательства, проведен критический анализ терминологии и подходов исследования, а также проанализированы условия деловой деятельности в России.

Во второй главе представлено объяснение и обоснование используемых факторов включенных в исследование, описан процесс сбора данных.

Третья глава посвящена анализу полученных результатов: сформулированы выводы исследования, даны предложения модернизации модели предпринимательской интенции, выведены интерпретации предпринимательской типологизации по классам.

В четвертой главе на основе выработанных выводов и опыта консультирования были разработаны рекомендации для развития предпринимательства и описана предлагаемая методика консультирования.

В заключении подведены итоги проведенного исследования в области модели предпринимательской интенции и теории предпринимательства.

1. Теоретико-методологические основы исследования предпринимательства

1.1. Критический обзор и анализ литературы

1.1.1. Исторический вопрос экономической теории

Исторически сложилась спираль акцента изучения одного из центральных предметов экономики. Основоположники Р.Кантильон, Ж.Б.Сей, А.Смит и Д.Рикардо в своих работах уделяли много времени экономическим агентам и вместе с французской школой ввели в обиход современное понятие предпринимателя. В классических экономических трудах 18-19 века предпринимателей обычно звали авантюристами “*adventurers*” или устроителями “*undertakers*”. Позже в английский прямым образом был заимствован французский термин «предприниматель» “*entrepreneur*”. Слово “*entrepreneur*” во французском означающее “человека, предпринимающего действия”, известно в русском как “антрепренёр” — театральным продюсер. Сам термин во французском образован из коренного слова “*entreprendre*”, которое значит «взять в свои руки, захватить». Русский термин хорошо передаёт общий смысл.

Человечество в лице деловых лидеров прошло путь от “хозяев” землевладельцев и рабовладельцев, через торговцев-купцов, до демократических инноваторов, зачастую обладающих только интеллектуальным капиталом. Стоит учитывать, что ограниченное внимание исследователей к феномену шло параллельно с историческим процессом, в котором предприниматели разных эпох древнего мира, средневековья, 17; 18; 19 и 20-го и 21-го веков находились в сильно отличающихся контекстах, культурных системах и технологических парадигм. Роль предпринимателя ярко выражается как результат социальной эволюции Эпохи Просвещения, в которой постоянство изменений стало нормой. А прогресс в широком смысле сегодня можно представить как ожидаемое и желаемое явление. Предпринимательство (не деструктивное) скорее процветает там, где укоренились идеи либерализма и индивидуализма. Если же смотреть в историю, мы не найдем в средневековье или древнем мире образ предпринимательства, которое было бы столь значимым, существенным, уважаемым, как сейчас. Хотя стоит отметить, что в целом производители зафиксированного знания — философы, теологи и политики — гораздо меньше уделяли внимание экономическим вопросам. Торговля, налоги, сельское хозяйство, промышленность были скорее вторичными областями политики и этики. А успех в том числе в коммерции, в данных сферах — предполагал скорее высшее благословение и изобретательность, чем интересующее тогда общество наделенная элитарность и героический смысл. Кастовость и иерархия в более статических обществах

не благоприятствует появлению «возможностей», в поиске которых предприниматель постоянно находится. Кроме того, в христианском и в мусульманском мире длительное время согласно религиозной доктрине сохранялась идея “справедливой цены” и нечестивости ростовщичества, как и любой выгоды за счёт других. Когда все общество рассматривается с точки зрения долга и обязательств при исполнении назначенных Богом или «кастовых» ролей, и когда подготовка к следующей жизни, а не улучшение материальных условий в этой жизни, имеет более высокий приоритет, вряд ли можно ожидать, что предпринимательство будет занимать видное место в преобладающем экономическом мышлении. Это конечно не значит, что мир был абсолютно статичным и не было прогресса. Кроме того, Римское право, унаследовавшее лучшие практики Средиземноморья и Ближнего Востока, создало условия для частной собственности, делового договора. Без признания договоренностей не могло бы существовать Шелкового Пути и феноменов богатства христианских орденов, Венеции, Генуи, городов Ганзы. Представление о предпринимателе, а не торговце, купце или землевладельце ждало эпоху, когда именно прогресс и торговля станут условиям успеха и фактором, влияющим на политическую власть. Классики предупредили капитализм, отделив новый термин от более ранних «авантюрист», «аферист» и других, обладающих в той или иной степени негативным окрасом.

Последние две сотни лет учёные преимущественно развивали представление об экономике через формальное моделирование в математическом языке, что позволило выявить базовые законы и общие связи влияния. Однако параллельное, не менее интенсивное развитие гуманитарных наук непрерывно обогащало познания экономистов и продолжает давать инструментарий для выведения улучшенных моделей и интерпретаций. Не отрицая в той или иной степени важность такого элемента как предприниматель, экономисты из-за сложности игнорировали преимущественно его в построении своих классических моделей на протяжении большей части истории, и только отдельные учёные предпринимали попытки создания хотя бы описательного базиса для теории предпринимательства. Нобелевский лауреат У.А. Льюс (1915-1991 г.г.) пробовал системно представить роль перераспределения предпринимателем экономических и трудовых ресурсов. Профессор У .Дж. Баумоль ещё 50 лет назад удачно сформулировал, что экономика без предпринимателей это как если бы «Гамлет» У. Шекспира был бы без «Принца Дании».⁴ При сравнении концепций разных выдающихся авторов возникает много сбивающих противоречий. За последние двадцать пять лет научный мир вел активную дискуссию и пришёл к условному терминологическому консенсусу, что

⁴ Baumol W. J. Entrepreneurship in economic theory // American Economic Review, 58(2). - 1968. - С. 64—71.

отражается в возрастающем объеме тематических исследований. Но перед началом новой работы, исследователь всё еще обязан уточнять эксплуатируемое определение и изучаемые грани предпринимательства.^{5 6 7}

1.1.2. Предприниматель в тезисах классиков

Французские учёные-меркантилисты, размышлявшие и на практике влиявшие на политику государства в области налогообложения, денег, финансового управления, стали первыми, кто заговорил о предпринимателях и их талантах как о виде деятельности, необходимом для процветания и накопления богатства обществом. Француз Ж. Тюрго указывал, что капиталист не сидит на месте и стремится к заработку, и в своём роде тоже является предпринимателем и порождением капитала, который ему либо был дан, либо которым он воспользовался. И он будет использовать капитал через купле-продажу, ренту, вложения, и таким образом он тоже предприниматель-капиталист. Классический французский экономист Ж.Сэй (1767-1832), пионер идей вкладов в научно-технические исследования и государственных инвестиций в перспективы. Сэй разделял капиталистов и предпринимателей. Он выделил три типа взаимно необходимых в создании нового в промышленности и для благосостояния: учёные, предприниматели и рабочие. И указывал на то, что предприниматель — это агент экономики, объединяющий средства производства, планирующий и выгодно организующий использование ресурсов, создавая руками рабочих продукты. Предприниматель Сэя — перемещает ресурсы в область с более высокой производительностью и результатом. В его определении у предпринимателя вознаграждения произрастают из «его промышленных способностей, талантов, деятельности, духа порядка и руководства» в неопределенности. Классик маржинализма Й. фон Тюнен (1783-1850) вывел зависимость между объемом риска и возможным извлекаемым доходом предпринимателя, который по его мнению не обязательно должен быть инноватором.

В системе раннего экономиста Р.Кантильона (1680-1734) предприниматель — первостепенный элемент экономики и человек с нефиксированным доходом, который принимает нестандартные решения и использует расхождение спроса и предложения (нарушение рыночного равновесия, связующее звено между потребителем и производством) и беря на себя риск извлекает доход. Он разделял предпринимателей и капиталистов, землевладельцев и наемных. Управленцев предпринимателями он не

⁵ Гулин К.А. Основы предпринимательства : учебное пособие - Вологда : ИСЭРТ РАН 2007, 2017.

⁶ Ricketts M. Theories of Entrepreneurship: Historical Development and Critical Assessment. In book: The Oxford Handbook of Entrepreneurship Publisher: Oxford University / PressEditors: Mark Casson et.al, 2009.

⁷ Timmons J.A., The Entrepreneurial Mind. / Brick House Publishing Company, 1989. URL: <https://archive.org/details/entrepreneurialm0000timm/> (дата обращения: 05.10.2019).

считал. К предпринимателям он относил, ремесленников, купцов, торговцев, фермеров, разбойников, нищих — людей с непостоянным заработком, основой для описания предпринимателя он представлял теорию риска.⁸ Он выделял особую черту предпринимателей — способность переносить неопределенность и рисковать. Учёный прекрасно отражал роль предпринимателя в период становления Великобритании со своей парламентско-судебной системой, породившей условия для развитого капитализма.

А. Смит описывал предпринимателей как людей, эксплуатирующих капитал для извлечения дохода. То есть, предприниматель может быть собственником капитала, а может быть взявшим в долг, который ради реализации какой-то коммерческой идеи идет на экономический риск и получение прибыли. В его идее предприниматель в первую очередь — пользователь капитала. Многие экономисты целым фронтом во главе с А. Смитом в период установления юридической защищенности торговли, а также революции в области производительности, технологий, когда индивидуальная экономическая инициатива получила уникальные возможности для самореализации, провозгласили предпринимателя героем новой эпохи. Именно из этого периода 18-19-го веков произрастает новая идея роли предпринимателя — трансформирующего реальность, учредителя промышленных предприятий, автора появления продуктовых новаций в обществе через создание новых продуктов или завоза их с других континентов.

В процессе закладки фундамента экономической теории использовался скорее гуманитарный подход. Экономика и предпринимательство только описывались, приводился философский исторический анализ и выводились теоретические объяснения. Математические инструменты и тем более доказательные инструменты только начинали развиваться, особенно это касается сложного лично-центристского концепта предпринимателя. Как и с проблемами поведения, с конца 19 века внимание к инициативному сложно описываемую предпринимателю в работах учёных отступило, уделялось больше сил теории организации, управлению, макропроцессам, математическому описанию рыночных явлений.

1.1.3. Деструктивная составляющая

К.Маркс (1818-1883) разделяет функционирующих предпринимателей, извлекающих доход из результатов вложений в средства производства бизнес-идеи или преобразующих собственное дело, и капиталистов, эксплуатирующих труд, получающих доход от собственного капитала. Но в его представлении предприниматель играет пассивную роль, придавая большее значение рабочему классу. Считал, что собственники и

⁸ Гурьянов П.А. О предпринимательстве // Современные научные исследования и инновации. 2011. № 3. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2011/07/1453> (дата обращения: 10.12.2019).

капиталисты дисфункциональны и эксплуатируют пролетариат.⁹ Т. Веблен (1857-1929) критиковал, но во многом развивал марксистскую оценку предпринимательству, указывая, что индустрия является производителем блага, а предприниматель и бизнес стремятся к извлечению прибыли, что капиталисты-предприниматели расточительно эксплуатируют финансовые механизмы.¹⁰ Т. Веблен, отводил предпринимателям и предприятиям, с учётом человеческого любопытства и агрессии, важную социальную функцию, подразумевающую риск и развитие, но указывал, что отрицательная (спекулятивная) деятельность бизнесмена в условиях изменчивости может создавать такую же прибыль, как и реальное производство благ.¹¹ Позже, Дж. Н. Бхагвати (1934 г.р.) описали деловую деятельность, противоположную продуктивному предпринимательству, выраженную в «поиске ренты» и «прямо-непроизводительной деятельности» (“directly-unproductive”, “rent-seeking activity” — “DUP”).¹² Другой американский экономист У.Дж.Баумоль (1922 г.р.) помимо производительного и непроизводительного (перераспределение) предпринимательства, вывел деструктивное, которое выражено в прибыли для отдельных частных лиц и к потерям для общества, а также преступные/силовые формы предпринимательства.¹³ Для Веблена институты и привычки (традиции) выполняют две противоречивые задачи: увековечивают элементы, которые исходят из прошлого (часто из прошлых поколений или периодов, например имеющейся технологии), одновременно повышая эффективность повторяющихся действий человека и позволяют людям обращаться к новому (например, модернизация). Таким образом технология является динамическим элементом, который как сохраняет огонь развития, так и решает проблемы, изменяет среду, процессы, в конечном счете — институты и связи. Организации однако являются не только продуктом технологического развития, но также и сами воздействуют на технологии, тормозя их или стимулируя — в зависимости от обстоятельств. Его концептуалистский контекстуально-институциональный подход, рассматривающий природу факторов влияния, предвосхитил веяния конца двадцатого века в вопросе изучения предпринимателей.¹⁴ ¹⁵ Он подвергал критике «экономического человека», по

⁹ Т.Веблен, Теория праздного класса: Прогресс. М., 1984.

¹⁰ Меснянкина Е.А. Предпринимательство в теориях Р.Кантильона, К.Маркса и И.Шумпетера: сравнительный анализ / Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. URL: www.esa-conference.ru 5 (дата обращения: 10.12.2019).

¹¹ Т. Веблен. Теория делового предприятия. М., Дело, 2007. - С. 288. URL: <http://baguzin.ru/wp/?p=13769> (дата обращения: 10.12.2019).

¹² N.F.Krueger. The Cognitive Psychology of Entrepreneurship, Handbook of Entrepreneurship Research. 2005

¹³ Яковлев А. А. Огнять или создать? Стимулы к применению насилия в экономике и факторы, способные его ограничить, Верховенство права как фактор экономики . М., Мысль, 2013. - С. 121-144.

¹⁴ Kalantaridis C. Veblen and the entrepreneur. International Review of Sociology / Revue Internationale de Sociologie, 14(3), 2004, - С. 487—501.

¹⁵ Eur J Hist. J.A. Schumpeter and T.V. Veblen on economic evolution: the dichotomy between statics and dynamics / Econ Thought (23(5) Published online 2015). - С. 718—742

существо существующего только в форме рационально-калькуляционного юнита в математических моделях экономистов. В самом конце двадцатого века поведенческий экономист Р.Талер (1945 г.р., Лауреат премии по экономике памяти А.Нобеля 2017) ввёл в общее употребление противоположность термину «экона» — человека рационального, «гумана» — реального, опираясь на экспериментальное доказательство когнитивного и поведенческого несовершенства.

1.1.4. Маленький инноватор в макропроцессе

В классической экономической теории предприниматель был некоторым естественным автоматизированным промежуточным элементом системы безличных сил: взаимоотношений «земля — труд — капитал» и результатными вознаграждениями в виде ренты, заработной платы и прибыли. На этой стадии теории возникли вопросы необходимости разделения понятий предприниматель, менеджер, капиталовладелец (капиталист), землевладелец, учредитель. По итогу до сих пор понятие остаётся размытым, так как все перечисленные роли подразумевает поиск возможностей извлечения прибыли, стремления к ней, занятия коммерческой деятельностью. А также к ним добавилось популярное сегодня продолжение шумпетерианских идей об корпоративном «ин»-предпринимателе — внутри организации занимающимся новациями, обновлением и развитием компании, не будучи учредителем или рискующим своими финансовыми обязательствами.

Ещё в дискурсе французской школы 18 века, экономисты физиократы Н. Бодо (1730-1792) и Ф. Кенэ (1694-1774) первыми указывали на инновационную функцию предпринимателя. Один из основателей неоклассического направления А. Маршалл (1842-1924) помимо инновационной роли подчеркивал, что предприниматель должен постоянно минимизировать затраты.¹⁶ Ф.Б. Холи выводил, что предприниматель — это также ещё и мотиватор, обремененный неопределенностью, и с этой ответственностью решает некий оптимум функционирования производства, достижения коммерческих целей. Позже Й.А. Шумпетер (1883-1950) рассматривал экономику преимущественно с макромасштаба, как динамическую систему. Основной феномен развития экономики по Шумпетеру — рациональный (в широком смысле) предприниматель, который, в среднем, отличается от «капиталистической культуры». Он определял главной движущей силой новые комбинации факторов производства, собираемые ролевой позицией предпринимателя, вооруженного энергией и идеей. Результатом подобной комбинаторики являются организационно-хозяйственные новации, рождающие новые блага или их развитие; новые

¹⁶ Marshall A. Industry and Trade. London., Macmillan. 1923.

технологии; новые рынки; новые ресурсы и их источники; реорганизацию производства. Он приписывает предпринимателю в экономике осуществление «созидательного разрушения» — бесконечный индустриальный процесс разрушения и реконструкции с поиском источников прибыли. В то же время Шумпетер не был солидарен с тезисом о том, что предприниматель — это, в первую очередь, лицо, берущее на себя риски. И писал, что он необязательно собственник бизнеса, отдавая первостепенность нововведениям в структуре, функционированию внутри процесса производства, сопоставляя предпринимателя и инноватора. Стоит понимать, что Шумпетер писал в контексте промышленной революции и индустриализации первой половины двадцатого века, видимо вглядываясь в суть процесса, а не в роль личности. Это был период естественного увеличения производительности и соответственно, когда функция предпринимателя органично сводится к использованию возникающих возможностей модернизации в динамической реальности, становясь таким образом поддерживающим двигателем прогресса. Поэтому шумпетерианский предприниматель, в определенном аспекте будучи природной сущностью, вряд ли в действительности существует как человек не стремящийся к спекулятивному доходу, а только капиталистическому (рыночному) — скорее является идеалистическим представлением.¹⁷ Кроме того, такое представление имеет серьезные ограничения для использования в математическом языке экономики, процесс принятия решений инновационного предпринимателя находится вокруг создания чего-то беспрецедентного и неожиданного для остальных. Но учёному в своей методологии удалось актуализировать изначальное понятие (“entrepreneur” — с фр. предпринимающий действия, начинающий дело или изменения, подрядчик), которое относится не только к основателям бизнеса, владельцам капитала, рискующим в деловой среде, но и в более широком смысле инноваторам. Шумпетерианский предприниматель, представляет теорию инноваций, он скорее тот, кто вызывает изменения, а не реализует их, во множестве социальных ситуаций, в которых на него и среду действуют социологические и психологические факторы, определяющие темпы и особенности развития.^{18 19} Дополнил шумпетерианский образ немец В. Зомбарт (1863-1941), описав

¹⁷ Schumpeter, J. A. The Theory of Economic Development // New York, Oxford University Press. (original 1912, 1934).

¹⁸ Нуреев Р. М. Шумпетерианский предприниматель в теории и на практике // Пространство экономики. 2003. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/shumpeterianskiy-predprinimatel-v-teorii-i-na-praktike> (дата обращения: 08.12.2019).

¹⁹ Грубенкова Д.О. Предпринимательство в теориях Р.Кантильона, Маркса, Веблена и Шумпетера: сравнительный анализ // Международный студенческий научный вестник. - 2016. - № 2.; URL: <http://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=15405> (дата обращения: 10.12.2019).

цели предпринимателя — рост и процветание, что на самом деле является увеличением прибыли, условно выраженной в организации, торговле и завоевании.²⁰

Возможно дух времени повлиял на расстановку акцентов и почему уважительно признавая значимый вклад Шумпетера, исследователи сегодня массово предпочитают более коммерчески ориентированное и актуальное под современность определения.^{21 22} Шумпетер, став наиболее цитируемым теоретиком предпринимательства отрицал основополагающую идею, традиционно приписываемую предпринимателю экономистами ещё со времён расцвета французской экономической мысли, как лицу берущему на себя риски. Он разделял предпринимателей и капиталистов, таким образом, что только капиталисты рискуют, а предприниматели являются неотъемлемой частью глобального процесса модернизации промышленности. Общая позиция на сегодняшний день по этому вопросу отличается. Что касается новаций, многие современные исследователи, например П. Давидсон, указывают, на то, что предпринимателем стоит считать, того, кто в глобальном смысле создаёт движение рынку и новацию. В развивающихся странах такую роль могут выполнять и предприниматели-имитаторы, повторяющие инновационные технологии, созданные другими.²³

1.1.5. Неопределённость для рискующего менеджера

Более строгим и выведенным в среде американской, стремительно развивающейся экономике 20 века представляется описание данное экономистом Ф. Найтом (1885-1972) предпринимателю, который особое внимание уделял рыночному равновесию, риску, неопределённости и прибыли.²⁴ Появление неоклассической теории полезности Джевонса и Менгера объясняющее экономическое поведение, позже позволило Найту в 20-х годах XX-го века выделить предпринимателя как субъекта ради получения прибыли, нарушающего равновесие избыточного спроса/предложения, которое должно быть в конце концов равно нулю. Найт видел прибыль в связке с неопределённостью, так как нарушение равновесия подразумевает неожиданные сложноструктурные изменения. Именно ему приписывают определение предпринимательства как действие в условиях неопределённости. Он утверждал, что неопределённость является неотъемлемой частью деловой деятельности и обусловлено необходимостью принимать решение сейчас,

²⁰ Зомбарт, В. Современный капитализм / пер. с нем. под ред. В. Базарова, И. Степанова. М., Издание С. Скимунта, б.г. -Т. 2. Теория капиталистического развития. - С.492. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496639> (дата обращения: 11.12.2019).

²¹ Miner, Raju. Data quality affects meta-analytic conclusions: a response to concerning entrepreneurial risk propensity. / J Appl Psychol. 2004 - С. 14-21.

²² Давидссон П. Исследуя предпринимательство / Пер. с англ. под науч. ред. А.Ю. Чепуренко, О.И. Образцовой - изд.дом Высшей школы экономики, 2014 - С.400 - ISBN: 978-5-7598-1073-5

²³ Kilby P. Entrepreneurship and Economic Development / New York: Free Press, 1971. - С. 366.

²⁴ Найт Ф. Х. Риск, неопределённость и прибыль / пер. с англ. - М.: Дело, 2003. - С. 360.

основываясь на прогнозировании, создании будущего и ожидания в будущем периоде прибыли. В кратком изложении, предприниматель — субъект в теории неопределенности. Для Найта интерпретация поведения через гедонизм и материализм уступает этическому, влиянию общества. Он выделил четыре необходимые характеристики, влияющие на успешную экзистенцию: знания и суждения-оценки; способность предвидения; неординарные управленческие способности; уверенность, подтверждающая свои оценки действиями. Сразу группа учёных-экономистов Й.С. Милль, А. Маршалл и Ф. Найт представляли предпринимателей скорее менеджерами, чем инноваторами или лояльными к риску личностями. Профессор Р.Райх (1946г.р.) считает важнейшим качеством способность предпринимателей построить команду и лидерство. Успешные компании движутся к построению новых моделей для рабочих отношений, основанных на сотрудничестве и взаимной ценности. Это представляется корректным, так как согласно К.Кейсен (1920-2010) и У.Баумоль (1922-2017), компании на самом деле встраиваются и начинают осознавать себя в структуре производственных возможностей и в этом роль предпринимателя-менеджера всегда присутствует: максимизация эффективности деятельности фирмы при существующих возможностях и ограничениях в неопределенности.²⁵ Так как предприниматель получает доход из остатка после вычета всех расходов и является в некотором смысле самозанятым, как таковой функции спроса на саму деятельность предпринимателей не существует, в отличии от ресурсов, услуг и т.д. Исходя из работ более поздних учёных, можно выделить четыре источника неопределенности, признаваемых экономистами:

- Сложность расчета принятия решения и ограниченность агента в анализе.
- Непредсказуемость будущего и отсутствие контроля над множеством факторов и постоянное преобразование закономерностей, существовавших в прошлом.
- Взаимная связность мотивов и поведения человека.
- Психическое несоответствие рациональной модели и агностический взгляд на всезнание.

П. Друкер (1909-2005) развивал идеи предшественников. Для него предприниматель — своеобразный искатель перемен, проактивно реагирующий и

²⁵ Баумоль У. Микротеория инновационного предпринимательства. М., Издательство Института Гайдара, 2012. (Источник: Baumol W.J. 2010. The Microtheory of Innovative Entrepreneurship. Princeton: Princeton University Press).

использующий возможности. А сами инновации для него характерный инструмент, но важнее, что он преобразует из потенциального источника в эксплуатируемый ресурс.²⁶

1.2. Поведенческая форма

В австрийской экономической школе, уделялось внимание теории предпринимательства, а первоочередной темой в этом направлении было привлечение и адаптация предпринимателем информации, знаний для равновесия. Л. фон Мизес (1881-1973), как представитель австрийской школы и либеральный микроэкономист смотрел более конкретно на предпринимателя как на связанного с предприятием и рынком соответствующими теориями. Мизесианский предприниматель обладает рациональностью, который будучи человеческой, стоит у штурвала процессов и преобразует исходные ощущения в восприятие и далее в образ, чтобы находить оптимальные и актуальные решения во множестве вариантах. Мизес признавал различия между предпринимателем и управленцами, хотя принимал, что менеджеры могут выполнять и предпринимательскую роль, и наоборот. По его мнению, экономисты, говоря о предпринимателях, подразумевают функцию, а не человека.^{27 28} Но у предпринимателя, как у любого человека, имеющиеся знания несовершенны, и полноценная идеальная координация на рынке невозможна. Единомышленник Л. фон Мизеса — И.Кирцнер (1930) придавал успешности предпринимателя свойство способности коммерческого видения и чувства конъюнктуры рынка, но все же не идеализировал.²⁹ В среде, где рынок оказался в равновесии (между потребителем и производителем), предприниматель как функция экономической реальности будет нарушать это равновесие, например, увеличивая спрос или, возможно, значительно преобразовывая рынки, приводя к условному равновесию. Таким образом, в его представлении предпринимательство — это конкурентная деятельность за доход, приводящая к некоему новому состоянию дел. Предприниматель уникален только тем, что создает контекст, в котором люди принимают решения, которые они воспринимают наилучшими. В дальнейшем, нобелевский лауреат Ф. фон Хайек (1899-1992) стал одним из тех, кто запустил всё ещё актуальный дискурс, придав в своих работах предпринимательству характеристики поведения (роль, функции), а не вида деятельности (предрасположенность, тип, профессия). Но именно предпринимательству он отдавал высокую миссию, которая при свободе обеспечивает процветание обществу в

²⁶ Корнейко О.В., Ма Б. Теория предпринимательства в контексте современного развития российской экономики. // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. № 2 (25), 2016.

²⁷ Mises L.. Human Action / New York: Foundation for Economic Education, 1940.

²⁸ Wooliscroft B., Tamilia R.D., Shapiro S. J., A Twenty-First Century Guide to Aldersonian Marketing Thought / Springer Science & Business Media, 2006.

²⁹ Kirzner I.. Perception, Opportunity and Profit. Chicago // University of Chicago Press, 1979.

целом. Его заботила проблема, что при абсолютной информированности всех агентов произойдет равновесие, но люди обладают противоречивыми знаниями, формирующимися из опыта личности, и предприниматель оказывается тем, кто локально, частично на рынке создает стремление к равновесным ценам.³⁰

Английский экономист, лидер теории предпринимательства в Великобритании М. Кассон (1945 г.р.) в своих работах конца двадцатого века провёл синтез и огранку совмещённых предыдущих описаний в современных актуалиях. Для него предпринимательство — это в первую очередь продвижение инновационных проектов высокого риска путем координации ограниченных ресурсов, которые способствуют экономической эффективности и экономическому росту. Что, возможно, очень удачно описывает задачу, стоящую перед любым коммерческим предприятием. Мы знаем, что рискованные проекты, тем более инновационные, имеют вероятность неудачи и, кроме того, не существует какой-либо простой применимой модели для прогнозирования, что мы можем наблюдать в инновационных индустриях, политике и градостроении. Принимаемые решения в бизнесе похожи на медицинский диагноз, который ставит врач, исходя из очень ограниченного объема данных, которые он может получить о теле клиента, его поведении и психосоматике, окружающей среде и прогнозе изменений. Предприниматель всё время находится в зоне неполной информации и основывается он преимущественно на симптомах, а не полной аргументации фактами. Поэтому, решения основываются не на математическом расчете, который мог бы существовать при достаточной информации, а исходя из здравого смысла и упрощений. И оказывается, что из-за риска, скептики (рискофобы) остаются в стороне, а у предпринимателя, совершившего шаг, возникает возможность занять новую долю рынка, пока не вернется высокая конкуренция и раздражители.³¹

1.2.1. Особая психология

Психолог Врум (1932) в середине прошлого века вывел модель альтернативного поведения, в котором человек выбирает между вариантами и определяет для себя, какое поведение приведет к наиболее желательному результату. В экономике данная задача называется теорией ожидаемой полезности и максимизации полезности. По Вруму,

³⁰ Виноградов А.В. Понятие предпринимательства: основные зарубежные концепции // Вестник ПАГС. 2004. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-predprinimatelstva-osnovnye-zarubezhnye-kontseptsii> (дата обращения: 10.12.2019).

³¹ Casson, M.C. *Entrepreneurship: Theory, Networks, History* / Cheltenham: Edward Elgar, viii, 2010. - ISBN-10 1849800391.

мотивация концептуализируется как продукт ожидания, наличия инструментария и валентности (возможности).³²

Более расширенное и сложное представление, но скорее мотивационное, предлагали Л. Портер и Э. Лоулер, объединившие теорию справедливости и теорию ожиданий. Они рассматривали мотивацию как результат когнитивного просчёта затрачиваемых человеком усилий, его восприятия, получаемых им результатов, внутреннего и внешнего вознаграждения, конечной степенью удовлетворения и ощущения справедливости вознаграждения.

Американский психолог Д.МакКлелланд (1917-1998), а также последующие учёные Д. Гоулман, Д. Аткинсон, Д. Винтер, Х. Хекхаузен, развивавшие теорию потребностей, представляли мотивацию предпринимателя как сильную потребность в достижении успеха, выраженную вместе с инициативностью и способностью брать на себя оправданные риски. Предпринимателей МакКлелланд причислял к людям целеустремлённым, избирающим умеренный уровень риска, при котором желаемый максимальный успех не гарантирован, но главным образом зависит от усилий и способностей. Учёные предполагали, что общество с высокой мотивацией к достижениям будет порождать больше истинных предпринимателей, которые будут ускорять экономический рост. Экономист У.Дж.Баумоль считает, что от статистического распределения предприимчивых среди сфер деятельности и их объема в наличии у сообщества может зависеть состояние благосостояния и динамика развития. Он отмечает, что на ранних стадиях, когда ещё отсутствуют эффективные общественные институты и благоприятствующие правила, а также на стадиях стагнации зачастую преобладают деструктивные формы предпринимательства.^{33 34} В целом, стремление к успеху связано с уровнем предпочитаемого риска. Экспериментально и через опросы указанным учёным, а также Р. Брокгаузу, К.-Э. Вернериду, А. Шапиро удалось вывести ряд свойств. Обобщая можно сказать, что предприниматели, бизнесмены и менеджеры являются, сравнительно с профессионалами, более целеустремлёнными, стрессоустойчивыми, а денежный результат является для них скорее показателем достижения.^{35 36} У предпринимателей преобладает мотивация достижения успеха над мотивацией избегания неудач. Также было

³² Vroom, V.H. Work and Motivation. / Wiley - New York, 1964.

³³ Баумоль У. Микротекория инновационного предпринимательства // Экономическая социология №3, 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mikroteoriya-innovatsionnogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 12.12.2019).

³⁴ Baumol W. J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive // Journal of Political Economy - Vol. 98. № 5. Pt. 1. - 1990. - С. 893-920.

³⁵ Ильин Е.П. Психология риска. / Спб, Питер, 2012 - С.286.

³⁶ Филинкова Е.Б. Психология предпринимательства: учебно методический комплекс по курсу. / М., НОУ ВПО Институт Психоанализа - С.15

выведено, что на самом деле их отличает рациональность, выбор выполнимых задач, не слишком сложных и не слишком легких, а также выраженное отсутствие избыточного азарта. А в случаях неудачи для них сложившаяся ситуация срабатывает триггером для повышения активности. Но стоит не забывать, что на принятие риска влияет субъективная оценка человека вероятности благоприятного исхода, оценка ожидаемого выигрыша, внутренние и внешние стимулы. Другой психолог Дж. Роттер (1916-2014) предложил понятие «локус контроля» и позже рядом исследователей было выведено, что предприниматели, даже более интернальны, чем менеджеры и соответственно профессионалы. То есть, они находят причины достижений, успехов и неудач в первую очередь в себе и обладают более высокой самооценкой и активностью. Человек, взявший на себя роль предпринимателя, вместе с этим берет лидерскую функцию инициатора, который кроме всего прочего берет на себя риск неудачи и обладает особенно сильным внутренним источником контроля.

Люди корректируют свои оценки и поведение на основе опыта и обратной связи. Однако предвзятость, интеллектуальные ограничения, когнитивные ресурсы и искажения создают ошибки или уклонение от обучения. Даже опытные профессионалы, которые должны принимать решения, не всегда целиком могут оценить условия и свою деятельность. Поэтому даже они проявляют как субъективные предубеждения, системные ошибки, так и наоборот неочевидные наилучшие решения. В разных видах деятельности могут закрепляться определенные системные отклонения. Основоположники сформированной теории поведенческой экономики, израильские психологи-экономисты А. Тверски (1937-1996) и Д. Канеман (1934 г.р.) в своих исследованиях пытались дать определение интуиции, которая играет важную роль в принятии решений. Им удалось выявить, что интуиция как элемент жизненного и профессионального научения повышает результаты в сферах, где есть последовательность, потенциальная повторяемость, например в технических профессиях. А в сферах, где контекст изменяется и успешность предсказания является скорее защитным элементом «рационализации» (самообъяснения,) наоборот негативно влияет на успех, например это происходило с инвесторами на рынке ценных бумаг, которые были относительно успешны до введения сложных систем алгоритмизации, замещающих принятие решение человеком. Ученые выделяют работу двух уровней когнитивной работы: «Система 1» — быстрая, интуитивная, автоматическая и «Система 2» — медленная, рассудительная, рефлексивная. На большую часть принимаемых нами решений влияет «Система 1», так как она срабатывает чаще. Поэтому мы можем сказать, что предприниматели действуют в условиях истинной неопределённости, когда нет возможности просчитать все факторы: обладают более

сильными подкрепляющими их решения квази-интуитивными иллюзиями контроля и сверхуверенности, а также проявляют лояльность к риску, хотя по результату обязаны быть достаточно рациональными, чтобы быть приемлемо успешными на рынке и удерживаться в нём.³⁷ Возможно, опыт и компетентность помогает сформировать данную интуицию и чаще принимать верные решения.

Люди принимают решения, интерпретируя свою субъективную реальность и индивидуально полученную информацию, поэтому на рынке мы всегда видим разброс принимаемых решений. В отличие от профессиональных областей, где есть чёткость деятельности и направленность развития, предприниматели, компенсируя недостаток информированности, обладают должной самоуверенностью, чтобы достаточно доверять своим суждениям и надеяться, рассчитывая на успех, признавая «квази-логичность», отзываясь на возможность активно действовать.^{38 39}

Большинство учёных придавали предпринимателям те или иные психологические и поведенческие характеристики. Классик экономической теории двадцатого века Дж. Кейнс рассматривает предпринимателя с очень гуманитарной стороны. Для него он не только хозяйственник, проводящий калькуляции и организующий новации, но и человек, обладающий рядом специфических характеристик, обеспечивающих умение достаточно успешно действовать на рынке, а точнее обладающим чувством выявления баланса между параметрами потенциального спроса и когда возможно будет предложить подходящий товар.⁴⁰ До второй половины XX века характеристики основывались лишь на личном восприятии учёными процессов. Позже психологами было выведено ряд достаточно примитивных теорий мотивации, однако хорошо отражающих специфику. Многочисленные эксперименты и опросы подтвердили заявки, ранее даваемые журналистами и учёными предпринимателям — схожесть с описанием лидерских, инициаторских позиций. Любопытным представляется то, что было выделено отличие предпринимателей от рядовых сотрудников в своей проактивности (предпринимающая действия личность) — постоянном оптимистичном поиске выгодных возможностей и энергичности, более частому и быстрому переходу к действиям ради достижений. С точки зрения экономики кажется, что наиболее важным является условная рациональность предпринимателей, о которой ранее говорили в парадигме рынка последователи как

³⁷ Канеман Д., *Думай медленно, решай быстро* (Thinking, Fast and Slow). / М., АСТ, 2011.

³⁸ Choi, Y. B. *Paradigms and Conventions Uncertainty, Decision Making and Entrepreneurship* / Ann Arbor, MI, The University of Michigan Press, 1993.

³⁹ Пономарев О.Б. Психотипы предпринимателей и комплексное представление о предпринимательской деятельности // *Российское предпринимательство*, 2016 - Том 17. № 9. - С. 1105-1118. doi 10.18334/rp.17.9.35239.

⁴⁰ Кейнс Д.М. *Общая теория занятости, процента и денег. Избранное* / Дж. М. Кейнс; вступ.статья Н.А. Макашевой. М., Эксмо, 2008. - С. 960. (Антология экономической мысли).

австрийской, например, Кирцнер, так и кейнсианских экономических школ. Она выражается в выборе не легких и не слишком сложных задач (средних или крайних по доступности для решения). Кроме того, выделяется триггерная реакция на неудачи, выраженная в повышенной активности.^{41 42 43 44}

1.2.2. Научное определение предпринимательства

Хорошая наука должна начинаться с хороших определений. И нет ничего более практичного, чем хорошая теория, которая оперирует хорошими определениями.⁴⁵ Но в данном случае, затруднительной является даже такая банальная задача как определение предпринимателя. В множестве книг и статей приводится разнообразие определений даваемых предпринимателям классиками науки. Исследователь П. Килби (1967 г.р.) вообще сравнивает попытку сформировать общепринятую концепцию предпринимательства в условиях исключительно размытых понятий с занятием описанном в книге «Винни-Пух»: охотой за мифическим «слонопотамом».⁴⁶ Одно из таких красивых, дающих представление, но мало применимых определений звучит так: «предприниматели не только видят систему такой, какая она есть, но и такой, какой она может быть».⁴⁷ Для прояснения, Н.Ф. Крюгер проводит аналогию, цитируя драматурга В.Б. Йейтса, который задаёт вопрос: «как мы можем узнать танцора из танца?». Простым ответом является: предприниматель — это то, что делает предприниматель. То есть, как только человек занимается предпринимательством, ведёт себя соответствующе, занимают такую роль как предприниматель, он им и является.^{48 49 50} Ведь начать действовать по-предпринимательски может любой, это неограниченное пространство. Предприниматель всего лишь одна из возможных ролей, которую люди берут на себя.⁵¹ Если не задавать вопрос об успешности “танца”, получается, что есть два пункта, разграничивающие предпринимателя и не-предпринимателя:

⁴¹ McClelland D.C. *The Achieving Society* / Princeton, NJ., 1961.

⁴² Collins O.F., Moore D.G. *The Enterprising Man*. East Lansing / MI., Michigan State University Press. 1964.

⁴³ Baron R.A., *Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people* // *Journal of Business Venturing*, 13(4) - 1998. С. 275-294.

⁴⁴ Shane S., Venkataraman S., *The promise of entrepreneurship as a field of research* // *Academy of Management Review* 25(1) - 2000. С.217-226.

⁴⁵ Белянин А.В. Нет более практичной вещи, чем хорошая теории / М., Новостная служба портала ГУ-ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/news/science/71010544.html> (дата обращения: 07.04.2020)

⁴⁶ А.Войтов. *Экономика - Общий курс* // Litres, 2017. - С.202.

⁴⁷ Mitton D. *The complete entrepreneur*. / *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 13 (3), 1989. - С.9-20.

⁴⁸ Casson M. *The Entrepreneur: An Economic Theory* (2nd edn) / Cheltenham: Edward Elgar, 2003, (1982).

⁴⁹ Cooper A. *Entrepreneurship: The past, the present, the future*. / In: Acs ZJ and Audretsch DB. *Handbook of Entrepreneurship Research*. New York: Springer, 2003. - С.21-34.

⁵⁰ Sarasvathy S.D., Venkataraman S. *Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future* // *Entrepreneurship: Theory and Practice* 35(1), 2011. - С. 113-135.

⁵¹ Gartner W.B. *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation* // *Academy of Management Review* 10(4), 1985. - С. 696-706.

– у них должны быть разные возможности (наличие/отсутствие музыки и танцпола) — наличие предприятия;

– предпринимаемые действия в условиях этих возможностей (танец/парализованность) — ведёт бизнес-деятельность.⁵²

К сожалению, второй пункт скорее метафизичен из-за субъективности восприятия «возможностей» и деятельности. Альтернативой является «бизнес идея». Но, упрощая, возможность признать, что большинство людей, имеющих собственные коммерческие организации, не будут останавливаться в стремлении извлекать доход, и достаточно пункта (А).⁵³ В предельно простом определении можно сказать, что предприниматель — это тот, кто создает организации. В том числе поэтому нам они часто кажутся особыми людьми, которые достигают большего, чем многие из нас. И конечно, мы изначально хотим выделить у них особые внутренние качества, например: инициатива; высокая сила убеждения; не беспокойное, а умеренное переживание риска; гибкость; креативность; независимость / автономность; способность решать проблемы; необходимость достижения; воображение; высокая вера в контроль над своей судьбой; лидерство; трудолюбие. Человеку естественно так думать, и это не является ошибкой. Очевидно, что настойчивость характерна предпринимателям и необходима при создании нового бизнеса.⁵⁴ Более настойчивые люди в результате будут с большим количеством попыток и с большей вероятностью дойдут до момента преобразования проблем в возможности, адаптируясь и упорствуя. Интерпретируя предпринимательскую повышенную настойчивость реакционного сопротивления, проявляющееся стремлением к восстановлению в случае потери контроля, можно предположить, что предпринимателей, в том числе, отличает «выученный оптимизм», который позволяет стремиться действовать в рамках своей устойчивой модели поведения. В биологии даже выделяется подходящий предпринимателям ген «авантюризма» DRD4 (склонность к новым впечатлениям, импульсивности и гиперактивности), который чаще встречающийся у охотников-собирателей, чем у земледельцев, и присущ предпринимательскому типу. Противоположными отличительными чертами не-предпринимателей разными авторами считается: отсутствие способности действовать в соответствии со своими мечтами, слабое

⁵² Gartner W.B., Carter N.M., Hills G.E. The language of opportunity. / Eds., Steyaert C., Hjorth D. *New Movements in Entrepreneurship*. London: Edward Elgar, 2003 - С.103-124.

⁵³ Rauch A. Let's Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on the Relationship Between Business Owners' Personality Traits, Business Creation, and Success // *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2007. doi 16. 10.1080/13594320701595438.

⁵⁴ Gatewood E., Shaver K., Gartner W. A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors and Success at Venture Creation. // *Journal of Business Venturing*. 10. 1995. - С. 371-391. doi 10.1016/0883-9026(95)00035-7.

внимание к возможностям, отсутствие необходимых психологических, когнитивных и творческих качеств. Д.И. Менделеев писал о причинах отставания промышленности и количества предприятий очень просто: «причиной малого развития у нас промышленности должно считать отсутствие личной предприимчивости».⁵⁵ Для современных исследований, имеющих практическую направленность, кроме описательного смысла, содержания в этих всех взглядах мало.^{56 57 58 59 60 61}

Для дальнейшего согласованного использования понятия предпринимателя необходимо прийти к определению, удовлетворяющему как с точки зрения теории различных дисциплин, так и исследовательских, практических и общественных представлений.^{62 63 64} Стоит принимать формальное определение, так или иначе признаваемое ведущими исследователями предпринимательства современности С. Шейном, С. Венкатараманом, П. Давидссоном и Н. Ф. Крюгером, что предприниматель — это тот, «кто осуществляет движение на рынке» (в отличие например от чиновника или операционного менеджера, которые только обеспечивают). Соглашаясь, мы тем самым признаём необходимость изучать разные грани его существования. Таким образом необходимо выявить ряд параметров при этом стараясь использовать не просто характеристики, а элементы формирования поведения.^{65 66}

Суммируя тезисы, выдвигаемые выдающимися умами, представляется пять групп определений для предпринимателя:

– элемент рыночной экономики;

⁵⁵ Гудашова Л.Е. Предпринимательство в России: проблемы и особенности // Современная конкуренция. 2013. №2 (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-rossii-problemy-i-osobennosti-1> (дата обращения: 07.04.2020).

⁵⁶ Shane S. *Born Entrepreneurs, Born Leaders: How Your Genes Affect Your Work Life*. / New York: Oxford University Press, 2010.

⁵⁷ Nicolaou N., Shane S. Can genetic factors influence the likelihood of engaging in entrepreneurial activity // *Journal of Business Venturing*, 24(1), 2009. - С. 1-22.

⁵⁸ Baron R.A., Ward T.B. Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science // *Entrepreneurship: Theory and Practice* 28(6), 2004. - С. 553-573.

⁵⁹ Brockhaus R.H. *The psychology of the entrepreneur*. / Eds., Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ., Prentice-Hall, 1982. - С. 39-57.

⁶⁰ Kirzner I. *Competition and Entrepreneurship*. / Chicago, IL: University of Chicago Press, 1973.

⁶¹ Chepurenskiy A. *Entrepreneurship Theory: New Challenges and Future Prospects* // *Foresight-Russia*, vol. 9, no 2, 2015. - С. 44-57. doi 10.17323/1995-459x.2015.2.44.57.

⁶² Чернопятов А.М. Сущность и экономическая природа предпринимательской деятельности // ТДР, №11, 2010. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-ekonomicheskaya-priroda-predprinimatelskoy-deyatelnosti-1> (дата обращения: 10.12.2019).

⁶³ Baumol W. J. *Formal entrepreneurship theory in economics: existence and bounds* / Eds., Bull I., Thomas H., G. Willard., *Entrepreneurship Perspectives on Theory Building*, New York, Pergamon, 1995.

⁶⁴ Rocha V. *The Entrepreneur in Economic Theory: From an Invisible Man Toward a New Research Field* CIPES, CEF.UP, FEP-UP, School of Economics and Management, University of Porto, 2012.

⁶⁵ Ramoglou S. Who is a “non-entrepreneur”? Taking the “others” of entrepreneurship seriously // *International Small Business Journal*, 31(4), 2013. - С. 432-453. doi:10.1177/0266242611425838.

⁶⁶ Смирнов В. П. Теоретическая основа современных исследований предпринимательства // Современная конкуренция. 2015. №1 (49). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskaya-osnova-sovremennyh-issledovaniy-predprinimatelstva> (дата обращения: 14.12.2019).

- процесс деловой хозяйственной деятельности;
- один из факторов производства;
- общественный институт;
- особый психологический конструкт.

Данная систематизация удобна для теории и исследования, но, опять же, для практического применения не ясно, как ее использовать.⁶⁷ Для этого необходимо дать чёткую характеристику рыночному предпринимателю, чтобы отделить его от других видов деятельности: капиталиста (финансиста, инвестора, пассивного собственника); менеджера (управленца, наёмного директора); интрапренера/развивателя (корпоративного предпринимателя/новатора); чиновника (политика), пусть и сохраняются некоторые пересекающиеся элементы, которые в разных организациях могут по разному проявляться.

1. Цель его деятельности: в использовании коммерческих возможностей организации в рыночном контексте с извлечением прибыли.
2. Его доход: доля или целиком остаток после вычета всех расходов бизнеса из прибыли.
3. Суть его деятельности: эффективная координация ресурсов, факторов производства и коммуникация — создающие в конечном счёте предложение (продукт, ценность) и (или) вызывающие спрос со стороны потребителя.
4. Ценность предпринимателя: проактивный носитель бизнес-идеи, берущий на себя часть рисков, неудач в жизнедеятельности экономики.
5. Личностное описание: наличие способствующих характеристик для достаточной рациональности, инициативности, силы убеждения, готовности к осуществлению решений в неопределённости.
6. Результат его деятельности: движущая сила рыночного процесса (новация), которая поочередно приводит к равновесию и его разрушает в сторону большей результативности и (или) более эффективного использования ресурсов.

Такое выявленное определение удовлетворяет как теоретические представления, так и реально деловые.

⁶⁷ Шибаев С. Р. Феноменология предпринимательства // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologiya-predprinimatelstva> (дата обращения: 12.04.2020).

1.3. Роль предпринимательского поведения

Экономическая наука вынуждено занимается изучением преимущественно экономических показателей и факторов, влияющих на них, которые в изначальном уровне являются результатом поведения людей и наиболее влиятельных элементов, таких как: предприниматели, организации, политики, финансовые институты.

В исторической перспективе изучение предпринимательства прошло путь постановки вопросов примерно следующим образом: «Что такое предприниматель?»; «Кто такой предприниматель?»; «Какова роль предпринимателя в экономике?»; «Каково влияние предпринимательства на общество и государство?»; «Почему одни открывают компании, а другие нет?»; «Какую роль играет предприниматель в фирме?»; «Какими характеристиками обладает предприниматель?»; «Что такое предпринимательские возможности и откуда они берутся?»; «Как возникает специфическое предпринимательское поведение?».

Изрядная часть трудов является попытками обработать разнородность концепций и разграничить через гипотезы лексические понятия, существующие независимо от самих учёных, вместе с попытками придать им им чёткое смысловое значение, не имея под этим как поведенческого, так и практического смысла, в лучшем случае таким образом расширяя исключительно академическое и культурологическое содержание. Это согласуется с «проблемой экономической теории и языка», состоящая в субъективном влиянии лексики на отношение и даже восприятие формальной логики. Самым частым упрощением в исследованиях представляется попытка формулировать определение и выявлять характеристики предпринимателя без проведения этой же работы со средой: промышленной стадии; страной, в которой он находится; рынком; организацией; поведением: видимыми действиями, им совершаемые.⁶⁸

Недостаток характеристичного подхода состоит в том, что предпринимателю приписывают тип личности или как минимум социальный класс «основателей бизнеса» / «рискующих капиталом ради прибыли» с фиксированным состоянием существования. Но если мы смотрим на реальность, мы можем говорить, что характеристики человека являются, наравне с условиями, вспомогательным фактором, а не обязательным предиктором поведения, становления предпринимателем. А именно поведение, принятые решения и действия описывают предпринимателя, а не его условный «физио- или психотип». Предприниматель, как и любой профессионал, в меньшей степени изначально гармонирует и выбирает конкретную карьеру, а скорее поглощается ею, что сочетается с

⁶⁸ Santos F.M., Eisenhardt K.M. Constructing Markets and Shaping Boundaries: Entrepreneurial Power in Nascent Fields // The Academy of Management Journal Vol. 52, No. 4, 2009. - С. 643-671.

тезисом теории деятельности А. Н. Леонтьева, С. Л. Рубинштейна и Л. С. Выготского.^{69 70}

⁷¹ Даже узнав, все характеристики всех предпринимателей, вряд ли нам удастся полностью понять то, что нам необходимо: «что такое предпринимательство?», «кто будет наиболее эффективен?». Слишком большое разнообразие самих предпринимателей и условий, в которых они действуют. Из имеющегося знания кажется, что важнейшим фактором успеха предпринимателей является то, в какой степени они обладают «тем, что нужно» — навыками, способностями и характеристиками, необходимыми для создания определенного бизнеса и его развития на конкретном рынке.⁷² Имея накопленный опыт в этом направлении, мы точно не продвинемся далеко традиционным поиском однородности и дефектно упрощающих средних. Но если мы обратимся к постмодернистскому взгляду с нормотипичным принятием вариативности в изучении характеристики эмерджентного феномена предпринимательства — сложного многомерного явления, имеющего зависимость от внутренних и внешних факторов — мы будем корректнее в осознании объекта.^{73 74 75 76 77}

Учёный Д.Л. Секстон (1932), как и многие другие учёные в конце двадцатого века, критиковал имеющие разрозненные исследования бизнеса и предпринимательства и считал, что необходимо разработать парадигмы и конструкции, которые обеспечивали схождение теоретических изысканий, особенно тех, которые эмпирически подтверждаются.⁷⁸ Профессор Б. Берд в 1988, подчеркивая важность свойства интенциональности как предвестника создания нового предприятия, призывала к разработке поведенческой, ориентированной на процессы, модели предпринимательства.⁷⁹ Один из ведущих исследователей предпринимательства В.Б. Гартнер (1959 г.р.) в 1989 своей известной статьей “Who is an entrepreneur?” is the wrong question” сменил академический курс под веяние обсуждавшейся тогда проблемы ограниченности изучения предпринимателя с точки зрения его характеристик и персональных, личностных черт,

⁶⁹ Dos Passos J. People don't choose their careers, they are engulfed by them. / New York Times, 1959.

⁷⁰ Иванова Е.М. Психология профессиональной деятельности. — М., 2006.

⁷¹ Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. — М., 1975.

⁷² Markman G., Robert B. Person-Entrepreneurship Fit: Why Some People Are More Successful as Entrepreneurs than Others // Human Resource Management Review, 13, 2003. - С.281-301.

⁷³ Lawson T. Developments in economics as social realist theory. / Eds., Fleetwood S. Critical Realism in Economics: Development and Debate. New York, Routledge, 1999. - С. 3—20.

⁷⁴ Hatten T.S. Small Business: Entrepreneurship and Beyond. Upper Saddle River, NJ., Prentice-Hall, 1997.

⁷⁵ Gartner W.B. Variations in entrepreneurship // Small Business Economics 31(4), 2008. - С.351-361.

⁷⁶ Альбеков Н.Н. Эмерджентность как объект современной науки // Современные проблемы науки и образования, 2015 - № 2-1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21089> (дата обращения: 12.03.2020).

⁷⁷ Brockhaus, R. H. Risk Taking Propensity of Entrepreneurs // Academy of Management Journal, 23(3), 1980. - С.509-520. doi:10.2307/255515.

⁷⁸ Sexton D.L., Advancing small business research: utilizing research from other areas // American Journal of Small Business, Vol. 11 No. 3, 1987. С.- 25-31

⁷⁹ Bird, B.J. Entrepreneur's Behavior / Kogod School of Business American University, 2010.

объединив критику, указал на необходимость перехода на поведенческий подход и в целом интенциональную природу изучаемых явлений.^{80 81} Данное веяние назрело, и в исследовательской среде произошёл поворот на поведенческо-процессуальные модели изучения предпринимательства.

Для актуальных исследований разумней всего отвечать на менее абстрактные вопросы «Как?»; «Где?»; «Как корректировать?». Если в более общем виде, можно перечислить следующие вопросы: «Какие действия предпринимает предприниматель?»; «С каким внутренним, средовым и информационным потоком он взаимодействует?»; «Какими скиллами ему необходимо обладать?»; «Как предиктованно формируется его поведение?»; «Как узнать, что индивид считает, что он должен „предпринимательствовать“?»; «Насколько повторяется, систематична работа предпринимателя и что оказывает влияние на его поведение в этих условиях?»; «Можно ли структурировать/группировать разнообразие предпринимателей с учётом их характеристик, среды, рынка, мотивов и поведения?»; «Насколько предприниматель или консультант или образование может корректировать поведение предпринимателя и что считать нормой, а что отклонением?». Интересно, что выявив особенности появления предпринимательского поведения мы сможем лучше ответить, «Кто может быть предпринимателем?» или «Чем должен обладать не-актор/не-предприниматель, чтобы стать предпринимателем?», особенно зная разновидности предпринимателей и предъявляемые им требования в конкретной среде. Глобально переход в роль предпринимателя является продуктом контекста, соответствующих экологических условий и наличествующих стимулов.^{82 83 84 85}

1.4. Предпринимательская интенция

Обобщая мы можем представить причиной человеческой активности связанный трикветр (см. рисунок 1.1) источников (предшественников/предиктов интенции) поведения от глубоко заложенных, до макроуровня:

⁸⁰ Gartner W.B. Who is an entrepreneur? is the wrong question // *Entrepreneurship: Theory and Practice* 13(4), 1989. - С. 47-68, 27-37.

⁸¹ Katz J., Gartner, W.B. Properties of emerging organizations // *The Academy of Management Review*, 13(3), 1988. - С.429-441. <https://doi.org/10.2307/258090>

⁸² Koppl R., Minniti M. Market processes and entrepreneurial studies / Eds., Acs Z.J., Audretsch D.B. *Handbook of Entrepreneurship Research*. New York: Springer, 2003. - С. 81-102.

⁸³ Wright M. Creating and growing wealth: Sue Birley on entrepreneurship and wealth creation // *Academy of Management Executive* 15(1), 2001. - С. 37-39.

⁸⁴ Sarasvathy, S. *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. / *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, 2008.

⁸⁵ Gibcus P., Ivanova E. The decision-making entrepreneur, Literature review // *EIM Business and Policy Research, Scales Research Reports*, 2003.

- экстернальные и экзогенные: микросреда и мезосреда, контекст, нормы, стимулы, экология, внешнее влияние и др.;
 - внутренние (индивидуальные) и эндогенные: биология, генетика, физиология, дарования и др.;
 - интернальные: сознание, психология, мотивы, желательность, компетенции и др.
- 86 87 88 89



Рисунок 1.1 — Трикворт - геометрическая и символическая фигура

Имеющиеся научные сферы не дают чёткого ответа на важнейший вопрос о «возникновении предпринимательского поведения», из чего оно собственно исходит, но это не из-за недостатков науки, а из-за сложности феномена и ранней ориентации науки на разрозненные факторы и многочисленное перечисление характеристики.⁹⁰ Такое состояние соответствует эпистемологическим взглядам перехода из количественного в качественное. Один из самых активных ученых современности, занимающихся проблемой теории предпринимательства Н.Ф.Крюгер (N.F.Krueger 2000, 2007, 2009), на основе «Теории аргументированного действия» и более поздней «Теории запланированного поведения» (TRA; TPB) (Ajzen, Fishbein 1975, 1980, 1991); «Модели предпринимательского события» (SEE) (Shapiro & Sokol 1982); «Теории самоэффективности» (Bandura, 1989) предложил и развивает модель «предпринимательских интенций» — сознательного состояния ума, являющееся системой отношений-позиций, которое предшествует действию и направляет локус на предпринимательское поведение: намеренное начало нового бизнеса и становление предпринимателем или видимое выполнение роли и продолжение пребывания в роли предпринимателя.^{91 92 93 94 95 96 97 98}

⁸⁶ Кондратьев, М. Ю., Ильин, В. А. Азбука социального психолога-практика. М.: ПЕР СЭ, 2007. - С. 464.

⁸⁷ Mador M. Strategic decision-making process research, are entrepreneur and owner managed firms different? // Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, Vol. 2 (3), 2000. - С. 215-234.

⁸⁸ Mintzberg H., Raisinghani D., Theoret A. The structure of unstructured decision processes, Administrative Science Quarterly, Vol. 21, 1976. - С. 246-275.

⁸⁹ Papadakis V., Lioukas S., Chambers D. Strategic decision-making processes: the role of management and context // Strategic Management Journal, Vol. 19, 1998. - С. 115-147.

⁹⁰ Timmons, J.A., New Venture Creation, 5th. ed., Irwin McGraw-Hill, Burr Ridge, IL. 1999.

⁹¹ Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L. Competing models of entrepreneurial intentions // Journal of Business Venturing, Volume 15, Issues 5-6, 2000. - С. 411-432. ISSN 0883-9026, doi 10.1016/S0883-9026(98)00033-0. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902698000330>.

Интенция является следствием предшествующих:

- 1) «за предпринимательской деятельностью стоят предпринимательские намерения;
- 2) за предпринимательскими намерениями стоят предпринимательские установки;
- 3) за предпринимательскими установками стоят глубокие когнитивные структуры;
- 4) за глубокими когнитивными структурами скрываются глубокие убеждения.»⁹⁹

В первичной теории интенция является функцией четырех переменных:

- 1) степень привлекательности рассматриваемого поведения и вера в высокую вероятность положительного результата поведения, к которому будет благоприятное отношение;
- 2) социальные нормы, поддержка, подражание;
- 3) поведенческий контроль, самоэффективность;
- 4) склонность к действиям.

Неверно воспринимать индивидуальную предпринимательскую интенцию как бинарный показатель — это степень, варьирующаяся от очень низкого (фактически нуля), до очень высокого, а измерение происходит отражающими показателями.

Мы очень ограничены в поиске, фиксации и измерении всех действующих факторов предшественников, предикторов.¹⁰⁰ Имеется несколько сложностей, связанных с интенцией. Во-первых, сам феномен подобен флогистону — улетающее горючее и сверхтонкая промежуточная материя. Во-вторых, мы ограничены возможностями описания моделей, даже условно-статические психологические модели типа «Большой пятерки» имеют некоторую динамику, как и изменчивость общего содержания, в котором

⁹² Krueger N. Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions, 2009. doi 10.1007/978-1-4419-0443-0_4.

⁹³ Ajzen, I. Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology // *Advances in Experimental Social Psychology*, 20(C), 1987. - С. 1-63. doi 10.1016/S0065-2601(08)60411-6.

⁹⁴ Schifter D. E., Ajzen, I. Intention, Perceived Control, and Weight Loss. An Application of the Theory of Planned Behavior // *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 1985. - С. 843-851. doi 10.1037/0022-3514.49.3.843.

⁹⁵ Ajzen I. The theory of planned behavior // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Volume 50, Issue 2, 1991. - С. 179-211. ISSN 0749-5978. doi 10.1016/0749-5978(91)90020-T.

⁹⁶ Shapero A., Sokol L. The Social Dimensions of Entrepreneurship / Eds., Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ., Prentice-Hall, 1982. - С. 72-90.

⁹⁷ Bandura, A. Social Cognitive Theory. / Eds., R. Vasta. *Annals of Child Development*. Six Theories of Child Development, Vol. 6, 1989. - С.1-60.

⁹⁸ Богатырева К.А., Широкова Г.В. Подходы к исследованию «Разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент*, №3, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-issledovaniyu-razryva-mezhdu-namereniyami-i-deystviyami-v-predprinimatelstve> (дата обращения: 13.04.2020).

⁹⁹ Krueger N.F. What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking // *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 2007. - С. 123-138. doi 10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x.

¹⁰⁰ Сапольски Р. Биология добра и зла - как наука объясняет наши поступки., М., Альпина, 2018. ISBN 978-5-00139-039-8.

они находятся. В-третьих, мы ограничены в собственных когнитивных способностях восприятия и обработки сложных систем динамически меняющихся сущностей. Это заметно по тому, как мы, зачастую, совсем не разделяем понятия, важные для этой области: стимул (внешнее подталкивание); мотивация (почему мы стремимся к действию); воля (как мы стремимся к ней). В четвертых, сложностью является перевод на русский используемых интернальных терминов: интенция, причина, цель и мотив. Хотя это совершенно разные вещи, границы между ними проводить иногда достаточно сложно, особенно с учётом затруднительных обстоятельств перевода. Так, в английской научной и управленческой литературе только для единственного переводимого слова «цель» есть широкий перечень понятий, отличающихся по значению и контекстному использованию: «goals, ends, aims, objectives, purposes, desire». ¹⁰¹ ¹⁰² Когнитивные и нейронауки указывают, что все запланированное поведение является интенционным (в разном виде преднамеренным), даже бихевиористский стимул-ответ является результатом, как вариант, привыкания соглашения «намеренно» совершать такие действия. Но не всё поведение является детерминировано, запрограммировано простой логикой. Как и не всё поведение направляется вследствие такой интенции, которая является векторной производной от комбинации всех имеющихся различных факторов. Можно предположить, что предшественники интенции проходят через сложную, зачастую нечёткую, хаотично динамичную систему взаимной фильтрации; диффузии; синтеза; категорического выбора и т.д., и в следствие создавая амплитуду, напряженность, темп самой интенции и далее поведения. Возможно, система связей измеряемых, может частично объяснять интенцию и поведение. Хотя, интенция является по типу чёрного ящика, мы отражающими показателями можем результативно вероятно предсказывать поведение. Поэтому результативные и проверяемые исследования различных показателей и их связей с намерениями (интенцией) в предпринимательстве будут критически продвигать множество других теорий и моделей, которые относятся к принятию решений в условиях риска и неопределённости, и кроме того, они позволят, изучая предпринимателей, смотреть на поведение не только в деловых рамках, но и в более широком спектре человеческих экономических феноменов. ¹⁰³

Развитость нейробиологии и появившаяся доступность позволяет нам (или заставляет нас) исследовать нейронные и биологические субстраты человеческого принятия решений. В науках происходит бум нейроисследований. Также развивается

¹⁰¹ Scheer R.K., Intentions, Motives, and Causation Philosophy // Cambridge University Press on behalf of Royal Institute of Philosophy. Vol. 76, No. 297, 2001. - С. 397-413.

¹⁰² Zoltan J.A. Handbook of Entrepreneurship Research. 2003. ISBN 978-1-4419-1190-2., doi 10.1007/978-1-4419-1191-9.

¹⁰³ Глейк Д. Хаос - создание новой науки. Амфора, 2001. ISBN 5-94278-139-7.

такая область, как «нейроэкономика» и «нейропредпринимательство». Ранее исследования предпринимательства были сосредоточены на поверхностных явлениях, на том, что мы говорим и делаем: семантическом слое человеческого познания и поведения.¹⁰⁴ Но теперь, в исследованиях и, в том числе, в поведенческие модели интенции интегрируются нейробиологические показатели, имеющие уникальное для социальных наук свойство демонстрации фактического явления, в данном случае — активности мозга (см. рисунок 1.2).¹⁰⁵ Например, внешнее проявление стресса и самооценка могут не соответствовать объективно испытываемым организмом уровню стресса.¹⁰⁶

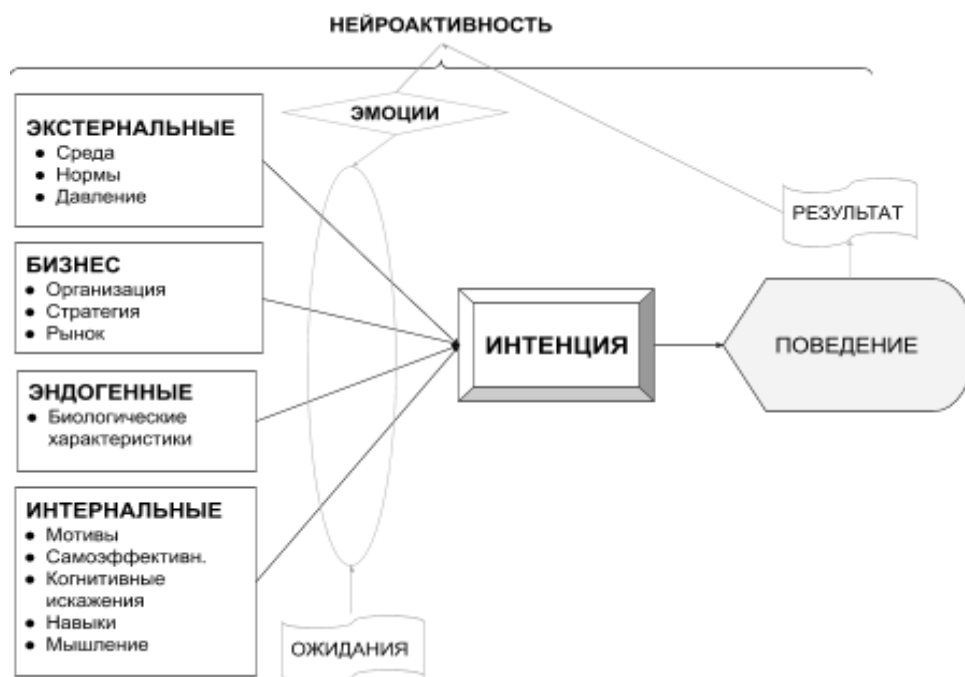


Рисунок 1.2. Общая модель интенции

Хотя всегда может встречаться разрыв, исследования в других областях указывают на высокий уровень корреляции между интенцией и профессиональным поведением, а также закрепилось мнение, что через это знание есть возможность влиять на поведение. Большинство исследований сосредоточены на измерении студенческой интенции и переходе из намерения стать предпринимателем в действие открыть бизнес. Такие исследования проводятся и в России.^{107 108} Демографические и другие характеристики

¹⁰⁴ Simon H.A. Modeling human mental processes. 1961.

¹⁰⁵ Krueger, N. Neuroentrepreneurship, What Can Entrepreneurship Learn from Neuroscience?. 2014.

¹⁰⁶ Mohiyeddini C., Semple S. Displacement behaviour regulates the experience of stress in men. *Stress*, 16(2), 2012. -С. 163-171. doi 10.3109/10253890.2012.707709.

¹⁰⁷ Богатырёва К.А., Широкова Г.В. От предпринимательских намерений - к созданию бизнеса: опыт российских студентов // Форсайт, №3. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-predprinimatelskih-namereniy-k-sozdaniyu-biznesa-opyt-rossiyskih-studentov> (дата обращения: 13.04.2020).

¹⁰⁸ Богатырёва К.А., Широкова Г.В. Подходы к исследованию «Разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент, №3. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-issledovaniyu-razryva-mezhdu-namereniyami-i-deystviyami-v-predprinimatelstve> (дата обращения: 28.04.2020).

традиционно не рассматриваются или не включаются в модели интенции. Однако на отдельные компоненты модели они могут иметь влияние. Сравнительно мало исследований в реально действующем предпринимательстве. Требуется проведение их в большем количестве, что позволит уточнить модели.

1.5. Особенности деловой деятельности в Российской Федерации

Сложно назвать широкий академический круг специалистов, занимающихся регулярными или фундаментальными научными изысканиями в области предпринимательства в России и странах СНГ. Это странно на фоне множества национальных программ, большого количества сообществ, громких заявлений со стороны политиков и руководителей образовательных организаций, судя по имеющейся информации системного финансирования науки, исследования в данной области не производятся. Нет россиян среди лауреатов «Всемирной премии за исследования в области предпринимательства» и практически не встречаются цитаты на россиян в работах лауреатов и крупнейших специалистов (по цитируемости). Регулярный международный мониторинг Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED) не проводится в России, хотя мог бы давать полезную информацию.¹⁰⁹ Global Entrepreneurship Monitor проводит опросы в России при помощи Левада-центр, отчёты пишет коллегия Высшей Школы Менеджмента СПбГУ и ВШЭ. В отчетах Росстата доступна только базовая информация о деловой активности и динамике. Содержательных материалов выпущенных Федеральной Налоговой Службой найдено не было. Судя по сайту Минэкономразвития последние заказанные и опубликованные НИР/НИОКР были в 2012 году, хотя регулярно выходит множество программ и конкурсов в целях поддержки предпринимательства. Министр М. Орешкин публично высказывался о необходимости развития человеческого капитала и гибкого (индивидуального) подхода к образованию, и, кроме того, о необходимости академического объединения, обеспечивающего технологический трансфер.¹¹⁰ Публичных обоснований центрального государственного плана развития «Национальной технологической инициативы» в вопросах развития предпринимательства, не в форме гипотез и футурологических методик, а проектно-управленческих или экономических не было найдено. Больше полезной информации находится в различных инициативных «индексах» и исследованиях, организуемых деловыми сообществами, банками, СМИ. Предположение, что в России малое количество серьезных исследований в РФ подтверждает руководитель лаборатории исследований в

¹⁰⁹ Sidorkin A. Human Capital and Innovations in Education / Reforms and Innovation in Education, Implications for Quality of Human Capital, 2017. - С. 127-139. doi 10.1007/978-3-319-60246-2_8.

¹¹⁰ Официальный сайт Минэкономразвития России. URL: <https://economy.gov.ru/> (дата обращения: 13.04.2020).

области предпринимательства НИУ ВШЭ А. Чепуренко. Работы скорее проводятся обрывочно и не формируют целостную картину. Изучая публикуемые материалы мониторингов крупнейшими консалтинговыми агентствами, международными организациями World Bank, World Economic Forum, сформировалось впечатление, что область предпринимательства в России отслеживается, но глубоко не изучается.

Исторически в России большую роль в экономике играло государство и органы власти, которые устанавливали выборочный протекционизм, преимущественно ориентированный на крупнейшие индустрии: нефтяная и газовая промышленность, военпром и тд.¹¹¹ Ставка на свободное предпринимательство, за исключением коротких периодов, никогда не была в приоритете, в отличие от стран Европы и Сев.Америки, где это является центральной идеей экономической политики. Встречается хищническое поведение со стороны структур и организаций, имеющих административный патронаж.

В России до сих пор преобладают крупные предприятия над МСП, что даже превышает средний объем по миру вдвое. Более $\frac{3}{4}$ МСП составляет торговля, обрабатывающая промышленность и строительство.¹¹² Доля МСП в ВВП составляет порядка 20%, но при использовании другой методологии, учитывающей специфику, эта доля будет выше, однако всё ещё будет отставать от развитых стран.^{113 114} Последние годы увеличивается их экспортное стремление.¹¹⁵

В России количество занятых во всех коммерческих предприятиях — около 20-33% от всего населения, а в МСП — немного менее 10%, что в среднем приблизительно вдвое меньше чем в странах ЕС и в Китае, почти втрое по сравнению с США. Приблизительно такое же соотношение по показателю количества МСП на 1000 человек. Количество ИП превышает количество коммерческих организаций. Это указывает не столько на реальное количество индивидуальных предпринимателей, но в том числе на поиск оптимальных налоговых форм.^{116 117} Без учёта теневой экономики, в стране общее количество

¹¹¹ Цедилин Л.И. Протекционизм в российской экономической политике: институциональный исторический опыт. — М., Институт экономики РАН, 2014. - С. 208.

¹¹² Институт экономики роста им. Столыпина П.А. Исследование. Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и мир. URL: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir/> (дата обращения 14.03.2020).

¹¹³ Barinova V., Zemtsov S. Role of sme in the russian economy is not that small compared to other countries. Gaidar Institute for Economic Policy, 2019. URL: <https://www.iep.ru/en/role-of-sme-in-the-russian-economy-is-not-that-small-compared-to-other-countries.html> (дата обращения: 10.02.2020).

¹¹⁴ Назарова К. Сбербанк оценил долю занятых в малом и среднем бизнесе / РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/22/07/2019/5d3594ee9a79478645ac1102> (дата обращения: 10.02.2020).

¹¹⁵ НАФИ. Каждая десятая компания малого и среднего бизнеса планирует начать экспортную деятельность / Аналитический центр НАФИ, 2019. URL: <https://nafi.ru/analytics/kazhdaya-desyataya-kompaniya-malogo-i-srednego-biznesa-planiruet-nachat-eksportnuyu-deyatelnost/>.

¹¹⁶ Агеева, О. Число ИП в России впервые превысило количество компаний / РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/08/04/2019/5ca74ba89a79470e7084cdf> (дата обращения: 10.02.2020).

¹¹⁷ Смирнов С. В России 3% предпринимателей. Это намного меньше, чем в мире / The Bell, 2019. URL: <https://thebell.io/v-rossii-3-predprinimatelej-eto-namnogo-menshe-chem-v-mire/> (дата обращения: 10.02.2020).

предпринимателей составляет около 4 млн. человек, а вот бюджетников около 30 млн. человек.¹¹⁸ Доля населения, задействованного в неформальной, незарегистрированной деловой деятельности последние годы увеличивается.¹¹⁹ Уровень предпринимательской активности сотрудников коммерческих организаций (инновации, внутреннее предпринимательство и т.д.) в России очень низок, порядка 0,5-0,6 в то время, как в Казахстане 4, а в Румынии 4,6, по миру в среднем 3. В центрах МСП: Москва, Санкт-Петербург, Калининград, Новосибирск предпринимательская активность приближается к среднему по Европе, но всё же отстаёт. Наиболее депрессивный с точки зрения МСП является Северо-Кавказский федеральный округ. Состояние деловой среды отражают специальные индексы созданные ОПОРА России и Промсвязьбанк — «Индекс Опоры RSBI», который с 2014 года показывает деловую активность и ожидаемые перспективы предпринимателями, а также индекс аналитического центра НАФИ — «NAFI Business Climate Index» на основе регулярного всероссийского телефонного опроса (CATI) руководителей предприятий. До кризиса «great lockdown» при наличии умеренной положительной динамики колебаний делового климата, сами ответы предпринимателей нельзя назвать оптимистичными.^{120 121} Перспективы воспринимались “средне-негативными”.¹²² Последние годы количество предприятий сокращается, идёт укрупнение, поиск жизнеспособных и серых форм.¹²³ Несмотря на «great lockdown» предприниматели демонстрируют устойчивость намерений. По данным НАФИ и аналитического центра Университета «Синергия», 88% несмотря на кризис собираются сохранить свой бизнес, а среди тех, кто только собирался открыть свое дело, 78% сообщили, что не изменили своё решение. При этом 79% предпринимателей ожидают тяжелый кризис в российской экономике.¹²⁴

Касаемо отношения к предпринимательству, складывается сложная картина. После

¹¹⁸ Агеева, О. Только 3% россиян активно ведут бизнес Почему россияне не склонны начинать собственное дело / РБК, 2019. URL: <https://pro.rbc.ru/news/5cc707659a7947a3f2489204> (дата обращения 14.03.2020).

¹¹⁹ Чепуренко А.Ю. Гибкость организационной структуры и типология неформального малого предпринимательства в России. По данным лонгитюдного исследования (2013-2015 гг.) // Экономическая социология №4, 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gibkost-organizatsionnoy-struktury-i-tipologiya-neformalnogo-malogo-predprinimatelstva-v-rossii-po-dannym-longityudnogo-issledovaniya> (дата обращения: 12.04.2020).

¹²⁰ Индекс RSBI. Russia Small Business Index. ОПОРА России & Промсвязьбанк. 2019. URL: <https://www.psbank.ru/Business/RSBI> (дата обращения 14.03.2020).

¹²¹ НАФИ. Индекс делового климата вырос. / Аналитический центр НАФИ, 2018. URL: <https://nafi.ru/analytics/indeks-delovogo-klimata-vyros/> (дата обращения 14.03.2020).

¹²² Агеева О., Ильина Н., Ткачёв И. Малый бизнес оценил перспективы роста как худшие за последние пять лет / РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/12/02/2019/5c61751c9a79477e42b33c2d> (дата обращения: 10.02.2020).

¹²³ Назарова, К. Число закрывшихся бизнесов в два раза превысило число открывшихся / РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/06/06/2019/5cf7bc9b9a79474f236c46a3> (дата обращения: 10.02.2020).

¹²⁴ НАФИ. 88% предпринимателей: кризис — не повод уходить из бизнеса / Аналитический центр НАФИ & Synergy Online Forum, 2020. URL: <https://nafi.ru/analytics/88-predprinimateley-krizis-ne-povod-ukhodit-iz-biznesa/> (дата обращения 07.05.2020)

распада СССР долгое время сохранялось восприятие предпринимательства как маргинальной деятельности. До сих пор деструктивные предприниматели в культурном восприятии в России составляют большую долю.¹²⁵ Скорее существует образ «начальника», а не инноватора. Но образ постепенно меняется и черты самостоятельного и трудолюбивого начинают преобладать.¹²⁶ Выбор карьеры предпринимателя считается хорошим и престижным вариантом. Даже 15% родителей хотят для своих детей именно такого пути, популярней только карьера врача.¹²⁷ Стереотипы гендерного характера, страх неудачи, слабые возможности и поддержка, а также неприветливое отношение к женщинам-предпринимателям ставит последние годы Россию в индексе условий для ведения бизнес женщинами на 30-39 места в рейтинге MIWE (Mastercard Index of Women Entrepreneurs) из 58 стран. Хотя стоит отметить, что их образованность, поддержка со стороны мужчин, а иногда наоборот реакционизм на патриархальность, делает Россию одним из лидеров стран по доли женщин руководителей-предпринимателей, они составляют около 20-30%.¹²⁸ ¹²⁹ ¹³⁰ Женщины значительно чаще мужчин одобряют предпринимательскую карьеру женщин. В целом женская деловая активность по индексу WBI (Women Business Index) стабильно положительно растёт.¹³¹ Примечательно, что 90% социального бизнеса, получающего государственную поддержку основаны женщинами.¹³² По данным GEM Россия является одним из лидеров по гендерному равноправию с точки зрения активности полов на ранних стадиях предпринимательства и указывающих, что для них это увеличение дохода и независимость, а не только поддержание нынешнего уровня.

Для открывающих бизнес необходимо быть в некоторой степени оптимистом,

¹²⁵ Чепуренко А.Ю. Что такое предпринимательство, и какая политика в отношении предпринимательства нужна России? (Заметки на полях работ современных зарубежных классиков) // Журнал Новой экономической ассоциации. - 2012. - № 2. - С. 102-124.

¹²⁶ НАФИ. 25 миллионов россиян хотели бы попробовать себя в предпринимательстве / Аналитический центр НАФИ, 2019. URL: <https://nafi.ru/analytics/kazhdaya-desyataya-kompaniya-malogo-i-srednego-biznesa-planiruet-nachat-eksportnuyu-deyatelnost/> (дата обращения: 05.04.2020)

¹²⁷ Шувалова О., Агапеева К. Рейтинг профессий и школьных предметов / Левада-Центр, 2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/08/10/rejting-professij-i-shkolnyh-predmetov/> (дата обращения: 04.04.2020).

¹²⁸ Mastercard. Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2019. Mastercard Biz. URL: <https://www.mastercardbiz.com/caribbean/2019/11/22/mastercard-index-of-women-entrepreneurs-2019/> (дата обращения: 13.04.2020).

¹²⁹ ПРАЙМ “Агентство экономической информации”. “Открытие”: Доля женщин-предпринимателей в малом и среднем бизнесе РФ растет / Россия Сегодня, 2019. URL: <https://lprime.ru/finance/20190626/830107377.html> (дата обращения: 13.04.2020).

¹³⁰ Ильиных С.А. Предпринимательство в России: анализ факторов влияния // ПСЭ. 2015. №2 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-rossii-analiz-faktorov-vliyaniya> (дата обращения: 13.04.2020).

¹³¹ Индекс женской предпринимательской активности WBI (Women Business Index). Среди женского населения РФ две трети потенциальных предпринимателей / ОПОРА России & «Банк УРАЛСИБ» & Агентство стратегических инициатив & Аналитический центр НАФИ. 2018.

¹³² Петрова, Е. Сегодня порядка 90% социального бизнеса — с поддержкой на государственном уровне — делают женщины / Forbes, 2020. (дата обращения 19.12.2019). <https://www.forbes.ru/forbes-woman/395213-ne-u-stanka-kakoy-biznes-v-rossii-sozdayut-zhenshchiny>

чтобы идти вопреки, или нужно обладать коммуникативными ресурсами.¹³³ В. В. Путин в 2005 году удачно выразился об условиях на тот момент: «всем, кто открывает новое дело, регистрирует предприятия, нужно давать медаль за личное мужество».¹³⁴ С тех пор предпринимательский климат улучшился, но всё ещё является недостаточно благоприятным. ВЦИОМ и ФОМ сообщают, что 25-26% населения не возражало бы или хотело бы иметь бизнес, 52% не хотели бы заниматься подобной деятельностью.¹³⁵ ¹³⁶ Результаты исследования НАФИ для Минэкономразвития сообщают, что каждый третий (35%) хотел бы быть предпринимателем и наибольший интерес проявляет молодежь (18-30 лет).¹³⁷ По данным GEM с 2011 года около 90% населения не только не была вовлечена в предпринимательскую деятельность, но и не видела возможности построить бизнес — это один из самых низких показателей в мире.¹³⁸ ¹³⁹ Наименьший интерес проявляют женщины, люди старше 45 лет, без высшего образования или представители рабочих профессий. Типичный образ соответствует американскому: мужчина 30-35 лет с высшим образованием. Сообщивших в 2018-2019 годах, в Глобальном предпринимательском мониторинге GEM, что имеют предпринимательское намерение открыть бизнес в ближайшие три года, составляет только 2-9% населения, что в разы меньше среднего показателя по миру: 23%. При этом 30% населения верит в свою способность заниматься бизнесом. Обобщая, по субъективному настроению восприятия различных предпосылок занятием бизнесом Россия находится посередине между крайними значениями: США и Японией.

Среди основных проблем для развития предпринимателями и экономистами упоминается: неопределенность, нехватка квалифицированных кадров, высокий уровень налогов, низкая доступность финансирования и неразвитость инфраструктуры, недоверие, общий спад, коррупция, преступность, отсутствие верховенства права, высокие

¹³³ Courtney B. Entrepreneurship in Russia: patterns and problems of its development in the post-Soviet period: PhD thesis. / University of Glasgow. 2007.

¹³⁴ Лашкина.Е. Малый бизнес: приказано выжить // Российская газета - Федеральный выпуск № 0(3719). 2005. URL: <https://rg.ru/2005/03/15/putin-biznes.html> (дата обращения 19.12.2019).

¹³⁵ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Свой бизнес: за и против // Пресс-выпуск No2314 - 5 июня 2013 года . Электронный ресурс . 2013. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114180> (дата обращения 14.03.2020).

¹³⁶ Пиньковецкая Ю.С., Катаев Е.Н. Анализ уровня предпринимательской активности: результаты социологических исследований // ЭТАП. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-urovnya-predprinimatelskoj-aktivnosti-rezultaty-sotsiologicheskikh-issledovaniy> (дата обращения: 13.04.2020).

¹³⁷ НАФИ. Каждый третий россиянин хотел бы попробовать себя в предпринимательстве / Аналитический центр НАФИ, 2019. URL: <https://nafi.ru/analytics/kazhdyy-tretiy-rossiyanin-khotel-by-poprobovat-sebya-v-predprinimatelstve/> (дата обращения 14.03.2020).

¹³⁸ GEM. About 90% of the population is not only not involved in business activities, but also do not see opportunities to build businesses for themselves / Global Entrepreneurship Research Association, London Business School. 2014. URL: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/russia> (дата обращения 14.03.2020).

¹³⁹ Верховская, О. & Дорохина, М. Глобальный мониторинг предпринимательства / GEM & СПбГУ & НИУ ВШЭ. 2011.

бюрократические и административные барьеры, большая роль в экономике государства и корпораций.^{140 141 142 143 144} По данным «ОПОРА России» 90% предпринимателей хотя бы раз сталкивались с коррупцией.¹⁴⁵ Самой большой потребностью является доступный капитал.

Вместе с эмиграцией можно сказать, что происходит «утечка предпринимателей» из неблагоприятных условий в другие страны. Это демонстрирует норвежско-российское исследование Е. Виноградова и М. Габелко, которые доказали, что россияне имеют нереализованный предпринимательский потенциал, тем, что оказываясь в более благополучных условиях другой страны они открывают бизнесы значительно чаще.¹⁴⁶

По мнению «ОЭСР» (Организация экономического сотрудничества и развития), ОПОРА России, Аналитического центра НАФИ, Ernst&Young, в России есть большой потенциал для развития предпринимательства. Он выражен двумя составляющими. Первая: при помощи потенциальных предпринимателей и желающих стать предпринимателями, количество действующих можно увеличить вдвое. Вторая: опорные условия улучшения предпринимательского климата ясны, и необходимо их реализовывать. Потенциал подкрепляется повышением общей деловой культуры в России, а также улучшением доступности и разнообразия делового образования.^{147 148 149 150 151}

Неоднозначная оценка делового климата в России подсказывает о необходимости более тщательного подхода к вопросам стимулирования, информирования,

¹⁴⁰ European Investment Bank & Ernst & Young Small and Medium Entrepreneurship in Russia. Luxembourg. 2013. URL: https://www.eib.org/attachments/efs/econ_study_small_and_medium_entrepreneurship_in_russia_en.pdf (дата обращения 14.03.2020).

¹⁴¹ CNBC. Is Russia Too Corrupt for International Business? / CNBC 2013. www.cnn.com/id/100805382.

¹⁴² OECD. Review of SME and Entrepreneurship Issues and Policies in the Russian Federation / OECD Publishing, 2014.

¹⁴³ Batjargal B. The Difference Between Chinese and Russian Entrepreneurs. Harvard Business Publishing, 2008.

¹⁴⁴ НАФИ. Проблемы бизнеса в России сегодня. Аналитический центр НАФИ & Деловая среда. 2018.

¹⁴⁵ Radziwill A. & Vaziakova Y. Improving the Business Climate in Russia. OECD Economics Department Working Papers No. 1192. Organisation for Economic Co-operation and Development, 2015.

¹⁴⁶ Vinogradov Evg. & Gabelko M. Entrepreneurship among russian immigrants in norway and their stay-at-home-peers // Journal of Developmental Entrepreneurship, 15, 2010. - С. 461-479. doi 10.1142/S108494671000166X.

¹⁴⁷ ОПОРА РОССИИ. Предпринимательский климат в России: индекс ОПОРЫ, 2007-2011, 2012. URL: <https://opora.ru/analytics/analiticheskie-materialy/predprinimatelskiy-klimat-v-rossii-indeks-opory-2012/> (дата обращения 01.04.2020).

¹⁴⁸ World Bank, Doing Business / WB, Washington, DC, 2014.

¹⁴⁹ OECD. Russia Economic Snapshot / Organisation for Economic Co-operation and Development, 2019.

¹⁵⁰ Aidis R., Korosteleva J., Mickiewicz T. Entrepreneurship in Russia. Centre for the study of economic and social change in europe. School of Slavonic and East European Studies, University College London (SSEES,UCL), Working Papers, 2008.

¹⁵¹ Медовников, Д.С., Оганесян, К. Т. Розмирович, С.Д. Актуальные российские развития быстрорастущих технологических компаний / РВК & НИУ ВШЭ & Институт Менеджмента Инноваций & Фонд Развития Промышленности. 2018.

консультирования в области улучшений условий, повышения культуры и разработки образовательных программ.¹⁵²

Выводы

Производительность и рост мировой экономики подталкивают людей создавать всё большее количество компаний для осуществления социальной и бизнес-деятельности. При этом, сами предприниматели, запустившие работу над новым проектом в значительной степени оказываются в условиях неопределенности. Даже профессионализм команды и компетенции основателей не могут гарантировать положительный исход. Помимо затруднения в отсутствии полноты информации, главная сложность состоит в том, что успешность предприятия зависит от множества факторов. В общем перечне человеческий фактор выделяется, из-за неопределенности своей сущности, вероятностного психологического прогнозирования и совмещения роли объекта и субъекта. Даже при попытке введения изменений в организации именно человеческий фактор признаётся чаще всего причиной неудач. Так как предприниматель носитель стратегического видения и ответственности от него зависит очень многое в компании. Мы знаем, что в одной и той же индустрии, схожие компании могут диаметрально отличаться по организационной культуре, используемой маркетинговой стратегии и поведения, только из-за отличии в личностных стилях основателей-руководителей.

Предпринимательство в полном представлении не может быть частью одной дисциплины или направления исследования. Предприниматели не могут рассматриваться как однородная группа. Предполагается, что предприниматели могут применять разные когнитивные подходы при интерпретации событий и принятии решений. Для объективности данных к психометрическому подходу требуется включение описания контекста и состояния респондентов. Специфика их деятельности должна вырабатывать или требовать от человека, все же, особых поведенческих свойств.

Таким образом, комплексно используя активно развивающийся подход «интенции» — в первую очередь на аудитории действующих предпринимателей — исследование должно улучшать понимание феномена российского предпринимательства и давать основу для развития исследований и практик. Узнав актуальные установки для российских предпринимателей, в конечном счёте развития метрик, можно будет с очень высокой вероятностью предсказывать переход в предпринимательство и то, какого типа поведения будет придерживаться человек.

¹⁵² Чепуренко А. Предпринимательство как сфера социальных исследований: Россия и Международный опыт. / Социс. 2013.

2. Исследование факторов предпринимательского поведения

2.1. Общая концепция исследования

В предыдущей главе были представлены взгляды, описывающие часть теории предпринимательства. Было акцентировано внимание на теории предпринимательской интенции, которая описывает накопительный переход из психологических и социальных факторов в когнитивную «намерительную» стадию и далее в действие, выраженное в решении стать предпринимателем.

Чаще всего, исследования с использованием психометрических методов и в теории предпринимательства используют узкий перечень факторов для работы под однонаправленный перечень гипотез, что безусловно положительно сказывается на целостности и ясности. Во многих работах, связанных с характеристикой и поведением предпринимателей, очень ограниченно представляются условия контекста, их человеческого капитала, психологических и поведенческих метрик, обычно выбирается одна из групп. Частично это можно объяснить тем, что классические и прочтённые академические работы основываются либо на статистических государственных или на же отраслевых данных, либо на опросах, имеющих какой-либо крен: в анализ макроуровня, фирмы или психологии предпринимателя.

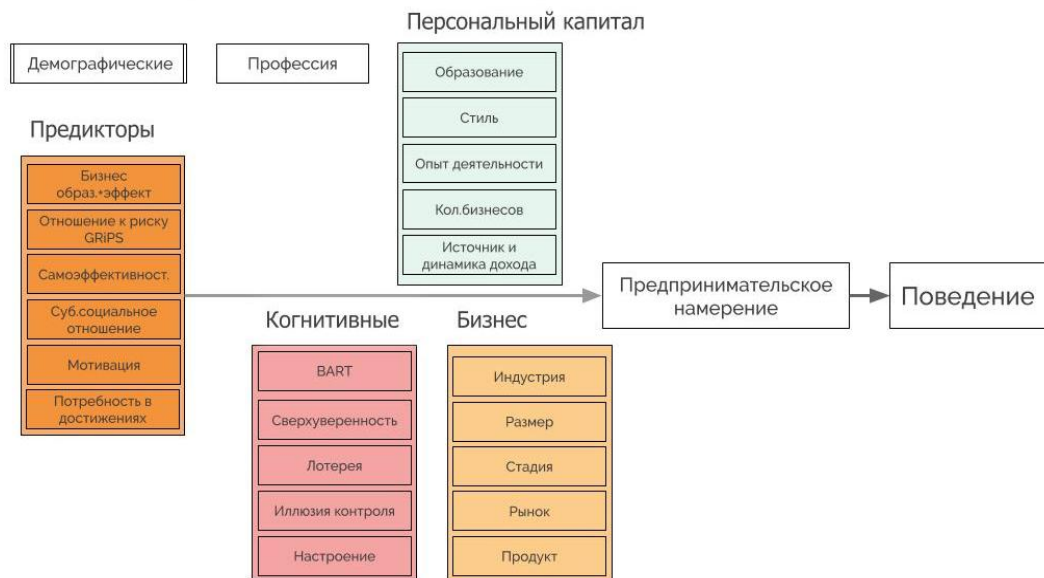


Рисунок 2.1 Схематическое отображение измеряемых показателей

Для написания значимой работы в данной канве теории предпринимательства выбор обычно падает либо на апробации и улучшения теоретических психологических моделей предпринимателя, либо на нахождение связей контекстно-организационных и личностных факторов. Желая следовать рекомендациям руководств по исследованию предпринимательства и исследовательским перспективам, высказанным современными

классиками теории предпринимательства, в работе произведена попытка системно совместить многофакторность (см. рисунок 2.1) и внесение вклада в исследование предпринимательской интенции, по крайней мере, на российском уровне. Предположительно может давать полезные и неожиданные результаты совмещение разных теоретических плоскостей через включение в исследование группировки факторов. Воспользовавшись свободой, которая доступна на уровне студенческих работ, в данном исследовании экспериментально включен целый ряд разработанных показателей, которые не были замечены в такой форме в других исследованиях.

Как описывалось ранее, модульный подход в исследованиях с использованием модели предпринимательской интенции может внести вклад в широкий спектр наук. Можно заметить, что предпринимательская интенция актуальна не только для студентов, но и для безработных, профессионалов, а также опытных управленцев. Все они часто являются теми, кто решает стать предпринимателем. А кроме того, есть такие категории как фрилансеры, которые являются независимыми работниками — они совмещают некоторые черты самозанятого предпринимателя и наёмного работника. С учётом ресурсов, имеющихся для проведения исследования, ожидалось, что среди выборки будут консультанты, являющиеся своеобразной формой индивидуальных предпринимателей или основателями малых консалтинговых предприятий. Помимо всего прочего, является вопросом, насколько предприниматели ценят ту функциональную роль, которую они занимают. Остаётся вопросом, отличаются ли предприниматели от остальных, и если да, то по каким деловым, когнитивным, личностным, интенционным показателям их можно выделить среди других. Таким образом, было решено использовать данные, собранные с респондентов разных профессий.

2.2. Обоснование и описание используемых метрик

2.2.1. Возраст

Человек в своём жизненном цикле меняет потребление и обладает переменными остатка дожития, доходами и накоплениями. Описывающая цикл модель “LCH” Ф. Модильяни была преобразована в “Behavioral LC” поведенческими экономистами Х. М. Шефриним и Р. Талером и усилила её знанием о важности источников доходов и влиянии когнитивных эвристик в потреблении и накоплении.¹⁵³ Хотя существует дискриминирующий старшее поколение (40+) социальный стереотип об образе активных молодых предпринимателях, многочисленные исследования указывают, что

¹⁵³ Рыжкова М.В. Эволюция взглядов на гипотезу жизненного цикла // Известия ТПУ. 2013. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-vzglyadov-na-gipotezu-zhiznennogo-tsikla> (дата обращения: 09.03.2020).

статистически успешные компании (окупаемость или выпуск акций) открывают чаще зрелые предприниматели.^{154 155} При этом, готовность брать риски связана непосредственно с когнитивными способностями, чувствительна к пережитым экономическим потрясениям и снижается с возрастом.^{156 157 158} Люди старшего возраста менее эмоциональны, более сдержаны, но на данный момент не хватает исследований в части изучения эффективности этого феномена в предпринимательстве.^{159 160} Вместе со старением населения в мире, происходит смещение готовности открывать бизнес и размеров самого бизнеса (у людей старшего возраста предприятия чаще больше, чем у молодых предпринимателей), кроме того, с возрастом снижается внимание к будущим бизнес-возможностям.¹⁶¹ У разных поколений может отличаться ценностная ориентация. Респондентам в опросе предоставлялась возможность написать свой возраст цифровым значением.

2.2.2. Пол

В большинстве исследованиях женщины менее склонны к риску или мужчины чаще выбирают высокие риски.¹⁶² Различия между полами в переживании кортизольного стресса от игр с риском проявляются на нейробиологическом уровне, и особенно при высоком риске, а также в игре “BART”.¹⁶³ При этом, существует половое различие в предпринимательской интенции, происходящее из культурной среды, например, в Скандинавских странах женщины имеют более выраженные предикты к открытию бизнеса, чем в США.¹⁶⁴ Разрыв между количеством мужчин и женщин-предпринимателей

¹⁵⁴ Azoulay P., Jones B.F., Kim J.D., Miranda J. Research: The Average Age of a Successful Startup Founder Is 45 // Harvard Business Publishing, 2018. <https://hbr.org/2018/07/research-the-average-age-of-a-successful-startup-founder-is-45> (дата обращения: 20.01.2020)

¹⁵⁵ Kibler E., Wainwright T., Kautonen, T., Blackburn, R. Can Social Exclusion Against “Older Entrepreneurs” Be Managed? // Journal of Small Business Management, 53, 2015. - С. 193-208. doi 10.1111/jsbm.12194.

¹⁵⁶ Bonsang E., Dohmen, T. Risk attitude and cognitive aging. Journal of Economic Behavior & Organization, 2015. - С. 112-126. doi:10.1016/j.jebo.2015.01.004.

¹⁵⁷ Dohmen T., Falk A., Golsteyn B., Huffman D., Sunde U. Risk Attitudes Across The Life Course. // The Economic Journal, 127-605, 2017. - С. 95-116. 10.1111/eoj.12322.

¹⁵⁸ Josef A. K., Richter D., Samanez-Larkin G. R., Wagner G. G., Hertwig R., Mata R. Stability and change in risk-taking propensity across the adult life span // Journal of Personality and Social Psychology, 111(3), 2016. - С. 430-450. <https://doi.org/10.1037/pspp0000090>.

¹⁵⁹ Bal P.M., De Lange A.H., Jansen P.G.W., Van Der Velde M.E.G.. Psychological contract breach and job attitudes: a meta-analysis of age as a moderator // J. Vocat. Behav. 72 (1), 2008. - С. 143-158.

¹⁶⁰ Baron R.A., Mueller B.A., Wolfe M.T. Self-efficacy and entrepreneurs' adoption of unattainable goals: the restraining effects of self-control // J. Bus. Ventur. 31 (1), 2016. - С. 55-71.

¹⁶¹ Zhao H., O'Connor G., Wu J., Lumpkin G.T. Age and entrepreneurial career success, A review and a meta-analysis // Journal of Business Venturing, 2020.

¹⁶² Mata R., Frey R., Richter D., Schupp J. Hertwig R. Risk Preference: A View from Psychology // Journal of Economic Perspectives, 32(2), 2018. - С. 155-172. doi 10.1257/jep.32.2.155.

¹⁶³ Lighthall N. R., Mather M., Gorlick M. A. Acute Stress Increases Sex Differences in Risk Seeking in the Balloon Analogue Risk Task // PLoS ONE, 4(7), 2009. doi 10.1371/journal.pone.0006002.

¹⁶⁴ Shinnar R. S., Hsu D. K., Powell B. C., Zhou H. Entrepreneurial intentions and start-ups: Are women or men more likely to enact their intentions? // International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 36(1), 2017. - С.60-80. doi 10.1177/0266242617704277.

и их успехом в развитых странах снижается последние десятилетия.¹⁶⁵ ¹⁶⁶ Респонденты могли выбрать пол: мужской / женский.

2.2.3. Образование

Одним из ключевых показателей, описывающих потенциал индивида и нации в экономике, является человеческий капитал и индекс человеческого капитала. Эти параметры измеряются Всемирным экономическим форумом (World Economic Forum) и Всемирным банком (The World Bank), который поместил в своём индексе Россию на 34 место.¹⁶⁷ В признанных метриках одним из ключевых параметров является образование, которое повышает распознавание возможностей, знания и образует навыки.¹⁶⁸ ¹⁶⁹ Несмотря на известные успешные карьеры без завершения образования, крупные анализы исследований указывают, что успешное предпринимательство связано с более высоким уровнем человеческого капитала, знаний и навыков.¹⁷⁰ ¹⁷¹ ¹⁷² При этом в России студентов женского пола, как и уже обладающих высшим образованием женщин больше, чем мужчин.¹⁷³ Исходя из ожидаемой аудитории респондентов, было решено использовать 5 пунктов с возможностью выбора нескольких:

1. Среднее.
2. Получаю высшее образование.
3. Высшее.
4. Научная степень.
5. MBA.

¹⁶⁵ Cox J. Proportion of UK women starting their own business falls sharply // Independent. 2017. URL: <https://www.independent.co.uk/Business/indyventure/uk-gender-gap-natwest-startup-female-entrepreneurs-risk-start-business-a7688586.html> (дата обращения: 01.03.2020)

¹⁶⁶ Shneor Rotem & Jenssen Jan. Gender and Entrepreneurial Intentions. / Entrepreneurial Women: New Management and Leadership Models. 2014.

¹⁶⁷ World Bank World Development Report 2019: The Changing Nature of Work. <http://documents.worldbank.org/curated/en/816281518818814423/pdf/2019-WDR-Report.pdf> (дата обращения: 04.03.2020)

¹⁶⁸ Marvel M., Davis J., Sproul C. Human Capital and Entrepreneurship Research: A Critical Review and Future Directions. Entrepreneurship Theory and Practice. 2016. - С. 599-626.

¹⁶⁹ Westhead P., Solesvik M. Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit?. International Small Business Journal. 2016., - С. 979-1003.

¹⁷⁰ Unger J., Rauch A., Frese M., Rosenbusch N. Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review // Journal of Business Venturing, Volume 26, Issue 3, 2011. - С. 341-358, ISSN 0883-9026, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902609000998>).

¹⁷¹ Davidsson P., Honig B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs // Journal of Business Venturing, Volume 18, Issue 3, 2003, Pages 301-331, ISSN 0883-9026, [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6). (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902602000976>)

¹⁷² Jo H., Lee J. The relationship between an entrepreneur's background and performance in a new venture // Technovation, Volume 16, Issue 4, 1996, Pages 161-211, ISSN 0166-4972, [https://doi.org/10.1016/0166-4972\(96\)89124-3](https://doi.org/10.1016/0166-4972(96)89124-3). (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0166497296891243>)

¹⁷³ Индикаторы образования: 2018 : статистический сборник / Н.В. Бондаренко, Л.М. Гохберг, Н.В.Ковалева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : НИУ ВШЭ, 2018. — 400 с. — 300 экз. — ISBN 978-5-7598-1781-9 (в обл.). URL: <https://www.hse.ru/primarydata/io2018> (дата обращения: 23.01.2020)

6. Среднее + MBA.
7. Высшее + MBA.
8. Научная степень + MBA.

2.2.4. Тип дохода

Предпринимателей отличает, то что, в теории, они основной доход получают из прибыли организаций. Но на начальных стадиях и при желании, предприниматель может устанавливать себе зарплату и получать основной доход не из прибыли. Для того, чтобы в общем виде разделить предпринимателей и непредпринимателей, понять динамику дохода у предпринимателей, а также быть уверенным в правильной группировке по профессиям, варианты выбора дохода были определены следующие:

1. Пенсия, стипендия или другие пособия.
2. Заработная плата.
3. Сдельный доход от проектов / заказов.
4. Доход от активов (недвижимость, ценные бумаги).
5. Сдельный доход от проектов / заказов.
6. Дивиденды от владения предприятием.
7. Падающий доход от предпринимательства.
8. Нестабильный доход от предпринимательства.
9. Стабильный доход от предпринимательства.
10. Растущий доход от предпринимательства.

2.2.5. Наличие образования связанного с предпринимательством

У студентов, проходящих предпринимательские образовательные программы и не имеющих подобный опыт, заметен разный уровень страха к предпринимательству и уровень предпринимательской интенции. Наличие специального образования положительно влияет на общий уровень предпринимательской интенции и в целом на успешность предпринимателей. В формировании намерения заниматься предпринимательской деятельностью академические программы сильнее, чем курсы и тренинги.¹⁷⁴ Хотя образование повышает веру в собственные способности, в некоторых исследованиях указывается, что те, кто оценивают свои предпринимательские способности высоко, могут при этом обладать намерением заниматься

¹⁷⁴ Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes // *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211—224. doi:10.1016/j.jbusvent.2012.03.002

предпринимательством ниже, что ставит вопрос об универсальности параметра самоэффективности А. Бандуро.^{175 176}

Тематика бизнес-образования и тренингов очень популярна и, вероятно, связана с несколькими причинами. Во-первых, предпринимательская культура только образуется в России и отстаёт от развитых капиталистических стран. Во-вторых, горизонт планирования и средний срок существования предприятий сильно ниже, чем в развитых странах, что сказывается в ощущении некоторой турбулентности, неопределённости. По этой причине предприниматели стремятся компенсировать недостатки и найти опору в большом выборе тренингов, курсов, программ, мало из которых являются образующими практические навыки и знания. Встаёт вопрос подготовки знаний для серьёзных исследований, нацеленных на проверку эффективности уже устоявшейся системы услуг бизнес-образования.

2.2.6. Эффективность делового образования

Одним из показателей, регулярно включающихся в модель интенции и самоэффективности, является наличие предпринимательского образования и определение субъективного ощущения того, насколько образование помогло развить базовые аспекты. На основе опросника, валидированного испанскими учёными, которые последовательно изучали связь когнитивных предиктов и решения заняться бизнесом (F.Liñán, J.C.Rodríguez-Cohard, J.M.Rueda-Cantuche 2011), в исследование были включены вопросы о результате своего образования: знание о предпринимательской среде; предпочтение стать предпринимателем; навыки, необходимые для предпринимателя; стремление стать предпринимателем.¹⁷⁷ Данный показатель в сочетании с наличием предпринимательского образования может демонстрировать несколько явлений: насколько в целом предпринимательское образование изменяет отношение и усиливает предпринимательскую интенцию при сравнении с его отсутствием; как оценивают полезность предпринимательского образования; существует ли разница в эффективности между MBA и другими программами, которые проходили русскоязычные респонденты.

2.2.7. Профессия и форма вашей деятельности

Для отделения предпринимателей от других групп и для возможности их сравнения был определён перечень форм деятельности, включающий три уровня должностей:

¹⁷⁵ Solesvik, Marina & Westhead, Paul & Matlay, Harry. Cultural factors and entrepreneurial intention: The role of entrepreneurship education. *Education and Training*. 56. 2014. – С. 680-696. doi 10.1108/ET-07-2014-0075.

¹⁷⁶ European Commission (2012), *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education* / European Commission, Brussels.

¹⁷⁷ Liñán F., Rodríguez-Cohard J.C., Rueda-Cantuche J.M. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education // *Int Entrep Manag J* 7, 2011. - С. 195-218. doi 10.1007/s11365-010-0154-z

предприниматель, управленец, сотрудник коммерческой организации. В исследовании представляют особое любопытство перспективы сравнения предпринимателей и управленцев, предпринимателей и непредпринимателей. Существуют предпосылки к утверждению об отличных друг от друга когнитивных стилях.^{178 179 180} Также в опросник были включены дополнительные формы, которые могли бы встречаться среди респондентов, и необходимые для лучшего понимания полученных данных. Известно, что люди разного уровня должностей и профессий могут испытывать разный уровень удовлетворенности.^{181 182}

Данный пункт самоопределения является первым разделяющим предпринимателей и непредпринимателей на группы. Таким образом перечень профессий стал следующим:

1. Безработный.
2. Благотворитель.
3. Государственный служащий.
4. Консультант.
5. Фрилансер.
6. Сотрудник.
7. Студент.
8. Управленец.
9. Предприниматель.

Примером актуальности в поведенческом исследовании может являться то, что изучая только персональные параметры без поведенческих и деятельных мы упираемся в слабость подхода, так как на основе общепринятого научного знания личные характеристики основателей бизнеса и наёмных менеджеров могут значимо не отличаться (исключением не всегда является, но встречается вариации «готовности к риску», которое явно объясняется действующей позиционной функцией: у менеджера это — сохранять организацию и свою должность, а у предпринимателя — запускать бизнес и получать прибыль). Однако их реальное поведение и намерения отличаются.

¹⁷⁸ Amato C., Barbieri B., Zurru M., Ricciardi R., Benevene M., Garcia G. Think Entrepreneurially - Entrepreneurs vs. non-Entrepreneurs' Cognitive Profiles // International Journal of Entrepreneurship. 22. 2018. - С. 1-13.

¹⁷⁹ Taylor L. Cognitive Dissonance Between Entrepreneurs and Management. 2017. doi 10.1057/978-1-137-56949-3_7.

¹⁸⁰ Kaish S., Gilad B. Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: sources, interests, general alertness. // J Bus Ventur 6. 1991. - С. 45-61. doi 10.1016/0883-9026(91)90005-X

¹⁸¹ Johnson, Sh. Cooper C., Cartwright S., Donald I., Taylor P. The Experience of Work-Related Stress across Occupations // Journal of Managerial Psychology, 20, 2015. doi 10.1108/02683940510579803.

¹⁸² Rao J., Chandraiah K. Occupational stress, mental health and coping among information technology professionals // Indian Journal of Occupational and Environmental Medicine, 16(1), 22., 2012. doi:10.4103/0019-5278.99686

2.2.8. Опыт

От того, сколько лет человек занимается указанной деятельностью, зависит его опыт, скорость принятия верных решений, способность адаптироваться и профессионализм. При этом, идентичный опыт в количестве годов, но у людей разного возраста, может иметь отличный эффект, как и то, в каком возрасте принимается решение открыть бизнес. Опыт может быть качественным при постоянном отслеживании принятых решений, рефлексии. То есть люди, которые знают, что они делают и почему и извлекают выводы, могут обладать меньшими предубеждениями или когнитивными искажениями. Респондентам предоставлялась возможность указать числовое значение.

2.2.9. Количество открытых бизнесов

Есть ряд исследований, указывающих, что серийные предприниматели, открывая бизнес за бизнесом делают это всё с более успешным результатом, обучаясь на своём количественном опыте.¹⁸³ Но также большой ряд исследований показывает, что серийные предприниматели не отличаются по эффективности от тех, кто делает это первый раз, что ставит под сомнения их способность обучаться или преодолевать свои когнитивные искажения. Как минимум, исследователи предполагают, что эффект обучения краткосрочен или только позволяет действовать быстрее на начальном этапе, а те, у кого был отрицательный опыт с банкротством, будут встречаться с этим явлением чаще остальных.^{184 185 186} Те, у кого есть опыт открытия бизнеса, раньше других сделает это снова, а сотрудники госучреждений и профсоюзов реже остальных будут совершать подобные попытки.¹⁸⁷ Данный показатель вряд ли мог быть связан с бизнес-результатами, однако он потенциально должен показывать связь с распознаванием возможностей, предпринимательской самоэффективностью, когнитивными искажениями и отношением к риску.¹⁸⁸ Респондентам предоставлялась возможность указать числовое значение.

¹⁸³ Shaw K., Lafontaine F. Serial Entrepreneurship: Learning by Doing? // Journal of Labor Economics, Vol. 34, Issue S2, 2016. - С. 217-254.

¹⁸⁴ Simon C. Parker, Do serial entrepreneurs run successively better-performing businesses? // Journal of Business Venturing, Volume 28, Issue 5, 2013, Pages 652-666, ISSN 0883-9026, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.08.001>.
(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902612000894>)

¹⁸⁵ Kolvareid L., The Business Gestation Process of Novice, Serial, and Parallel Business Founders (1998). // Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 22, Issue 4, p. 101-114 1998. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1507561>

¹⁸⁶ Gottschalk S. If you don't succeed, should you try again? The role of entrepreneurial experience in venture survival // ZEW Discussion Papers, No. 14-009, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW). 2014.

¹⁸⁷ Hyytinen A., Ilmakunnas P. What distinguishes a serial entrepreneur? // Industrial and Corporate Change. 16. 2007. С.793-821. 10.1093/icc/dtm024.

¹⁸⁸ Westhead P., Wright M. Novice, portfolio, and serial founders: are they different? // Journal of Business Venturing, Volume 13, Issue 3, 1998. - С. 173-204.

2.2.10. Отрасль деятельности

Представители разных индустрий обладают разными психологическими истоками выбора карьеры, ценностными ориентациями и испытываемым стрессом.^{189 190 191} Можно выдвинуть предположение о разных установках, сформированных представлениях и когнитивных искажениях у предпринимателей из разных индустрий и проверить, является ли это свойством «индустрии», сравнивая с непредпринимателями или отличием исключительно среди предпринимателей. Для опросника были выбраны базовые сектора экономики и общественного устройства и добавлены дополнительные индустрии.^{192 193} По итогу было выбрано следующее распределение:

1. Нет организации.
2. Государственное учреждение.
3. Благотворительность, некоммерческие организации.
4. Информационные технологии.
5. Промышленность, производство, строительство, инфраструктура.
6. Ритейл, торговля.
7. Финансы, банковский сектор, страхование, консультирование, юриспруденция.
8. Медицина, фармакология, биология.
9. Сфера услуг, питание, сервис, туризм.
10. Образование, медиа, культура, графика, музыка, реклама, маркетинг.
11. Развлечения, игровая индустрия.
12. Транспорт, логистика.
13. Сельское хозяйство, рыболовство, добыча природных ресурсов, лес, нефть, газ.

2.2.11. Размер организации в численности сотрудников

Организации системно отличаются друг от друга количеством людей. В группах разных размеров функционируют свои принципы построения процессов и связей. У людей может отличаться ценностная ориентация и способность находить содержание при работе в разных компаниях, например, в малой компании, занимающейся традиционной

¹⁸⁹ Schwartz D., Pines A. M. High Technology Entrepreneurs Vs. Small Business Owners in Israel // Journal of Entrepreneurship, 16, 2007. - С. 1-17.

¹⁹⁰ Лесик А.В. Особенности ценностно-смысловых основ профессиональной идентичности в различных профессиях // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tsennostno-smyslovyh-osnov-professionalnoy-identichnosti-v-razlichnyh-professiyah> (дата обращения: 10.03.2020).

¹⁹¹ Валуева Е.А., Белова С.С. Структура интеллекта и профессия // СПЖ. 2018. №67. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-intellekta-i-professiya> (дата обращения: 10.03.2020).

¹⁹² Сектор экономики // Большая российская энциклопедия : [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов. — М. : Большая российская энциклопедия, 2004—2017.

¹⁹³ Kenessey Z. The Primary, Secondary, Tertiary and Quaternary Sectors of the Economy / The Review of Income and Wealth. 2012.

деятельностью и в крупном конвейерном производственном предприятии. Предприниматели и сотрудники могут тяготеть к наиболее комфортной структуре, что может отражаться на выбираемой стратегии, удовлетворении, выгорании.

Основываясь на государственных и международных критериях отнесения предприятий к разным категориям (малый, средний, крупный) были определены базовые параметры. Но из-за большого разброса, не устраивающего исследование, внесены дополнительные параметры, выделяемые социо-психологией как важные с точки зрения лично-групповой динамики. Также был определен параметр исходя из психологически заметной цифры в одну тысячу человек и назван как «холдинг», а также параметр «корпорация», подразумевающий многотысячное предприятие или с международными офисами.^{194 195} Градация получилось следующая:

1. Нет организации.
2. Индивидуальная 1 сотрудник.
3. Команда 2-7 сотрудников.
4. Микро 7-15 сотрудников.
5. Малая 15-100 сотрудников.
6. Средняя 100-300 сотрудников.
7. Крупная 100-1000 сотрудников.
8. Корпорация.
9. Холдинг с подразделениями и 1000+ сотрудников.

2.2.12. Субъективное ощущение стадии организации

Состояние организации, в которой человек проводит значительную часть своего времени и ради развития которой выделяет разный объем усилий — вовлекается, может влиять на его психологическое состояние и отношение к риску. Компании рассматриваются как системы, имеющие свой жизненный цикл от рождения до завершения. Выделяются разные стадии, при которых формат работы, структура, транзакционные издержки, сроки планирования и организационные цели, эффективность и стоимость компании отличаются друг от друга. В управлении на разных стадиях могут действовать эффективно разные люди. Для одних предпринимателей предпочтительнее серийно открывать бизнесы, а для кого-то важнее хранить и развивать один бизнес всю жизнь. Стадии жизненного цикла организации непосредственно связаны с периодами, когда предприниматель сосредоточен на разных элементах: распознавание возможностей;

¹⁹⁴ Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации". Статья 4.

¹⁹⁵ Гурьянов П.А. Критерии определения размеров малого и среднего бизнеса // Экономика, предпринимательство и право. Том 1. № 10. 2011. - С. 3-12.

фокусирование и проверка гипотез; сбор ресурсов; выход на рынок; полный запуск и развитие; зрелость и расширение; ликвидность; преобразование и тд.^{196 197}

Существует множество концепций жизненного цикла организации. Автором идеи жизненного цикла и разбиения на стадии считается экономист А. Маршалл, сравнивавший компанию с деревом.¹⁹⁸ В русскоязычном пространстве известны модели жизненного цикла, автора распространенного академического издания профессора Б. З. Мильнера и модель И. Адизеса, который в своих популярных книгах описывает возможности и риски для компаний, находящихся на разных стадиях.^{199 200 201 202}

Проводить качественный анализ каждой организации респондентов по сумме причин не представляется возможным, однако субъективное восприятие стадии жизненного цикла организации может быть не менее объективным фактором, влияющим на субъективные психометрические параметры.

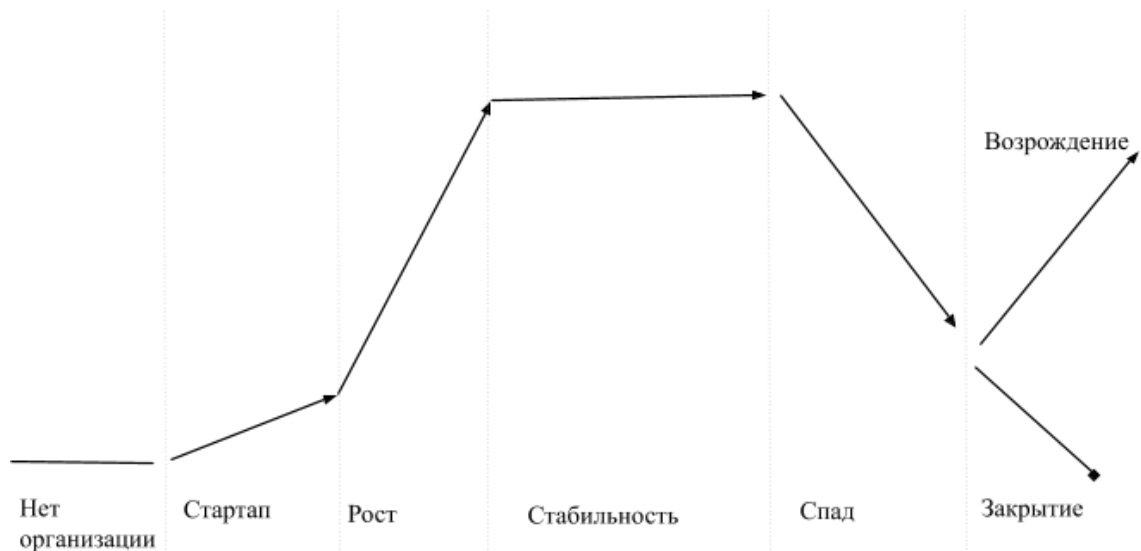


Рисунок 2.2 Стадии организации

В соответствии с рисунком 2.2 респондентам предлагалось выбрать одну из «стадий организации»:

¹⁹⁶ Global Community for Advancing Studies on Entrepreneurship / Entrepreneurial Life Cycle GCase. URL: <https://news.gcase.org/entrepreneurial-life-cycle/> (дата обращения: 09.03.2020)

¹⁹⁷ Розанова Н.М., Катайкова А.А. Использование концепции жизненного цикла в экономическом анализе фирмы // Пространство экономики. №3. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-kontseptsii-zhiznennogo-tsikla-v-ekonomicheskom-analize-firmy> (дата обращения: 09.03.2020).

¹⁹⁸ Marshall A. Principles of political economy. New York: Maxmillan. 1890.

¹⁹⁹ Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации (Managing Corporate Lifecycles). СПб., Питер, 2007. - С. 384. ISBN 978-5-469-01523-9.

²⁰⁰ Б.З. Мильнер. Теория организации: Учебник - 7-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2009. - С. 864.

²⁰¹ Adizes I. Organizational Passages. Diagnosing and Treating Lifecycle Problems of Organization. Organizational Dynamics, 8(1). 1979. - С. 3-25.

²⁰² Gurianova E., Gurianov I., Mechtcheriakova S. The Influence of Phase the Organizational Life Cycle on Organizational Structure Management and Transaction Costs // Asian Social Science. 2014. - С.137-142.

1. Нет организации.
2. Стартап — начальная стадия;
3. Рост — системное развитие.
4. Стабильность — устойчивое состояние.
5. Спад / кризис.
6. Возрождение.
7. Закрытие.

2.2.13. Продукт и рынок

Каждая отрасль, рынок, стадия организации влияют на то, чем занимается предприниматель и работник. Определение сложности большинства сфер деятельности при опросе — субъективное восприятие. Для определения специфики деятельности и введения более уточняющего сферу деятельности была выбрана теоретическая модель «рыночно-средового-продуктового фактора», предложенного профессором А. Гиббом (см. рисунок 2.3), ведущим специалистом в области развития предпринимательства в Европе конца 20-го века. Схема представлена на Рисунке 5.

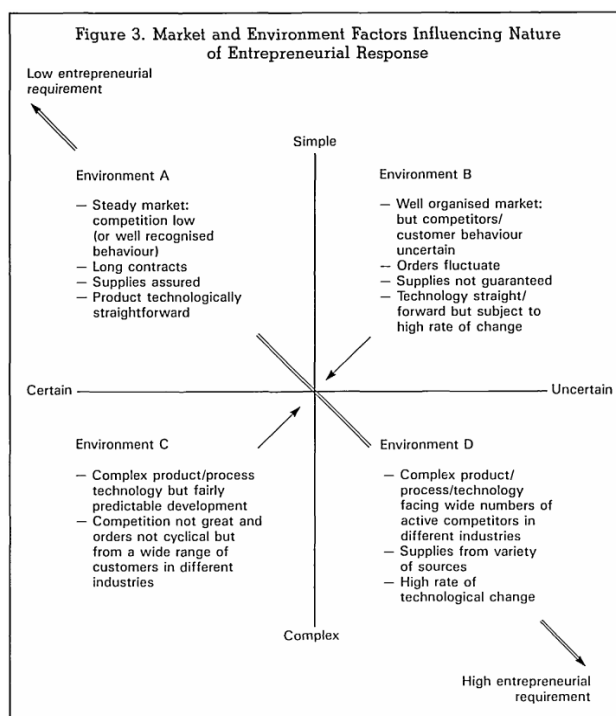


Рисунок 2.3 — Теоретическая модель Gibb A.²⁰³

В опроснике на основе обратной связи при подготовительных интервью с потенциальными респондентами было решено данный фактор разделить на два вопроса: «На каком рынке работает ваша компания?» и «Каков ваш продукт/производство/процесс?». Данный экспериментальный параметр требуется

²⁰³ Gibb A. Enterprise Culture - Its Meaning And Implications For Education And Training // Journal of European Industrial Training. 11. 1987 - С. 2-38.

валидировать, однако он может представлять интерес как для анализа данных в данном исследовании, так и для развития в дальнейших исследованиях. Вопросы отличаются по свойству «простоты» по вертикали и по «определенности» по горизонтали. Таким образом, самым низкотребовательным к роли предпринимателя и простым является пункт (1), а самым требовательным и сложным (4) (см. таблица 1, таблица 2).

Таблица 1 — Условия рынка

1) слабая конкуренция, высокая предсказуемость;	2) наличие конкуренции, неоднородность игроков, слабая предсказуемость;
3) высокая конкуренция, ожидаемое поведение;	4) множество игроков, непредсказуемость.

Таблица 2 — Продукт

1) традиционный, чёткий, стабильный продукт/производство;	2) сложный продукт с предсказуемым развитием;
3) понятный продукт, но высокий темп изменений;	4) сложный продукт с высоким темпом изменений.

2.2.14. Стиль

Под термином «стиль» подразумевается субъективное самовосприятие на основе типологии успешных предпринимателей. Исследователи используют различные индивидуальные факторы, в том числе измеряя черты и типологии. Определение архетипов является завлекающей сферой, которая может быть как абсолютно нечёткой и бесполезной, так и проводить легитимное упорядочение, необходимое для когнитивного восприятия и работы с объектом. Бесспорна связь между типом организации и предпринимателем, но данная сфера пока не сыскала необходимого объема исследований.^{204 205} Американский учёный предпринимательства и организационного поведения Дж. Б. Майнер на основе важнейших тематических научных изысканий и включения в модель важных параметров «когнитивный стиль», «потребность в достижениях», «эмпатия» и др., предложил ёмкую 4-х составную типологию успешных

²⁰⁴ Miller, D., & Friesen, P. Archetypes of strategy formulation // Management Science, 24. 1978. – С. 921-933.

²⁰⁵ Gartner, W. B. An empirical model of the business startup, and eight entrepreneurial archetypes / Seattle, WA: University of Washington. 1982.

предпринимателей: «достигатель» личных целей; настоящий менеджер; генератор идей и эксперт; эмпатичный супер-продавец.^{206 207} Теоретическое обоснование и применяемые опросники на определение типов значительно сочетаются с типологией менеджмента И. Адизеса “РАЕГ” и аналогами, преподаваемыми в российских вузах: предприниматель; администратор; интегратор; производитель, и вариации. Возможна взаимосвязь между выбранной сферой, стадиями, на которых находится компания и стилем поведения руководителя.²⁰⁸

Существующие валидные опросники типологии всегда являются объемными. В диссертационном исследовании нет возможности интеграции дополнительных десятков вопросов. Поэтому было решено экспериментально предложить респондентам выбирать субъективное восприятие своей деятельности или то, что им наиболее привлекательно и значимо в своей деятельности («В предпринимательстве / работе я скорее:...») на основе описания типов успешных предпринимателей по Дж. Б. Майнеру:

1. Достигатель: Сосредоточен на целях. Верен своим интересам и самореализации. Люблю учиться.
2. Менеджер: Стараюсь всё систематизировать, организовывать. Мне нравится власть. Интересно управлять, соревноваться с другими.
3. Генератор: Вношу новшества, генерирую идеи. Концептуальный, нравится разбираться в вещах и решать проблемы.
4. Эмпат: Хорошо продаю, продвигаю. Общительный, поддерживаю в решении проблем. Внимателен к клиентам, коллегам.

2.2.15. Вопрос с лотереей

Методов определения склонности к риску разработано много. Учёными признаётся, что выбор при условиях риска происходит в значительной степени бессознательно и с участием наших эвристик. Присутствующее во всех учебных материалах микроэкономическое разделение на рискофобов и рискофилов весьма теоретическое. Кроме того, Д. Канеманом и А. Тверски модель отношения к риску была уточнена поведенческими тенденциями. На основе выработанных принципов теории проспектов, был выбран вопрос лотереи, в котором респондент должен распорядиться полученной суммой в 1,000,000. Вопрос позволяет условно разделять респондентов по

²⁰⁶ Miner, J. B. A psychological typology of successful entrepreneurs. Quorum Books/Greenwood Publishing Group. 1997.

²⁰⁷ Miner, J. B. Testing a Psychological Typology of Entrepreneurship Using Business Founders // The Journal of Applied Behavioral Science, 36(1), .2000 - С. 43-69. doi 10.1177/0021886300361003

²⁰⁸ Пономарев О.Б. Психотипы предпринимателей и комплексное представление о предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство. №9. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihotipy-predprinimateley-i-kompleksnoe-predstavlenie-o-predprinimatelskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 09.03.2020).

степени рискованности и на условные две группы рискофобов и рискофилов (от 0 с шагом в 200,000 руб. до 1,000,000 руб. без возможности выбрать среднее 500,000 руб.). Возможно, это поможет определить профессиональное разделение и предпринимателей с непредпринимателями в плане отношения к риску в задачах с лотереями.^{209 210 211}

2.2.16. Шкала склонности к общему риску «GRiPS»

По большинству исследований, предприниматели проявляют сравнительную склонность ко всем видам риска, но это проявляется не всегда. Затрудняющим является в том числе терминология. Например, экономисты чаще подразумевают под риском степень неопределенности и потенциальных потерь/выигрышей связанных с результатами, которые могут следовать из данного поведения или набора выборов. Само понятие «риск» подразумевает широкий перечень уточняющих определений и форм его восприятия (как невозможность прогноза; стремление; как потеря / приобретение; готовность к риску и т. д.). Принятие риска нельзя отделять от общего поведения человека, потому что оно всегда включено в реальный контекст. Стоит проверять наличие зависимости результата от знаний, умений, способностей субъектов, давления. У человека всегда есть ролевая ориентация, социально-личная установка принимать/избегать разные степени риска. Для людей действуют разные требования по полноте информации для принятия решений и взвешивания, люди с разной скоростью принимают решения. Человек проявляет попытки планировать, определять ценность цели, проводить целеобразование и целедостижение. Напряжение или чувство диссонанса, которое испытывает респондент, может оказываться важнее и стимулировать человека к уменьшению дискомфорта, достигать консонанса и к избеганию, и к его возрастанию.²¹² Одной из сложностей является тот факт, что риск как показатель является не только когнитивной (участвуют опыт, интеллект, восприятие, внимание, когнитивный ресурс, эмоции, мотивы), но и регулятивной функцией человека, и даже можно сказать регулятивно-волевой. Существует множество методологий измерения склонности к риску.²¹³

Д. Канеманом и А. Тверски была продемонстрирована важность не только математической вероятности и оценки выигрыша, но и их интерпретаций. Вес в их теории — есть мера влияния вероятности события на его желательность. То есть, играет роль

²⁰⁹ Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: учебник. 2-е изд., изм. М., Норма, 2006. - С. 389-391.

²¹⁰ Hillson D., Murray-Webster R. Understanding and Managing Risk Attitude. Gower Publishing, Ltd. 2007. ISBN 978-0-566-08798-1.

²¹¹ Kahneman D. Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk // *Econometrica*. 47 (2), 1979. - С. 263- 291.

²¹² Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб., Ювента, 1999. - С.15-52.

²¹³ Корнилов А. П., Булыгина В. Г., Корнилова Т. В. Личностные предпосылки успешности деятельности брокера // *Психологический журнал*. 1993.

субъективная шкала уверенности-неуверенности в возможности исходов. Последние годы выводы исследований поведенческой экономики и большой разброс результатов экспериментов подвергаются конструктивной критике. Стоит помнить, что результаты, обусловленные в экспериментах, нельзя экстраполировать, чтобы охватить все желаемое поведение, и требуют уточняющих параметров респондентов, более глубинного подхода и, используя термин Д. Канемана и А. Тверски, выяснения их «склада ума» и согласия с экологическим фактором (эволюционно-контекстным), а также разбора когда и как возникают «отклонения», а также когда и как исчезают.^{214 215 216 217 218 219}

Исходя из задач исследования и актуальных публикаций была выбрана свежая методика «Шкала склонности к общему риску» (“General Risk Propensity Scale”). Данный подход является авторским развитием ранее получившим распространение более громоздкой методики «Доменно-специфического принятия риска» (“Domain-Specific Risk Taking”).²²⁰ “GRiPS” был представлен в 2018 году американскими академическими психологами путем системной валидации и корреляции с другими психологическими показателями, что позволило привести её в краткую форму восьми вопросов.²²¹ Представляет интерес сравнения данного подхода с измеряемыми показателями и другими, связанными с оценкой принятия риска.

2.2.17. Воздушный шарик — аналог задачи с риском «BART»

Для определения поведенческих характеристик человека всё больше прибегают к моделированию ситуаций, в которых должны проявляться рассматриваемые свойства.²²² В 2002 году психологом К. Лежус с коллегами был выпущен компьютерный игровой тест

²¹⁴ Gal, D., Rucker, D.D. The Loss of Loss Aversion: Will It Loom Larger Than Its Gain? // *Journal of Consumer Psychology*, 28(3), 2018. - С. 497-516. doi 10.1002/jcpy.1047.

²¹⁵ Erev I., Ert, E., Plonsky O., Cohen, D., Cohen, O. From anomalies to forecasts: Toward a descriptive model of decisions under risk, under ambiguity, and from experience // *Psychological Review*, 2017. - С. 369-409.

²¹⁶ Malul M., Rosenboim M., Shavit T. So when are you loss averse? Testing the S-shaped function in pricing and allocation tasks // *Journal of Economic Psychology*, Volume 39, 2013. - С. 101-112. ISSN 0167-4870, doi 10.1016/j.joep.2013.07.007.

²¹⁷ Богачева Н.В., Корнилова Т.В., Красавцева Ю.В. Связи самооценок, имплицитных теорий риска и личностной готовности к риску у медицинских работников // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки*, №4, 2017. - С. 6-19. doi 10.18384/2310-7235-2017-4-6-19ю

²¹⁸ Корнилова, Т. В. Психология риска и принятия решений: учеб. пособие / Т. В. Корниловаю М.б Аспект Пресс, 2003. - С. 287 ISBN 5-7567-0267-9.

²¹⁹ Ильин Е.П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. Спб., Издательский дом Питер. 2016.

²²⁰ Blais A.R., Weber E.U. A Domain-Specific Risk-Taking (DOSPERT) scale for adult populations / *Judgment and Decision Making*, 1, 2006. - С. 33-47.

²²¹ Zhang D., Highhouse S., Nye C. Development and Validation of the General Risk Propensity Scale (GRiPS) // *Journal of Behavioral Decision Making*, 32, 2019. doi 10.1002/bdm.2102.

²²² Рипа В. Чтобы попасть в McKinsey, я сажала кактусы на острове: обзор игры, с помощью которой компания тестирует соискателей. VC.RU. 2019. URL: <https://vc.ru/hr/105960-chtoby-popast-v-mckinsey-ya-sazhala-kaktusy-na-ostrove-obzor-igry-s-pomoshchyu-kotoroy-kompaniya-testiruet-soiskateley> (дата обращения 10.02.2020)

«Воздушный шарик», предназначенный для измерения склонности к риску.²²³ Название расшифровывается как «Воздушный шарик — аналог задачи с риском» — с англ. «The BART» (Balloon Analogue Risk Task). В нем респондент должен надуть 16 шаров нажатием на компьютере и собрать максимальную сумму, за каждое надувание у него накапливается 25 центов, которые он может сохранить («положить в банк») и перейти к надуванию следующего шара. Однако шары могут в случайный момент лопнуть и сумма накопленная на этом шаре не сложенная в банк — сгорит. Расчет происходит по среднему количеству шаров, которые не лопнули. Приложимость обоснована, так как тест значительно коррелирует с такими измерениями связанными с риском как «Шкала импульсивности Барратта», «Шкала импульсивности Айзенка», поведенческими элементами из «Многомерного личностного вопросника (MPQ)» и «Шкалой поиска ощущений Цукермана (SSS)», опросниками опасного асоциального поведения, а также с лотереями из экспериментальной экономики.^{224 225 226 227 228 229} Кроме того, тест показывает формальную стабильность прохождения респондентами через разные периоды времени.²³⁰ В исследовании часть респондентов, преимущественно проходившие тестирование очно, после заполнения опросника проходили игру BART.

2.2.18. Деловая самооэффективность

Психолог А. Бандуро является автором теории социального научения и социально-когнитивной теории. В своих работах он также развил концепцию самооэффективности — вера в эффективность собственных действий и ожидание успеха от их реализации. Другими словами, показатель ожидания личной эффективности, которое определяет, будет ли соответствующее поведение, сколько усилий будет затрачено и как долго оно

²²³ Krauss S. The 13 Top Online Psychology Games. Psychology Today. 2012 URL: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/fulfillment-any-age/201206/the-13-top-online-psychology-games> (дата обращения 10.02.2020).

²²⁴ Hanushek E.A., Machin S.J., Woessmann L. Handbook of the Economics of Education // Elsevier, 2011. -С. 67. ISBN 0444535357, 9780444535351

²²⁵ Patton J.H., Stanford M.S., Barratt, E.S. Factor structure of the Barratt Impulsiveness Scale // Journal of Clinical Psychology. 51 (6), 1995. -С. 768-774. doi:10.1002/1097-4679(199511)51:6.

²²⁶ Eysenck S.B.G., Eysenck H.J. Impulsiveness and venturesomeness: Their position in a dimensional system of personality description // Psychological Reports, 43(3), 1978. - С. 1247-1255. doi 10.2466/PRO.43.7.

²²⁷ Tellegen A., & Waller N. G. Exploring personality through test construction: Development of the Multidimensional Personality Questionnaire. Minneapolis: University of Minnesota Press. 1982.

²²⁸ Lejuez C., Read J., Kahler C., Richards J., Ramsey S., Stuart, G., Strong D., Brown R. Evaluation of a behavioral measure of risk taking: The Balloon Analogue Risk Task (BART) // Journal of experimental psychology, 8, 2002. - С. 75-84. doi 10.1037/1076-898X.8.2.75.

²²⁹ Kagel J.H., Roth A.E. The Handbook of Experimental Economics v.2 // Princeton University Press, 2016. - С.541.

²³⁰ White T.L., Lejuez C.W., de Wit H. Test-retest characteristics of the Balloon Analogue Risk Task (BART) // Exp Clin Psychopharmacol. 2008. - С. 565-570. doi 10.1037/a0014083.

будет выдерживаться перед лицом препятствий и отрицательного опыта.²³¹ Данный показатель тесно связан с мотивами, реальным поведением и имеет профессиональные особенности.^{232 233 234} Например, лица, которые считают, что они компетентны и эффективны в принятии решений, способны видеть больше возможностей в рискованном выборе, сильнее рискуют. Лица, считающие себя не очень компетентными, рискуют меньше. Руководители переносят свои установки в принятие решений, как и оценку в компетентности своей организации в целом (если они уверены в фирме, то готовы идти на большие риски и наоборот).

В исследованиях предпринимательства выделяют особую предпринимательскую самоэффективность (“entrepreneurial self-efficacy”), которая суммарно образуется из культурных и институциональных влияний, характеристик фирмы, образования, опыта, ролевой модели, индивидуальных различий. В России вера в свои деловые способности в среднем ниже, чем в развитых странах.²³⁵ Самоэффективность входит в модели расчетов итогового параметра предпринимательской интенции. В исследование включен опросник из исследования 2007 года, апробированный на студентах МВА в США.²³⁶

2.2.19. Потребность в достижениях

Этот параметр из теории Д. МакКлелланда, подробно описанный в первой главе, демонстрирует ориентацию на достижение результата или цели. Можно подозревать, что у предпринимателей разных типов может различаться этот параметр, как и у людей разных профессий. Вопросы адаптированы на основе вопросников и методических рекомендаций исследования интенции и потребности в достижениях.

2.2.20. Мотивация

Для того, чтобы менять реальность, нужно обладать энергией и опорой, чтобы не выгорать и получать подпитку для мотивации. Чувства по отношению к работе являются

²³¹ Bandura, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change // *Psychological Review*, 84, 1977. - С. 191-215.

²³² Bandura, A., National Inst of Mental Health. Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Prentice-Hall, Inc., Series in social learning theory. 1986.

²³³ Майерс Д. Самоэффективность / Социальная психология. СПб., Питер, 2011. - С. 68-69. SBN 978-5-4237-0138-3.

²³⁴ Newman A., Obschonka M., Schwarz S., Cohen M., Nielsen I. Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research // *Journal of Vocational Behavior*, Volume 110, Part B, 2019. - С. 403-419. ISSN 0001-8791, doi 10.1016/j.jvb.2018.05.012.

²³⁵ Пиньковецкая Ю.С., Катаев Е.Н. Анализ потенциала развития и отношения к предпринимательству в национальных экономиках // *Региональная экономика: теория и практика*, №35 (410), 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-potentsiala-razvitiya-i-otnosheniya-k-predprinimatelstvu-v-natsionalnyh-ekonomikah> (дата обращения: 22.03.2020).

²³⁶ Wilson F., Kickul J., Marlino D. Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education // *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3). 2007. – С. 387-406. doi:10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x.

частью информации об экономической жизни. Измерение ценностей, текущих мотивов может демонстрировать удовлетворенность от своей нынешней деятельности, частично объяснять жизненный выбор человека. В разных профессиях и на разных уровнях должностей удовлетворенность и мотивация могут отличаться. Выявление важнейших параметров удовлетворенности, которые присутствуют у российских предпринимателей, например мотив «Реализация моей мечты или жизненной цели», может на практике помочь лучше понять их ориентацию. Кроме того, это знание позволит понять, какие мотивы необходимо развивать у потенциальных предпринимателей.^{237 238} В исследовании используется опросник, разработанный Нидерландско-Танзанийской группой учёных на основе работ П. Давидссона (1989), Л. Колверейда (1992) и Д. Р. Оломи (2002).^{239 240 241 242 243}

2.2.21. Социальные нормы

Социальное отношение — показатель, который отражает субъективное восприятие средового фактора. Другими словами, воспринимаемое респондентом мнение в стране, мнение знакомых и важных для него людей может как помогать сформировать намерения и побуждать к их реализации, так и отвращать от подобных действий. Это является важным фактором, так как в случае низкого уровня поддержки человеку необходимо обладать нонконформистским складом или потенциалом для реакционного и даже девиантного поведения. В России, с одной стороны, считается хорошим выбором карьеры предпринимателя, однако до сих пор присутствует советский и ортодоксальный взгляд к предпринимательству, который может отразиться в ответах респондентов. В российской

²³⁷ Clark A. What makes a good job? Evidence from OECD countries // *Job Quality and Employer Behaviour*, 2005. - С.11-30.

²³⁸ Соболева Н.Э. Ценностные установки бизнес-сообщества и его модернизационный потенциал в современной России. Диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. 2013. НИУ ВШЭ.

²³⁹ Isaga N., Masurel E., van Montfort C.A. Owner-manager motives and the growth of SMEs in developing countries: Evidence from the furniture industry in Tanzania // *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 7(3), 2015. - С. 190-211. doi 10.1108/JEEE-11-2014-0043.

²⁴⁰ Davidsson, P. Entrepreneurship - and after - a study of growth willingness in small firms // *Journal of Business Venturing*, Vol. 4 No. 3, 1989. - С. 211-226.

²⁴¹ Jenssen S., Kolvareid L. Reasons leading to start-up as determinants of survival among Norwegian entrepreneurs // *Proceedings of the Inaugural Global Conference on Entrepreneurship Research*. The Management School, Imperial College, London. 1991.

²⁴² Olomi, D.R. Entrepreneurial motivation in developing country context: incidence, antecedents and consequences of growth seeking behaviour among Tanzanian owner-managers. PhD dissertation. University of Dar es Salaam, Dar es Salaam. 2002.

²⁴³ Mukhacheva A. Motivational typology of russian entrepreneurship / *Известия Дальневосточного Федерального Университета. Экономика и Управление*, 2017. -С. 79-90. doi 10.24866/2311-2271/2017-3/79-90.

литературе, в отличие от Западной и Восточной, сложно припомнить положительный образ богача-предпринимателя.^{244 245}

2.2.22. Иллюзия контроля

Одним из отражений уверенности и когнитивных смещений является «иллюзия контроля», предложенная в 1975 году профессором психологии Э.Лангер. В краткой формулировке данный показатель отражает ожидаемую вероятность личного успеха, которая превышает объективную вероятность. Изначально было выведено, что иллюзия контроля связана с личной вовлечённостью, привычностью, знанием об исходе, направленностью на успех и результат, настроением.^{246 247} Подразумевается, что люди, замотивированные контролировать свое окружение и с высокой оценкой собственной компетентности будут испытывать ощущение способности контролировать неконтролируемое. Это связано с тем, что для человека факторы навыка и шанса тесно связаны, и зачастую трудно различимы.^{248 249 250 251} В исследовании используются предпринимательские вопросы по иллюзии контроля из опросника, разработанного американскими учёными, которые продемонстрировали связь между когнитивными смещениями (иллюзией контроля; сверхуверенностью) с восприятием риска и решением открывать бизнес.²⁵²

2.2.23. Сверхуверенность

Уверенность в своих решениях позволяет не тратить усилия на преодоление сомнений, рефлексию. С другой стороны, чрезмерная уверенность будет приводить к более частым ошибкам и может быть связана с излишней верой в позитивный исход. Она

²⁴⁴ Ермилова Ю. Эксперты считают, что в России негативно относятся к профессии предпринимателя. ТАСС. 2018. URL: <https://tass.ru/msp/5087477> (дата обращения 20.04.2020).

²⁴⁵ Девяткина М., Дергачев В., Грошева М., Большинство россиян заявили о невозможности честного бизнеса в России. РБК. 2019. URL: <https://www.rbc.ru/politics/20/02/2019/5c6c1dd09a79477ebc9646f4> (дата обращения 20.04.2020)

²⁴⁶ Langer, E. J. The illusion of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 1975. - С. 311-328.

²⁴⁷ Roux I., Pretorius M., Millard S. The influence of risk perception, misconception, illusion of control and self-efficacy on the decision to exploit a venture opportunity. *Southern Africa Business Review*, 10, 2009.

²⁴⁸ Zhang S. Cueto J. The Study of Bias in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41, 2017. - С. 419-454. doi 10.1111/etap.12212.

²⁴⁹ Casson M., Basu A. *The Oxford Handbook of Entrepreneurship* // Oxford University Press, 2008. - С. 97-99.

²⁵⁰ Kruger J., David D. Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One's Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments // *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 77, no. 6, 1999. - С. 1121-1134. doi 10.1037/0022-3514.77.6.1121.

²⁵¹ Zoltan A.J., Audretsch D.B. *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction International handbook series on entrepreneurship (Том 1)* // Springer Science & Business Media, 2003. - С.113-339.

²⁵² Simon M., Houghton S., Aquino K. Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies // *Journal of Business Venturing*, 15, 2000. - С. 13-134.

может негативно влиять на рациональность в принятии решений.²⁵³ Кроме того, это когнитивное смещение зачастую связано с таким несимпатичным свойством как «тёмная триада»: психопатия, макиавеллизм, нарциссизм, что присуще чаще сотрудникам высшего звена.^{254 255 256} А гендерный фактор может участвовать следующим образом: женщины реже проявляют сверхуверенность.²⁵⁷ В исследовании за основу взята сокращенная и адаптированная версия опросника, разработанная польским ученым Michailova (2010, 2014, 2017), который представляет собой последовательность вопросов и оценку уверенности респондента в своем ответе на него.^{258 259}

2.2.24. Настроение

Настроение влияет на способность обрабатывать информацию и работу памяти. В целом, настроение является ещё одним показателем, который представляет интерес для сопоставления даже с макроэкономическими явлениями.²⁶⁰ Многочисленные исследования демонстрируют, что настроение влияет на принятие экономических решений и на склонность к определенному уровню риска: тот, кто пребывает в хорошем настроении, будет легче идти на больший риск, чем те, кто в плохом настроении.^{261 262} Настроение является неоднозначным явлением: пониженное депрессивное состояние является фактором появления зависимости к азарту.²⁶³ Человек может искать компенсаторно-нормализующее поведение относительно своего настроения. И оно способно влиять на тип задач, на которых фокусируется человек и на результат их выполнения.²⁶⁴

²⁵³ Magnus J.R., Peresetsky A.A. Grade Expectations: Rationality and Overconfidence // *Frontiers in Psychology*, 8, 2018. doi 10.3389/fpsyg.2017.02346.

²⁵⁴ García-Gallego A., Ibáñez M.I., Georgantzis N. Personality and Cognition // *Economic Decision Making Frontiers Media*. - С. 40-55 ISBN 2889452360, 9782889452361.

²⁵⁵ David A. Does a 'dark triad' of personality traits make you more successful? // *Science*, 2019. URL: <https://www.sciencemag.org/news/2019/03/does-dark-triad-personality-traits-make-you-more-successful> (дата обращения 20.04.2020).

²⁵⁶ Jain K., Bearden, J.N. Machiavellianism and overconfidence // *INSEAD Working Paper No. 2011/29/DS*. 2011. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1774523 (дата обращения 20.04.2020).

²⁵⁷ Barber, B. M., Odean, T. Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment // *Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 2001. - С. 261-292. doi 10.1162/003355301556400.

²⁵⁸ Michailova J., Mačiulis A., Tvaronaviciene M. Overconfidence, risk aversion and individual financial decisions in experimental asset markets // *Economic Research*, 30, 2017. doi 10.1080/1331677X.2017.1311234.

²⁵⁹ Michailova, J., & Katter, J. K. Q. Quantifying overconfidence in experimental finance. *International Journal of Behavioural Accounting and Finance*, 4(4), 351, 2014. doi 10.1504/ijbaf.2014.067629.

²⁶⁰ Быков А.А., Денисейко И.В., Хаустович Н.А. Об эмоциональном факторе цикличности экономического и технологического развития // *Инновации*, №4 (234). 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-emosionalnom-faktore-tsiklichnosti-ekonomicheskogo-i-tehnologicheskogo-razvitiya-1> (дата обращения: 24.03.2020).

²⁶¹ Патоша О.И., Варавина Т.Ю. Влияние настроения на принятие решения о покупке высокотехнологичной продукции // *Психология. Журнал ВШЭ*, №4. 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-nastroeniya-na-prinyatie-resheniya-o-pokupke-vysokotehnologichnoy-produktsii> (дата обращения: 24.03.2020).

²⁶² Forgas J.P. Mood and judgment: The Affect Infusion Model (AIM). *Psychological Bulletin*, 117 (1), 1995. - С. 39-66. doi:10.1037/0033-2909.117.1.39

²⁶³ Minniti M. *Entrepreneurship* // Greenwood Publishing Group, 2006. - С. 33-35.

²⁶⁴ Davis M.A., Kirby S.L., Curtis, M.B. The Influence of Affect on Goal Choice and Task Performance // *Journal of Applied Social Psychology*, 37, 2007. - С. 14-42. doi 10.1111/j.0021-9029.2007.00144.x.

Кроме того, аффект от негатива вызывает креативность и ориентирует на срочность, а от позитива на долгосрочную ориентацию.^{265 266} Существует стигматизация позитивного настроения у предпринимателей. Хотя их профессия подразумевает большое количество тяжелого травмирующего опыта.^{267 268} Таким образом учёт состояния респондента при прохождении тестирования — дополнительная полезная информация и потенциальный интересный фактор. В исследовании сделана попытка доступным языком описать для респондентов выбор одного из 4-х уровней настроения — от низкого до высокого, и вовлеченности, которую он испытывал последнее время:

1. Спокойный, в безопасности, инертный.
2. Встревоженный, депрессивный, в смятении.
3. Активный, мотивированный, вовлеченный.
4. Сверхэнергичный, на подъеме, заряженный.

2.2.25. Предпринимательская интенция

На основе ранее описанной литературы и указанных исследований, в работу включены два показателя: метрика «Предпринимательская интенция»; «Предпринимательская идея» вопроса «Вы когда-нибудь задумывались о том, чтобы стать предпринимателем?» с тремя выборами ответа (Нет; Да; Я действующий предприниматель). В базовой модели «Предпринимательской интенции» измеряемыми предикторами являются деловая самоэффективность и социальные нормы. Далее в тексте «Деловая самоэффективность» будет обозначаться общим термином «Самоэффективность».

2.2.26. Данные ЭЭГ

В изначальной концепции в исследовании во время очного прохождения игры BART предполагалось использовать пласт нейро-данных об эмоциях (стресс, вовлечённость, когнитивная нагрузка), который бы снимался при помощи нейроинтерфейса MUSE и далее обрабатывался через пакет R. Однако объявленные условия самоизоляции не позволили накопить запланированный объем данных, который позволил бы вывести приемлемо очищенную информацию об эмоциях во время

²⁶⁵ Zhou J., George, J. M. Understanding when bad moods foster creativity and good ones don't: The role of context and clarity of feelings. // Journal of Applied Psychology, 87, 2002. - С. 687-697.

²⁶⁶ Foo M., Uy M., Baron R. How Do Feelings Influence Effort? An Empirical Study of Entrepreneurs' Affect and Venture Effort // The Journal of applied psychology, 94, 2009. . С- 1086-1094. doi 10.1037/a0015599.

²⁶⁷ Jessica B. The Psychological Price of Entrepreneurship // Inc. — 2013. URL: <https://www.inc.com/magazine/201309/jessica-bruder/psychological-price-of-entrepreneurship.html> (дата обращения 10.10.2019).

²⁶⁸ Brad F. Entrepreneurial Life Shouldn't Be This Way-Should It? // Inc — 2013. URL: <https://www.inc.com/magazine/201307/brad-feld/many-entrepreneurs-deal-with-depression.html> (дата обращения 10.10.2019).

прохождения игры и данную метрику пришлось отложить. Нейроинтерфейс MUSE практичен и удобен, так как не требует мокрого контакта и время установки занимает всего несколько минут. Но его доступность, простота и практичность сказывается на объеме шума и нетерпимости к неблагоприятным условиям, таким как: макияж в зоне контактов (лоб) или электромагнитным и радиополям. Использование нейроданных для определения объективного состояния респондента при экспериментальных задачах в экономике и в теории предпринимательства является одним из наиболее перспективных научных направлений.

2.3. Методология и процедуры сбора и обработки данных

Исследование с разрешения руководства ИБДА РАНХиГС проводилось под брендом на данный момент условно действующей лаборатории «Thalamus». Первично исследование предполагалось проводить о модели восприятия задач риска среди предпринимателей и других профессий. Однако из-за самоизоляционного режима пришлось усовершенствовать исследование и переориентироваться на исключительно онлайн-сбор данных. В связи с этим выборка по собранному очно показателю «BART» — 60 респондентов; а по позже добавленному показателю «Предпринимательская интенция» — 207. Сбор данных осуществлялся с февраля по май 2020 года двумя путями: очно и заочно (онлайн). Также при разработке исследования на первых этапах стало ясно, что серая практика ведения бухгалтерской и управленческой отчетности в России, а также неготовность большинства раскрывать коммерческую информацию, вынуждают обращаться к субъективным оценкам респондентов об их организациях. Анкетирование проходило через сервис Google Forms. Данные сохранялись и аккумулировались через сервис Google Sheets. Обработка данных проходила через программный пакет R; сервис Google Forms и специальные data-science расширения; программу Stata.

На стадии опробования методики и консультирования с пятью известными и особо занятыми предпринимателями из разных индустрий с разными размерами бизнеса, анкетирование и консультирование проходило в их офисе или заведении. Среди таких предпринимателей, разрешивших публиковать факт их участия, был резидент Сколково Илья Чех, основатель компании «SuperMotorica» с оборотом более 100 миллионов рублей, которая делает инновационные протезы. Другим ярким представителем был Шевел Юрий, основатель барбершопа и ведущей школы парикмахерского искусства «Туре». В «Приложении Ж» представлены фотографии респондентов, проходивших тестирование в том числе с надетым нейроинтерфейсом «Muse».

Для желающих пройти анкету очно и получить сразу консультацию, предоставлялась возможность записаться на определенное время через сервис

Яндекс.BookForm и в назначенную дату прийти в помещение Московской Высшей Школы Социальных Экономических Наук (Шанинка) на Газетном переулке, которая предоставила возможность тестировать и консультировать в помещении библиотеки и лабораторно-психологического кабинета. Для сбора большего количества данных очно, на нескольких деловых мероприятиях: МТС ГАРАЖ, FinNext 2020 по договоренности ставилась точка со сбором данных и «аттракционом».

Условно называемый аттракцион состоял в следующем: в очной версии анкетирования, по прохождению анкеты и игры BART с замером при помощи нейроинтерфейса MUSE автоматизированная программа на платформе R агрегировала данные, обрабатывала и выдавала респонденту один из пяти типов упрощённой типологии, разработанной совместно с кафедрой FinTech ИБДА РАНХиГС, а также статистическая выжимка прохождения игры BART (см.рисунок 2.4). Далее респондент, в случае обоюдной возможности, мог пройти алгоритм консультации на месте или по записи прийти в определенные часы в МВШСЭН.



Рисунок 2.4 — Пример выводимой информации проходившим «аттракцион»

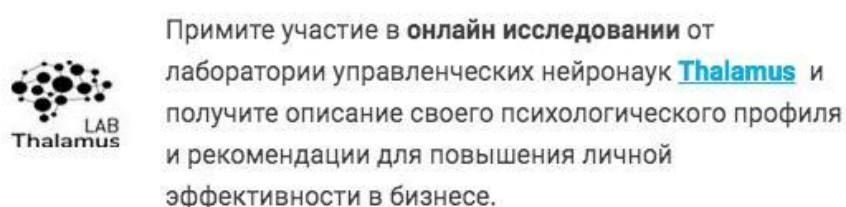


Рисунок 2.5 — Скриншот из рассылки ФРИИ

Большая часть респондентов (около 70%) приняло участие в анкетировании через призыв в email-рассылках, которые провели деловые организации. Среди организаций:

- RusBase: независимое деловое издание входящее в ТОП-4 в РФ (см. рисунок 2.6);
- Фонд Развития Интернет Инициатив (см. рисунок 2.5);

- Российская ассоциация франчайзинга;
- Акселератор Сбербанк & 500Startups (среди резидентов);
- Акселератор Winno Moscow;
- Университетские бизнес акселераторы ВШЭ, МФТИ;
- CrowdHunters;
- ИБДА РАНХиГС и партнёры.



Рисунок 2.6 — Скриншот из рассылки RusBase

Выборка студентов формировалась через приглашение пройти добровольное анкетирование в рассылках среди своих учеников преподавателями программ бизнес-образования московских вузов. Что позволяет ожидать высокую деловую ориентацию у респондентов-студентов .

В процессе подготовки и первичной обработки данные были собраны в единую таблицу в Google Sheets.

1. Данные были приведены к общему виду.
2. Каждому вопросу и показателю было присвоено кодовое название, например: gender; GRIPS_supporter; GRIPS.
3. Проведена проверка на некорректно заполненную информацию и продублированное заполнение.
4. Качественным и категориальным показателям приданы числовые значения в идентичной нумерации указанной выше.
5. При помощи программного обеспечения R и стандартных пакетов анализа данных был проведен анализ. Для проверки частично дублировался в Google Таблицах и Stata.

2.4. Описание используемых данных

Для того, чтобы исследование претендовало на корректность, при том, что выборка формировалась не из конкретной исследуемой группы, а должна была представить условный срез, перед тем, как проводить обработку данных, анализ и интерпретировать результаты, требуется провести описание данных. В «Приложении А» представлена анкета и порядковое расположение вопросов. После очистки данных общее количество респондентов составило 637 человек. Пол респондентов распределились следующим образом: 44% женщины и 56% мужчин (см.рисунок 2.7).

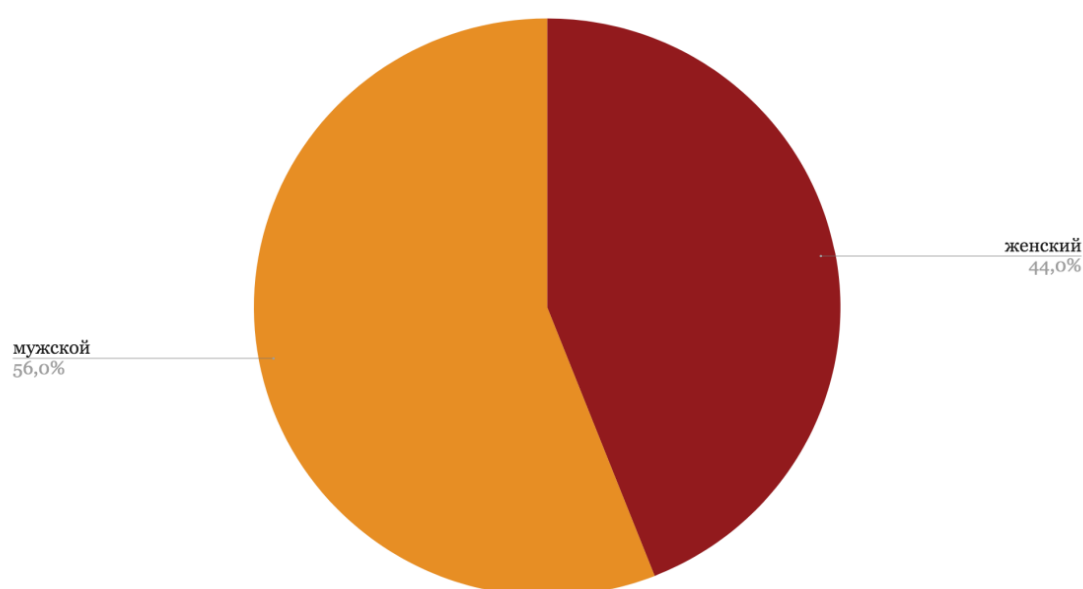


Рисунок 2.7 — Распределение по полу.

В соответствии с рисунком 2.8 выборка вышла следующая: с высшим образованием 73,9%; получающие высшее 9%; с средним 7,4%; научная степень 4,9%; Высшее образование + МВА 3,1%; Научная степень + МВА 0,6%.

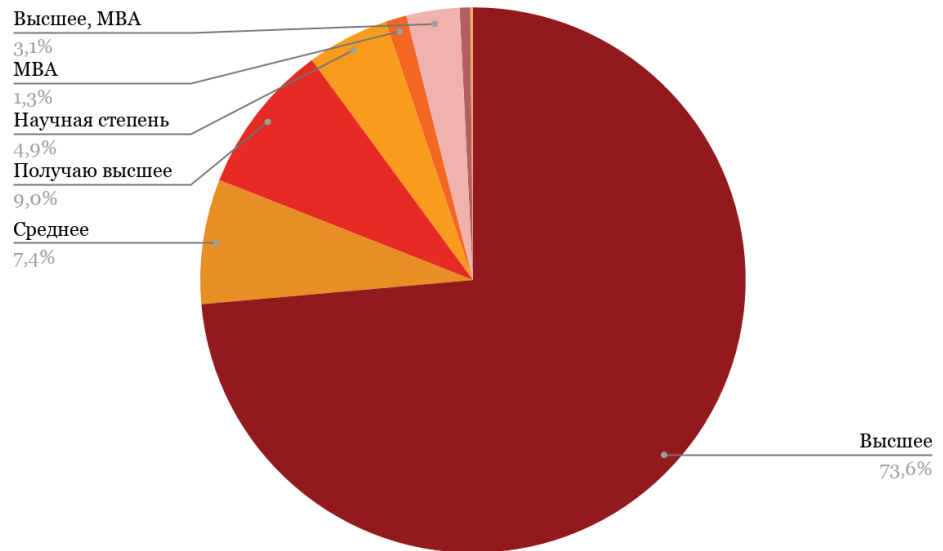


Рисунок 2.8 — Образование респондентов.

Распределение по профессиям (см.рисунок 2.9): сотрудник коммерческой организации 36,2%; предприниматели 20,6%; управленец 10,5%; фрилансер 7,4%; государственный служащий 7,4%; студент 6,3%; безработный 5,8%; консультант 3,9%; благотворитель 1,9%.

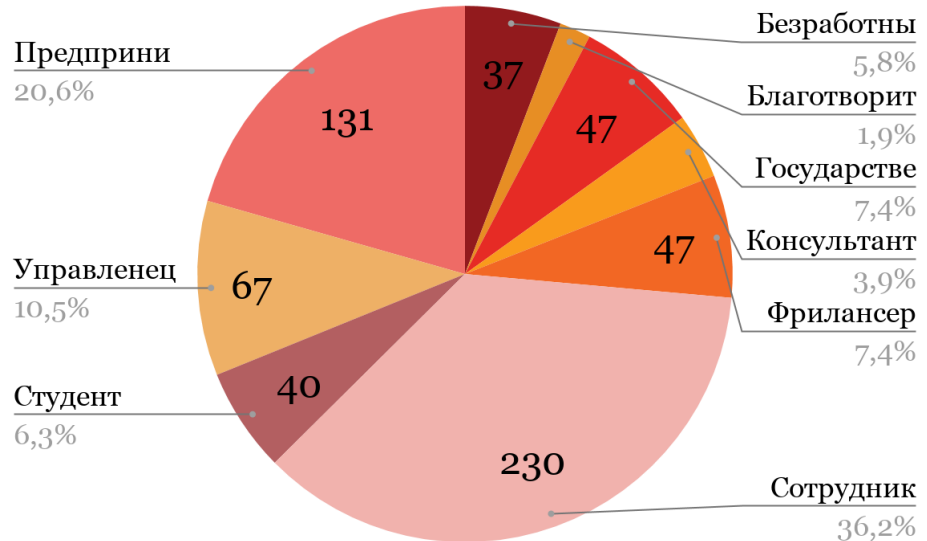


Рисунок 2.9 — Профессии респондентов.

В соответствии с рисунком 2.10 по возрасту вышло условно приближенное к нормальному распределению респондентов, где максимальный возраст 65 лет, минимальный 16 лет, средний 36 лет.

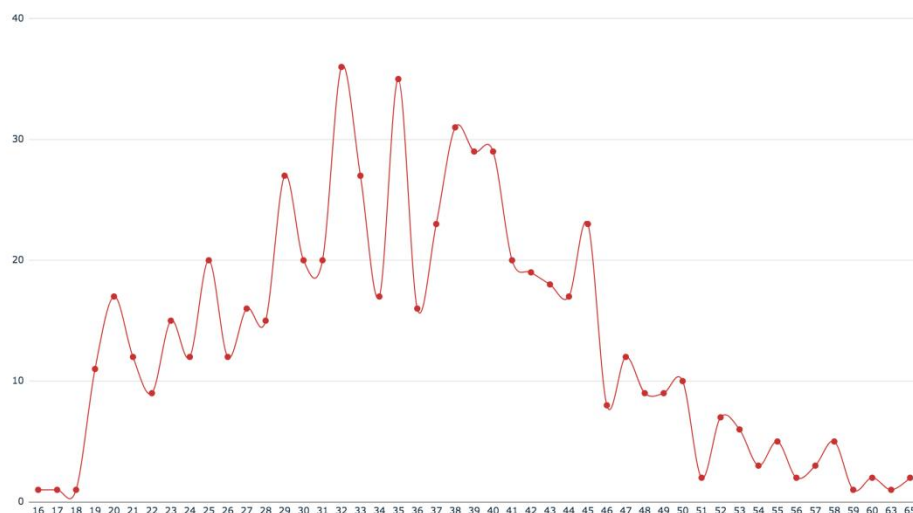


Рисунок 2.10 — Распределение возраста респондентов.

Как и ожидалось наибольшее число респондентов получают «заработную плату». В «Приложении Д» представлена описывающая инфографика. Среди фрилансеров и консультантов и частично предпринимателей (преимущественно индивидуальные или с маленьким коллективом) были те кто выбирал «сдельный доход». Наиболее частый вариант дохода среди предпринимателей, соответствующий теории неопределенности был «нестабильный доход от предпринимательства». Примечательно, что с объявлением обязательной самоизоляции в РФ среди предпринимателей стала появляться слабая тенденция на «падающий доход».

В исследовании участвовали респонденты из всех индустрий-отраслей (см. рисунок 2.11) деятельности, что положительно характеризует свойство выборки.



Рисунок 2.11 — Индустрии респондентов.

Организационные и бизнес-условия в виде инфографики и сравнения выборок по профессиям указаны в «Приложении Д». В сравнении между предпринимателями и непредпринимателями у первых сдвиг (72% выборки) на ранние стадии «Стартап» и «Рост», а в общей выборке преобладает «Стабильность» и чаще встречаются «Спад» и «Закрытие». По размеру организаций выборка представляет приемлемый разброс от 4,7% работающих в «Корпорация» и до 18,6% в «Команда». А предприниматели представляют исключительно группы МСП, до 100 сотрудников.

Результаты восприятия того, на каком рынке действуют организация респондента, в общей выборке результаты распределены между всеми четырьмя типами: «Нет организации» — 9,7%; «Слабая конкуренция» — 10,8%; «Множество игроков» — 16,8%; «Наличие конкуренции» — 29%; «Высокая конкуренция» — 33,6%. В «Приложении Д» инфографика демонстрирует различия по профессиям.

Выводы

Во второй главе была определена модель, которая используется в настоящем исследовании: модифицированная модель предпринимательской интенции. В исследовании включены показатели, входящие в основу модели предпринимательской интенции: «Сверхуверенность» и «Социальные нормы». Добавлены показатели, являющиеся традиционными для теории предпринимательства: «Потребность в достижениях», «Мотивация». Также добавлены когнитивные отклонения, которые должны быть присущи предпринимателям: «Иллюзия контроля» и «Сверхуверенность». Помимо включения межпрофильного фактора, деятельной ориентации «Стиль» и опробирования организационно-средовых факторов бизнеса «Размер организации», «Индустрия», «Стадия», «Рынок», «Продукт» для того, чтобы усовершенствовать модель предпринимательской интенции в исследование были добавлены новые переменные отношения к риску, ранее не включаемые в известные и найденные исследования деловой интенции: «GRIPS»; «Лотерея»; «BART».

3. Анализ и интерпретация факторов

3.1. Интерпретация средних показателей по профессиям

Рассматривая различия между профессиями по измеряемым показателям, становится заметно, что используемые показатели риска и показатели, являющиеся частью теории предпринимательства, актуальны не только для предпринимателей, но и для других профессий. В «Приложении Л» представлена таблица средних по профессиям, при анализе учитывалось, в том числе, стандартное отклонение и распределение, графически отображает информацию рисунок 3.1. По измеряемым показателям выделяется три профессии: предприниматели, управленцы и студенты. По отдельным показателям высокий уровень имеют также консультанты, фрилансеры и государственные служащие. Это вовсе не указывает на то, что необходимо отвергать применимость теорий и метрик, но указывает на либо их применимость в более широком профориентационном назначении, либо на необходимость улучшения и уточнения для описания конкретных профессий.

Можно заметить, что внутри выборок по профессиям по средним — предприниматели обладают максимально высоким уровнем по показателям «Предпринимательская интенция»; «Сверхуверенность»; «Мотивация»; «GRIPS»; «лотерея». Таким образом, можно говорить, что предпринимателей характеризует высокая оценка своей деятельности, они больше всех ценят свой статус и они серьезно вовлечены, удовлетворены и в наибольшей степени чувствуют самореализацию. Подтверждается концепция, что предпринимателей характеризует лояльность к риску, как в общем в жизни, так и в задачах с лотереей. Данное свойство у предпринимателей сопровождается высоким уровнем «Сверхуверенность», которая только на одну сотую ниже, чем у консультантов. Что может быть связано со спецификой общих вопросов, но в целом подтверждает теорию. Кроме того, проявляется, что среди предпринимателей не так высоко, как среди управленцев и студентов, ценится образование. Также, «Потребность в достижениях» оказывается не столь значимым для предпринимателей, как для управленцев. А также, «Потребность в достижениях» консультантов и госслужащих выше, чем у предпринимателей, что идёт вразрез с тезисом из теории. Также, предприниматели демонстрируют, что они ниже управленцев и студентов оценивают уровень поддержки или так называемых социальных норм в отношении предпринимательства.

Управленцы очень близки к предпринимателям. Действительно, два этих класса деятельности, судя по всему, являются схожими, однако в данном исследовании проявляется тенденция, которая указывает на присутствующие различия. Управленцы

обладают самыми высокими средними по показателям «Самоэффективность»; «Иллюзия контроля»; «Потребность в достижениях»; «Социальные нормы». Таким образом, управленцы немного более уверены в своих деловых способностях и в том, что могут быть успешными в неопределенности, чем предприниматели. Они заметно ориентированы на достижения и, как и студенты, выше остальных оценивают поддержку предпринимательской деятельности в окружении и обществе.

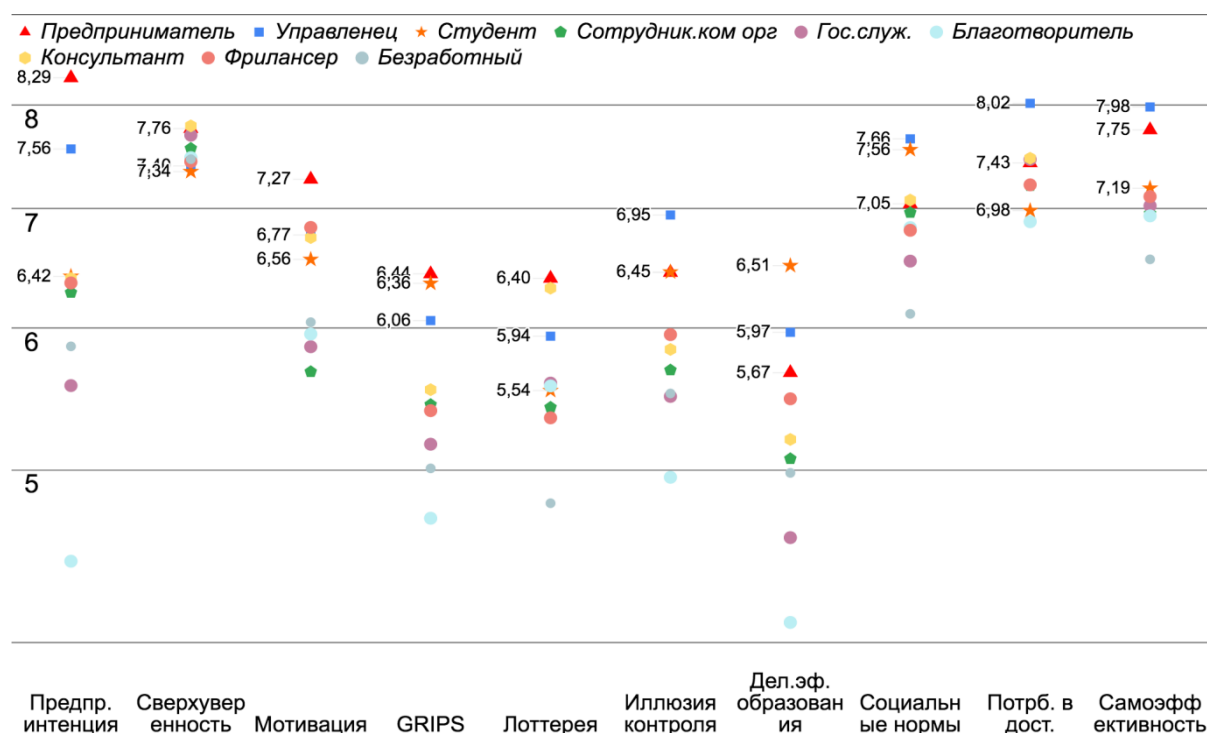


Рисунок 3.1 — Точечный график средних результатов профессий по показателям

Студенты демонстрируют сравнительно остальной выборки, как управленцы и предприниматели, высокий уровень по показателям. Деловая эффективность от образования у них самая высокая, что указывает на высокую оценку получаемого ими образования. Судя по всему, они воспринимают его как значимое и результативное. Это может являться опорой для развития необходимых навыков, так как у них «Самоэффективность» выше остальной выборки помимо действующих управленцев и предпринимателей. Уровень предпринимательской интенции не так высок, как ожидалось (6,42), однако является третьим по профессиям. Студенты демонстрируют низкий уровень «Иллюзия контроля», что можно связать с опытом и статусом студента. Также студенты выбирают низкий уровень в «Лотерея», можно это связать с их молодым возрастом или с тем, что в вопросе про лотерею говорится о сумме в 1 млн. рублей, значительной для студентов — они не привыкли распоряжаться подобными деньгами. Показатель «Потребность в достижениях» у студентов относительно низкий, что можно объяснить

тем, что они мало вовлечены в коллективную рабочую деятельность и в какие-либо проекты, которые были бы для них самих значимы.

Отдельно стоит упомянуть про другие профессии. Люди, позиционирующие себя консультантами, проявляют в среднем самый высокий уровень «Сверхуверенности». У них, в среднем, высокий уровень по параметру «Мотивация» и высокий выбор в «Лотерее» (второй после предпринимателей), но низкий уровень по «GRIPS». Потенциально, это может указывать для интерпретации, что такие люди в жизненных ситуациях менее склонны, чем предприниматели, управленцы и студенты, на рискованные, опасные, дерзкие поступки, но при этом уверены в себе, и риск в «Лотерее» ими воспринимается иначе чем в «GRIPS». Остаётся вопросом, насколько это является коррелирующим с реальными личными денежными ситуациями или в данном случае не менее важно, насколько будет отличаться их консультационная рекомендация риска в подобных ситуациях от их собственного выбора.

Люди, отметившие себя как фрилансеры, имеют выше среднего «Предпринимательская интенция», «Мотивация», средний уровень «Иллюзия контроля», но низкий уровень по «Лотерея», «GRIPS», «Потребность в достижениях», «Самозффективность». Таким образом, с одной стороны фрилансеры действительно близки к предпринимателям, но «не дотягивают» по готовности рисковать, ставить и достигать больших целей, а также не обладают необходимой уверенностью в своих деловых способностях.

Наиболее непредпринимательского склада оказались благотворители и безработные. Благотворители по средним демонстрируют наименьшую «Предпринимательская интенция», «Иллюзия контроля», «Деловая эффективность от образования», «GRIPS». А безработные демонстрируют самый низкий уровень «Социальные нормы», «Потребность в достижениях», «Самозффективность». Также, сотрудники продемонстрировали самый низкий уровень по «Мотивация».

3.2. Предпринимательская интенция по полу и профессии

Основной исследуемый показатель в данной работе — «Предпринимательская интенция». К сожалению, из-за обстоятельств не вся выборка смогла ответить на данный раздел анкеты, добавленный не в начале сбора данных. Но в собранной выборке (207 респондентов) данный показатель несколько смещён, так при сборе данных акцент делался на аудитории, заведомо имеющей большие предпринимательские намерения, чем в генеральной совокупности общества.

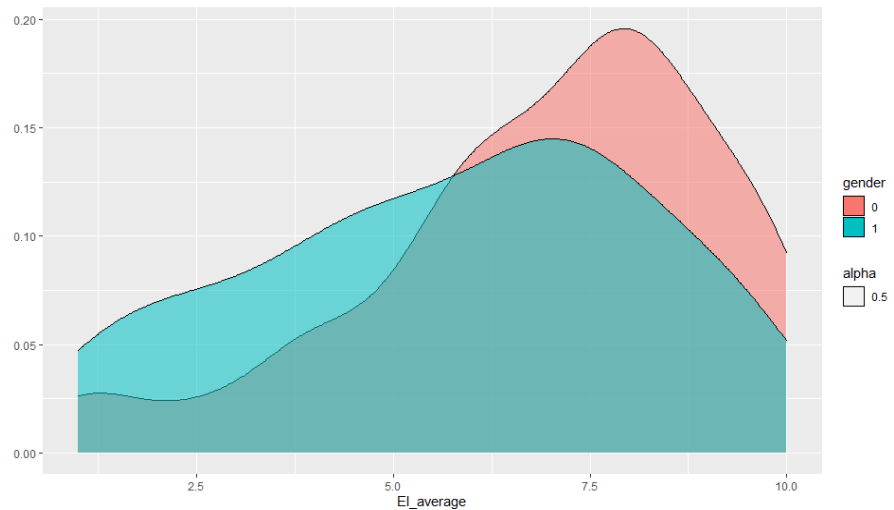


Рисунок 3.2 — Распределение пол респондентов - предпринимательская интенция

В соответствии с рисунком 3.2 и рисунком 3.3 при гендерном разделении оказывается, что мужчины (на графике: 0, оранжевый) имеют в общей выборке выше предпринимательские намерения, чем женщины (на графике: 1, зеленый). Это только сильнее подтверждает общую тенденцию в обществе, что женщины в России относительно не готовы заниматься бизнесом и данная проблема неравенства действительно стоит достаточно остро.

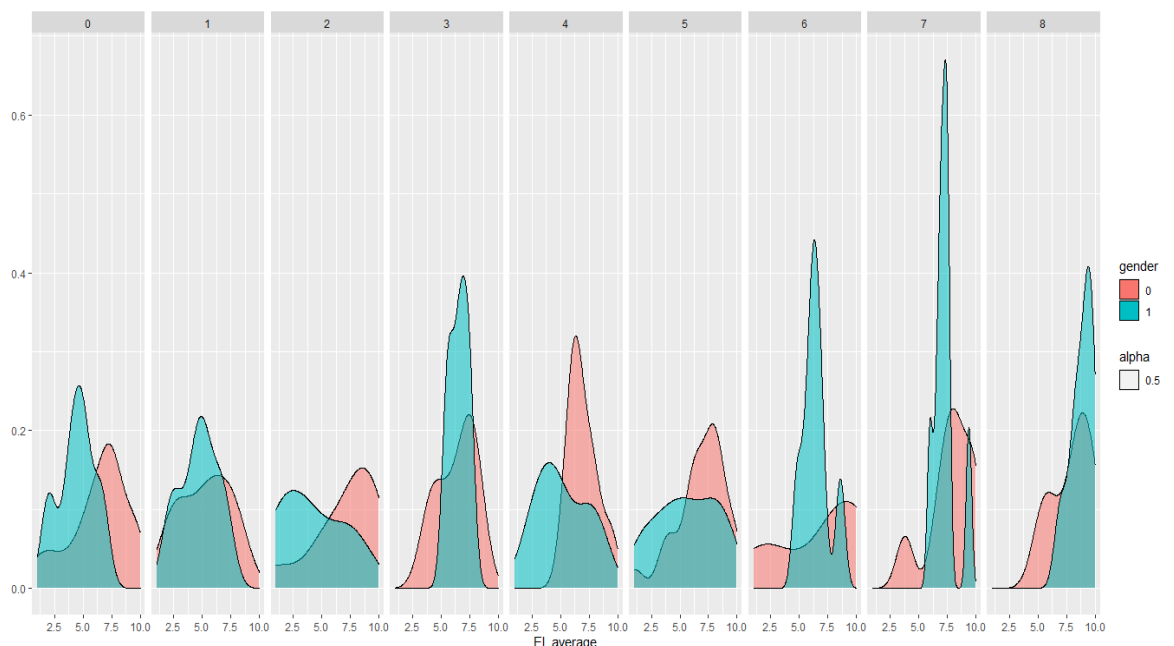


Рисунок 3.3 — Распределение пол и профессия респондентов - предпринимательская интенция

В соответствии с рисунком 3.4 представители полов есть во всех профессиях. Если же посмотреть на всю выборку, то мы увидим ряд интересных проявлений. Во первых, «предпринимательская интенция» у предпринимателей (8 столбец) действительно самая высокая, строго высокая у женщин и у большинства мужчин, но есть те, которые не так

высоко ценят свою деятельность. Интересно, что среди управленцев (7 столбец) уровень интенции строго высокий, однако ниже, чем у действующих предпринимателей. У управленцев заметно два пика, как среди мужчин, так и среди женщин. То есть, можно говорить, что управленцы близки по данной когнитивной установке к предпринимателям. С учётом их результатов по «Самоэффективность» и остальным показателям, они ориентированы на бизнес, но по-другому. Можно предположить, что если разработать метрику «Менеджерская интенция», то между управленцами и предпринимателями по нему может получиться зеркальная картина.

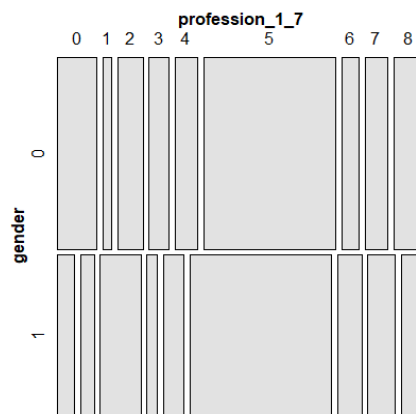


Рисунок 3.4 Соотношение мужчин и женщин по профессиям.

Среди студентов (6 столбец) уровень интенции выше среднего и есть группы среди женщин и мужчин с высокой интенцией, однако можно говорить, что в общей массе она у них ещё не такая крепкая (смещённая), как у уже действующих предпринимателей и управленцев. Задача образования и государственной политики её сместить, реализовать их потенциал.

В профессии сотрудников (5 столбец), фриланс (4 столбец) и госслужащих (2 столбец) мужчины смещены по данному показателю вправо, то есть в этих профессиях они потенциально более претенциозны и имеют намерения заниматься бизнесом сильнее, чем женщины.

3.3. Описание связей между показателями

В «Приложение Б» указана тепловая таблица корреляций Пирсона по всей выборке, а в «Приложение В» указана таблица корреляций по выборке предпринимателей.

Проявляется слабая отрицательная корреляция $-0,236$ между «Пол» и «Предпринимательская интенция», что подтверждается выше в первичном анализе.

Между показателями «Возраст» и «Опыт» корреляция в общей выборке составляет $0,5$, а среди предпринимателей $0,601$, что логично. Кроме того, среди выборки предпринимателей существует связь $0,355$ между «Возраст» и «Стадия организации», то

есть, чем выше возраст предпринимателя, тем чаще его организация будет более зрелой. Есть крайне слабая положительная связь 0,290 у предпринимателей между «Возраст» и «Сверхуверенность», а также слабая отрицательная связь -0,301 между «Возраст» и «GRIPS». А также, есть значимая связь 0,465 у предпринимателей между «Опыт» и «Опыт открытия бизнесов», что значит, что с большим опытом предпринимательской деятельности чаще больше количество проектов и бизнесов.

В общей выборке «Образование» не имеет значимых связей, а вот в выборке предпринимателей уровень образования (в котором порядково выше учитывается сочетание уровня образования + MBA) значимо коррелирует с размером организации 0,497, что указывает на то, что чем больше организация, созданная предпринимателем, тем выше общий и деловой уровень его образования.

При порядковом расположении профессий от безработного до предпринимателя, подтверждая адекватность фактора «Доход», проявляется связь 0,453, также утверждается корректность такого порядка связью с «Предпринимательской идеей» 0,448.

Рассматривая связи фактора «Доход» помимо связи с «Профессия», есть связь с «Опытот открытия бизнесов» 0,345. Это значит, есть связь между типом дохода или положительной динамикой предпринимательского дохода и опытом открытия бизнесов. Отрицательная связь -0,333 между «Доход» и «Размер организации», что объясняется тем, что предприниматели в выборке представляют МСП, а в общей выборке есть люди, работающие в более крупных организациях. Вторым объяснением может быть то, что на ранних стадиях организаций с малым размером динамика доходов выше и заметнее.

Фактор «Стиль», который должен был обеспечить примитивное типирование респондентов, не показал никаких значимых связей. Это не отменяет перспективность работы в данном направлении, однако указывает на необходимость пересмотра предложенной методики.

По организационно-средовым бизнес-факторам не выявлено связей с другими показателями, однако внутри них заметны обнадеживающие результаты, которые могут указывать на их существенность и перспективность развития подобных метрик. Несмотря на то, что в факторе «Индустрия» категории расположены скорее в случайном порядке, хотя и были оформлены непреднамеренно от базовых групп отраслей к более инновационным, есть связь 0,372 с показателем «Рынок».

«Стадия организации» имеет связи 0,348 с «Размер организации» и 0,355 с «Рынок». Среди предпринимателей более поздние стадии сопровождаются снижением общего настроения, исходя из отрицательной связи -0,348 между «Стадия организации» и «Настроение».

Фактор «Размер организации» имеет слабую отрицательную связь $-0,204$ с «Мотивация», что можно объяснить двумя не взаимоисключающими вариантами: предприниматели, которые смещены в сторону более малых организаций и при этом имеют наиболее высокие показатели «Мотивации», обеспечили данную слабую отрицательную связь, или же тем, что в целом во всей выборке есть связь между размером организации и уровнем удовлетворенности и счастья человека. Это является перспективной областью изучения и развития в дальнейших работах. В выборке предпринимателей «Размер организации» имеет отрицательную слабую связь с «Предпринимательской интенцией».

Фактор «Рынок» имеет заметную связь $0,427$ с «Продукт», что позволяет уже предположить, что предложенная модель из теоретического концепта А. Гибба может использоваться в исследованиях, так как есть связь между воспринимаемой респондентами сложностью — динамикой рынка — и продукта их организаций. Однако в выборке предпринимателей данная связь отсутствует. Из выявленных интервью респондентов требуется уточнить и сделать более ясными формулировки в вопросах к данным факторам. С фактором «Стадия организации» связь составляет $0,355$ и с «Размер организации» $0,295$.

Показатель «Настроение» не проявил значимых связей, что ставит под сомнение данный пробный фактор и только с показателем «Самоеффективность» имеет связь $0,379$ (у предпринимателей $0,399$), от чего возможно предположить, что у людей, уверенных в своей эффективности, немного чаще более оптимистичное настроение. В выборке предпринимателей «Настроение» сопровождает ««Предпринимательскую идею» корреляцией $0,341$.

Показатель «Сверхуверенность» не показал связи с другими показателями.

«Иллюзия контроля» имеет связь с «GRIPS» $0,506$ (у предпринимателей $0,390$), что может значить, что эти факторы действительно связаны и что люди, имеющие когнитивные искажения о возможности контроля, также имеют более опасную личную ориентацию в риске. Также «Иллюзия контроля» имеет хорошую значимую связь $0,655$ с показателем «Самоеффективность» (у предпринимателей $0,424$), что вызывает сомнения в способности объективно оценивать свои возможности респондентами и имеет значимую связь $0,631$ с «Предпринимательская интенция». «Иллюзия контроля» сопровождает «Мотивация» исходя из корреляции $0,388$ (у предпринимателей $0,319$). «Иллюзия контроля» оказывается связана с «Потребность в достижениях» $0,414$ (у предпринимателей $0,354$). Высокий уровень «Иллюзии контроля» связан с «Деловая эффективность от образования». Таким образом, учитывая средние, можно говорить, что

такое когнитивное искажение как «Иллюзия контроля» является свойством, которое присуще людям, ориентированным на деловую деятельность — управленческую и предпринимательскую.

Ответы в вопросе «Потеря» не позволили выявить какой-либо значимой связи с другими показателями.

«GRIPS» помимо значимой связи с «Иллюзия контроля» 0,506 (у предпринимателей 0,390), имеет связь 0,580 с «Самоэффективностью» (у предпринимателей 0,519) и 0,397 с «Деловая эффективность от образования», а также 0,612 с «Предпринимательская интенция» (у предпринимателей 0,419).

Оказалось, что базовый показатель из модели интенции «Социальные нормы» не имеет значимых связей ни с одним из показателей — как в общей выборке, так и среди предпринимателей.

«Самоэффективность» в совокупности имеет корреляцию с «Настроение» 0,379 (у предпринимателей 0,399), с «Иллюзия контроля» 0,655 (у предпринимателей 0,424), с «GRIPS» 0,580 (у предпринимателей 0,519), с «Социальные нормы» 0,336, с «Мотивация» 0,411, «Потребность в достижениях» 0,486, с «Деловая эффективность от образования» 0,397, а также 0,624 с «Предпринимательская интенция» (у предпринимателей 0,576). Среди предпринимателей «Самоэффективность» имеет связи с «Доход» 0,317, с «Настроение». Это даёт возможность заявлять, что «Самоэффективность» является ключевым фактором в теории предпринимательской интенции и предлагаемой модели, а также на практике.

«Мотивация» имеет связи с «Доход» 0,307, с «Иллюзия контроля» 0,388 (у предпринимателей 0,319), с «GRIPS» 0,322, «Самоэффективность» 0,411, «Потребность в достижениях» 0,543 (у предпринимателей самая значимая связь именно эта 0,666), «Деловая эффективность от образования» 0,364, «Предпринимательская интенция» 0,441 (у предпринимателей 0,477). Можно заявлять, что у респондентов удовлетворенность-вовлеченность связана с целеориентированной дисциплиной и заряженностью на деловой риск и результат.

«Потребность в достижениях» имеет связь 0,312 с «Настроение», 0,414 с «Иллюзия контроля» (у предпринимателей 0,354), 0,486 с «Самоэффективность», 0,543 «Мотивация» (у предпринимателей 0,666), 0,471 «Предпринимательская интенция».

«Деловая эффективность от образования» оказывается также важным фактором, который имеет связи с большинством психометрических показателей: 0,433 «Иллюзия контроля», 0,397 «GRIPS», 0,456 «Самоэффективность», 0,454 «Наличие делового образования», 0,556 «Предпринимательской интенцией».

«Предпринимательская интенция» имеет отрицательную связь -0,236 с полом респондентов; 0,270 с «Профессия»; 0,256 с «Настроение»; 0,631 «Иллюзия контроля» (у предпринимателей отсутствует); 0,612 «GRIPS»; 0,624 «Самоэффективность»; 0,441 «Мотивация»; 0,471 «Потребность в достижениях»; 0,556 «Деловая эффективность от образования».

Отдельного упоминания заслуживает отсутствие связи между тремя показателями, связанными с риском — «GRIPS», «BART», «Лотерея», что ставит под сомнение смелое обобщающее использование в экономике термина «риск», которое, как мы видим, не является неправдоподобным. Хотя в отношении предпринимателей верно заявление, что их лояльность риска выше остальных, в данном исследовании замечено, что, видимо, нельзя использовать термин «риск» повсеместно, и требуется более глубокое изучение для разграничения явлений в лексике, называемых «риском». Об этой проблеме в своих работах пишет и профессор МГУ, доктор психологических наук Т. В. Корнилова.²⁶⁹

3.4. Регрессия модели предпринимательской интенции

Исходя из методов исследований авторов Kruger, Liñán, Isaga и вышенаписанного, было решено проводить регрессию по модернизированной модели предпринимательской интенции, в которой результирующей зависимой является «Предпринимательская интенция» ($EI_average$), а влияющими факторами в модель включены следующие показатели: «Иллюзия контроля», «Лотерея», «GRIPS», «Самоэффективность», «Мотивация», «Потребность в достижениях», «Социальные нормы», «Деловой эффект от образования». Данная регрессия выявляет наличие предиктивного формирования предпринимательского намерения этими факторами. Выявив данное влияние, можно заявлять о том, как образуется предпринимательские намерения в России. Работа со сформированной и подготовленной приведённой базой данных велась в пакете R.

Спецификация модели №1:

$$EI_average_i = \beta_0 + \beta_1 illusion\ of\ control_i + \beta_2 loterry_i + \beta_3 grips_i + \beta_4 social\ norm_i + \beta_5 selfe_i + \beta_6 motive_i + \beta_7 need_for_achive_i + \beta_8 biss_edu_i + \varepsilon_i, \quad (2.1)$$

где, *illusion of control* – «иллюзия контроля», *loterry* – «лотерея», *grips* – «GRIPS» общее отношение к риску, *social norm* – «социальные нормы», *selfe* –

²⁶⁹ Корнилова Т. В. Связи риска при принятии решений с мотивацией и саморегуляцией (на выборке медицинских работников) / И. И. Каменев, Т. В. Корнилова, А. Ю. Разваляева, А. Ю. Разваляева // Вопросы психологии, № 1, 2018.

«самоэффективность», *motive* – «мотивация», *need_for_achive* – «потребность в достижениях», *biss_edu* – «деловой эффект от образования».

```

=====
(Intercept)                -0.366
                             (0.675)
illusion_of_control_average  0.282**
                             (0.087)
loterry_0_10                0.051
                             (0.049)
grips_average               0.298***
                             (0.079)
social_norm_familiar_average -0.048
                             (0.071)
selfef_average              0.199
                             (0.133)
motive_average              0.094
                             (0.078)
need_for_achive_average     0.064
                             (0.094)
biss_edu_average            0.199***
                             (0.056)
-----
R-squared                   0.554
N                            207
=====
Significance: *** = p < 0.001;
               **  = p < 0.01;
               *   = p < 0.05

```

Рисунок 3.5 — Результаты регрессии №1, скриншот из пакета R.

Согласно рисунку 3.6 и результатам модель проявила себя достаточно хорошо. Multiple R-squared: 0.5543, Adjusted R-squared: 0.5363. Остаточная стандартная ошибка: Residual standard error: 1.641 on 198 degrees of freedom. F-statistic: 30.78 on 8 and 198 DF, p-value: < 2.2e-16. Это указывает на то, что гипотеза правомерна. Для проверки проведен Тест Рамсея — проверка гипотезы о пропущенных коэффициентах (`resettest(model_1)`): RESET = 3.126, df1 = 2, df2 = 196, p-value = 0.04609. По его результату «H0» не отвергается, а значит в модели нет важных пропущенных коэффициентов. Проблемы мультиколлинеарности не выявлено Variance Inflation Factor < 10.

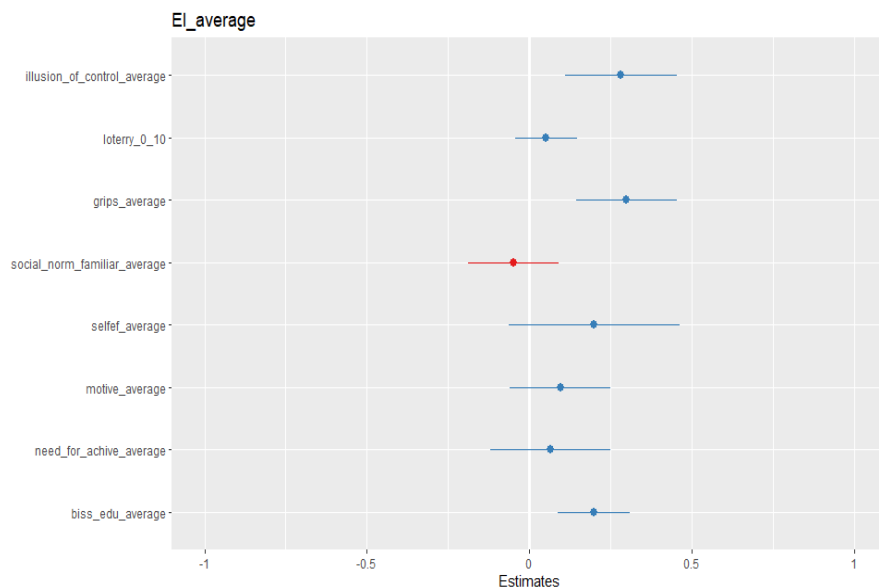


Рисунок 3.6 — Доверительный интервал, модель №1.

Далее была рассмотрена визуализация доверительных интервалов (см.3.6) (`plot_model(model_1)`), что дало следующую информацию:

- Значимы «Иллюзия контроля», «GRIPS», «Деловой эффект от образования».
- Исходя из теоретических обоснований и значимости, описанной ранее, можно обратить внимание на то, что «Самозффективность» проходит через ноль на конце.

По результатам проведения анализа значимым оказалось влияние «Иллюзия контроля», «GRIPS», «Деловой эффект от образования», решено не отвергать влияние «Самозффективность». Это значит, что в российской выборке самую важную роль играют именно эти показатели.

В следующем шаге, изучив подробнее результаты и литературу, было решено попробовать улучшить регрессионную модель для расширения практических выводов и укрепления уверенности в методике измерения предпринимательской интенции. Для улучшения результатов в модель были добавлены дамми-переменные «Профессия» и «Пол».

Спецификация модель №2:

$$\begin{aligned}
 EI_{average_i} = & \beta_0 + \beta_1 illusion\ of\ control_i + \beta_2 loterry_i + \beta_3 grips_i + \\
 & + \beta_4 social\ norm_i + \beta_5 selfe_i + \beta_6 motive_i + \beta_7 need_for_achive_i + \beta_8 biss_edu_i \\
 & + \\
 & + [дамми\ переменные\ для\ уровней\ gender_i] \\
 & + [дамми\ переменные\ для\ уровней\ profession_{17_i}] + \varepsilon_i,
 \end{aligned}
 \tag{2.2}$$

где, *illusion of control* – «иллюзия контроля», *loterry* – «лотерея», *grips* – «GRIPS» общее отношение к риску, *social norm* – «социальные нормы», *selfe* – «самозффективность», *motive* – «мотивация», *need_for_achive* – «потребность в достижениях», *biss_edu* – «деловой эффект от образования», *gender* – «пол», *profession* – профессия.

Данная модель оказалась лучше, чем предыдущая:

```

=====
(Intercept)                -0.108
                             (0.738)
illusion_of_control_average  0.205*
                             (0.087)
toterry_0_10                0.054
                             (0.047)
grips_average               0.295***
                             (0.077)
social_norm_familiar_average -0.016
                             (0.072)
selfef_average              0.203
                             (0.130)
motive_average              0.049
                             (0.078)
need_for_achive_average     0.061
                             (0.094)
biss_edu_average            0.235***
                             (0.055)
gender: 1/0                  -0.657**
                             (0.233)
profession_1_7: 1/0         0.172
                             (0.715)
profession_1_7: 2/0        -0.088
                             (0.510)
profession_1_7: 3/0         0.137
                             (0.632)
profession_1_7: 4/0        -0.013
                             (0.566)
profession_1_7: 5/0         0.413
                             (0.410)
profession_1_7: 6/0        -0.168
                             (0.605)
profession_1_7: 7/0         0.575
                             (0.559)
profession_1_7: 8/0         1.684**
                             (0.533)
-----
R-squared                    0.607
N                             207
-----
Significance: *** = p < 0.001;
                **  = p < 0.01;
                *   = p < 0.05
> |

```

Рисунок 3.7 — Результаты регрессии №2, скриншот из пакета R.

Согласно рисунку 3.7 и результатам модель проявила себя достаточно хорошо. Multiple R-squared: 0.6073, Adjusted R-squared: 0.572. Остаточная стандартная ошибка: Residual standard error: 1.576 on 189 degrees of freedom. F-statistic: 17.19 on 17 and 189 DF, p-value: < 2.2e-16. Специально была проведена проверка сравнения моделей (waldtest(model_1, model_2)), которая подтвердила, что вторая модель лучше первой, и следовательно необходимо использовать её в приоритете над первой (см.таблица 3.1). В «Приложении Е» находится графический вывод данных с картами рассеивания, распределением и корреляциями. Проблемы мультиколлинеарности не выявлено: Variance Inflation Factor < 10.

Таблица 3.1 — Результаты waldtest

Res.Df	Df	F	Pr(>F)
1	198		
2	189	9 2.8333	0.003772 **

Рассматривая доверительные интервалы (см.рисунок 3.8), заметно, что значимы те же показатели: «Иллюзия контроля», «GRIPS», «Деловой эффект от образования». Также можно акцентировать внимание на «Самозффективность». Но, также значимыми

оказались включенные показатели. Так, пол респондентов оказался «отрицательно» влияющим фактором, не пересекающим ноль. Профессия «Предприниматель» (8) также оказалась значима. Это позволяет заявлять, что данная метрика действительно определяется предпринимателями и может быть использована на русском языке для выявления людей с целостным серьезным намерением заняться бизнесом.

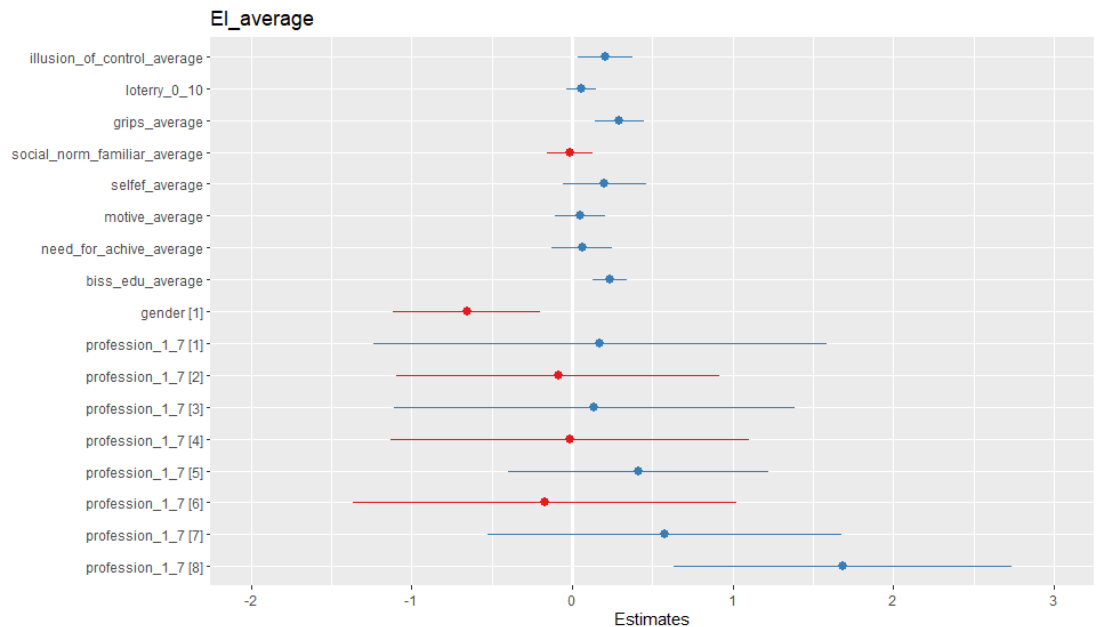


Рисунок 3.8 — Доверительный интервал, модель №2.

3.5. Кластеризация предпринимателей

Для описания предпринимателей используют терминологию, обычно не обращая внимания на то, на каком рынке они действуют и на тип продукта, который они производят. Обобщению подвергаются и такие характеристики, как их возраст, стадия и размер их организаций. Такое обобщение кажется ущербным, особенно для практики консультирования, так как очевидно отличается направленность у инновационного стартапера и у владельца среднего торгового предприятия из-за стоящих перед ними задач и целевых ориентаций.

На выборке предпринимателей, сформированной через анкетирование, в данном исследовании произведена попытка провести разделение предпринимателей по организационно-средовым бизнес показателям. Аргументами были выбраны «Стадия организации», «Размер организации», «Рынок» и «Продукт». Кластерный анализ позволит объединить предпринимателей в классы таким образом, чтобы в один класс попали предприниматели, находящиеся в максимально схожих организационно-средовых условиях, что далее позволит изучить отличия между ними по остальным показателям.

Метод выбран аггломеративной иерархической кластеризации. Обработка подготовленных данных проводилась в пакете «Python».

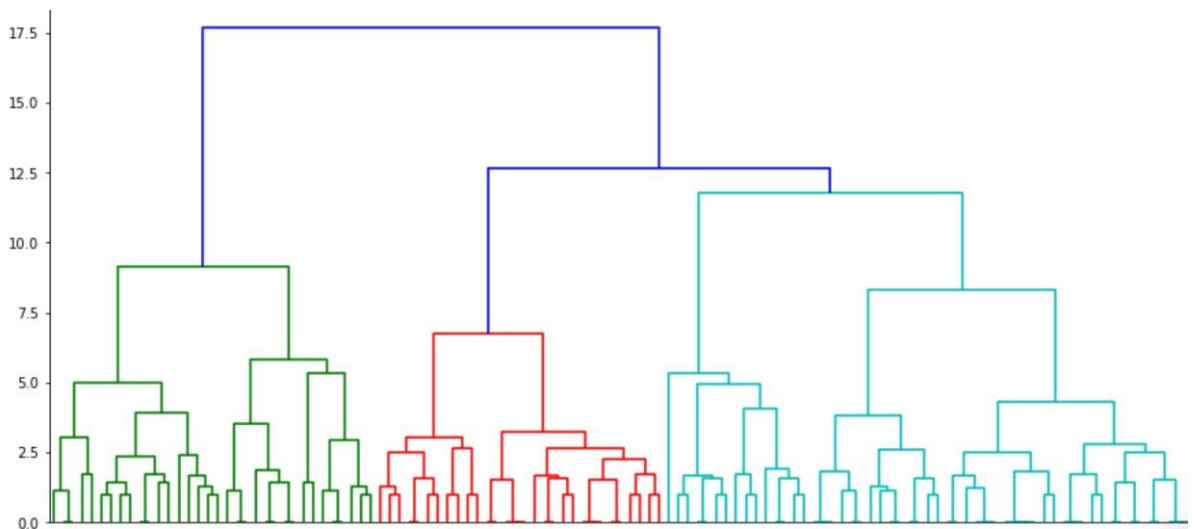


Рисунок 3.10 — Дендограмма кластерного анализа предпринимателей.

В соответствии с рисунком 3.10 уровень группировки для изучения был выбран 7.5. При таком уровне количество классов составило 6 штук. При аналогичной обработке данных по методу Евклидова расстояния k-means оптимальным количеством кластеров явилось тоже 6 штук, однако с достаточно низкой чёткостью силуэтов равной 0,341. Возможно, это означает, что необходимо улучшать предложенную методику измерения организационно-средовых условий бизнеса или значительно увеличивать выборку и включать представителей всех стадий и размеров организаций.

Но учитывая экспериментальность подхода и практическую направленность работы, кластеризация может давать почву для качественного анализа и практических выводов. В «Приложении К» представлена визуальная информация, помогающая в анализе и формировании выводов. Также стоит обращаться к таблицам корреляций и Таблице 3.2.

Рассматривая кластеры, мы в первую очередь видим деление по стадиям организаций. Респонденты, попавшие в класс С6 находятся на стадии «стартап». Респонденты класса С3 и С1 находятся ближе ко стадии уже активного развития. С4 уже активно развиваются и даже частично уже вышли на стабильность. Представители класса С5 преимущественно в состоянии спада, а вот С2 по большей части находятся на стадиях спада, возрождения или закрытия.

Дальнейшее описание проводится по отдельным кластерам. С учетом средних показателей и частоты определенных ответов. Также учитываются ответы респондентов попавших в определенные классы и проходивших глубокое консультационное интервью,

для интерпретации описываются категориальные и качественные результаты, а также проводится сравнения между классами.

Таблица 3.2 — Классы и средние показатели респондентов внутри классов.

показатель	C1	C2	C3	C4	C5	C6	Сред.
условное название класса	осторожный делец	опытный	идеолог	бизнесмен	зрелый подрядчик	стартапер	-
количество	30	15	25	15	17	18	
стадия организации (1-6)	1,8	4,4	1,6	2,3	3,9	1,4	2,56
размер организации (1-7)	2,3	2,3	2,2	4,4	1,7	1,7	2,43
рынок (1-4)	2,0	2,8	2,0	2,9	2,9	3,9	2,74
продукт (1-4)	1,6	1,1	3,6	3,5	3,2	3,2	2,68
Пол (муж / жен)	0,27	0,38	0,23	0,27	1,61	0,50	0,38
возраст	36,37	39,94	33,54	39,53	42,17	30,50	37,01
образование	2,93	3,00	2,85	4,33	3,17	2,36	3,11
стиль	2,33	2,88	2,35	2,40	2,78	2,07	2,47
опыт открытия бизнесов	3,27	3,75	3,62	5,80	2,17	2,29	3,48
доход	6,43	5,69	6,42	7,33	6,44	5,29	6,27
настроение	2,43	2,56	2,85	2,67	2,56	2,43	2,58
сверхуверенность	7,71	7,68	7,87	7,30	8,49	6,93	7,66
иллюзия контроля	5,92	6,88	6,47	6,67	6,39	6,71	6,51
лотерея	5,73	6,25	6,46	8,00	5,56	7,29	6,55
GRIPS	6,01	6,42	6,53	6,57	6,37	7,38	6,55
социальные нормы	7,38	6,88	7,01	7,13	6,72	7,19	7,05
самоэффективность	7,60	7,97	7,62	7,99	7,24	8,57	7,83
мотивация	7,39	6,64	7,58	7,37	7,17	6,96	7,19
потребность в достижениях	7,13	7,56	7,50	7,55	7,43	7,40	7,43

Первым для интерпретации поддается класс С6, который можно назвать «стартаперы». В этом классе наиболее молодые предприниматели, по ровну мужчин и женщин. Они ещё скорей всего недавно открыли свою компанию и работают в команде до 7 человек. На этом этапе они, по их субъективным ощущениям, находятся в максимальной неопределенности, сложности и динамичности по типологии рынка и продукта по А. Гиббу, что соответствует теоретическому описанию зарождающихся организаций. Класс С6 самый молодой, со сравнительно низким уровнем образования, с наименьшим опытом открытия проектов и бизнесов, с наименьшим уровнем сверхуверенности, но с высокой иллюзией и вторым после С4 вкладом в лотерею, что в сочетании с самыми высоким показателям по GRIPS определяет их как рискофилов. Они обладают самой высокой интенцией, почти больше всех чувствуют поддержку предпринимательства и больше всех уверены в своих способностях быть успешными в будущем. Встречающиеся трудности удерживают их настроение, пока ещё они не ощущают удовлетворенность от своего статуса. Это самый перспективный класс предпринимателей.

В кластер С5, названный «зрелый подрядчик», попали наиболее возрастные предприниматели со средним возрастом 42 года, из которых больше половины — женщины, получающие сдельный-проектный доход, почти все обладают высшим образованием, а два человека даже научной степенью. Их организации находятся на стадии «Спада», но при этом размер их не более 7 человек, а часть и вовсе действуют индивидуально. При этом, они, как С4 оценивают свою среду как весьма сложную, конкурентную, динамичную. Они обладают самой высокой сверхуверенностью. Однако не смотря на возраст, они меньше остальных открывали проекты/бизнесы и по опыту меньше всех ощущают поддержку предпринимательства, меньше всех верят в свою деловую эффективность, не намного меньше остальных ориентированны на достижения. Можно предположить, что это предприниматели, которым не хватает компетенций, чтобы вырасти, наученные негативным опытом, а конкретно женщины — гендерным стереотипом. Не смотря на эти обстоятельства, они уверены в своей общей компетентности.

Кластер С4 представляют зрелые (39,5 лет) «бизнесмены» мужчины, управляющие самыми крупными предприятиями в выборке: развивающимися малыми и средними. Они имеют стабильный и растущий доход от предпринимательства. Они обладают «наивысшим» уровнем образования и среди них почти все те, кто в выборке обладают МВА и даже сочетанием научной степени и МВА. При сравнительно низкой сверхуверенности и низкой лояльностью к общему риску (GRIPS), они благодаря своей

высокой потребности в достижениях и обладанием накопленным человеческим и финансовым капиталом готовы в задаче лотереи с заявленной суммой в 1,000,000 рублей вкладывать больше остальных. Наверное, можно сказать, что это самые квалифицированные, компетентные и стабильные предприниматели.

В кластере С3 собраны мужчины-предприниматели ранней стадии, но уже собравшие команду. На их взгляд, они находятся в наиболее предсказуемом и низкоконкурентном рынке, однако у них самый сложный продукт в выборке, что, возможно, таким для них и является. Доход в основном не отличается положительной динамикой и есть те, кто просто установили себе зарплату. У них почти все предпринимательские показатели средние или немного ниже средних — кроме настроения и мотивации, которые у них наиболее высокие. Можно предположить, что это относительно молодые предприниматели, которые столкнулись со сложностями в развитии своего продукта, не имеющие такого уровня интенции как остальные, вовлеченные больше в детали своего проекта, а не в общий результат. В кластере С2 собраны «опытные» предприниматели со средним возрастом 39,5 лет, многие из которых управляют предприятиями в стадии кризиса, возрождения или закрытия, на рынке ими оцениваемым по сложности на 3 из 4 баллов и уже абсолютно понятным, устойчивым продуктом. Многие получают проектный доход, их характеризует высокая иллюзия контроля и сравнительно низкая удовлетворенность своим нынешним рабочим состоянием.

В кластере С1 собраны предприниматели с микропредприятиями, находящимися, на их взгляд, в понятных условиях, требующих наименьшего делового искусства. Это люди, выбирающие минимальный риск как в жизни (GRIPS), так и в лотерейной задаче про финансы. Они не строят иллюзий (по «иллюзия контроля» ниже среднего по всей выборке респондентов). Осторожные дельцы, сравнительно неуверенные в своих способностях при неопределенности, и с низким уровнем ориентации на цели (на 0,1 ниже чем средний по всей выборке респондентов). Однако такая простота даёт им самый высокий уровень удовлетворенности и ощущения, что окружающая среда их в большей степени поддерживает, чем остальных в выборке.

Стоит признать, что классовая градация и вышенаписанные интерпретации не имеют крепкого обоснования. Однако полученные данные и их качественный анализ дают почву для интеллектуального упражнения в создании собирательных образов — типов. Разброс показателей, даже только среди представителей МСП и предложенная типология подтверждают, что обобщающая терминология, используемая в бизнес-образовании,

теории предпринимательства и государственной политике может оказываться сомнительной и недостаточной для выработки мер развития.

Выводы

Данная глава посвящена проверке модели предпринимательской интенции и объективности возможности группировки предпринимателей по классам.

Выявлено, что представители разных профессий имеют характерно разный уровень по включенным в исследование факторам. В общем смысле можно сказать, что они характеризуют людей, нацеленных быть предпринимателями или заниматься деловой деятельностью, в том числе самих предпринимателей. Однако замечено, что ряд метрик актуален не только для предпринимателей.

Далее важным замечанием является то, что разные методики измерения отношения к риску «GRIPS», «Задача с лотереей» и «BART», которые должны были бы быть строго связаны, в действительности не коррелируют друг с другом. Также предполагается, что лояльность к риску описывает предпринимателей, и это так и оказалось по средним всех трех факторов, однако строго значимым показателем является только «GRIPS», остальные факторы при анализе разброса и результатов классов не позволяют заявлять так однозначно. Например, молодые предприниматели, видимо, выбирают ниже финансовый риск, а люди с высшим бизнес-образованием осторожней в жизни, но большие рискофилы в лотерее.

Предположение, что предпринимателям присущи когнитивные искажения «Сверхуверенность» и «Иллюзия контроля» подтвердились, однако они могут быть выше у консультантов, управленцев и даже студентов.

Показатель «Социальные нормы» лежащий в основе социальной теории влияния, оказался не столь востребованной среди российских предпринимателей и не актуальной для модели предпринимательской интенции. Это можно пробовать объяснить спецификой неразвитости и общих условий предпринимательства в России, где занятие бизнесом “дело рисковое”. Подобные результаты встречаются в исследованиях интенции в развивающихся странах.

«Потребность в достижениях» как показатель из базовой теории мотивации предпринимателей, неожиданно оказался по данной методике не столь востребованным и лучше описывающим управленцев и консультантов. А вот показатель «Мотивация», представляющая удовлетворенность-вовлеченность в нынешнюю деятельность, говорит о том, что предприниматели наиболее заряжены и подвержены наименьшей вероятности выгорания.

Подтвердилась среди профессий управленца и предпринимателя связь с бизнес-образованием, при этом предприниматели оценивают его эффективность ниже, чем управленцы и студенты.

Разработанные для данной работы организационно-средовые бизнес-показатели не проявили связи с другими показателями, кроме типа дохода. Однако связи, проявленные внутри данных показателей, вселяют надежду и оптимизм на возможность их улучшения и дальнейшего апробирования.

В классической модели предпринимательской интенции предикторами являются «Самоеффективность» и «Социальные нормы». На общей выборке, данная модель не подтвердила свою актуальность. «Социальные нормы» оказались незначимы, а «Самоеффективность» по совокупности анализа не отвергается, однако уступает другим показателям. В модели интенции значимыми оказались «GRIPS» (общее отношение к риску), «Иллюзия контроля» (когнитивное искажение) и «Деловой эффект от образования». Данный результат позволяет заявлять о варианте модернизации популярной в науке модели предпринимательской интенции, а также своим содержанием подталкивает к размышлениям практического толка.

В главе выявлено, что пол (мужской / женский) по разному влияет на предпринимательскую интенцию. К сожалению, можно констатировать, что в России в общем у женщин сила намерения заниматься предпринимательством ниже, что соответствует ряду описанных в работе индексов.

Проведенный кластерный анализ и общая обработка данных, а также описательная интерпретация выявили, что предприниматели действительно бывают в значительно разных бизнес-условиях и являются людьми с разными поведенческими установками, что следует учитывать при работе с ними и теми, кто только намеревается ими стать. Было грубо выделено в имеющейся выборке 6 условных типов предпринимателей: «осторожный делец»; «бизнесмен»; «генератор»; «опытный»; «зрелый подрядчик»; «стартапер». Ожидается, что при улучшении методики определения бизнес-факторов для случаев, когда нет возможности проводить анализ на официальных, прозрачных, надежных данных, качество типологизации пропорционально возрастет.

4. Консультирование в области поддержки и развития предпринимательства

4.1. Учёт полученных выводов для политики поддержки делового климата

В науке происходило волнообразное увеличение интереса к теории предпринимательства и пик только предстоит, так как развитие предпринимательства является условием сохранения перспектив для развитых стран, и государственным приоритетом для многочисленных развивающихся и догоняющих. По мнению World Bank и Российского Правительства, можно повысить общую производительность в России, создавая благоприятные условия для бизнеса, вкладывая средства в обучение предпринимательству для взрослых и расширяя доступ к технологиям. Следует очень аккуратно приводить к соответствию когнитивные и нормативные институции для благоприятного предпринимательству климата.²⁷⁰ Для России это актуально, так как несмотря на заявленную рыночную экономику и многочисленные заявления о необходимости развития МСП, возможно предпринимательство политическим лидером воспринимается несколько деструктивно и ограничено.²⁷¹ А мэр Москвы на «Гайдаровском форуме» вообще усомнился в перспективах роста доли вклада МСП в ВВП до трети и отдал приоритет добывающим компаниям.²⁷² Такой диссонанс между ориентиром на поддержку, изменения и протекционистским консерватизмом не способствует государственно-деловому доверию и оптимизму предпринимателей, тем более в условиях эпидемиологического кризиса.^{273 274} Продолжительная санкционная и импортозамещающая изоляция, частично повысившая самодостаточность российской экономики, не обеспечит отсутствия последствий кризиса. Наибольшим потенциалом для быстрого восстановления от спада обладает ориентация на предпринимательскую экономику. Стратегически для устойчивого адаптивного освоения возможностей, которые появляются в данный момент и обнаруживаются после завершения самоизоляции периода, необходима экосистема с наибольшим разнообразием, диверсификацией элементов. Предпринимательская экономика с высокой долей МСП и

²⁷⁰ Fredström A., Peltonen J., Wincent J. A country-level institutional perspective on entrepreneurship productivity: The effects of informal economy and regulation // Journal of Business Venturing, 2020.

²⁷¹ РБК. Путин заявил об основаниях считать бизнесменов «жуликами по определению». / РБК. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5e6a34e39a7947198d7858b8> (дата обращения: 12.03.2020).

²⁷² Фейнберг А. Росстат впервые раскрыл долю малого и среднего бизнеса в экономике. РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/05/02/2019/5c5948c59a794758389cfd7?from=newsfeed> (дата обращения: 13.03.2020).

²⁷³ Ворсобин В. Владелица сети ресторанов: «Остается только молиться. И пить антидепрессанты, чтобы не свихнуться» / Комсомольская правда. 2020. URL: <https://www.kp.ru/daily/27109/4184818/> (дата обращения: 14.04.2020).

²⁷⁴ Липанова Л. Анастасия Татулова: почти все предложенные в моём разговоре с президентом меры помощи бизнесу оказались не приняты / vc.ru. 2020. URL: <https://vc.ru/food/120235-anastasiya-tatulovala-pochti-vse-predlozhennye-v-moem-razgovore-s-prezidentom-mery-pomoshchi-biznesu-okazalis-ne-prinyaty> (дата обращения: 14.04.2020).

разнонаправленностью бизнесов является более стабильной и менее подверженной тяжелым потрясениям. Кроме того, образуемый из МСП средний класс и прослойка независимых предпринимателей будут отстаивать институты независимого суда и демократии, которые являются основной социальной опорой для их существования.²⁷⁵

Анонсируемые среднесрочные и долгосрочные планы государственной политики все же вселяют надежду. Результаты данной работы указывают на несколько системных рекомендаций, которые могли бы дать настроенность в реализации предпринимательского потенциала и государственных целей. Исходя из разрыва между крайними показателями предпринимательской интенции и ей способствующих, подтверждается тезис, принятый в современной западной политике поддержки предпринимательства: необходимо даже на самом общем уровне проводить бережливую фильтрацию при осуществлении мер поддержки, особенно финансировании. На первый взгляд, вывод может показаться очевидным, но в своём смысле он значительно определяющий методологию и эффективность, особенно при масштабных посевных и ранних мер поддержки. Важнейшим критерием, который необходимо вводить, является готовность бенефициаров бороться за функционирование в роли предпринимателя. Если взять более глубокий уровень: устанавливать некий порог с расчётом на людей с потребностью в достижении своих целей, которые подразумевают серьёзное занятие роли предпринимателя. Человек или группа лиц, получающая поддержку, кроме случаев удачи, должны обладать по-настоящему высоким зарядом для того, чтобы реализовывать свою бизнес-идею в не самых благоприятных условиях России. При поддержке прото-предпринимателей в их намерениях, необходимо проверять как классические факторы, их идею на состоятельность, их компетентность, так и их поведенческий потенциал. В условиях ограниченных ресурсов необходимо осуществлять поддержку с расчётом на тех, кто сможет с большой вероятностью обеспечить возврат в экономику государственно-частных трансфертов. Стеснение рамок позволит, как экономнее расходовать средства, так и сделать капитал доступнее для наиболее многообещающих. В задачах более широкой поддержки возможно эксплуатирование (прямое или косвенное выявление) показателей отношения к риску, деловой самоэффективности, когнитивных искажений и предпринимательской интенции для формирования представлений и предсказания поведения.

²⁷⁵ Чепуренко А.Ю. Совмещая универсальные концепции с национальной спецификой: поддержка малого и среднего предпринимательства // Вопросы государственного и муниципального управления. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovmeschaya-universalnye-kontseptсии-s-natsionalnoy-spetsifikoy-podderzhka-malogo-i-srednego-predprinimatelstva> (дата обращения: 13.04.2020).

Исходя из анализа аудитории предпринимателей при разработке программ развития и экосистемы на исходном этапе важно находить баланс между универсальностью или нацеленностью, осознавая, на кого в конечном счете рассчитаны меры, с какими целями, и ориентироваться на оценивание и контроль программы, а не только мониторинг. При осуществлении желания увеличения количества рабочих мест или повышения налоговой отдачи можно говорить об интенсивной и экстенсивной политике. С конца двадцатого века была популярна идея увеличения суммарного количества коммерческих организаций, однако их вклад в бюджет и спрос на труд ограничен и тоже подчиняется макроциклам. В России с учётом потенциала имеет смысл развивать данные меры даже более, чем в Европе. Но, действующие МСП и крупный бизнес при специфичных обстоятельствах российского рынка и экономически-технологических циклов могут вносить и более весомый вклад. В мировой практике известны также случаи, когда реорганизация крупных предприятий с государственной поддержкой приводила как к увеличению количества предприятий, так и количеству занятых, так и общим оборотом средств, а также налоговой отдаче.

Исходя из того, что опираясь на параметры стадии организаций, их размер, сложность/конкурентность рынка, динамику продукта, по результатам исследования предприниматели и управленцы демонстрируют разный уровень показателей возраста, когнитивных искажений, поведенческих установок. При разработке программ стоит работать целевым образом, ориентируясь на изученные и ясные предпринимательские типологии. Для более качественной и эффективной политики по мерам поддержки, развития, стоит учитывать все психологические, поведенческие, бизнес-организационные и контекстные факторы.^{276 277} Так, финансовые инструменты или курсы, рассчитанные для предпринимателей ранней «стартап» стадии могут не только бизнес-организационно, но содержательно и когнитивно не подходить предпринимателям имеющим устойчивые большие организации. Рекомендуется разрабатывать меры с учётом ориентации на категории предпринимателей, их установки.

4.2. Образование — ключ к развитию предпринимателей

Одна из основателей «GEM», профессор Донна Келли заявляет, что предпринимательством могут заняться абсолютно разные люди — и молодежь, и пожилые

²⁷⁶ Петровская И.А., Титов В.А. Институциональная среда предпринимательства в России // Вестник Московского университета, Серия 6, Экономика, №5. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnaya-sreda-predprinimatelstva-v-rossii> (дата обращения: 08.05.2020).

²⁷⁷ Солесвик М., Уэстхед П. Формирование предпринимательских намерений в слабой экосистеме // Форсайт, №4, 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-predprinimatelskih-navykov-i-namereniy-v-slaboy-ekosisteme> (дата обращения: 08.05.2020).

люди, с разным доходом и уровнем образования. Ряд исследований указывает, что специальное деловое образование коррелирует с решением заняться предпринимательством. Таким образом, система образования, нацеленная на развитие предпринимательства, является ключом к росту экономики и общему устойчивому благосостоянию.²⁷⁸ К этому стоит добавить также менеджерское образование, которое производит управленческие кадры, обеспечивающие устойчивость и прагматичную адекватность компаний, инициированных предпринимателями.

По данным РБК рынок бизнес-образования будет показывать стабильный рост, и в этом важную роль будут играть вузы с опытом крупных программ и с устоявшейся репутацией: ВШЭ, РАНХиГС, Сколково и др., но и тренд на краткосрочные программы будет расти.²⁷⁹ На «Гайдаровском форуме» был поднят вопрос сочетания корпоративных университетов и бизнес-образования вузов. Лидеры рынка пришли к заключению, что рынок всё ещё не охвачен и требуется тесное сотрудничество, а у вузов есть перспективы и большие академические возможности для осуществления научно-исследовательских и методологических программ широкой направленности, которые необходимы для реализации образования на основе объективной информации.^{280 281}

Общие рекомендации к системе образования указывают на то, что на уровне профессионального среднего образования и, тем более, высшего, имеет смысл внедрять предпринимательские курсы для широкого круга, направленные на ознакомление с предпринимательской деятельностью как таковой. Передовые страны по индексам развития предпринимательства базовые деловые курсы проводят повсеместно даже на уровне школьного образования, чьему примеру, кажется, стоит последовать и России. Хотя стоит понимать, что наличие образовательных программ не гарантирует появление компаний и новых рабочих мест, так как необходим трансфер из появившихся деловых знаний усиливших интенцию в реальное поведение в благоприятных условиях.^{282 283 284}

²⁷⁸ Radicioni B. Entrepreneurship Research and Why it Matters // Babson College. 2019. URL: <https://entrepreneurship.babson.edu/2018-gem-global-report/>.

²⁷⁹ РБК. Рынок МВА и бизнес-образования России. 2019. URL: <https://marketing.rbc.ru/research/35057/>.

²⁸⁰ РАНХиГС. Бизнес-образование нового десятилетия будет гибридным. URL: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/biznes-obrazovanie-novogo-desyatiletija-budet-gibridnym/> <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/biznes-obrazovanie-novogo-desyatiletija-budet-gibridnym/> (дата обращения: 09.03.2020).

²⁸¹ РАНХиГС. Бизнес-школы и корпоративные университеты: счастливы по-разному. URL: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/biznes-shkoly-i-korporativnye-universitety-schastlivy-po-raznomu/> (дата обращения: 09.03.2020).

²⁸² Steinmetz H., Knappstein M., Ajzen I., Schmidt P., Kabst, R. How effective are behavior change interventions based on the theory of planned behavior? A three-level meta analysis. / Journal of Psychology, 2016. doi 10.1027/2151-2604/a000255.

²⁸³ Fishbein M., Ajzen I. Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. - С. 1—518. doi 10.4324/9780203838020.

Наличие базовых знаний поможет решить задачу снижения общего разрыва между одобрением такой карьеры и реальным переходом в статус предпринимателя, как в широком смысле студентами, так и в будущем, профессионалами или безработными. Частично эту социальную функцию сейчас в России выполняют бизнес-мотиваторы блогеры, что не может быть достаточным при серьезном подходе.

Перед созданием любой программы необходимо понимать эффективность действующих — какие существуют потребности, сильные и слабые стороны в России.²⁸⁴ Результаты исследования строго указывают на низкую оценку деловой эффективности образования со стороны предпринимателей — как общего, так и специализированного. Объясняющей интерпретацией может быть следующее: менеджерское, а не бизнес-мышление; все ещё низкий уровень курсов и программ в стране; оторванность от реальности, преподавание не практиками; отсутствие, в отличие от передовых мировых бизнес-школ, собственных исследовательских проектов, обоснованных практических решений.

При создании программ образования для предпринимателей ранних стадий среди студентов и молодежи необходимо развивать лояльность, адаптивность к риску, так как это характеризует действующих зрелых предпринимателей. Главным камнем преткновения между переходом является страх неудачи и отсутствие веры в свой результат. Здесь важную роль играют компетенции, которые образуют деловую самоэффективность: креативность; способность решать проблемы; лидерство; коммуникативные способности; распознавание бизнес-возможностей; умение вдохновлять и убеждать; управление; распоряжение финансами. Помимо включенных в исследование, стоит учитывать в России: базовое знание законодательства, навыки анализа рынка и экономической ситуации. Это играет более важную роль, чем академическая экономика, презентационные навыки или теоретическая психология. Именно такие командно-процессные навыки и уверенность в себе образуют условия для прорастания у человека идеи в бизнес-действие. Для отслеживания эффективности образования, помимо конечного соотношения выпущенных/открывших бизнес или улучшивших свои бизнес-показатели, стоит на входе и на выходе измерять показатели из данного исследования или из опыта лучших университетов в формате лонгитюда. Желательно, чтобы показатели

²⁸⁴ Чепуренко А.Ю. Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки // Вопросы образования, №3, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kak-i-zachem-obuchat-studentov-predprinimatelstvu-polemicheskie-zametki> (дата обращения: 12.04.2020).

²⁸⁵ Стебеньева Т.В., Лазарева Л.Ю., Ларина Т.С. Подход к оценке качества обучения в бизнес-школах на рынке бизнес-образования в Европе // Инновационная наука, №4-2 (16), 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhod-k-otsenke-kachestva-obucheniya-v-biznes-shkolah-na-rynke-biznes-obrazovaniya-v-evrope> (дата обращения: 10.03.2020).

студентов росли со временем прохождения образовательной программы, а также при сравнении выпусков разных лет.²⁸⁶

Не ожидается, что в ближайшей перспективе в массе качество делового образования сильно повысится. Для этого требуется системное реформирование и стимуляция взращивания школы на основе объединенной передовой практики, а не «инфобизнеса» не являющегося ни информативным, ни конструктивным и которое, уникально для мира, в России финансируется в том числе из государственного бюджета. Очевидна есть большая необходимость распространения опыта лучших бизнес-школ и корпоративных университетов (Сколково, ИБДА РАНХиГС, ВШЭ, Сбербанк и др.) среди максимального количества регионов и индустрий. Но, в общедоступной реализуемой плоскости, в таких условиях кажется наиболее полезным создание открытых площадок координации, гомофилии знакомств, искусственного сбора команд по востребованным навыкам.^{287 288} Это подтверждается кластерным разделением предпринимателей на основе показателя сложности продукта и конкурентности/динамики рынка (С1 - С2; С3 - С4). Можно предположить, что формирование более узких центров сборки компетенции будут формировать собственную школу, культуру.

4.3. Консультирование с целью повышения осознанности и рациональности

Высокоосмысленное существование, которое подразумевает понимание «зачем» — то есть систему своих мотивов, способно поддерживать востребованную адаптацию и препятствовать выгоранию в эмоционально тяжелых непостоянных условиях коммерческой деятельности. Самоосознанность повышает способность к саморегуляции, которая в свою очередь является частью общей осознанности и непосредственно эмоционального интеллекта. А эмоциональный интеллект влияет на общее благополучие, удовлетворенность и поддержание физического и психического здоровья. Эмоциональный интеллект является предиктором лидерства и связано с успехами в бизнесе, самоэффективностью.^{289 290} Это объясняется тем, что эмоциональный интеллект отражает

²⁸⁶ Александрова Е.А., Верховская О.Р. Предпринимательские намерения в России: эмпирический анализ // Российский журнал менеджмента, №2, 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskie-namereniya-v-rossii-empiricheskiy-analiz> (дата обращения: 13.04.2020).

²⁸⁷ Ногаева К. Деньги на мотивации, почему инфобизнес продолжает расти и приносит высокие прибыли. Деловой Петербург. 2019. URL: https://www.dp.ru/a/2019/07/22/Dengi_na_motivacii_Poche (дата обращения: 08.05.2020).

²⁸⁸ Камитдинов Н. «Синергия» займется пропагандой бизнеса за 1 млрд рублей из бюджета. Предприниматели раскрыли конкурс, подрядчика и его программу. Inc. 2019. URL: <https://incrussia.ru/understand/sinergiya/> (дата обращения: 08.05.2020).

²⁸⁹ Wardana L., Purnama C., Anam S., Maula F. Attitude Determinant in Entrepreneurship Behavior of Vocational Students' Entrepreneurship Intention // Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB), 8, 2020. - С. 1-13. doi 10.21009/JPEB.008.1.1.

²⁹⁰ Khatoun N. The impact of Emotional Intelligence on the Growth of Entrepreneurship // International Journal of Business Management & Research, 3, 2020. - С. 1-8.

способность понимать нужды, мотивы и ценности коллег, партнеров и клиентов. Кроме того, понимание своих эмоций и обладание контролем над ними делает решения более взвешенными и разумными.^{291 292 293 294} Парадоксально, что одновременно разумная ассертивность является необходимым поведенческим атрибутом для предпринимателей, как и критическая способность оценивать свою благоразумность в рыночном бизнес-контексте.

Модель интенции в своём глубоком психологическом значении говорит именно о сознательном внимании, намерении, переходу к акту разумного жизненного выбора. Латинский термин интенция (лат. *intentio*), как и философско-теологические синонимы из иврита «кавана» и арабского «ният» — значат сосредоточенное внимание с присутствием и намерением. Переходя на предпринимательскую интенцию, можно подразумевать когнитивное бессознательное и сознательное внимание (напряжение), намерение действовать и существовать определённым образом.^{295 296 297} Опираясь на концепцию эмоционального интеллекта, разработанную Р. Бар-Оном, П. Саловой & Дж. Майером, Д. Гоулманом, можно помогать в развитии прото-предпринимателей, управленцев и действующих предпринимателей.²⁹⁸ Респондент получивший информацию из интенциональной модели о своих значимых для деловой среды поведенческих характеристиках, установках и когнитивных искажениях может через восприятие повысить свою осознанность и соответственно рациональность, то есть приблизить себя к более полезному поведению. Консультирование может строиться на основе анкетных ответов и статистической обработке, с последующим атрибутированием и созданием условий для рефлексии и целепологания.

При проведении очного сбора данных и после получения первичных статистических результатов, было проведено 34 консультаций. 24 консультации были индивидуальными, 10 при участии двух или трех респондентов, являвшихся коллегами или бизнес-партнерами. На этих консультациях были выработаны принципы и алгоритмы, позволяющие наиболее экономно, в хорошем темпе взаимодействовать с респондентом с

²⁹¹ Kirk U., Downar J., Montague P.R. Interoception drives increased rational decision-making in meditators playing the ultimatum game // *Front Neurosci.* 2011. - С. 5-49.

²⁹² Bradberry T. Emotional intelligence: What it is and why you need it. World Economic Forum. 2017.

²⁹³ Hess J. Bacigalupo A. Enhancing decisions and decision-making processes through the application of emotional intelligence skills // *Management Decision*, 49, 2011. - С. 710-721. doi 10.1108/00251741111130805.

²⁹⁴ Бочкова М.Н., Мешкова Н.В. Эмоциональный интеллект и социальное взаимодействие: зарубежные исследования // *Современная зарубежная психология*, Том 7., № 2, 2018. - С. 49-59. doi 10.17759/jmfp.2018070205.

²⁹⁵ Moll H., Tomasello M. Cooperation and human cognition: the Vygotskian intelligence hypothesis / Eds., Clayton, N.; Frith, C. *Social intelligence: From brain to culture.* 2007. - С. 245-260.

²⁹⁶ Searle J.R. *Intentionality: An essay in the philosophy of mind.* // Cambridge University Press. 1983.

²⁹⁷ Bratman, M. *Intention, Plans, and Practical Reason.* Harvard University Press. 1987.

²⁹⁸ Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе. М., Манн, Иванов и Фербер, 2013. - С. 512. ISBN 978-5-91657-729-7.

выводом на целеполагание. Время одной консультации вместе с прохождением респондентами анкетирования, которое занимает 15 минут, продолжается от 40 минут до 90 минут.

Мотивация участия основывалась на следующем: респонденты участвовали в исследовании, так как им сообщалось, что по результатам они смогут узнать о себе полезную информацию. Исследование в публичном поле проходило под названием «Код предпринимателя» и «Код профессии». Те, кто проходил анкетирование очно, мог получить консультирование сразу на месте. Очное анкетирование и консультирование проходило на деловых мероприятиях или по предварительной записи в помещениях Шанинки: библиотеке; психологическом кабинете. Для респондентов, прошедших анкету онлайн, индивидуальная информация с краткой автоматизированной интерпретацией о себе будет выслана на электронный адрес после завершения исследования.

В очной форме консультант смотрел на ответы респондента и, исходя из результатов по показателям или по отдельным вопросам, в мягкой форме, отслеживая реакцию и вовлеченность рассказывал респонденту, в какой диапазон он попал относительно общей выборки и предлагал использовать данную информацию для выведения каких-то умозаключений. Акцент делался на тех признаках и вопросах, которые наиболее отличались от средних.

Алгоритм проведения консультаций:

1. Анкетирование респондента.
2. Ознакомление консультанта с информацией предоставленной респондентом в первичном виде.
3. Автоматизированный просчет при помощи инструментов Google Sheets и пакета R.
4. Анализ результатов по всей выборке, в данной профессии, гендерный группе.
5. Выявление признаков с наибольшим отклонением от средних.
6. Демонстрация респонденту/группе респондентов результатов.

В случае, если консультация проходит одновременно с несколькими людьми, обсуждение происходит совместно поочередно по каждому показателю. Вместе с показом идёт объяснение, что каждый показатель выявляет и как может проявляться в жизни респондента. После каждого показателя респонденту предоставляется возможность дать оценку согласия с ней, подтвердить или опровергнуть результат, вспомнить проявления в жизни. Если он не удовлетворен результатом, то определяется, какие изменения он хотел бы достичь и после завершения обсуждения показателей, респонденту оказывается помощь в переходе к конструктивному целеполаганию.

6.1. Риск тестирование

6.1.1. Показ результатов прохождения метрики BART: демонстрируется виртуальная собранная сумма в игре и конечный уровень риска по данной метрике, а также условное отнесение человека к одной из 5 групп по мере поведенческой рискованности.

6.2. Обсуждение результатов на вопрос выбора в лотерее.

6.3. Обсуждение результата GRiPS.

Знакомство респондентов с результатами своего прохождения риск-тестирования вызывает возбуждение и любопытство. Респонденты активно вспоминают свою стратегию решения в BART и лотерее. Описывают проявления в своем деловом поведении соответствующее уровню показателя.

Наиболее четким и продуктивным является групповое обсуждение и взаимосравнение деловых партнеров или коллег. Респонденты, кроме своего самовосприятия, успешно помогают указывая на поведенческие тенденции друг-друга в реальной жизни. Иногда даже без помощи консультанта выдвигают тезис, что нет плохих поведенческих моделей, что они равноценны, но их проявления могут быть наиболее успешны при разных ситуациях и требуют либо компенсаций, либо учёта. С диалогом повышается самоосознанность как самих респондентов, так и их понимание и признание поведенческой логики друг друга. Прямо во время консультации улучшается взаимопонимание и укрепляются связи. Единственным негативным проявлением, которое изредка мешает: неудовлетворенность при низком результате сбора средств в игре BART, даже после объяснения, что это условность. Также респондент мог расстроиться, если он оказывался менее рискованным по сравнению со своим партнером в BART или лотерее.

После прохождения игры BART многие респонденты вспоминали свой опыт и выстроенную рационализацию. Так те, у кого был опыт в играх (компьютерных) сообщали, что проводили аналогию с рандомными «заточками оружия», открыванием игровых «кейсов» и т. д., и выбирали стратегию, исходя из предыдущего опыта. Были респонденты, которые сообщали, что для них было принципиально, чтобы шар не лопался или откладывать, хоть какую-либо сумму. Некоторые респонденты пробовали несколько раз надуть максимум, и исходя из итогов, выбирали для себя «оптимальный» объем, стратегию. Другие находили азарт в том, чтобы надуть как можно больше. По наблюдению исследователей их стратегия в игре соответствовала результатам и проявленным поведенческим характеристикам из общения или знанию о человеке из знакомства.

6.4. Обсуждение когнитивных искажений.

Следующий пункт, который предоставляет информацию о респондентах: сверхуверенность и иллюзия контроля. Оказывается важным проговорить, что данные когнитивные искажения не только негативны, но имеют эволюционное обоснование и вспомогательны для решительности и активности в деловой среде. Могут быть сформированы по причине некоторого объективного опыта, субъективного отношения к вопросу. Но в объяснении важно сохранять внимание, на основном определении показателей, как причине отклонения от наиболее оптимального, взвешенного, калькуляционного поведения.

Если респондент проявляет высокие или низкие показатели относительно средних по выборке, профессии, возрасту — предлагается подтвердить или опровергнуть, а также попробовать описать ситуации, где в работе и жизни это проявляется.

Для тех, у кого эти показатели были выше средних, консультант объяснял, как это может приводить к положительным и отрицательным последствиям. Акцент делался на том, как это может вести к ошибкам. Для того, чтобы их избегать, предлагалось несколько вариантов: дабл чек; принятие решения на следующий день; обсуждение с критически мыслящим авторитетным человеком; расписывание проблемы по составным элементам (слабые и сильные стороны, возможности, проблемы, риски, ресурсы).

Для тех, у кого эти показатели были ниже средних, предлагалось обсудить и провести параллели с реальным поведением. Если в описываемых ощущениях и заявлениях респондента указывается, что ему не хватает общей или деловой уверенности, то предлагается озвучить жизненные примеры, где это подтверждалось бы. Консультант мог предложить обратиться к следующим показателям: самооффективность; мотивы-удовлетворенность; потребность в достижениях.

6.5. Деловая самооффективность

Если респондент сообщал, что его не удовлетворяет нынешний уровень самоуверенности и что он хочет его повысить, диалог переходил к обсуждению показателя деловой самооффективности. При низких показателях отдельных вопросов респондент мог понять, где ему нужно повысить свои навыки, и исходя из этого поставить цель повысить их. Что в свою очередь потенциально может повысить его предпринимательско-деловые намерения и реальные компетенции.

6.6. Мотивы-удовлетворенность и настроение

Далее рассматривались ответы на вопросы показателя мотивации в нынешней деятельности. Наиболее полезным оказывалось: общий показатель; вопросы с наибольшим отклонением. Для респондента его удовлетворенность, особенно при сравнении с другими, могла быть неожиданностью, объясняющей его психологическое

состояние. Далее проводилась параллель между указанным настроением и мотивами-удовлетворенностью. Предлагалось учесть информацию и при желании поставить чёткие цели с преобразованием своего состояния через конкретные элементы (исходя из вопросов) и определить, как достичь цели.

6.7. Потребность в достижениях и целеполагание

Уровень показателя мотивы-удовлетворенность имеют связь с потребностью в достижениях. Это являлось основанием для перехода к связанному обсуждению результатов по данному показателю. Так как потребность в достижениях, в теории, демонстрирует самоотдачу, вовлечённость, дисциплинированность, её низкий показатель указывает, что человек не слишком продуктивен или не находит содержания в своей деятельности. А очень высокий, что человек близок к гиперответственности. Таким образом, сочетая информацию из предыдущих показателей и выводов с уровнем потребности в достижениях, респондент получал данные для осознания, что ему необходимо откорректировать или что изменить в своей деятельности и намерениях: отношение, улучшить конкретные элементы, учесть конфликтные условия, сменить сферу деятельности, заняться саморазвитием и т. д.

Консультация должна стремиться быть полезной для респондента/клиента. Общим интересом для социума в целом, а также обоюдно-корректным для консультанта и клиента является повышение рациональности респондента путем повышения самоосознанности. Если вследствие ознакомления с результатами метрик, респондент проявил оправданное желание изменить что-то, то ему можно предложить использовать это желание для установки личных/групповых целей. Коучинговое руководство «РОСТ/GROW» Дж.Уитмора подходит для формулировки таких деловых целей и их логического развертывания. Первым устанавливается общая глобальная цель: что не устраивает респондента и что он хотел бы изменить в долгосрочном плане. Например: повысить удовлетворенность от работы и поднять уровень своих компетенций. Далее происходит уточнение, что в ближайшей перспективе возможно достичь. Например: получить образование. Следующим шагом респондент должен описать свою интерпретацию результатов, вывести положительные и отрицательные стороны, найти то, что могло бы оказаться для него опорой и ресурсом для изменений. Третьим шагом является выведение возможных конкретных решений, выбор из альтернатив. Четвертым шагом, является планирование движения к цели и определение четкого проявления непосредственно момента достижения цели (например повторное тестирование с результатом удовлетворяющим респондента), поиск способствующих условий достижения этого

результата.²⁹⁹ Консультация может быть завершена в любой момент по желанию респондента или по завершению установки целей и фиксации плана их достижения.

4.4. Автоматизированная рекомендательная система

Связи с несколько циничным устройством большинства предпринимателей и менеджеров, консультация может проходить и без глубинного обсуждения результатов и живого общения. Это в сочетании с фактом, что методика имеет сухие научные интерпретации, даёт хорошие предпосылки к разработке цифровой, автоматизированной рекомендательной системы для предпринимателей, управленцев и тех, кто только намеревается ими стать. В мире все большее распространение получают онлайн-вспомогательные и консультационные сервисы, имеющие изначально академическую базу, например крупнейший сервис профориентации и рабочего психопрофилирования «CareerExplorer.com» или терапевтическое приложение «Woebot» являющееся чат-ботом с искусственным интеллектом. Это является глобальным трендом. Подобный сервис, оказывающий помощь в повышении деловой осознанности может быть ориентирован под прямой контакт с заинтересовавшимися респондентами (предпринимателями / прото-предпринимателями / непредпринимателями). Кроме того, он может являться вспомогательным инструментом для профессиональных консультантов, преподавателей, страховых и инвестиционных компаний, учебных заведений, государственных программ развития.

Для создания такого сервиса можно опираться на данное исследование, другие валидированные метрики. Отталкиваясь от нынешней проработки, безусловно потребуются значительное доведение сервиса до уровня удобного и понятного пользователям. Для этого нужен хороший дизайн, архитектура и грамотно написанный текст, а также множество тестирований и теоретических уточнений. Есть потенциал заметного повышения эффективности сервиса от нынешнего уровня методики через точность. Для этого нужно сосредоточиться на конкретных, более узких запросах. Например: преобразование студентов в предпринимателей или консультирование в конкретной индустрии. Чёткие подготовленные описания и рекомендации будут более полезными, чем обобщенные для широкого охвата. Основное системное развитие качества сервиса может происходить при обработке сбора большого объема данных и использования обучающихся программ. Дополнительные возможности улучшения весьма широки, например, подключение социальных сетей респондента и анализ нейросетью

²⁹⁹ Джон Уитмор. Коучинг высокой эффективности. Новый стиль менеджмента, Развитие людей, Высокая эффективность. — М., Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. - С. 168. ISBN 5-98397-003-8.

информации из них. На данном этапе, консультационный опыт, выведенный алгоритм и результаты исследования имеют достаточное обоснование для создания, внедрения и распространения «альфа-версии» в программы бизнес-образования, общего высшего образования, систем государственного развития предпринимательства.

На Рисунке 4.1 показана инфографика с «юзер-стори» пользования сервисом и краткое схематичное представление выводимой информации. Действие начинается с прохождения респондентом анкеты на некоем онлайн-ресурсе. После прохождения анкеты респондент получает подробную информацию о своих результатах. Исходя из ответов на вопросы: профессия; источник дохода; опыт открытия бизнесом; предпринимательской интенции можно чётко разделять респондентов на три группы. В зависимости от решения объединять изначально студентов и всех прото-предпринимателей или разделять студентов и прото-предпринимателей, что было бы актуально для вузов. Первая группа: действующие предприниматели и управленцы. Вторая группа: прото-предприниматели. Третья группа: студенты. Четвертая группа: не-предприниматели. Есть обоснование предполагать, что при интеграции дополнительных методик количество групп можно увеличить, например через уточнение профориентации. Отнесение к определенной группе будет позволять специализировать выводимую информацию под задачи, например: повышение рациональности предпринимателя или указание прото-предпринимателю на качества, которые необходимо развивать, чтобы «подтянуться» к типичным предпринимателям.

В следующем шаге респондент может получить информацию о теоретических свойствах субъективно воспринимаемых бизнес-условий и кратко о своей стилевой ориентации. Ему можно порекомендовать пройти полное тестирование на управленческий стиль, например РАЕІ. Далее респонденту последовательно выводится информация по каждому показателю, относя его к одной из пяти групп, исходя из его ответов и приведённых результатов всей выборки респондентов:

- очень низкий 0-20;
- низкий: 21-40;
- средний: 41-60;
- высокий 61-80;
- очень высокий 81-100.

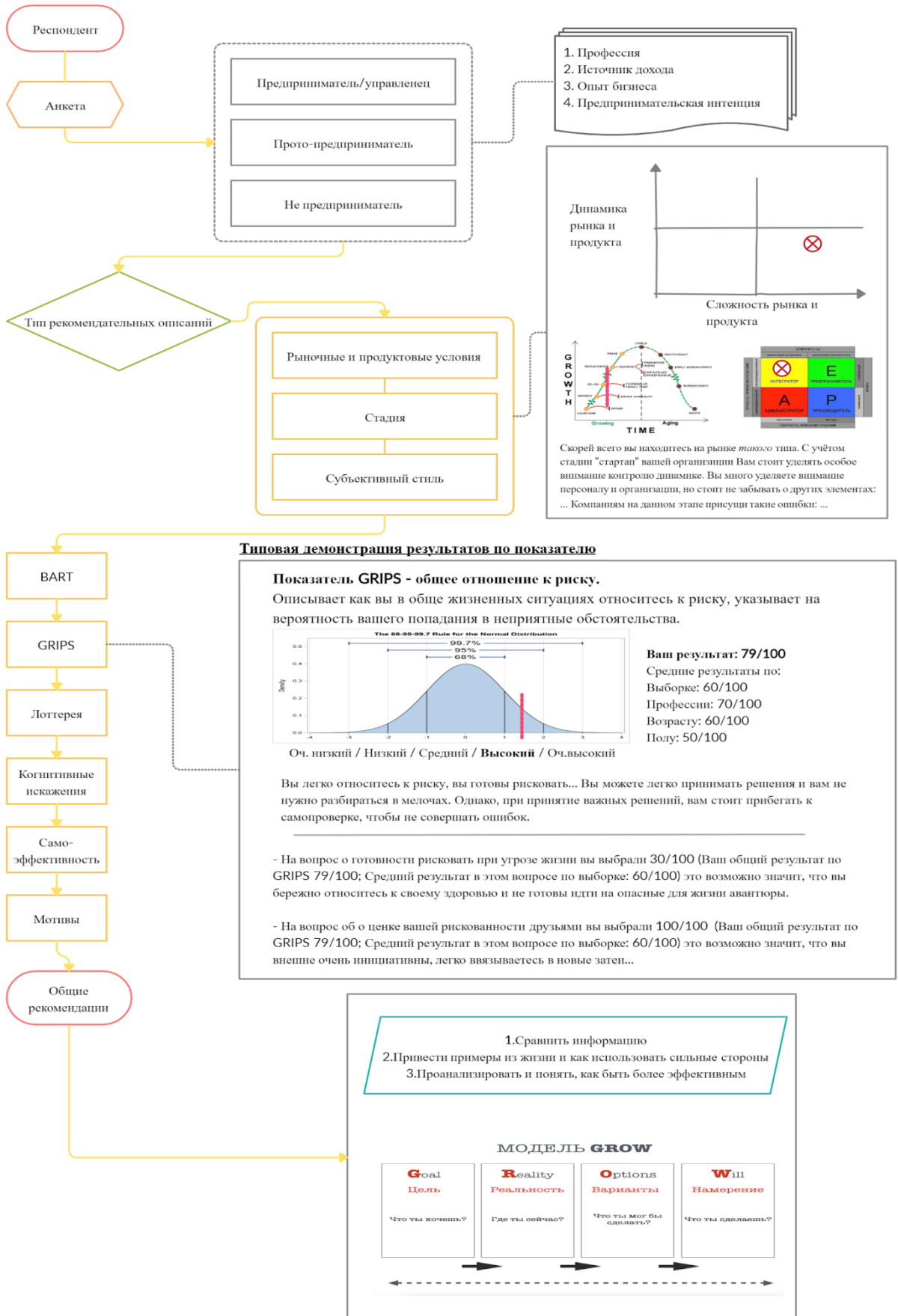


Рисунок 4.1 — Схематическое представление алгоритма консультации и предоставляемой информации консультируемому.

В блоке про каждый показатель указывается:

1. Описание и содержательное значение показателя, которое бы объясняло основной смысл показателя.
2. Графическое отображение (диаграмма; график) результата респондента исходя из общей выборки.
3. Числовой результат, сравнение с средними значениями по выборке; профессии; полу; возрасту.
4. Отнесение к одной из 5 групп с условно подробной расшифрованной характеристикой и рекомендациями для доступного восприятия информации респондентом.
5. Информация по отдельным вопросам по аналогии с общим результирующим показателем.

Далее респонденту через текст и подсказки предлагается провести анализ результатов и своего поведения. Для того, чтобы респондент не бессмысленно прочитал информацию, не увлёкся эмоциональными реакциями или неконструктивным паттерном схожим с “гороскопами” и подобными анти-научными произведениями, имеет смысл адаптировать коучинговые руководства к пошаговой инструкции сознательной самостоятельной установки целей и пути их достижения.

Выводы

В данной главе были рассмотрены рекомендации для государственной политики, организации программ предпринимательского образования, а также личного или группового консультирования. Анализ на основе практики позволил подготовить основание для использования выработанной методики в работе бизнес-консультирования и деловом коучинге. В государственных и частных трансфертах, в качестве дополнительных предпочтительных измерений, помогающих выбрать, кому оказывать поддержку, было определено, что важно внедрять учёт предпринимательской интенции и отношения к риску. Для увеличения количества предпринимателей, общей рекомендацией является повышение массовой деловой самоэффективности через развитие качественного делового образования. Такого, которое даёт навыки, которое сами действующие предприниматели считают реально необходимыми для ведения коммерческой деятельности и которое бы непосредственно положительно сказывалось на уверенности в деловой области, увеличило среднюю претенциозность предпринимателей и укрепляло намерение стать предпринимателем или другим ответственным лицом в рыночной экономике: топ-менеджером, продукт-менеджером, самозанятым и т. д.

При статистическом и глубинном анализе ответов респондентов на вопросы про отношение к риску был найден большой разброс, что является отражением их реальных стратегий поведения, выбора в принятии решений. Опросы, используемые в научных изысканиях в области теории предпринимательства, могут полезны как для лучшего познания респондента-объекта (отдельного лица / группы лиц), так и для повышения самоосознанности и вследствие рациональности самого респондента-субъекта.

Был разработан алгоритм проведения консультации на основе измеряемых данных. Преимуществом данного подхода является теоретическое обоснование используемых метрик и сочетаемость с поведенческими установками проявляемых в жизни.

Опыт консультаций, система связей, измеряемых показателей и научное обоснование позволило предложить использовать наработку в создании автоматизированной цифровой системы консультирования для использования в развитии предпринимательства.

Заключение

Направление научных исследований последних лет сосредоточено на улучшении понимания внутренних и контекстных факторов, которые могли бы предсказывать предпринимательское поведение. Многие авторы подчеркивают важность предпринимательского отношения к риску, их когнитивных искажений и поведенческих установок. Исследования, объединяющие разные факторы и разные аудитории респондентов в области теории предпринимательства мало распространены, хотя об их необходимости говорится. Использование концепции предпринимательской интенции, а также включение целого ряда дополнительных показателей позволяет более системно изучить предпринимательство, его особенности и его подверженность влиянию когнитивных, контекстных факторов.

Цель данной работы — развить представления о предпринимателях, прото-предпринимателях и тех, кто не является предпринимателем и с малой вероятностью им станет, в рамках контекстно-поведенческого подхода теории предпринимательства.

Для реализации данной цели были решены следующие задачи согласно плану работы:

- 1) в первой главе были изучены теоретические концепции теории предпринимательства, определение термина, основные психологические свойства, а также определена базовая модель предпринимательской интенции, на основании которой был разработан дизайн исследования;
- 2) во второй главе были проанализированы факторы предпринимательского поведения с учетом модели предпринимательской интенции. Были описаны включенные в исследование факторы, их обоснование. Определена методика исследования, показаны результаты, выявлены кластеры предпринимателей;
- 3) в третьей главе были сформулированы выводы исследования, даны возможные интерпретации полученных кластеров, описаны связи показателей, выводы для теоретических работ;
- 4) в четвертой главе на основе полученных результатов были разработаны рекомендации для политики развития и образовательных программ, а также внедрения метрики для отслеживания их качества. Был описан алгоритм и опыт использования разработанной методики консультирования повышения самооосознанности предпринимателей. Исходя из опыта и трендов был предложен и описан проект

автоматизированного цифрового онлайн-консультационно-коучингового сервиса.

На основе данных более 600 респондентов, это исследование показало особо важную роль в теории предпринимательства показателей: самоэффективности и общего отношения к риску, а также подтвердило, что определенные когнитивные искажения присущи деловому миру. Анализ показал, что измеряемые показатели действительно имеют смысл в описании предпринимателей, однако отдельные метрики и теории могут оказаться значимыми в других сферах деятельности, вне контекста предпринимательства. Концепция, изначально используемая для выявления намерения стать предпринимателем среди студентов и предсказания данного действия, даёт почву для более широкого исследования феномена предпринимательства в целом и других сфер деятельности частности, что тестирует и уточняет множество экономических, психологических и социологических теорий и метрик. Использование оригинальных метрик, адаптированных под данное исследование, частично оправдало себя, однако требует очень большой работы по проверке и улучшению их валидности, способности описывать реальность.

Новизна исследования

1. Предложена расширенная модель предпринимательской интенции: внесены новые показатели, ранее не использованные в исследованиях в данном направлении и в такой комбинации (GRiPS; BART; настроение; размер организации; продукт; рынок; стиль; тип и динамика дохода).
2. На российской выборке проводилось мало исследований предпринимательства, использующих поведенческую модель, а такое системное контекстно-поведенческое организовано впервые. Подтвердилось, что методика применима в российской деловой среде.
3. Оригинальным образом модели, используемые в теории предпринимательства, были расширены и частично использованы в описании и сопоставлении с другими профессиями, что предоставляет материал для размышлений со стороны совокупности социальных наук.
4. Внесённые в модель факторы можно аналитически сопоставлять с международными и проводить с опорой на имеющиеся данные новые исследования в России. В целом, базовые теории подтвердились, кроме того, что выявлено низкое субъективное восприятие оценки одобрения предпринимательской деятельности и отсутствие с данным фактором связей, а также проявилась низкая оценка полезности бизнес-образования.

Свойства разработанной модели и полученные результаты будут способствовать проведению новых более точных исследований предпринимательства и прото-предпринимательства в России, позволит внедрять элементы и использовать современные подходы экономического и поведенческого анализа.

Практическая значимость

На основе полученных результатов предложено использовать прямые или косвенные измерения факторов из модели в программах развития и поддержки предпринимательства, для повышения их эффективности. Общие и особые деловые когнитивные искажения, играющие роль в отклонении от рациональности проявились у предпринимателей, что стоит учитывать, так как это указывает на их подверженность к совершению опасных ошибок с уверенностью .

Замечена важность образования для управленческих кадров и низкая оценка полезности со стороны предпринимательства в данный период. При этом, для общего развития предпринимательства одним из наиболее конструктивных инструментов является образование, для повышения эффективности которого предложено использовать модель предпринимательского намерения с доработанным показателем самооэффективности.

Список терминов

1. **Предикт:** (от англ. *“predict”* предсказывать), однокоренное слово используемое в психологии, аналогично используемому в русском *“предиктор”*, означает прогностический параметр, независимая переменная. Адаптировано вошло в русскоговорящий научный обиход. В данной работе подразумевает психологическое, нейробиологическое, средовое или организационное свойство, которое образует интенцию — силу намерения к определенному предпринимательскому ролевому поведению и далее собственно соответствующему выбору или поведению.
2. **Трикветр:** символическая трехсоставная треугольная фигура, демонстрирующая признание одновременно свойств отдельных элементов и появления у системы новых свойств, не присущих её элементам в отдельности. Подразумевает в работе, что изучаемый предмет, является сложной трехсоставной системой, которая одновременно обладает свойствами эмерджентного целого и редукционного частного.
3. **Интенция:** устоявшийся термин в психологии, социологии и медицине, используется, как прямой перевод англ. слова *“intention”* означающего намерение (от лат. слова *“tonos”* напряжение) и свойство человеческого сознания: быть направленным на некоторый предмет, цель. Целесообразным связывать интенцию прежде всего с замыслом. Между интенцией и реальным поведением действует сильная связь, но существует и разрыв. В работе намеренно используется термин интенция, для придания отдельного смысла от употребляемого в обиходе *“намерения”* и подразумевая в термине ряд когнитивных стадий и процессов. Под термином предпринимательская интенция обычно подразумевается намерение стать предпринимателем. Но с учётом, того, что всякое поведение имеет интенциональные предикты, а термин под собой значит более широкий и глубокий смысл, в работе концепция используется для изучения в том числе поведения самих предпринимателей.

Список литературы

1. Lazear E., Oyer P. Labour Economics Internal and external labor markets: a personnel economics approach vol. 11. 2004, - С. 527-554.
2. Thurik R. Capitalism and democracy in the 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy. // Journal of Evolutionary Economics. 2000.
3. Low M., MacMillan I. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. // Journal of Management - J MANAGE. 14. 1998, 139-161.
4. Baumol W. J. Entrepreneurship in economic theory // American Economic Review, 58(2). - 1968. - С. 64—71.
5. Гулин К.А. Основы предпринимательства : учебное пособие // ИСЭРТ РАН 2007, 2017..
6. Ricketts M. Theories of Entrepreneurship: Historical Development and Critical Assessment. In book: The Oxford Handbook of Entrepreneurship Publisher: Oxford University / PressEditors: Mark Casson et.al, 2009.
7. Timmons J.A., The Entrepreneurial Mind. / Brick House Publishing Company, 1989. URL: <https://archive.org/details/entrepreneurialm0000timm/> (дата обращения: 05.10.2019).
8. Гурьянов П.А. О предпринимательстве // Современные научные исследования и инновации. 2011. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2011/07/1453> (дата обращения: 10.12.2019).
9. Т.Веблен, Теория праздного класса: Прогресс. М., 1984.
10. Меснянкина Е.А. Предпринимательство в теориях Р.Кантильона, К.Маркса и И.Шумпетера: сравнительный анализ / Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. URL: www.esa-conference.ru (дата обращения: 10.12.2019).
11. Т. Веблен. Теория делового предприятия. М., Дело, 2007. - С. 288 с. URL: <http://baguzin.ru/wp/?p=13769> (дата обращения: 10.12.2019).
12. N.F.Krueger. The Cognitive Psychology of Entrepreneurship. Handbook of Entrepreneurship Research. 2005
13. Яковлев А. А. Отнять или создать? Стимулы к применению насилия в экономике и факторы, способные его ограничить, Верховенство права как фактор экономики . М., Мысль, 2013. - С. 121-144.
14. Kalantaridis C. Veblen and the entrepreneur. International Review of Sociology / Revue Internationale de Sociologie, 14(3), 2004, - С. 487-501.

15. Eur J Hist. J.A. Schumpeter and T.B. Veblen on economic evolution: the dichotomy between statics and dynamics / *Econ Thought* (23(5) Published online 2015). - С. 718-742
16. Marshall A. *Industry and Trade*. London / Macmillan. 1923.
17. Schumpeter, J. A. *The Theory of Economic Development* // New York, Oxford University Press. (original 1912, 1934).
18. Нуреев Р. М. Шумпетерианский предприниматель в теории и на практике // *Пространство экономики*. 2003. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/shumpeterianskiy-predprinimatel-v-teorii-i-na-praktike> (дата обращения: 08.12.2019).
19. Грубенкова Д.О. Предпринимательство в теориях Р.Кантильона, Маркса, Веблена и Шумпетера: сравнительный анализ // *Международный студенческий научный вестник*. - 2016. - № 2.; URL: <http://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=15405> (дата обращения: 10.12.2019).
20. Зомбарт, В. *Современный капитализм* / В. Зомбарт ; пер. с нем. под ред. В. Базарова, И. Степанова. М., Издание С. Скимунта, б.г. -Т. 2. Теория капиталистического развития. - С.492 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496639> (дата обращения: 11.12.2019).
21. Miner, Raju. Data quality affects meta-analytic conclusions: a response to concerning entrepreneurial risk propensity. // *J Appl Psychol*. 2004 - С. 14-21.
22. Давидссон П. *Исследуя предпринимательство* / Пер. с англ. под науч. ред. А.Ю. Чепуренко, О.И. Образцовой - изд.дом Высшей школы экономики, 2014 - С.400 - ISBN: 978-5-7598-1073-5
23. Kilby P. *Entrepreneurship and Economic Development* / New York: Free Press, 1971. - С. 366.
24. Найт Ф. Х. *Риск, неопределенность и прибыль* / пер. с англ. - М.: Дело, 2003. - С. 360
25. Баумоль У. *Микротеория инновационного предпринимательства*. М., Издательство Института Гайдара, 2012. (Baumol W.J. 2010. *The Microtheory of Innovative Entrepreneurship*. Princeton: Princeton University Press).
26. Корнейко О.В., Ма Б. Теория предпринимательства в контексте современного развития российской экономики. // *Вектор науки Тольяттинского государственного университета*. Серия: Экономика и управление. № 2 (25), 2016.
27. Mises L.. *Human Action* // New York: Foundation for Economic Education, 1940.

28. Wooliscroft B., Tamilia R.D., Shapiro S. J., A Twenty-First Century Guide to Aldersonian Marketing Thought // Springer Science & Business Media, 2006.
29. Kirzner I.. Perception, Opportunity and Profit. Chicago // University of Chicago Press, 1979.
30. Виноградов А.В. Понятие предпринимательства: основные зарубежные концепции // Вестник ПАГС. 2004. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-predprinimatelstva-osnovnye-zarubezhnye-kontseptsii> (дата обращения: 10.12.2019).
31. Casson, M.C. Entrepreneurship: Theory, Networks, History / Cheltenham: Edward Elgar, viii, 2010. - ISBN-10 1849800391.
32. Vroom, V.H. Work and Motivation, Wiley - New York, 1964.
33. Баумоль У. Микротеория инновационного предпринимательства // Экономическая социология №3, 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mikroteoriya-innovatsionnogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 12.12.2019).
34. Baumol W. J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive // Journal of Political Economy - Vol. 98. № 5. Pt. 1. - 1990. - С. 893-920.
35. Ильин Е.П. Психология риска. / Спб, Питер, 2012 - С.286.
36. Филинкова Е.Б. Психология предпринимательства: учебно методический комплекс по курсу. — М., НОУ ВПО Институт Психоанализа - С.15
37. Канеман Д., Думай медленно, решай быстро (Thinking, Fast and Slow) —М., АСТ, 2011.
38. Choi, Y. B. Paradigms and Conventions Uncertainty, Decision Making and Entrepreneurship / Ann Arbor, MI, The University of Michigan Press, 1993.
39. Пономарев О.Б. Психотипы предпринимателей и комплексное представление о предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство, 2016 - Том 17. № 9. - С. 1105-1118. doi 10.18334/rp.17.9.35239.
40. Кейнс Д.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное / Дж. М. Кейнс; вступ.статья Н.А. Макашевой. М., Эксмо, 2008. - С. 960. (Антология экономической мысли).
41. McClelland D.C. The Achieving Society / Princeton, NJ., 1961.
42. Collins O.F., Moore D.G. The Enterprising Man. East Lansing — MI., Michigan State University Press. 1964.

43. Baron R.A., Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people // *Journal of Business Venturing*, 13,4, 1998. С. 275-294.
44. Shane S., Venkataraman S., The promise of entrepreneurship as a field of research // *Academy of Management Review* 25(1) - 2000. С.217-226.
45. Белянин А.В. Нет более практичной вещи, чем хорошая теория. М., Новостная служба портала ГУ-ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/news/science/71010544.html> (дата обращения: 07.04.2020)
46. А.Войтов. Экономика - Общий курс // Litres, 2017. - С.202.
47. Mitton D. The complete entrepreneur / *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 13 (3), 1989. - С.9-20.
48. Casson M. *The Entrepreneur: An Economic Theory* (2nd edn) / Cheltenham: Edward Elgar, 2003, (1982).
49. Cooper A. Entrepreneurship: The past, the present, the future / In: Acs ZJ and Audretsch DB. *Handbook of Entrepreneurship Research*. New York: Springer, 2003. - С.21-34.
50. Sarasvathy S.D., Venkataraman S. Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future // *Entrepreneurship: Theory and Practice* 35(1), 2011. - С. 113-135.
51. Gartner W.B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation // *Academy of Management Review* 10(4), 1985. - С. 696-706.
52. Gartner W.B., Carter N.M., Hills G.E. The language of opportunity. / Eds., Steyaert C., Hjorth D. *New Movements in Entrepreneurship*. London: Edward Elgar, 2003 - С.103-124.
53. Rauch A. Let's Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on the Relationship Between Business Owners' Personality Traits, Business Creation, and Success // *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2007. doi 16. 10.1080/13594320701595438.
54. Gatewood E., Shaver K., Gartner W. A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors and Success at Venture Creation // *Journal of Business Venturing*. 10. 1995. - С. 371-391. doi 10.1016/0883-9026(95)000357.
55. Гудашова Л.Е. Предпринимательство в России: проблемы и особенности // *Современная конкуренция*. 2013. №2 (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-rossii-problemy-i-osobennosti-1> (дата обращения: 07.04.2020).

56. Shane S. *Born Entrepreneurs, Born Leaders: How Your Genes Affect Your Work Life* / New York: Oxford University Press, 2010.
57. Nicolaou N., Shane S. Can genetic factors influence the likelihood of engaging in entrepreneurial activity // *Journal of Business Venturing*, 24(1), 2009. - С. 1-22.
58. Baron R.A., Ward T.B. Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science // *Entrepreneurship: Theory and Practice* 28(6), 2004. - С. 553-573.
59. Brockhaus R.H. *The psychology of the entrepreneur.* / Eds., Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship.* Englewood Cliffs, NJ., Prentice-Hall, 1982. - С. 39-57.
60. Kirzner I. *Competition and Entrepreneurship.* Chicago, IL: University of Chicago Press, 1973.
61. Чепуренко А. Entrepreneurship Theory: New Challenges and Future Prospects // *Foresight-Russia*, vol. 9, no 2, 2015. - С. 44-57. doi 10.17323/1995-459x.2015.2.44.57.
62. Чернопятов А.М. Сущность и экономическая природа предпринимательской деятельности // *ТДР*, №11, 2010. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-ekonomicheskaya-priroda-predprinimatelskoj-deyatelnosti-1> (дата обращения: 10.12.2019).
63. Baumol W. J. *Formal entrepreneurship theory in economics: existence and bounds* / Eds., Bull I., Thomas H., G. Willard., *Entrepreneurship Perspectives on Theory Building*, New York, Pergamon, 1995.
64. Rocha V. *The Entrepreneur in Economic Theory: From an Invisible Man Toward a New Research Field* CIPES, CEF.UP, FEP-UP, School of Economics and Management, University of Porto, 2012.
65. Ramoglou S. Who is a “non-entrepreneur”? Taking the “others” of entrepreneurship seriously // *International Small Business Journal*, 31(4), 2013. - С. 432-453. doi:10.1177/0266242611425838.
66. Смирнов В. П. Теоретическая основа современных исследований предпринимательства // *Современная конкуренция*. 2015. №1 (49). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskaya-osnova-sovremennyh-issledovaniy-predprinimatelstva> (дата обращения: 14.12.2019).
67. Шибяев С. Р. Феноменология предпринимательства // *Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова*. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologiya-predprinimatelstva> (дата обращения: 12.04.2020).

68. Santos F.M., Eisenhardt K.M. Constructing Markets and Shaping Boundaries: Entrepreneurial Power in Nascent Fields // *The Academy of Management Journal* Vol. 52, No. 4, 2009. - С. 643-671.
69. Dos Passos J. People don't choose their careers, they are engulfed by them / *New York Times*, 1959.
70. Иванова Е.М. Психология профессиональной деятельности. М., 2006.
71. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. — М., 1975.
72. Markman G., Robert B. Person-Entrepreneurship Fit: Why Some People Are More Successful as Entrepreneurs than Others // *Human Resource Management Review*, 13, 2003. - С.281-301. doi 10.1016/S1053-4822(03)00018-4.
73. Lawson T. Developments in economics as social realist theory. / Eds., Fleetwood S. *Critical Realism in Economics: Development and Debate*. New York, Routledge, 1999. - С. 3—20.
74. Hatten T.S. *Small Business: Entrepreneurship and Beyond*. Upper Saddle River, NJ., Prentice-Hall, 1997.
75. Gartner W.B. Variations in entrepreneurship // *Small Business Economics* 31(4), 2008. - С.351-361.
76. Альбеков Н.Н. Эмерджентность как объект современной науки // *Современные проблемы науки и образования*, 2015 - № 2-1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21089> (дата обращения: 12.03.2020).
77. Brockhaus, R. H. Risk Taking Propensity of Entrepreneurs // *Academy of Management Journal*, 23(3), 1980. - С.509-520. doi:10.2307/255515.
78. Sexton D.L., Advancing small business research: utilizing research from other areas // *American Journal of Small Business*, Vol. 11 No. 3, 1987. - С. 25-31
79. Bird, B.J. *Entrepreneur's Behavior*, Kogod School of Business American University, 2010.
80. Gartner W.B. Who is an entrepreneur? is the wrong question // *Entrepreneurship: Theory and Practice* 13(4), 1989. - С. 47-68, 27-37.
81. Katz J., Gartner, W.B. Properties of emerging organizations // *The Academy of Management Review*, 13(3), 1988. - С.429-441. <https://doi.org/10.2307/258090>
82. Koppl R., Minniti M. Market processes and entrepreneurial studies / Eds., Acs Z.J., Audretsch D.B. *Handbook of Entrepreneurship Research*. New York: Springer, 2003. - С. 81-102.
83. Wright M. Creating and growing wealth: Sue Birley on entrepreneurship and wealth creation // *Academy of Management Executive* 15(1), 2001. -С. 37-39.

84. Sarasvathy, S. *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise / Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, 2008.
85. Gibcus P., Ivanova E. *The decision-making entrepreneur, Literature review // EIM Business and Policy Research, Scales Research Reports*, 2003.
86. Кондратьев, М. Ю., Ильин, В. А. *Азбука социального психолога-практика — М.: ПЕР СЭ*, 2007. - С. 464.
87. Mador M. *Strategic decision-making process research, are entrepreneur and owner managed firms different? // Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, Vol. 2 (3), 2000. - С. 215-234.*
88. Mintzberg H., Raisinghani D., Theoret A. *The structure of unstructured decision processes, Administrative Science Quarterly, Vol. 21, 1976. - С. 246-275.*
89. Papadakis V., Lioukas S., Chambers D. *Strategic decision-making processes: the role of management and context // Strategic Management Journal, Vol. 19, 1998. - С. 115-147.*
90. Timmons, J.A. (1999), *New Venture Creation*, 5th. ed., Irwin McGraw-Hill, Burr Ridge, IL.
91. Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L. *Competing models of entrepreneurial intentions // Journal of Business Venturing, Volume 15, Issues 5-6, 2000. - С. 411-432. ISSN 0883-9026, doi 10.1016/S0883-9026(98)00033-0. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902698000330>.*
92. Krueger N. *Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions*, 2009. doi 10.1007/978-1-4419-0443-0_4.
93. Ajzen, I. *Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology // Advances in Experimental Social Psychology, 20(C), 1987. - С. 1-63. doi 10.1016/S0065-2601(08)60411-6.*
94. Schifter D. E., Ajzen, I. *Intention, Perceived Control, and Weight Loss. An Application of the Theory of Planned Behavior // Journal of Personality and Social Psychology, 49(3), 1985. - С. 843-851. doi 10.1037/0022-3514.49.3.843.*
95. Ajzen I. *The theory of planned behavior // Organizational Behavior and Human Decision Processes, Volume 50, Issue 2, 1991. - С. 179-211. ISSN 0749-5978. doi 10.1016/0749-5978(91)90020-T.*
96. Shapero A., Sokol L. *The Social Dimensions of Entrepreneurship / Eds., Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. Encyclopedia of Entrepreneurship. Englewood Cliffs, NJ., Prentice-Hall, 1982. - С. 72-90.*

97. Bandura, A. Social Cognitive Theory. / Eds., R. Vasta. *Annals of Child Development. Six Theories of Child Development*, Vol. 6, 1989. - С. 1-60.
98. Богатырёва К.А., Широкова Г.В. Подходы к исследованию «Разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент, №3, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-issledovaniyu-razryva-mezhdu-namereniyami-i-deystviyami-v-predprinimatelstve> (дата обращения: 13.04.2020).
99. Krueger N.F. What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking // *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 2007. - С. 123-138. doi 10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x.
100. Сапольски Р. Биология добра и зла - как наука объясняет наши поступки., М., Альпина, 2018. ISBN 978-5-00139-039-8.
101. Scheer R.K., Intentions, Motives, and Causation Philosophy // Cambridge University Press on behalf of Royal Institute of Philosophy. Vol. 76, No. 297, 2001. - С. 397-413.
102. Zoltan J.A. Handbook of Entrepreneurship Research. 2003. ISBN 978-1-4419-1190-2., doi 10.1007/978-1-4419-1191-9.
103. Глейк Д. Хаос - создание новой науки — Амфора, 2001. ISBN 5-94278-139-7.
104. Simon H.A. Modeling human mental processes. 1961.
105. Krueger, N. Neuroentrepreneurship, What Can Entrepreneurship Learn from Neuroscience?. 2014.
106. Mohiyeddini C., Semple S. Displacement behaviour regulates the experience of stress in men // *Stress*, 16(2), 2012. - С. 163-171. doi 10.3109/10253890.2012.707709.
107. Богатырёва К.А., Широкова Г.В. От предпринимательских намерений - к созданию бизнеса: опыт российских студентов // Форсайт, №3. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-predprinimatelskih-namereniy-k-sozdaniyu-biznesa-opyt-rossiyskih-studentov> (дата обращения: 13.04.2020).
108. Богатырёва К.А., Широкова Г.В. Подходы к исследованию «Разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент, №3. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-issledovaniyu-razryva-mezhdu-namereniyami-i-deystviyami-v-predprinimatelstve> (дата обращения: 28.04.2020).
109. Sidorkin A. Human Capital and Innovations in Education / *Reforms and Innovation in Education, Implications for Quality of Human Capital*, 2017. - С. 127-139. doi 10.1007/978-3-319-60246-2_8.

110. Официальный сайт Минэкономразвития России. URL: <https://economy.gov.ru/> (дата обращения: 13.04.2020).
111. Цедилин Л.И. Протекционизм в российской экономической политике: институциональный исторический опыт / М., Институт экономики РАН, 2014. - С. 208.
112. Институт экономики роста им. Столыпина П.А. Исследование. Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и мир. URL: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir/> (дата обращения 14.03.2020).
113. Varinova V., Zemtsov S. Role of sme in the russian economy is not that small compared to other countries. Gaidar Institute for Economic Policy., 2019. URL: <https://www.iep.ru/en/role-of-sme-in-the-russian-economy-is-not-that-small-compared-to-other-countries.html> (дата обращения: 10.02.2020).
114. Назарова К. Сбербанк оценил долю занятых в малом и среднем бизнесе. РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/22/07/2019/5d3594ee9a79478645ac1102> (дата обращения: 10.02.2020).
115. НАФИ. Каждая десятая компания малого и среднего бизнеса планирует начать экспортную деятельность / Аналитический центр НАФИ, 2019. URL: <https://nafi.ru/analytics/kazhdaya-desyataya-kompaniya-malogo-i-srednego-biznesa-planiruet-nachat-eksportnuyu-deyatelnost/>.
116. Агеева, О. Число ИП в России впервые превысило количество компаний / РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/08/04/2019/5ca74ba89a79470e7084cdcf> (дата обращения: 10.02.2020).
117. Смирнов С. В России 3% предпринимателей. Это намного меньше, чем в мире / The Bell, 2019. URL: <https://thebell.io/v-rossii-3-predprinimatelej-eto-namnogo-menshe-chem-v-mire/> (дата обращения: 10.02.2020).
118. Агеева, О. Только 3% россиян активно ведут бизнес Почему россияне не склонны начинать собственное дело / РБК, 2019. URL: <https://pro.rbc.ru/news/5cc707659a7947a3f2489204> (дата обращения 14.03.2020).
119. Чепуренко А.Ю. Гибкость организационной структуры и типология неформального малого предпринимательства в России. По данным лонгитюдного исследования (2013-2015 гг.) // Экономическая социология №4, 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gibkost-organizatsionnoy-struktury-i-tipologiya-neformalnogo-malogo-predprinimatelstva-v-rossii-po-dannym-longityudnogo-issledovaniya> (дата обращения: 12.04.2020).

120. Индекс RSBI. Russia Small Business Index — ОПОРА России & Промсвязьбанк, 2019. URL: <https://www.psbank.ru/Business/RSBI> (дата обращения 14.03.2020).
121. НАФИ. Индекс делового климата вырос / Аналитический центр НАФИ, 2018. URL: <https://nafi.ru/analytics/indeks-delovogo-klimata-vyros/> (дата обращения 14.03.2020).
122. Агеева О., Ильина Н., Ткачѳв И. Малый бизнес оценил перспективы роста как худшие за последние пять лет / РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/12/02/2019/5c61751c9a79477e42b33c2d> (дата обращения: 10.02.2020).
123. Назарова, К. Число закрывшихся бизнесов в два раза превысило число открывшихся / РБК, 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/06/06/2019/5cf7bc9b9a79474f236c46a3> (дата обращения: 10.02.2020).
124. НАФИ. 88% предпринимателей: кризис — не повод уходить из бизнеса / Аналитический центр НАФИ & Synergy Online Forum, 2020. URL: <https://nafi.ru/analytics/88-predprinimateley-krizis-ne-povod-ukhodit-iz-biznesa/> (дата обращения 07.05.2020)
125. Чепуренко А.Ю. Что такое предпринимательство, и какая политика в отношении предпринимательства нужна России? (Заметки на полях работ современных зарубежных классиков) // Журнал Новой экономической ассоциации. - 2012. - No 2. - С. 102-124.
126. НАФИ. 25 миллионов россиян хотели бы попробовать себя в предпринимательстве / Аналитический центр НАФИ, 2019. URL: <https://nafi.ru/analytics/kazhdaya-desyataya-kompaniya-malogo-i-srednego-biznesa-planiruet-nachat-eksportnyuyu-deyatelnost/> (дата обращения: 05.04.2020)
127. Шувалова О., Агапеева К. Рейтинг профессий и школьных предметов / Левада-Центр, 2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/08/10/rejting-professij-i-shkolnyh-predmetov/> (дата обращения: 04.04.2020).
128. Mastercard. Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2019 / Mastercard Biz. URL: <https://www.mastercardbiz.com/caribbean/2019/11/22/mastercard-index-of-women-entrepreneurs-2019/> (дата обращения: 13.04.2020).
129. ПРАЙМ “Агентство экономической информации”. "Открытие": Доля женщин-предпринимателей в малом и среднем бизнесе РФ растет / Россия Сегодня, 2019. URL: <https://1prime.ru/finance/20190626/830107377.html> (дата обращения: 13.04.2020).

130. Ильиных С.А. Предпринимательство в России: анализ факторов влияния // ПСЭ. 2015. №2 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-rossii-analiz-faktorov-vliyaniya> (дата обращения: 13.04.2020).
131. Индекс женской предпринимательской активности WBI (Women Business Index). Среди женского населения РФ две трети потенциальных предпринимателей. ОПОРА России & «Банк УРАЛСИБ» & Агентство стратегических инициатив & Аналитический центр НАФИ. 2018.
132. Петрова, Е. Сегодня порядка 90% социального бизнеса — с поддержкой на государственном уровне — делают женщины. Forbes, 2020. (дата обращения 19.12.2019). <https://www.forbes.ru/forbes-woman/395213-ne-u-stanka-kakoy-biznes-v-rossii-sozdayut-zhenshchiny>
133. Courtney B. Entrepreneurship in Russia: patterns and problems of its development in the post-Soviet period / PhD thesis — University of Glasgow. 2007.
134. Лашкина.Е. Малый бизнес: приказано выжить // Российская газета - Федеральный выпуск № 0(3719). 2005. URL: <https://rg.ru/2005/03/15/putin-biznes.html> (дата обращения 19.12.2019).
135. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Свой бизнес: за и против // Пресс-выпуск №2314 - 5 июня 2013 года . Электронный ресурс . 2013. URL: <http://wciom .ru/index . php?id=459&uid=114180> (дата обращения 14.03.2020).
136. Пиньковецкая Ю.С., Катаев Е.Н. Анализ уровня предпринимательской активности: результаты социологических исследований // ЭТАП. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-urovnya-predprinimatelskoj-aktivnosti-rezultaty-sotsiologicheskikh-issledovaniy> (дата обращения: 13.04.2020).
137. НАФИ. Каждый третий россиянин хотел бы попробовать себя в предпринимательстве / Аналитический центр НАФИ, 2019. URL: <https://nafi.ru/analytics/kazhdyy-tretiy-rossiyanin-khotel-by-poprobovat-sebya-v-predprinimatelstve-/> (дата обращения 14.03.2020).
138. GEM. About 90% of the population is not only not involved in business activities, but also do not see opportunities to build businesses for themselves / Global Entrepreneurship Research Association, London Business School. 2014. URL: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/russia> (дата обращения 14.03.2020).
139. Верховская, О. & Дорохина, М. Глобальный мониторинг предпринимательства. GEM & СПбГУ & НИУ ВШЭ. 2011.

140. European Investment Bank & Ernst & Young Small and Medium Entrepreneurship in Russia. Luxembourg. 2013. URL: https://www.eib.org/attachments/efs/econ_study_small_and_medium_entrepreneurship_in_russia_en.pdf (дата обращения 14.03.2020).
141. CNBC. Is Russia Too Corrupt for International Business?. 2013. www.cnbc.com/id/100805382.
142. OECD. Review of SME and Entrepreneurship Issues and Policies in the Russian Federation / OECD Publishing, 2014.
143. Batjargal B. The Difference Between Chinese and Russian Entrepreneurs / Harvard Business Publishing. 2008.
144. НАФИ. Проблемы бизнеса в России сегодня. Аналитический центр НАФИ & Деловая среда. 2018.
145. Radziwill A. & Vaziakova Y. Improving the Business Climate in Russia. OECD Economics Department Working Papers No. 1192. Organisation for Economic Co-operation and Development. 2015.
146. Vinogradov Evg. & Gabelko M. Entrepreneurship among russian immigrants in norway and their stay-at-home-peers. Journal of Developmental Entrepreneurship, 15, 2010. - С. 461-479. doi 10.1142/S108494671000166X.
147. ОПОРА РОССИИ. Предпринимательский климат в России : индекс ОПОРЫ, 2007-2011, 2012. URL: <https://opora.ru/analytics/analiticheskie-materialy/predprinimatelskiy-klimat-v-rossii-indeks-opory-2012/> (дата обращения 01.04.2020).
148. World Bank, Doing Business, WB, Washington, DC, 2014.
149. OECD. Russia Economic Snapshot. Organisation for Economic Co-operation and Development, 2019.
150. Aidis R., Korosteleva J., Mickiewicz T. Entrepreneurship in Russia. Centre for the study of economic and social change in europe. School of Slavonic and East European Studies, University College London (SSEES,UCL), Working Papers, 2008.
151. Медовников, Д.С., Оганесян, К. Т. Розмирович, С.Д. Актуальные российских развития быстрорастущих технологических компаний. РВК & НИУ ВШЭ & Институт Менеджмента Инноваций & Фонд Развития Промышленности. 2018.
152. Чепуренко А. Предпринимательство как сфера социальных исследований: Россия и Международный опыт. Социс. 2013.

153. Рыжкова М.В. Эволюция взглядов на гипотезу жизненного цикла // Известия ТПУ. 2013. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-vzglyadov-na-gipotezu-zhiznennogo-tsikla> (дата обращения: 09.03.2020).
154. Azoulay P., Jones B.F., Kim J.D., Miranda J. Research: The Average Age of a Successful Startup Founder Is 45 // Harvard Business Publishing, 2018. <https://hbr.org/2018/07/research-the-average-age-of-a-successful-startup-founder-is-45> (дата обращения: 20.01.2020)
155. Kibler E., Wainwright T., Kautonen, T., Blackburn, R. Can Social Exclusion Against “Older Entrepreneurs” Be Managed? *Journal of Small Business Management*, 53, 2015. - С. 193-208. doi 10.1111/jsbm.12194.
156. Bonsang E., Dohmen, T. Risk attitude and cognitive aging. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2015. - С. 112-126. doi:10.1016/j.jebo.2015.01.004.
157. Dohmen T., Falk A., Golsteyn B., Huffman D., Sunde U. Risk Attitudes Across The Life Course. *The Economic Journal*, 127(605), 2017. - С. 95-116. 10.1111/eoj.12322.
158. Josef A. K., Richter D., Samanez-Larkin G. R., Wagner G. G., Hertwig R., Mata R. Stability and change in risk-taking propensity across the adult life span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 111(3), 2016. - С. 430-450. <https://doi.org/10.1037/pspp0000090>.
159. Bal P.M., De Lange A.H., Jansen P.G.W., Van Der Velde M.E.G.. Psychological contract breach and job attitudes: a meta-analysis of age as a moderator. *J. Vocat. Behav.* 72 (1), 2008. - С. 143-158.
160. Baron R.A., Mueller B.A., Wolfe M.T. Self-efficacy and entrepreneurs’ adoption of unattainable goals: the restraining effects of self-control. *J. Bus. Ventur.* 31 (1), 2016. - С. 55-71.
161. Zhao H., O'Connor G., Wu J., Lumpkin G.T. Age and entrepreneurial career success, A review and a meta-analysis // *Journal of Business Venturing*, 2020.
162. Mata R., Frey R., Richter D., Schupp J. Hertwig R. Risk Preference: A View from Psychology. *Journal of Economic Perspectives*, 32(2), 2018. - С. 155-172. doi 10.1257/jep.32.2.155.
163. Lighthall N. R., Mather M., Gorlick M. A. Acute Stress Increases Sex Differences in Risk Seeking in the Balloon Analogue Risk Task. *PLoS ONE*, 4(7), 2009. doi 10.1371/journal.pone.0006002.
164. Shinnar R. S., Hsu D. K., Powell B. C., & Zhou H. Entrepreneurial intentions and start-ups: Are women or men more likely to enact their intentions? *International Small*

- Business Journal: Researching Entrepreneurship, 36(1), 2017. - С.60-80. doi 10.1177/0266242617704277.
165. Cox J. Proportion of UK women starting their own business falls sharply // Independent. 2017. URL: <https://www.independent.co.uk/Business/indyventure/uk-gender-gap-natwest-startup-female-entrepreneurs-risk-start-business-a7688586.html> (дата обращения: 01.03.2020)
166. Shneor Rotem & Jenssen Jan. Gender and Entrepreneurial Intentions. / Entrepreneurial Women: New Management and Leadership Models. 2014.
167. World Bank World Development Report 2019: The Changing Nature of Work. <http://documents.worldbank.org/curated/en/816281518818814423/pdf/2019-WDR-Report.pdf> (дата обращения: 04.03.2020)
168. Marvel M., Davis J., Sproul C. Human Capital and Entrepreneurship Research: A Critical Review and Future Directions. Entrepreneurship Theory and Practice. 2016. - С. 599-626.
169. Westhead P., Solesvik M. Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit?. International Small Business Journal. 2016., - С. 979-1003.
170. Unger J., Rauch A., Frese M., Rosenbusch N. Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review // Journal of Business Venturing, Volume 26, Issue 3, 2011. - С. 341-358, ISSN 0883-9026, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902609000998>).
171. Davidsson P., Honig B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs // Journal of Business Venturing, Volume 18, Issue 3, 2003, Pages 301-331, ISSN 0883-9026, [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6). (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902602000976>)
172. Jo H., Lee J. The relationship between an entrepreneur's background and performance in a new venture // Technovation, Volume 16, Issue 4, 1996, Pages 161-211, ISSN 0166-4972, [https://doi.org/10.1016/0166-4972\(96\)89124-3](https://doi.org/10.1016/0166-4972(96)89124-3). (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0166497296891243>)
173. Индикаторы образования: 2018 : статистический сборник / Н.В. Бондаренко, Л.М. Гохберг, Н.В.Ковалева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : НИУ ВШЭ, 2018. — 400 с. — 300 экз. — ISBN 978-5-7598-1781-9 (в обл.). URL: <https://www.hse.ru/primarydata/io2018> (дата обращения: 23.01.2020)
174. Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. Journal of Business Venturing, 28(2), 211—224. doi:10.1016/j.jbusvent.2012.03.002

175. Solesvik M., Westhead P., Matlay H. Cultural factors and entrepreneurial intention: The role of entrepreneurship education. *Education and Training*. 2014. 10.1108/ET-07-2014-0075.
176. European Commission. *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education / European Commission, Brussels*. 2012/
177. Liñán F., Rodríguez-Cohard J.C., Rueda-Cantuche J.M. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education / *Int Entrep Manag J* 7, 2011. - C. 195-218. doi 10.1007/s11365-010-0154-z
178. Amato C., Barbieri B., Zurru M., Ricciardi R., Benevene M., Garcia G. Think Entrepreneurially - Entrepreneurs vs. non-Entrepreneurs' Cognitive Profiles // *International Journal of Entrepreneurship*. 22. 2018. - C. 1-13.
179. Taylor L. *Cognitive Dissonance Between Entrepreneurs and Management*. 2017. doi 10.1057/978-1-137-56949-3_7.
180. Kaish S., Gilad B. Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: sources, interests, general alertness. // *J Bus Ventur* 6. 1991. - C. 45-61. doi 10.1016/0883-9026(91)90005-X
181. Johnson, Sh. Cooper C., Cartwright S., Donald I., Taylor P. The Experience of Work-Related Stress across Occupations // *Journal of Managerial Psychology*, 20, 2015. doi 10.1108/02683940510579803.
182. Rao J., Chandraiah K. Occupational stress, mental health and coping among information technology professionals // *Indian Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 16(1), 22., 2012. doi:10.4103/0019-5278.99686
183. Shaw K., Lafontaine F. Serial Entrepreneurship: Learning by Doing? // *Journal of Labor Economics*, Vol. 34, Issue S2, 2016. - C. 217-254.
184. Simon C. Parker, Do serial entrepreneurs run successively better-performing businesses?, *Journal of Business Venturing*, Volume 28, Issue 5, 2013, Pages 652-666, ISSN 0883-9026, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.08.001>. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902612000894>)
185. Kolvereid L. The Business Gestation Process of Novice, Serial, and Parallel Business Founders *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 22, Issue 4, p. 101-114 1998. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1507561>
186. Gottschalk S. Höwer, Daniel; Müller, Bettina. If you don't succeed, should you try again? The role of entrepreneurial experience in venture survival, *ZEW Discussion Papers*, No. 14-009. 2014.

187. Hyytinen A. Ilmakunnas P. What distinguishes a serial entrepreneur? // *Industrial and Corporate Change*, 16. 2007. - С. 793-821. doi 10.1093/icc/dtm024.
188. Westhead P., Wright M. Novice, portfolio, and serial founders: are they different? // *Journal of Business Venturing*, Volume 13, Issue 3, 1998. - С. 173-204, ISSN 0883-9026, [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)90002-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)90002-1). (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902697900021>).
189. Schwartz, D. & Pines, A. M. High Technology Entrepreneurs Vs. Small Business Owners in Israel. *Journal of Entrepreneurship*, 16, 2007. - С. 1-17.
190. Лесик А.В. Особенности ценностно-смысловых основ профессиональной идентичности в различных профессиях // *Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина*. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tsennostno-smyslovyh-osnov-professionalnoy-identichnosti-v-razlichnyh-professiyah> (дата обращения: 10.03.2020).
191. Валуева Е.А., Белова С.С. Структура интеллекта и профессия // *СПЖ*, №67. 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-intellekta-i-professiya> (дата обращения: 10.03.2020).
192. Сектор экономики // *Большая российская энциклопедия*: [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов. М., Большая российская энциклопедия, 2004-2017.
193. Zoltan K. The Primary, Secondary, Tertiary and Quaternary Sectors of the Economy // *The Review of Income and Wealth*. 2012.
194. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации". Статья 4.
195. Гурьянов П.А. Критерии определения размеров малого и среднего бизнеса // *Экономика, предпринимательство и право*. Том 1. № 10. 2011. - С. 3-12.
196. Global Community for Advancing Studies on Entrepreneurship. Entrepreneurial Life Cycle GCase. URL: <https://news.gcase.org/entrepreneurial-life-cycle/> (дата обращения: 09.03.2020)
197. Розанова Н.М., Катайкова А.А. Использование концепции жизненного цикла в экономическом анализе фирмы // *Пространство экономики*. №3. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-kontseptsii-zhiznennogo-tsikla-v-ekonomicheskom-analize-firmy> (дата обращения: 09.03.2020).
198. Marshall A. Principles of political economy. New York: Maxmillan. 1890.
199. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации (Managing Corporate Lifecycles). СПб., Питер, 2007. - С. 384. ISBN 978-5-469-01523-9.
200. Б.З. Мильнер. Теория организации: Учебник - 7-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2009. - С. 864.

201. Adizes I. Organizational Passages. Diagnosing and Treating Lifecycle Problems of Organization. *Organizational Dynamics*, 8(1). 1979. - С. 3-25.
202. Gurianova E., Gurianov I., Mechtcheriakova S. The Influence of Phase the Organizational Life Cycle on Organizational Structure Management and Transaction Costs // *Asian Social Science*. 2014. - С.137-142.
203. Gibb A. Enterprise Culture - Its Meaning And Implications For Education And Training // *Journal of European Industrial Training*. 11. 1987 - С. 2-38.
204. Miller D., Friesen P. Archetypes of strategy formulation. *Management Science*, 24, 1978. - С. 921—933.
205. Gartner, W. B. An empirical model of the business startup, and eight entrepreneurial archetypes. Seattle, WA: University of Washington. 1982.
206. Miner, J. B. A psychological typology of successful entrepreneurs. Quorum Books/Greenwood Publishing Group. 1997.
207. Miner, J. B. Testing a Psychological Typology of Entrepreneurship Using Business Founders. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1),. 2000 - С. 43 69. doi 10.1177/0021886300361003
208. Пономарев О.Б. Психотипы предпринимателей и комплексное представление о предпринимательской деятельности // *Российское предпринимательство*. №9. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihotipy-predprinimateley-i-kompleksnoe-predstavlenie-o-predprinimatelskoj-deyatelnosti> (дата обращения: 09.03.2020).
209. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: учебник. 2-е изд., изм. М., Норма, 2006. - С. 389-391.
210. Hillson D., Murray-Webster R. Understanding and Managing Risk Attitude. Gower Publishing, Ltd. 2007 ISBN 978-0-566-08798-1.
211. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk // *Econometrica*. 47 (2), 1979. - С. 263- 291. CiteSeerX 10.1.1.407.1910. doi:10.2307/1914185. JSTOR 1914185.
212. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб., Ювента, 1999. - С.15-52
213. Корнилов А. П., Булыгина В. Г., Корнилова Т. В. Личностные предпосылки успешности деятельности брокера // *Психологический журнал*. 1993.
214. Gal, D., Rucker, D.D. The Loss of Loss Aversion: Will It Loom Larger Than Its Gain? // *Journal of Consumer Psychology*, 28(3), 2018. - С. 497-516. doi 10.1002/jcpy.1047.

215. Erev I., Ert, E., Plonsky O., Cohen, D., Cohen, O. From anomalies to forecasts: Toward a descriptive model of decisions under risk, under ambiguity, and from experience // *Psychological Review*, 2017. - С. 369-409.
216. Malul M., Rosenboim M., Shavit T. So when are you loss averse? Testing the S-shaped function in pricing and allocation tasks // *Journal of Economic Psychology*, Volume 39, 2013. - С. 101-112. ISSN 0167-4870, doi 10.1016/j.joep.2013.07.007.
217. Богачева Н.В., Корнилова Т.В., Красавцева Ю.В. Связи самооценок, имплицитных теорий риска и личностной готовности к риску у медицинских работников // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки*, №4, 2017. - С. 6-19. doi 10.18384/2310-7235-2017-4-6-19ю
218. Корнилова, Т. В. Психология риска и принятия решений: учеб. пособие / Т. В. Корнилова М.б Аспект Пресс, 2003. - С. 287 ISBN 5-7567-0267-9.
219. Ильин Е.П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. Спб., Издательский дом Питер. 2016.
220. Blais A.R., Weber E.U. A Domain-Specific Risk-Taking (DOSPERT) scale for adult populations / *Judgment and Decision Making*, 1, 2006. - С. 33-47.
221. Zhang D., Highhouse S., Nye C. Development and Validation of the General Risk Propensity Scale (GRiPS) // *Journal of Behavioral Decision Making*, 32, 2019. doi 10.1002/bdm.2102.
222. Рипа В. Чтобы попасть в McKinsey, я сажала кактусы на острове: обзор игры, с помощью которой компания тестирует соискателей. vc.ru. 2019. URL: <https://vc.ru/hr/105960-chtoby-popast-v-mckinsey-ya-sazhala-kaktusy-na-ostrove-obzor-igry-s-pomoshchyu-kotoroy-kompaniya-testiruet-soiskateley> (дата обращения 10.02.2020)
223. Krauss S. The 13 Top Online Psychology Games. *Psychology Today*. 2012 URL: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/fulfillment-any-age/201206/the-13-top-online-psychology-games> (дата обращения 10.02.2020).
224. Hanushek E.A., Machin S.J., Woessmann L. *Handbook of the Economics of Education* // Elsevier, 2011. -С. 67. ISBN 0444535357, 9780444535351
225. Patton J.H., Stanford M.S., Barratt, E.S. Factor structure of the Barratt Impulsiveness Scale // *Journal of Clinical Psychology*. 51 (6), 1995. -С. 768-774. doi:10.1002/1097-4679(199511)51:6.

226. Eysenck S.B.G., Eysenck H.J. Impulsiveness and venturesomeness: Their position in a dimensional system of personality description // *Psychological Reports*, 43(3), 1978. - C. 1247-1255. doi 10.2466/PR0.43.7.
227. Tellegen A., Waller N. G. Exploring personality through test construction: Development of the Multidimensional Personality Questionnaire. Minneapolis: University of Minnesota Press. 1982.
228. Lejuez C., Read J., Kahler C., Richards J., Ramsey S., Stuart, G., Strong D., Brown R. Evaluation of a behavioral measure of risk taking: The Balloon Analogue Risk Task (BART) // *Journal of experimental psychology*, 8, 2002. - C. 75-84. doi 10.1037/1076-898X.8.2.75.
229. Kagel J.H., Roth A.E. *The Handbook of Experimental Economics v.2* // Princeton University Press, 2016. - C.541.
230. White T.L., Lejuez C.W., de Wit H. Test-retest characteristics of the Balloon Analogue Risk Task (BART) // *Exp Clin Psychopharmacol*. 2008. - C. 565-570. doi 10.1037/a0014083.
231. Bandura, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change // *Psychological Review*, 84, 1977. - C. 191-215.
232. Bandura, A., National Inst of Mental Health. *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc., Series in social learning theory. 1986.
233. Майерс Д. Самозффективность / Социальная психология. СПб., Питер, 2011. - С. 68-69. SBN 978-5-4237-0138-3.
234. Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2018). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*. doi:10.1016/j.jvb.2018.05.012
235. Пиньковецкая Ю.С., Катаев Е.Н. Анализ потенциала развития и отношения к предпринимательству в национальных экономиках // *Региональная экономика: теория и практика*, №35 (410), 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-potentsiala-razvitiya-i-otnosheniya-k-predprinimatelstvu-v-natsionalnyh-ekonomikah> (дата обращения: 22.03.2020).
236. Wilson F., Kickul J., & Marlino D. Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education // *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3). 2007. – C. 387-406. doi:10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x

237. Clark A. What makes a good job? Evidence from OECD countries // *Job Quality and Employer Behaviour*, 2005. - С.11-30.
238. Соболева Н.Э. Ценностные установки бизнес-сообщества и его модернизационный потенциал в современной России: дис. канд. социол. наук: НИУ ВШЭ. 2013.
239. Isaga N., Masurel E., van Montfort C.A. Owner-manager motives and the growth of SMEs in developing countries: Evidence from the furniture industry in Tanzania // *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 7(3), 2015. - С. 190-211. doi 10.1108/JEEE-11-2014-0043.
240. Davidsson, P. Entrepreneurship - and after - a study of growth willingness in small firms // *Journal of Business Venturing*, Vol. 4 No. 3, 1989. - С. 211-226.
241. Jenssen S., Kolvereid L. Reasons leading to start-up as determinants of survival among Norwegian entrepreneurs // *Proceedings of the Inaugural Global Conference on Entrepreneurship Research*. The Management School, Imperial College, London. 1991.
242. Olomi D.R. Entrepreneurial motivation in developing country context: incidence, antecedents and consequences of growth seeking behaviour among Tanzanian owner-managers. PhD dissertation. University of Dar es Salaam, Dar es Salaam. 2002.
243. Mukhacheva A. Motivational typology of russian entrepreneurship / *Известия Дальневосточного Федерального Университета. Экономика и Управление*, 2017. - С. 79-90. doi 10.24866/2311-2271/2017-3/79-90.
244. Ермилова Ю. Эксперты считают, что в России негативно относятся к профессии предпринимателя. ТАСС. 2018. URL: <https://tass.ru/msp/5087477> (дата обращения 20.04.2020).
245. Девяткина М., Дергачев В., Грошева М., Большинство россиян заявили о невозможности честного бизнеса в России. РБК. 2019. URL: <https://www.rbc.ru/politics/20/02/2019/5c6c1dd09a79477ebc9646f4> (дата обращения 20.04.2020)
246. Langer, E. J. The illusion of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 1975. - С. 311-328.
247. Roux I., Pretorius M., Millard S. The influence of risk perception, misconception, illusion of control and self-efficacy on the decision to exploit a venture opportunity. *Southern Africa Business Review*, 10, 2009.
248. Zhang S. Cueto J. The Study of Bias in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41, 2017. - С. 419-454. doi 10.1111/etap.12212.

249. Casson M., Basu A, The Oxford Handbook of Entrepreneurship // Oxford University Press, 2008. - С. 97-99.
250. Kruger J., David D. Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One's Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments // Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 77, no. 6, 1999. - С. 1121-1134. doi 10.1037/0022-3514.77.6.1121.
251. Zoltan A.J., Audretsch D.B. Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction International handbook series on entrepreneurship (Том 1) // Springer Science & Business Media, 2003. - С.113-339.
252. Simon M., Houghton S., Aquino K. Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies // Journal of Business Venturing, 15, 2000. - С. 13-134.
253. Magnus J.R., Peresetsky A.A. Grade Expectations: Rationality and Overconfidence // Frontiers in Psychology, 8, 2018. doi 10.3389/fpsyg.2017.02346.
254. García-Gallego A., Ibáñez M.I., Georgantzis N. Personality and Cognition // Economic Decision Making Frontiers Media. - С. 40-55 ISBN 2889452360, 9782889452361.
255. David A. Does a 'dark triad' of personality traits make you more successful? // Science, 2019. URL: <https://www.sciencemag.org/news/2019/03/does-dark-triad-personality-traits-make-you-more-successful> (дата обращения 20.04.2020).
256. Jain K., Bearden, J.N. Machiavellianism and overconfidence // INSEAD Working Paper No. 2011/29/DS. 2011. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1774523 (дата обращения 20.04.2020).
257. Barber, B. M., Odean, T. Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment // Quarterly Journal of Economics, 116(1), 2001. - С. 261-292. doi 10.1162/003355301556400.
258. Michailova J., Mačiulis A., Tvaronaviciene M. Overconfidence, risk aversion and individual financial decisions in experimental asset markets // Economic Research, 30, 2017. doi 10.1080/1331677X.2017.1311234.
259. Michailova, J., & Katter, J. K. Q. Quantifying overconfidence in experimental finance // International Journal of Behavioural Accounting and Finance, 4(4), 351, 2014. doi 10.1504/ijbaf.2014.067629.
260. Быков А.А., Денисейко И.В., Хаустович Н.А. Об эмоциональном факторе цикличности экономического и технологического развития // Инновации, №4 (234). 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-emotsionalnom-faktore->

- tsiklichnosti-ekonomicheskogo-i-tehnologicheskogo-razvitiya-1 (дата обращения: 24.03.2020).
261. Патоша О.И., Варавина Т.Ю. Влияние настроения на принятие решения о покупке высокотехнологичной продукции // Психология. Журнал ВШЭ, №4. 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-nastroeniya-na-prinyatie-resheniya-o-pokupke-vysokotehnologichnoy-produktsii> (дата обращения: 24.03.2020).
262. Forgas J.P. Mood and judgment: The Affect Infusion Model (AIM). *Psychological Bulletin*, 117 (1), 1995. - С. 39-66. doi:10.1037/0033-2909.117.1.39
263. Minniti M. *Entrepreneurship* // Greenwood Publishing Group, 2006. - С. 33-35.
264. Davis M.A., Kirby S.L., Curtis, M.B. The Influence of Affect on Goal Choice and Task Performance // *Journal of Applied Social Psychology*, 37, 2007. - С. 14-42. doi 10.1111/j.0021-9029.2007.00144.x.
265. Zhou J., George, J. M. Understanding when bad moods foster creativity and good ones don't: The role of context and clarity of feelings. // *Journal of Applied Psychology*, 87, 2002. - С. 687-697.
266. Foo M., Uy M., Baron R. How Do Feelings Influence Effort? An Empirical Study of Entrepreneurs' Affect and Venture Effort // *The Journal of applied psychology*, 94, 2009. . С- 1086-1094. doi 10.1037/a0015599.
267. Jessica B. The Psychological Price of Entrepreneurship // *Inc.* 2013. URL: <https://www.inc.com/magazine/201309/jessica-bruder/psychological-price-of-entrepreneurship.html> (дата обращения 10.10.2019).
268. Brad F. Entrepreneurial Life Shouldn't Be This Way-Should It? // *Inc.* 2013. URL. <https://www.inc.com/magazine/201307/brad-feld/many-entrepreneurs-deal-with-depression.html> (дата обращения 10.10.2019).
269. Корнилова Т. В. Связи риска при принятии решений с мотивацией и саморегуляцией (на выборке медицинских работников) / И. И. Каменев, Т. В. Корнилова, А. Ю. Разваляева, А. Ю. Разваляева // *Вопросы психологии*, № 1, 2018.
270. Fredström A., Peltonen J., Wincent J. A country-level institutional perspective on entrepreneurship productivity: The effects of informal economy and regulation // *Journal of Business Venturing*, 2020.
271. РБК. Путин заявил об основаниях считать бизнесменов «жуликами по определению». URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5eba34e39a7947198d7858b8> (дата обращения: 12.03.2020).

272. Фейнберг А. Росстат впервые раскрыл долю малого и среднего бизнеса в экономике. РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/05/02/2019/5c5948c59a794758389cfd7?from=newsfeed> (дата обращения: 13.03.2020).
273. Ворсобин В. Владелица сети ресторанов: «Остается только молиться. И пить антидепрессанты, чтобы не свихнуться». Комсомольская правда. 2020. URL: <https://www.kp.ru/daily/27109/4184818/> (дата обращения: 14.04.2020).
274. Липанова Л. Анастасия Татулова: почти все предложенные в моём разговоре с президентом меры помощи бизнесу оказались не приняты. vc.ru. 2020. URL: <https://vc.ru/food/120235-anastasiya-tatulova-pochti-vse-predlozhennyye-v-moem-razgovore-s-prezidentom-mery-pomoshchi-biznesu-okazalis-ne-prinyaty> (дата обращения: 14.04.2020).
275. Чепуренко А.Ю. Совмещая универсальные концепции с национальной спецификой: поддержка малого и среднего предпринимательства // Вопросы государственного и муниципального управления. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovmeschaya-universalnye-kontseptsii-s-natsionalnoy-spetsifikoy-podderzhka-malogo-i-srednego-predprinimatelstva> (дата обращения: 13.04.2020).
276. Петровская И.А., Титов В.А. Институциональная среда предпринимательства в России // Вестник Московского университета, Серия 6, Экономика, №5. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnaya-sreda-predprinimatelstva-v-grossii> (дата обращения: 08.05.2020).
277. Солесвик М., Уэстхед П. Формирование предпринимательских намерений в слабой экосистеме // Форсайт, №4, 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-predprinimatelskih-navykov-i-namereniy-v-slaboy-ekosisteme> (дата обращения: 08.05.2020).
278. Radicioni B. Entrepreneurship Research and Why it Matters // Babson College. 2019. URL: <https://entrepreneurship.babson.edu/2018-gem-global-report/>.
279. РБК. Рынок МВА и бизнес-образования России. 2019. URL: <https://marketing.rbc.ru/research/35057/>.
280. РАНХиГС. Бизнес-образование нового десятилетия будет гибридным. URL: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/biznes-obrazovanie-novogo-desyatiletia-budet-gibridnym/> <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/biznes-obrazovanie-novogo-desyatiletia-budet-gibridnym/> (дата обращения: 09.03.2020).

281. РАНХиГС. Бизнес-школы и корпоративные университеты: счастливы по-разному. URL: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/biznes-shkoly-i-korporativnye-universitety-schastlivy-po-raznomu/> (дата обращения: 09.03.2020).
282. Steinmetz H., Knappstein M., Ajzen I., Schmidt P., Kabst, R. How effective are behavior change interventions based on the theory of planned behavior? A three-level meta analysis. / *Journal of Psychology*, 2016. doi 10.1027/2151-2604/a000255.
283. Fishbein M., Ajzen I. Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. - С. 1—518. doi 10.4324/9780203838020.
284. Чепуренко А.Ю. Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки // *Вопросы образования*, №3, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kak-i-zachem-obuchat-studentov-predprinimatelstvu-polemicheskie-zametki> (дата обращения: 12.04.2020).
285. Стебеньева Т.В., Лазарева Л.Ю., Ларина Т.С. Подход к оценке качества обучения в бизнес-школах на рынке бизнес-образования в Европе // *Инновационная наука*, №4-2 (16), 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhod-k-otsenke-kachestva-obucheniya-v-biznes-shkolah-na-rynke-biznes-obrazovaniya-v-evrope> (дата обращения: 10.03.2020).
286. Александрова Е.А., Верховская О.Р. Предпринимательские намерения в России: эмпирический анализ // *Российский журнал менеджмента*, №2, 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskie-namereniya-v-rossii-empiricheskiy-analiz> (дата обращения: 13.04.2020).
287. Ногаева К. Деньги на мотивации, почему инфобизнес продолжает расти и приносит высокие прибыли. *Деловой Петербург*. 2019. URL: https://www.dp.ru/a/2019/07/22/Dengi_na_motivacii__Poche (дата обращения: 08.05.2020).
288. Камитдинов Н. «Синергия» займется пропагандой бизнеса за 1 млрд рублей из бюджета. Предприниматели раскритиковали конкурс, подрядчика и его программу. Inc. 2019. URL: <https://incrussia.ru/understand/sinergiya/> (дата обращения: 08.05.2020).
289. Wardana L., Purnama C., Anam S., Maula F. Attitude Determinant in Entrepreneurship Behavior of Vocational Students' Entrepreneurship Intention // *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 8, 2020. - С. 1-13. doi 10.21009/JPEB.008.1.1.
290. Khatoon N. The impact of Emotional Intelligence on the Growth of Entrepreneurship // *International Journal of Business Management & Research*, 3, 2020. - С. 1-8.

291. Kirk U., Downar J., Montague P.R. Interoception drives increased rational decision-making in meditators playing the ultimatum game // *Front Neurosci.* 2011. - С. 5-49.
292. Bradberry T. Emotional intelligence: What it is and why you need it. *World Economic Forum.* 2017.
293. Hess J. Bacigalupo A. Enhancing decisions and decision-making processes through the application of emotional intelligence skills // *Management Decision*, 49, 2011. - С. 710-721. doi 10.1108/00251741111130805.
294. Бочкова М.Н., Мешкова Н.В. Эмоциональный интеллект и социальное взаимодействие: зарубежные исследования // *Современная зарубежная психология*, Том 7., № 2, 2018. - С. 49-59. doi 10.17759/jmfp.2018070205.
295. Ovens A. How Emotional Intelligence Became a Key Leadership Skill // *Harvard Business Publishing.* 2015.
296. Moll H., Tomasello M. Cooperation and human cognition: the Vygotskian intelligence hypothesis / Eds., Clayton, N.; Frith, C. *Social intelligence: From brain to culture.* 2007. - С. 245-260.
297. Searle J.R. *Intentionality: An essay in the philosophy of mind.* // Cambridge University Press. 1983.
298. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе. М., Манн, Иванов и Фербер, 2013. - С. 512. ISBN 978-5-91657-729-7.
299. Уитмор Д. Коучинг высокой эффективности. Новый стиль менеджмента, Развитие людей, Высокая эффективность. М., Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. – С. 168. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-vzglyadov-na-gipotezu-zhiznennogo-tsikla> (дата обращения: 09.03.2020).

Приложение А

Опросник исследования.

Таблица А.1. — Анкета, табличный номер вопроса и показатели, номер в опроснике, кодированное название, количество респондентов

Вопрос	Таблич. номер	Порядковый номер в анкете	Кодированное название строки	Количество респондентов
Адрес электронной почты	1	1	id	635
Укажите свой пол	2	26	gender	635
	3		gender_1_0	635
Укажите своё образование	4	14	education	635
	5		education_1_7	635
Укажите свой возраст	6	33	age	635
Форма вашей основной деятельности	7	2	profession	635
	8		profession_1_7	635
Сколько лет вы занимаетесь указанной деятельностью?	9	3	experience	635
Мой основной источник дохода за последний год я бы охарактеризовал как	10	16	income	635
	11		income_1_9	635
Мой опыт предпринимательства в количестве учрежденных бизнесов/компаний	12	4	open_bussiness_experience	635
Укажите отрасль деятельности на которой специализируется ваша организация (основная)	13	5	industry	635
	14		industry_0_11	635
На какой стадии ваша организация находится?	15	6	stage_org	635
	16		stage_org_0_6	635
Каков размер вашей организации	17	7	size_org	635
	18		size_org_0_7	635
На каком рынке работает ваша компания?	19	8	market	635
	20		market_1_4	635
Каков ваш продукт/производство/процесс?	21	9	product	635

	22		product_1_4	635
В предпринимательстве / работе я скорее:	23	35	type_style	635
	24		type_style_1_4	635
Представьте, Вы выиграли 1,000,000 рублей. У вас есть возможность вложить сумму денег и увеличить её в два раза или потерять половину вложения. Сколько вы вложите?	25	10	loterry	635
	26		loterry_0_5	635
Я мог бы точно прогнозировать общий спрос на рынке	27	11	illusion_of_control_market	635
Я мог бы точно предсказать, когда более крупные конкуренты выйдут на рынок	28	12	illusion_of_control_compet	635
Я мог бы преуспеть в том, чтобы сделать это предприятие успешным, хотя многие другие менеджеры потерпят неудачу.	29	13	illusion_of_control_success	635
	30		illusion_of_control_average	635
Как в стране относятся к предпринимательской деятельности?	31	15	social_norm_country	635
Большинство важных для меня людей относятся к предпринимательской деятельности следующим образом:	32	17	social_norm_import_people	635
Знакомые мне люди относятся к предпринимательской деятельности следующим образом:	33	29	social_norm_familiar_people	635
	34		social_norm_familiar_average	635
Я оцениваю свою креативность на	35	18	selfef_creativity	635
Я оцениваю свои способности решать проблемы на	36	20	selfef_solve_problems	635
Я оцениваю свои лидерские способности на	37	21	selfef_leader	635
Я оцениваю свои коммуникативные способности на	38	22	selfef_mycommunication	635

Я оцениваю свою способность распознавать бизнес возможности	39	24	selfef_buss_oppotrunit	635
Я оцениваю свою способность делать людей согласными со мной	40	28	selfef_consume	635
Я оцениваю свою способность управлять	41	30	selfef_manage	635
Я оцениваю свою способность распоряжаться финансами	42	32	selfef_finance	635
	43		selfef_average	635
Мои друзья сказали бы, что я рискованный	44	23	GRIPS_friends_assesm	635
Я бы рискнул, даже если бы это означало, что я могу получить травму	45	27	GRIPS_trauma	635
Риск делает жизнь веселее	46	19	GRIPS_happy	635
Мне нравится рисковать в большинстве аспектов моей жизни	47	25	GRIPS_ilike	635
Риски - важная часть моей жизни	48	31	GRIPS_important	635
Я обычно принимаю рискованные решения	49	34	GRIPS_usually	635
Я сторонник рисковать	50	36	GRIPS_supporter	635
Меня привлекает, а не пугает риск	51	38	GRIPS_like_notscary	635
	52		grips_average	635
Это единственный способ зарабатывать на жизнь	53	39	motive_onlyway_make_money	635
Возможность делать ту работу, которую я хотел бы делать	54	40	motive_want_that_job	635
Быть своим собственным боссом	55	41	motive_be_own_boss	635
Заработок больших денег, чем в альтернативах	56	42	motive_more_money	635
Возможность не работать на других	57	43	motive_not_work_for_other	635

Постройка успешной организации	58	44	motive_success_organiz	635
Достижение более высокой позиции в обществе	59	45	motive_social_position	635
Следование примеру человека, которым я восхищаюсь	60	46	motive_follow_example	635
Невозможность найти другую оплачиваемую работу	61	47	motive_unable_paidjob	635
Получение признания моих достижений	62	48	motive_recognitionfor_accomplish	635
Иметь возможность контролировать своё время	63	49	motive_time_control	635
Быть инновационным	64	50	motive_be_innovative	635
Использование моих талантов	65	51	motive_use_mytalents	635
Применение моих знаний	66	52	motive_use_myknowl	635
Реализация моей мечты или жизненной цели	67	53	motive_mydream	635
Моя личная свобода	68	54	motive_myfreedom	635
Наслаждение жизнью	69	55	motive_enjoy_life	635
Бросить вызов самому себе	70	56	motive_mychallenge	635
Я считаю свою работу просто способом достижения своих личных целей	71	61	motive_just_my_own_goals	635
Для собственного удовлетворения и роста	72	57	motive_my_satisfact_grow	635
	73		motive_average	635
Последнее время я себя ощущаю скорее:	74	37	mood	635
	75		mood_1_4	635
Я буду упорствовать, хотя люди говорят мне, что это невозможно	76	58	need_for_achieve_people_I_persist_	635

Я не успокоюсь, пока я не достигну желаемого уровня результатов	77	60	need_for_ach ive_I_persist _for_result	635
Я стараюсь выполнять свою работу как можно лучше, даже когда задачи, поставленные передо мной, трудны	78	61	need_for_ach ive_I_do_as_ well	635
Я никогда не откладывал важные дела до более удобного времени	79	62	need_for_ach ive_never_pu t_important_ off	635
Я трачу значительное количество своего времени на то, чтобы сделать организацию, к которой я принадлежу, лучше	80	63	need_for_ach ive_time_for _org	635
	81		need_for_ach ive_average	635
Вы получали какое-нибудь образование связанное с предпринимательством?	82	64	biss_edu_y_ n	635
	83		biss_edu_y_ n_1_0	635
Знание о предпринимательской среде	84	65	biss_edu_kn ow	635
Предпочтение стать предпринимателем	85	66	biss_edu_pre ference	635
Навыки необходимые для предпринимателя	86	67	biss_edu_skil ls	635
Стремление стать предпринимателем	87	68	biss_edu_des ire	635
	88		biss_edu_ave rage	635
Сколько букв в латинском алфавите?	89	69	overc_latlette r	635
Насколько вы уверены, что ваш ответ правильный?	90	70	overc_latlette r_measured	635
Кто из людей провел больше всего времени в космосе?	91	71	overc_cosmo navt	635
Насколько вы уверены, что ваш ответ правильный?	92	72	overc_cosmo navt_measer ed	635
Самая распространенная причина смерти в России?	93	73	overc_reason d	635

Насколько вы уверены, что ваш ответ правильный?	94	74	overc_reason d_measured	635
Три четверти какао поставляется из	95	75	overc_cacao	635
Насколько вы уверены, что ваш ответ правильный?	96	76	overc_cacao _measured	635
Бога предпринимательства зовут	97	77	overc_god	635
Насколько вы уверены, что ваш ответ правильный?	98	78	overc_god_ measured	635
	99		over_conf_a verage	635
Вы когда-нибудь задумывались о том, чтобы стать предпринимателем?	100	79	EI_thout	206
	101		EI_thout_0_ 5_10	206
Я готов сделать все, чтобы быть/стать предпринимателем	102	80	EI_ready	206
Моя профессиональная цель быть предпринимателем	103	81	EI_goal	206
Я приложу все усилия, чтобы управлять своей собственной компанией	104	82	EI_owncomp any	206
Я очень серьезно думал о создании фирмы	105	83	EI_serious	206
У меня есть твердое намерение основать фирму / новый бизнес (если есть уже имеющийся)	106	84	EI_intent	206
	107	85	EI_average	206
Я намереваюсь основать фирму / новый бизнес (если есть имеющийся), в течении следующих трех лет	108	86	EI_3yers	206
При желании, укажите вашу организацию.	109	87		
BART	113	89	BART	60

Приложение Б

Таблица Б.1 — Тепловая карта корреляций результатов по всей выборке.

	gender	education_1_7	age	profession_1_7	experience	income_1_9	open_bussiness_experience	type_style_1_4
gender		-0,036	-0,070	-0,073	-0,079	-0,174	-0,130	0,116
education_1_7	-0,036		0,208	0,032	0,183	0,046	0,085	-0,038
age	-0,070	0,208		-0,085	0,500	0,080	0,219	0,135
profession_1_7	-0,073	0,032	-0,085		0,080	0,453	0,242	-0,139
experience	-0,079	0,183	0,500	0,080		-0,006	0,168	0,060
income_1_9	-0,174	0,046	0,080	0,453	-0,006		0,345	-0,061
open_bussiness_experience	-0,130	0,085	0,219	0,242	0,168	0,345		-0,026
type_style_1_4	0,116	-0,038	0,135	-0,139	0,060	-0,061	-0,026	
industry_0_11	0,079	0,098	-0,019	0,237	0,058	0,156	0,072	-0,003
stage_org_1_6	0,069	0,036	0,252	0,049	0,204	-0,022	0,043	0,087
size_org_1_7	0,005	0,163	0,029	-0,036	0,172	-0,333	-0,121	0,032
market_1_4	0,033	0,074	0,073	0,268	0,135	0,167	0,063	0,024
product_1_4	-0,023	0,128	-0,005	0,236	0,056	0,143	0,087	-0,027
mood_1_4	-0,014	0,074	-0,092	0,181	0,004	0,122	0,077	-0,002
over_conf_average	-0,105	0,153	0,283	0,026	0,153	0,076	0,073	-0,008
illusion_of_control_average	-0,110	0,086	-0,046	0,208	-0,009	0,203	0,225	-0,184
lottery_0_10	0,002	0,061	-0,020	0,119	0,000	0,103	0,089	-0,034
grips_average	-0,065	0,046	-0,185	0,242	-0,089	0,223	0,139	-0,128
BART	0,104	-0,101	-0,041	0,190	-0,217	0,069	-0,027	0,020
social_norm_familiar_average	0,058	0,091	-0,137	0,160	-0,018	0,014	0,021	-0,041
selfef_average	-0,021	0,110	-0,085	0,246	-0,045	0,255	0,245	-0,137
motive_average	-0,023	0,010	-0,029	0,211	-0,005	0,307	0,229	-0,029
need_for_achievement_average	-0,006	0,073	0,001	0,052	0,001	0,072	0,130	-0,035
biss_edu_y_n_1_0	-0,026	0,179	0,095	0,080	0,035	0,102	0,148	0,072
biss_edu_average	0,020	0,078	-0,053	0,130	-0,024	0,130	0,138	0,004
EI_thout_0_5_10	-0,069	-0,006	0,009	0,448	-0,092	0,502	0,283	-0,078
EI_average	-0,236	-0,054	-0,083	0,270	-0,048	0,257	0,209	-0,105

Продолжение таблицы Б.1.

	industry_0_11	stage_org_0_6	size_org_0_7	market_1_4	product_1_4	mood_1_4	over_conf_average	illusion_of_control_average
gender	0,079	0,069	0,005	0,033	-0,023	-0,014	-0,105	-0,110
education_1_7	0,098	0,036	0,163	0,074	0,128	0,074	0,153	0,086
age	-0,019	0,252	0,029	0,073	-0,005	-0,092	0,283	-0,046
profession_1_7	0,237	0,049	-0,036	0,268	0,236	0,181	0,026	0,208
experience	0,058	0,204	0,172	0,135	0,056	0,004	0,153	-0,009
income_1_9	0,156	-0,022	-0,333	0,167	0,143	0,122	0,076	0,203
open_bussiness_experience	0,072	0,043	-0,121	0,063	0,087	0,077	0,073	0,225
type_style_1_4	-0,003	0,087	0,032	0,024	-0,027	-0,002	-0,008	-0,184
industry_0_11		0,204	0,119	0,372	0,195	0,065	0,019	0,068
stage_org_1_6	0,204		0,348	0,355	0,156	-0,032	0,039	-0,005
size_org_1_7	0,119	0,348		0,295	0,239	0,094	0,014	-0,014
market_1_4	0,372	0,355	0,295		0,427	0,058	0,012	0,099
product_1_4	0,195	0,156	0,239	0,427		0,178	0,039	0,133
mood_1_4	0,065	-0,032	0,094	0,058	0,178		0,029	0,221
over_conf_average	0,019	0,039	0,014	0,012	0,039	0,029		0,203
illusion_of_control_average	0,068	-0,005	-0,014	0,099	0,133	0,221	0,203	
loterry_0_10	-0,049	-0,037	0,041	0,002	0,067	0,164	0,060	0,187
grips_average	0,056	-0,035	-0,021	0,123	0,116	0,291	0,123	0,506
BART	0,009	-0,108	-0,197	0,033	-0,094	-0,028	0,113	-0,097
social_norm_familiar_average	0,003	-0,061	0,043	0,059	0,098	0,130	0,091	0,245
selfef_average	0,064	-0,028	-0,007	0,132	0,114	0,379	0,179	0,655
motive_average	0,072	-0,112	-0,204	0,046	0,139	0,238	0,130	0,388
need_for_achive_average	0,042	-0,063	0,002	0,027	0,103	0,312	0,128	0,414
biss_edu_y_n_1_0	0,059	0,005	-0,058	0,049	0,082	0,032	0,081	0,228
biss_edu_average	0,050	0,067	-0,105	0,083	0,052	0,188	0,114	0,433
EI_thout_0_5_10	0,164	0,155	-0,090	0,125	0,157	0,035	0,089	0,172
EI_average	-0,006	-0,014	-0,153	0,092	0,110	0,256	0,165	0,631

Продолжение таблицы Б.1 .

	loterry_0_10	grips_average	BART
gender	0,002	-0,065	0,104
education_1_7	0,061	0,046	-0,101
age	-0,020	-0,185	-0,041
profession_1_7	0,119	0,242	0,190
experience	0,000	-0,089	-0,217
income_1_9	0,103	0,223	0,069
open_bussiness_experience	0,089	0,139	-0,027
type_style_1_4	-0,034	-0,128	0,020
industry_0_11	-0,049	0,056	0,009
stage_org_1_6	-0,037	-0,035	-0,108
size_org_1_7	0,041	-0,021	-0,197
market_1_4	0,002	0,123	0,033
product_1_4	0,067	0,116	-0,094
mood_1_4	0,164	0,291	-0,028
over_conf_average	0,060	0,123	0,113
illusion_of_control_average	0,187	0,506	-0,097
loterry_0_10		0,222	0,211
grips_average	0,222		-0,014
BART	0,211	-0,014	
social_norm_familiar_average	0,119	0,206	0,153
selfef_average	0,252	0,580	0,022
motive_average	0,077	0,322	0,061
need_for_achive_average	0,116	0,313	-0,119
biss_edu_y_n_1_0	0,027	0,108	-0,071
biss_edu_average	0,116	0,397	-0,024
EI_thout_0_5_10	0,185	0,242	
EI_average	0,270	0,612	

	social_norm_familiar_average	selfef_average	motive_average	need_for_achive_average	biss_edu_y_n_1_0	biss_edu_average	EI_thout_0_5_10	EI_average
gender	0,058	-0,021	-0,023	-0,006	-0,026	0,020	-0,069	-0,236
education_1_7	0,091	0,110	0,010	0,073	0,179	0,078	-0,006	-0,054
age	-0,137	-0,085	-0,029	0,001	0,095	-0,053	0,009	-0,083
profession_1_7	0,160	0,246	0,211	0,052	0,080	0,130	0,448	0,270
experience	-0,018	-0,045	-0,005	0,001	0,035	-0,024	-0,092	-0,048
income_1_9	0,014	0,255	0,307	0,072	0,102	0,130	0,502	0,257
open_bussiness_experience	0,021	0,245	0,229	0,130	0,148	0,138	0,283	0,209
type_style_1_4	-0,041	-0,137	-0,029	-0,035	0,072	0,004	-0,078	-0,105
industry_0_11	0,003	0,064	0,072	0,042	0,059	0,050	0,164	-0,006
stage_org_1_6	-0,061	-0,028	-0,112	-0,063	0,005	0,067	0,155	-0,014
size_org_1_7	0,043	-0,007	-0,204	0,002	-0,058	-0,105	-0,090	-0,153
market_1_4	0,059	0,132	0,046	0,027	0,049	0,083	0,125	0,092
product_1_4	0,098	0,114	0,139	0,103	0,082	0,052	0,157	0,110
mood_1_4	0,130	0,379	0,238	0,312	0,032	0,188	0,035	0,256
over_conf_average	0,091	0,179	0,130	0,128	0,081	0,114	0,089	0,165
illusion_of_control_average	0,245	0,655	0,388	0,414	0,228	0,433	0,172	0,631
loterry_0_10	0,119	0,252	0,077	0,116	0,027	0,116	0,185	0,270
grips_average	0,206	0,580	0,322	0,313	0,108	0,397	0,242	0,612
BART	0,153	0,022	0,061	-0,119	-0,071	-0,024		
social_norm_familiar_average		0,336	0,156	0,194	0,109	0,268	-0,007	0,151
selfef_average	0,336		0,411	0,486	0,185	0,456	0,216	0,624
motive_average	0,156	0,411		0,543	0,111	0,364	0,168	0,441
need_for_achive_average	0,194	0,486	0,543		0,039	0,278	0,070	0,471
biss_edu_y_n_1_0	0,109	0,185	0,111	0,039		0,454	-0,012	0,182
biss_edu_average	0,268	0,456	0,364	0,278	0,454		0,146	0,556
EI_thout_0_5_10	-0,007	0,216	0,168	0,070	-0,012	0,146		0,397
EI_average	0,151	0,624	0,441	0,471	0,182	0,556	0,397	

Приложение В

Тепловая таблица корреляций по выборке предпринимателей в сервисе Google Sheets.

Таблица В.1. Тепловая карта корреляций результатов по предпринимателям.

	gender	education_1_7	age	experience	income_1_9	open_bussiness_experience	type_style_1_4
gender		0,009	0,026	-0,214	-0,081	-0,108	0,098
education_1_7	0,009		0,218	0,209	0,086	0,148	-0,055
age	0,026	0,218		0,601	-0,001	0,234	0,166
experience	-0,214	0,209	0,601		0,082	0,465	0,145
income_1_9	-0,081	0,086	-0,001	0,082		0,047	0,110
open_bussiness_experience	-0,108	0,148	0,234	0,465	0,047		0,109
type_style_1_4	0,098	-0,055	0,166	0,145	0,110	0,109	
industry_0_11	0,251	0,003	0,015	-0,043	0,067	-0,006	0,035
stage_org_1_6	0,159	-0,015	0,355	0,259	-0,020	0,033	0,113
size_org_1_7	-0,250	0,497	0,066	0,193	0,083	0,181	-0,230
market_1_4	0,109	0,053	0,093	0,080	0,134	-0,086	0,029
product_1_4	-0,015	0,101	-0,044	0,036	-0,077	0,132	-0,106
mood_1_4	-0,033	0,085	-0,147	-0,077	0,160	0,138	0,076
over_conf_average	-0,100	0,055	0,290	0,055	-0,108	-0,024	-0,066
illusion_of_control_average	0,044	0,028	0,023	0,077	0,097	0,241	-0,008
lottery_0_10	0,026	0,123	0,091	0,112	0,054	0,121	-0,072
grips_average	0,171	0,091	-0,301	-0,197	0,130	0,048	-0,053
BART	0,621	-0,322	-0,122	-0,265	-0,208	-0,094	0,012
social_norm_familiar_average	0,035	0,012	-0,212	-0,123	0,082	-0,016	0,151
selfef_average	0,150	0,059	-0,178	-0,060	0,317	0,225	0,077
motive_average	0,105	0,005	0,041	-0,010	0,070	0,173	0,087
need_for_achievement_average	0,010	0,024	0,126	0,043	0,131	0,152	0,102
biss_edu_y_n_1_0	-0,021	0,243	0,280	0,172	0,041	0,177	0,134
biss_edu_average	0,124	0,172	0,189	0,145	0,089	0,134	0,193
EI_thout_0_5_10	0,240	-0,055	0,064	0,082	0,042	0,257	0,187
EI_average	0,279	-0,191	-0,053	0,075	-0,030	0,294	0,181

	industry_0_11	stage_org_0_6	size_org_0_7	market_1_4	product_1_4	mood_1_4	over_conf_average	illusion_of_control_average
gender	0,251	0,159	-0,250	0,109	-0,015	-0,033	-0,100	0,044
education_1_7	0,003	-0,015	0,497	0,053	0,101	0,085	0,055	0,028
age	0,015	0,355	0,066	0,093	-0,044	-0,147	0,290	0,023
experience	-0,043	0,259	0,193	0,080	0,036	-0,077	0,055	0,077
income_1_9	0,067	-0,020	0,083	0,134	-0,077	0,160	-0,108	0,097
open_bussiness_experience	-0,006	0,033	0,181	-0,086	0,132	0,138	-0,024	0,241
type_style_1_4	0,035	0,113	-0,230	0,029	-0,106	0,076	-0,066	-0,008
industry_0_11		0,101	-0,066	-0,078	-0,126	0,068	-0,013	0,097
stage_org_1_6	0,101		0,017	0,149	-0,176	-0,348	0,131	0,196
size_org_1_7	-0,066	0,017		-0,013	0,117	0,152	-0,090	0,043
market_1_4	-0,078	0,149	-0,013		0,045	-0,103	-0,072	0,006
product_1_4	-0,126	-0,176	0,117	0,045		0,191	0,027	0,173
mood_1_4	0,068	-0,348	0,152	-0,103	0,191		-0,063	0,115
over_conf_average	-0,013	0,131	-0,090	-0,072	0,027	-0,063		0,043
illusion_of_control_average	0,097	0,196	0,043	0,006	0,173	0,115	0,043	
loterry_0_10	-0,020	0,014	0,174	0,079	0,112	0,186	-0,046	0,142
grips_average	0,041	0,074	-0,036	0,167	0,117	0,231	-0,075	0,390
BART	-0,204	0,078	-0,518	-0,130	-0,344	-0,175	0,396	-0,077
social_norm_familiar_average	-0,022	-0,135	0,026	-0,112	-0,017	0,173	-0,085	0,005
selfef_average	0,081	0,063	0,058	0,105	0,087	0,399	-0,032	0,424
motive_average	0,110	-0,101	-0,047	-0,184	0,115	0,112	0,149	0,319
need_for_achive_average	0,080	-0,011	-0,013	0,032	0,078	0,210	0,093	0,354
biss_edu_y_n_1_0	0,030	0,058	0,033	-0,004	0,023	0,014	0,014	0,215
biss_edu_average	0,030	0,186	-0,062	0,080	-0,053	0,119	0,012	0,183
EI_thout_0_5_10	0,016	-0,340	-0,252	-0,061	0,194	0,341	0,056	-0,096
EI_average	0,222	-0,042	-0,390	0,173	0,353	0,287	0,082	0,042

Продолжение таблицы В.1.

	loterry_0_10	grips_average	BART
gender	0,026	0,171	0,621
education_1_7	0,123	0,091	-0,322
age	0,091	-0,301	-0,122
profession_1_7			
experience	0,112	-0,197	-0,265
income_1_9	0,054	0,130	-0,208
open_bussiness_experience	0,121	0,048	-0,094
type_style_1_4	-0,072	-0,053	0,012
industry_0_11	-0,020	0,041	-0,204
stage_org_1_6	0,014	0,074	0,078
size_org_1_7	0,174	-0,036	-0,518
market_1_4	0,079	0,167	-0,130
product_1_4	0,112	0,117	-0,344
mood_1_4	0,186	0,231	-0,175
over_conf_average	-0,046	-0,075	0,396
illusion_of_control_average	0,142	0,390	-0,077
loterry_0_10		0,125	-0,114
grips_average	0,125		-0,175
BART	-0,114	-0,175	
social_norm_familiar_average	-0,014	0,053	-0,063
selfef_average	0,241	0,519	-0,082
motive_average	-0,088	0,180	0,285
need_for_achive_average	0,007	0,220	-0,116
biss_edu_y_n_1_0	0,072	-0,053	-0,240
biss_edu_average	0,026	0,118	-0,385
EI_thout_0_5_10	0,282	0,067	
EI_average	0,268	0,419	

	social_norm_familiar_average	selfef_average	motive_average	need_for_achive_average	biss_edu_y_n_1_0	biss_edu_average	EI_thout_0_5_10	EI_average
gender	0,035	0,150	0,105	0,010	-0,021	0,124	0,240	0,279
education_1_7	0,012	0,059	0,005	0,024	0,243	0,172	-0,055	-0,191
age	-0,212	-0,178	0,041	0,126	0,280	0,189	0,064	-0,053
profession_1_7								
experience	-0,123	-0,060	-0,010	0,043	0,172	0,145	0,082	0,075
income_1_9	0,082	0,317	0,070	0,131	0,041	0,089	0,042	-0,030
open_bussiness_experience	-0,016	0,225	0,173	0,152	0,177	0,134	0,257	0,294
type_style_1_4	0,151	0,077	0,087	0,102	0,134	0,193	0,187	0,181
industry_0_11	-0,022	0,081	0,110	0,080	0,030	0,030	0,016	0,222
stage_org_1_6	-0,135	0,063	-0,101	-0,011	0,058	0,186	-0,340	-0,042
size_org_1_7	0,026	0,058	-0,047	-0,013	0,033	-0,062	-0,252	-0,390
market_1_4	-0,112	0,105	-0,184	0,032	-0,004	0,080	-0,061	0,173
product_1_4	-0,017	0,087	0,115	0,078	0,023	-0,053	0,194	0,353
mood_1_4	0,173	0,399	0,112	0,210	0,014	0,119	0,341	0,287
over_conf_averagge	-0,085	-0,032	0,149	0,093	0,014	0,012	0,056	0,082
illusion_of_control_average	0,005	0,424	0,319	0,354	0,215	0,183	-0,096	0,042
loterry_0_10	-0,014	0,241	-0,088	0,007	0,072	0,026	0,282	0,268
grips_average	0,053	0,519	0,180	0,220	-0,053	0,118	0,067	0,419
BART	-0,063	-0,082	0,285	-0,116	-0,240	-0,385		
social_norm_familiar_average		0,243	0,093	0,094	0,069	0,159	-0,219	0,117
selfef_average	0,243		0,182	0,209	0,048	0,280	0,263	0,576
motive_average	0,093	0,182		0,666	0,066	0,240	-0,220	0,477
need_for_achive_average	0,094	0,209	0,666		0,017	0,228	-0,181	0,451
biss_edu_y_n_1_0	0,069	0,048	0,066	0,017		0,513	-0,269	-0,408
biss_edu_average	0,159	0,280	0,240	0,228	0,513		-0,278	0,138
EI_thout_0_5_10	-0,219	0,263	-0,220	-0,181	-0,269	-0,278		0,293
EI_average	0,117	0,576	0,477	0,451	-0,408	0,138	0,293	

Приложение Г

Источники дохода по всей выборке и по предпринимателям.

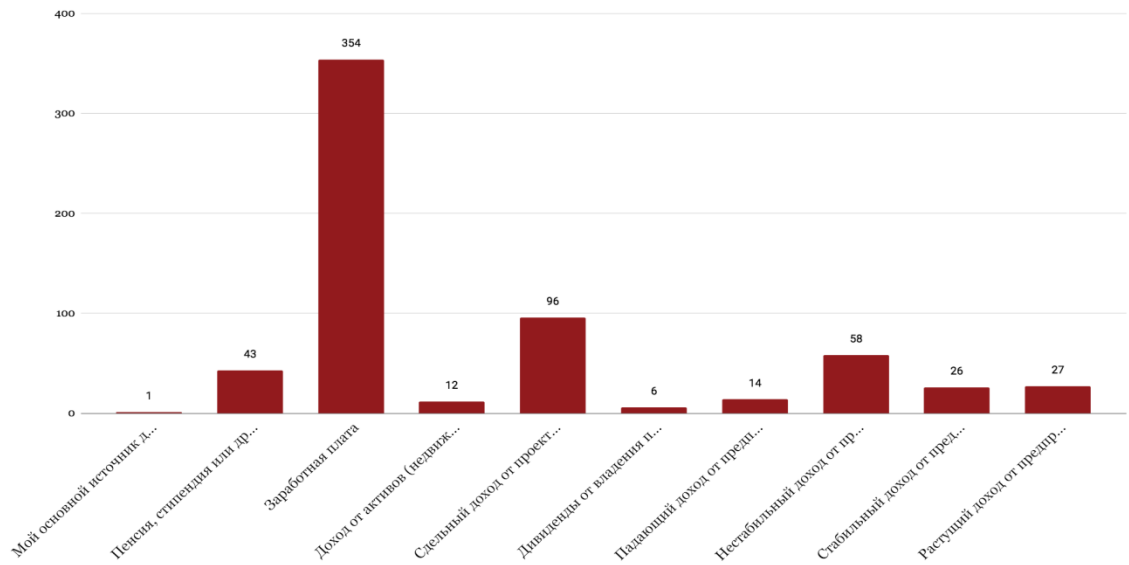


Рисунок Г.1 – Источники дохода по всей выборке

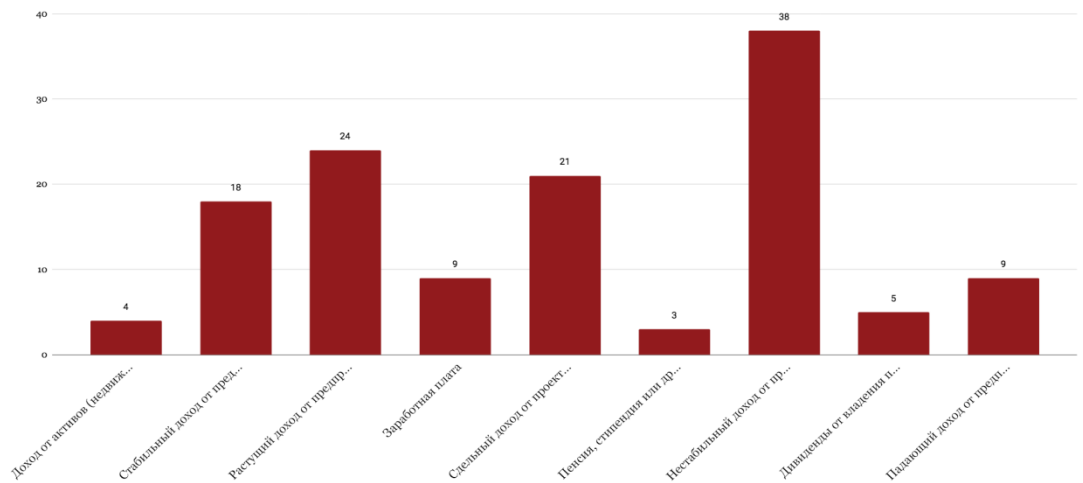


Рисунок Г.2 – Источники дохода среди предпринимателей

Приложение Д

Организационные условия указанные респондентами по всей выборке и отдельно предпринимателями.

Стадия организации

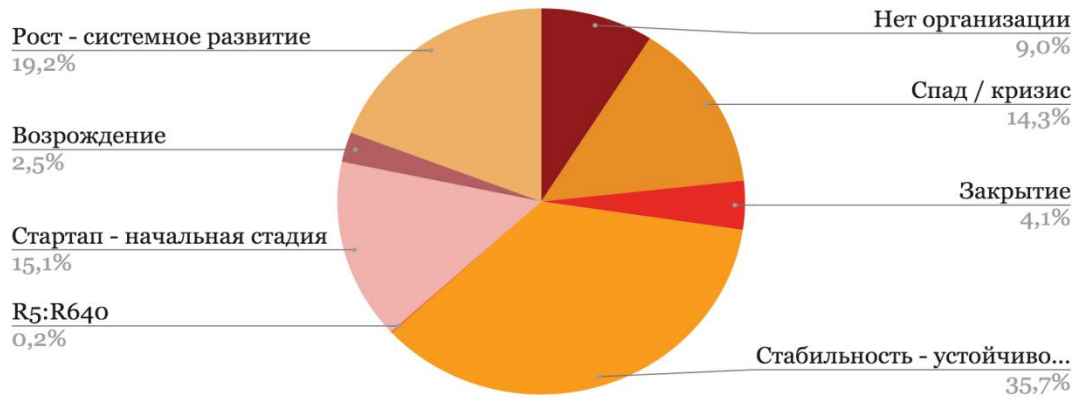


Рисунок Д1 — Стадия организаций по всем респондентам

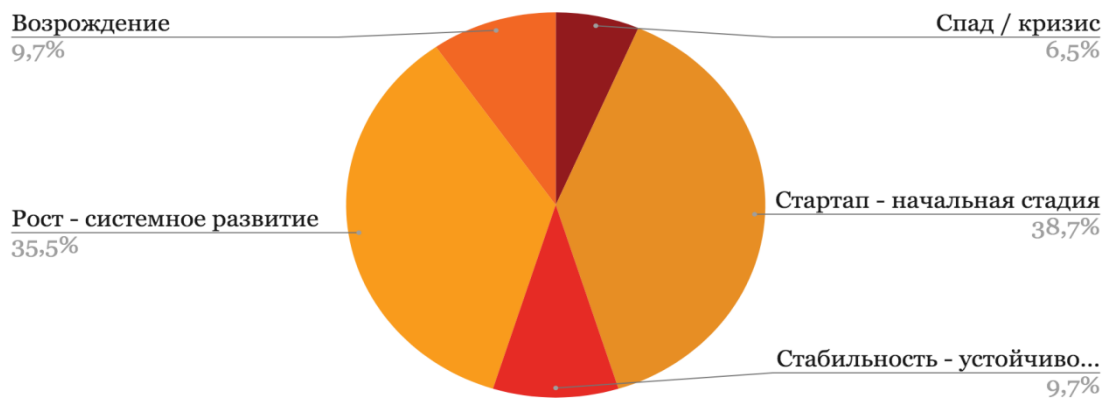


Рисунок Д.2 — Стадия организаций предпринимателей

Размер организации

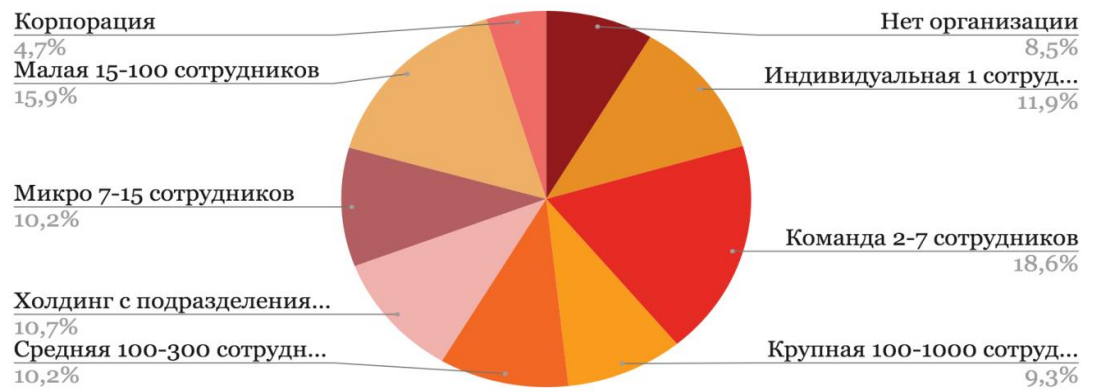


Рисунок Д.3 — Размер организаций по всей выборке

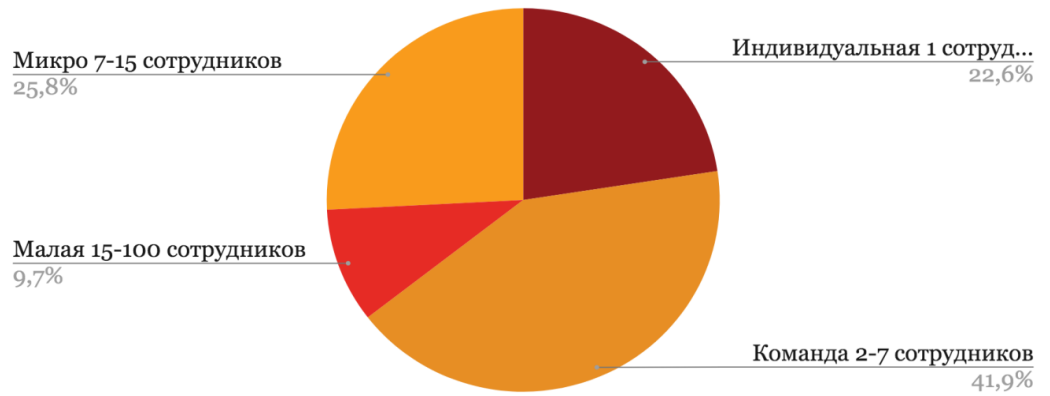


Рисунок Д.4 — Размер организаций предпринимателей

Условия рынка

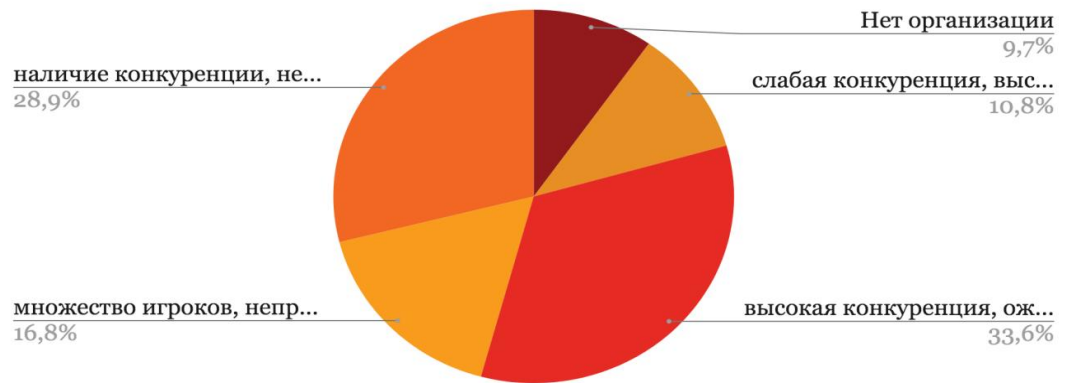


Рисунок Д.5 — Условия рынка по всей выборке

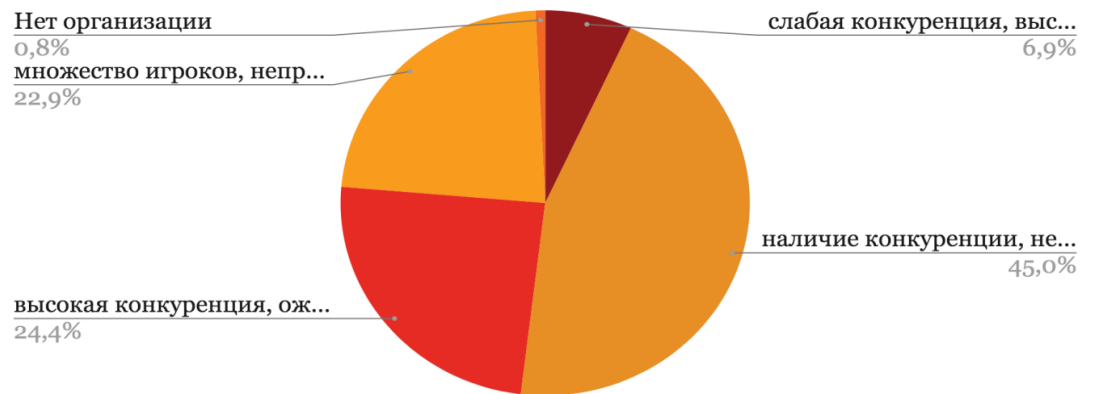


Рисунок Д.6 — Условия рынка среди предпринимателей

Продукт

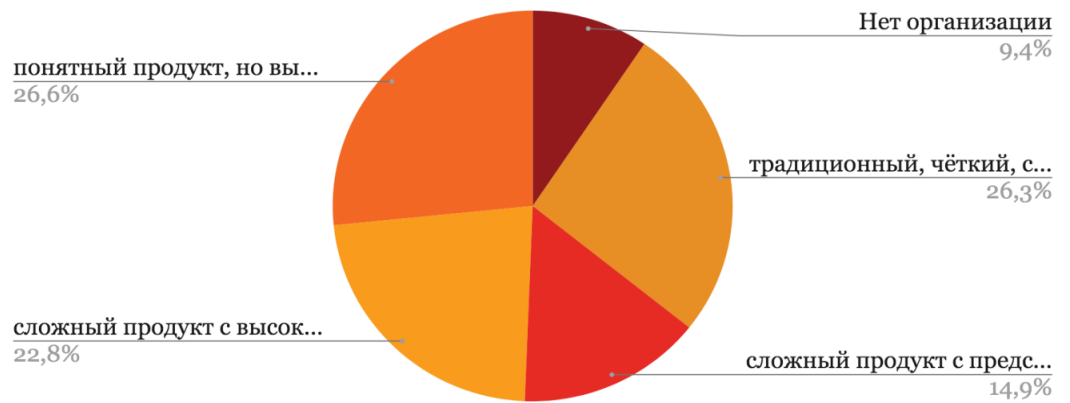


Рисунок 4.7 — Сложность продукта по всей выборке

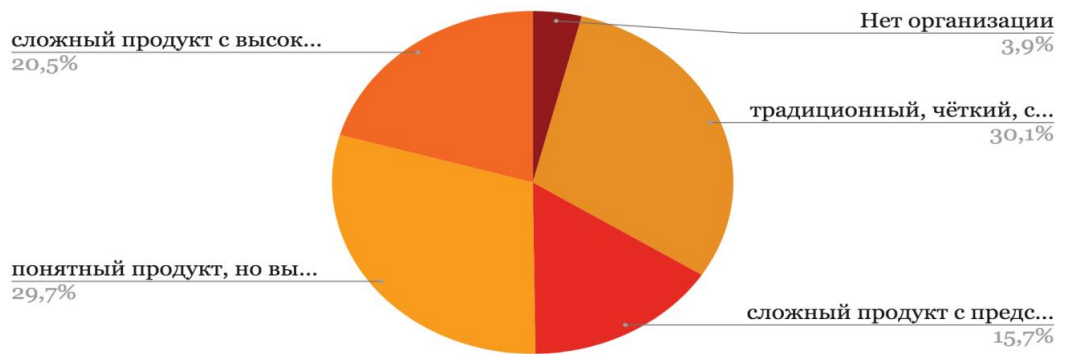


Рисунок 5.8. — Сложность продукта среди «сотрудников»

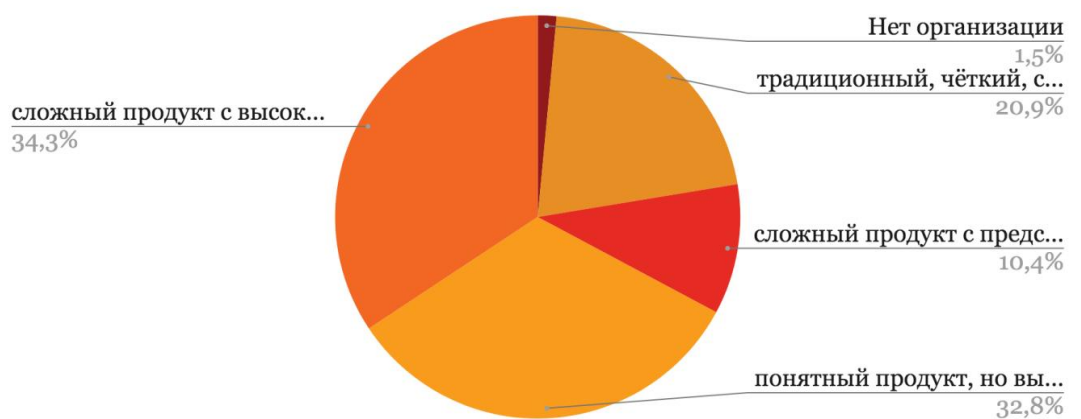


Рисунок Д.9 — Сложность продукта среди «управленцев»

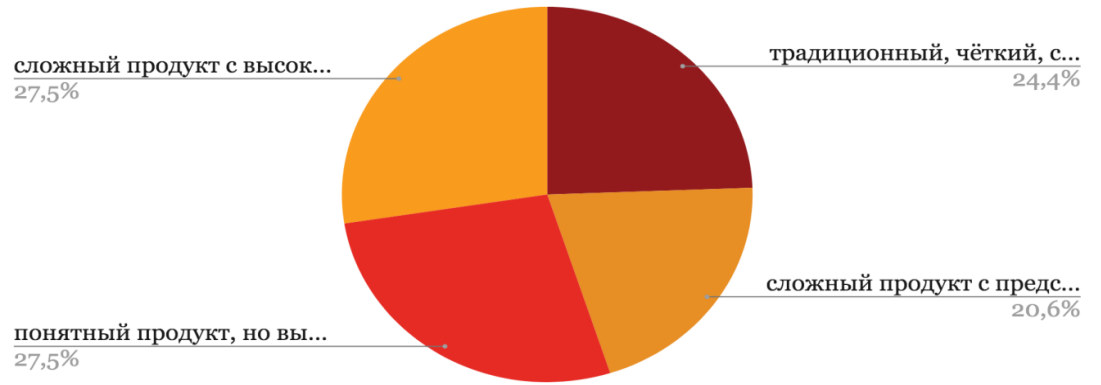


Рисунок Д.10 — Сложность продукта среди предпринимателей

Стиль

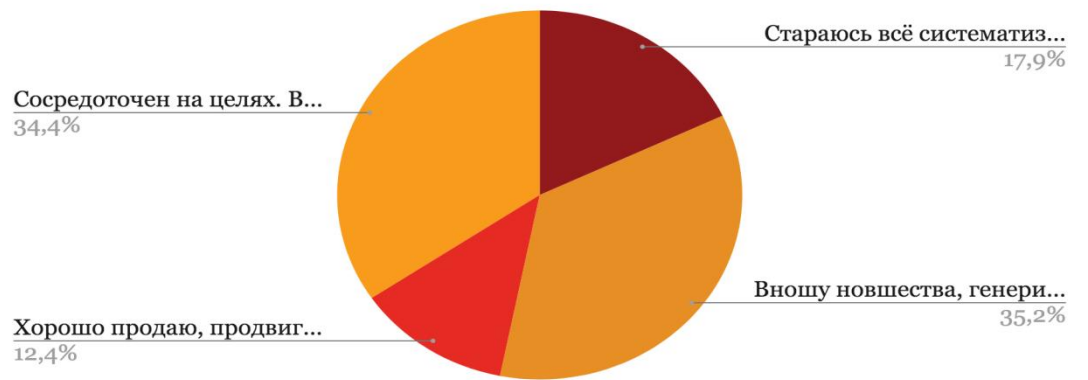


Рисунок Д.11 — Стилевая ориентация всей выборки.

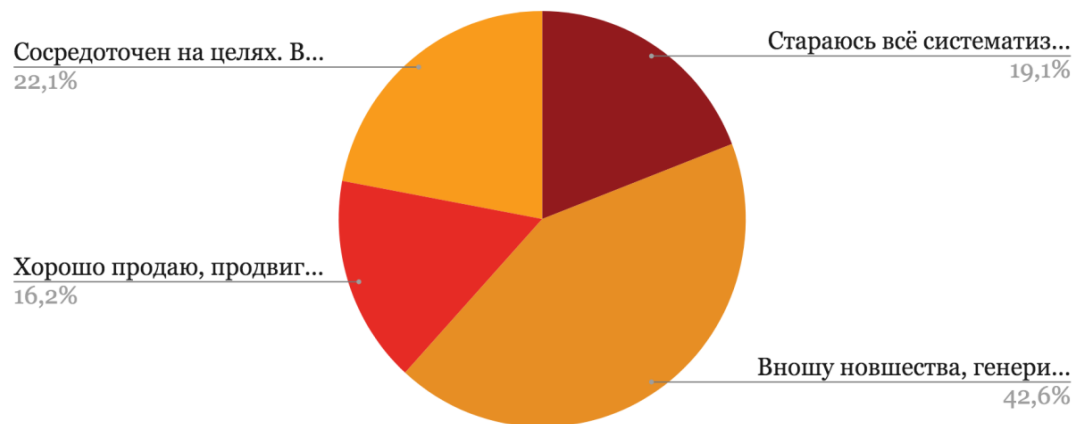


Рисунок Д.12 — Стилевая ориентация «управленцев»

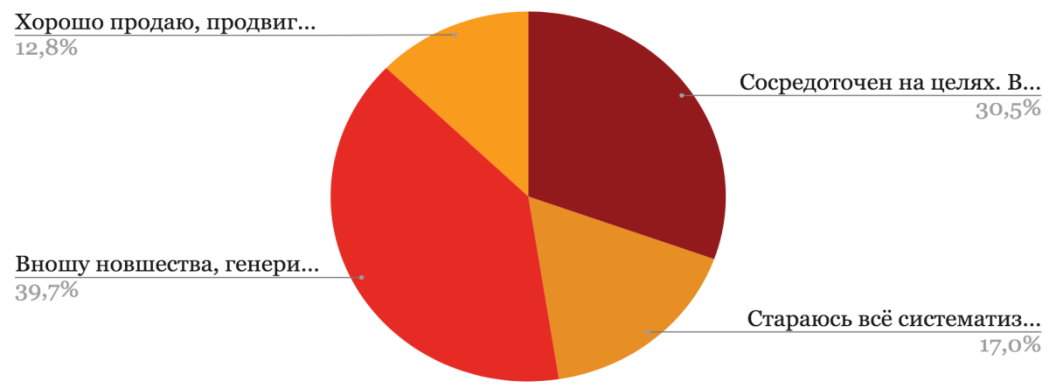


Рисунок Д.13 — Стилевая ориентация предпринимателей

Приложение Е

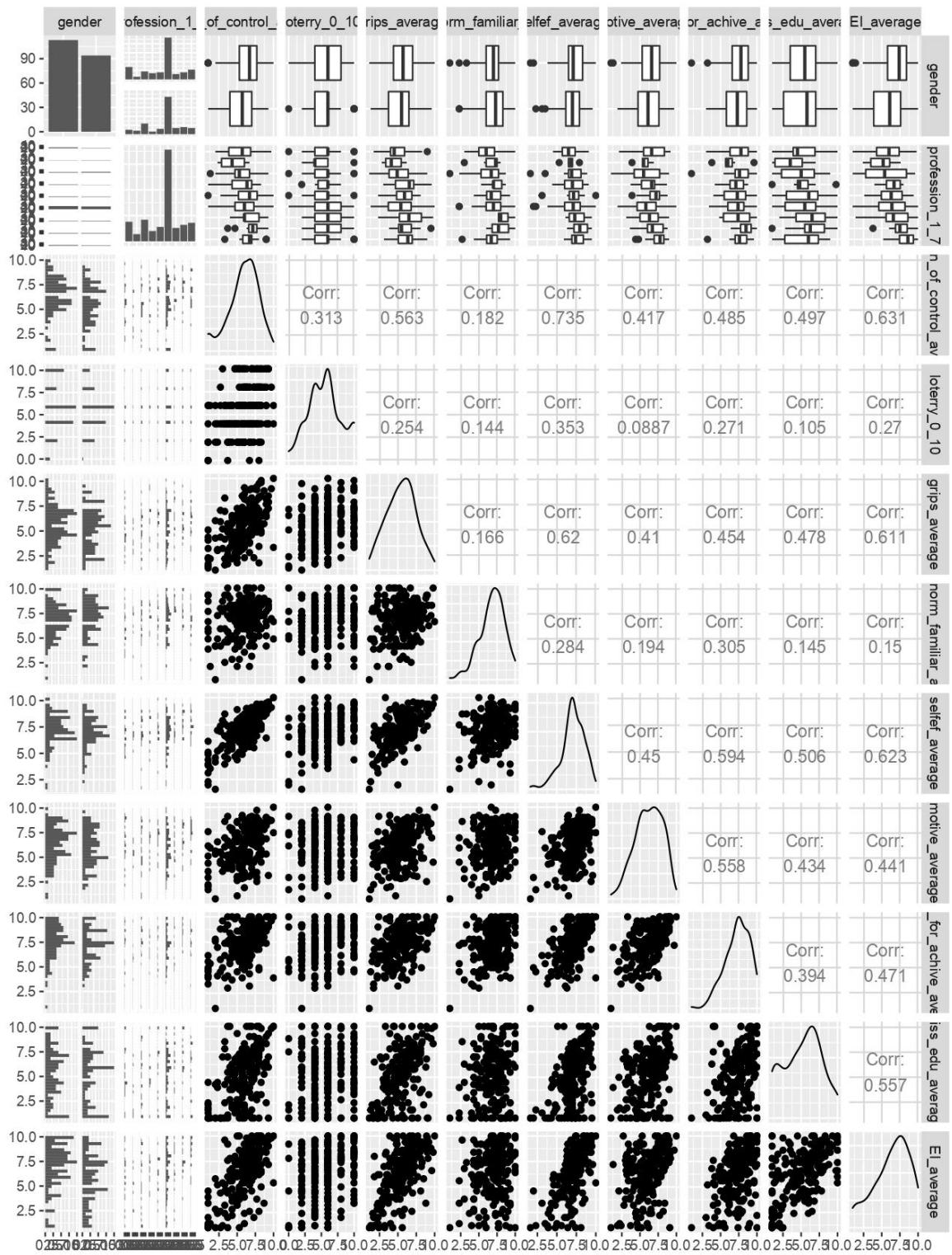


Рисунок Е.1 — Результаты регрессионной модели №2

	GVIIF	Df	GVIIF ^{1/(2*Df)}
illusion_of_control_average	2.586430	1	1.608238
loterry_0_10	1.206534	1	1.098423
grips_average	1.890117	1	1.374815
social_norm_familiar_average	1.284700	1	1.133446
selfef_average	3.125909	1	1.768024
motive_average	1.767645	1	1.329528
need_for_achive_average	2.101827	1	1.449768
biss_edu_average	1.630721	1	1.276997
gender	1.121691	1	1.059099
profession_1_7	1.587498	8	1.029306

Рисунок Е.2 — Результаты Variance Inflation Factor

```
> summary(data_EI_pca_without_prof)
Importance of components:
      PC1      PC2      PC3      PC4      PC5      PC6      PC7      PC8      PC9
Standard deviation  1.9640 1.4037 1.0012 0.95704 0.81650 0.71361 0.67127 0.62918 0.48109
Proportion of variance 0.3857 0.1971 0.1003 0.09159 0.06667 0.05092 0.04506 0.03959 0.02314
Cumulative Proportion 0.3857 0.5828 0.6830 0.77462 0.84128 0.89221 0.93727 0.97686 1.00000
      PC10
Standard deviation  1.221e-16
Proportion of variance 0.000e+00
Cumulative Proportion 1.000e+00
```

Рисунок Е.3 — Главные компоненты модели

```
> data_EI_pca_without_prof <- prcomp(matrix_x, scale = TRUE)
> v1 <- data_EI_pca_without_prof$rotation[,1]
> v1
      illusion_of_control_average      loterry_0_10      grips_average
      -0.4167915                    -0.2056302        -0.3818198
social_norm_familiar_average      selfef_average      motive_average
      -0.1777097                    -0.4361331        -0.3383036
      need_for_achive_average      biss_edu_average      gender0
      -0.3853181                    -0.3374127        -0.1408104
      gender1
      0.1408104
```

Рисунок Е.4 — Выявление главных компонентов модели

Приложение Ж



Рисунок Ж.1 — Респондент – Юрий Шевел, предприниматель в сфере услуг.



Рисунок Ж.2 — Анкетирование на FinNext 2020.



Рисунок Ж.3 — Респондент – Илья Швед, учредитель инновационной компании.

Приложение К

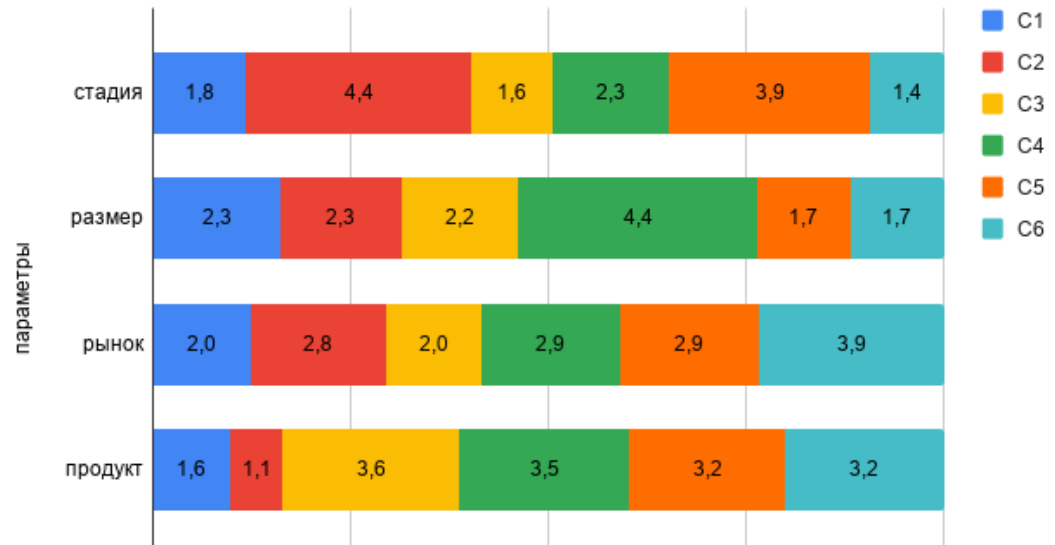


Рисунок К.1 — Распределение классов.

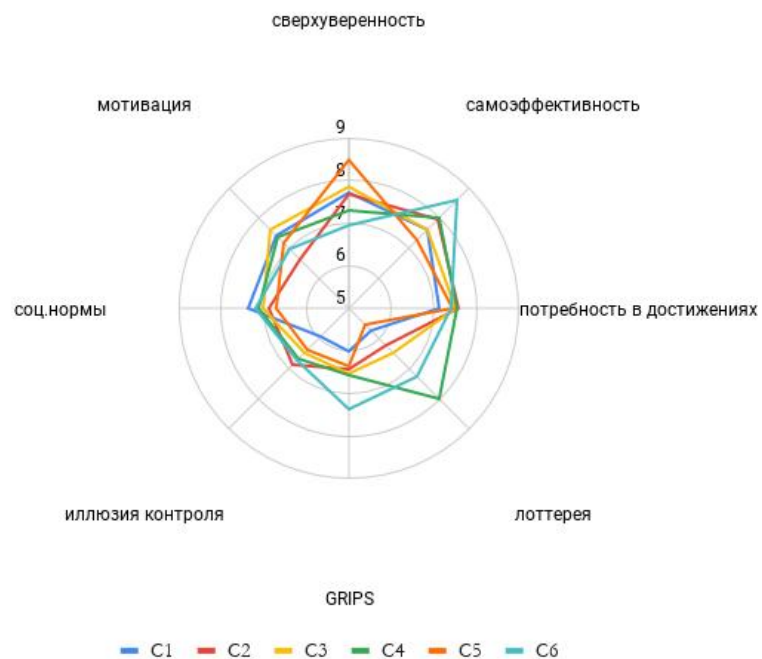


Рисунок К2. — Лепестковая диаграмма: класс и показатели.

Таблица К.1. — Класс и стилевая ориентация респондентов.

	C1	C2	C3	C4	C5	C6
менеджер	5	2	6	3	3	3
генератор	16	5	12	5	5	8
эмпат	3	2	1	5	3	3
достигатель	6	7	7	2	7	1

Таблица К.2. — Класс и указанная респондентами (шт.) индустрия.

	код	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Нет организации	0	0	0	0	0	0	0
Государственное учреждение	1	0	0	0	0	0	1
Благотворительность, некоммерческие организации	2	0	0	0	0	0	0
Информационные технологии	3	3	0	10	3	2	5
Промышленность, производство, строительство, инфраструктура	4	5	7	4	1	1	0
Ритейл, торговля	5	3	0	1	0	3	2
Финансы, банковский сектор, страхование, консультирование, юриспруденция	6	3	1	0	5	4	2
Медицина, фармакология, биология"	7	1	1	1	1	0	0
Сфера услуг, питание, сервис, туризм	8	8	5	5	2	0	3
Образование, медиа, культура, графика, музыка, реклама, маркетинг	9	5	2	5	2	6	1
Развлечения, игровая индустрия	10	2	0	0	0	0	0
Транспорт, логистика	11	0	0	0	0	2	0
Сельское хозяйство, рыболовство, добыча природных ресурсов, лес, нефть, газ	12	0	0	0	1	0	1

Приложение Л

Таблица Л.1. — Профессия и средние показатели по измеряемым показателям.

	Предпр. интенция	Сверх. уверен.	Мотив.	GRIPS	Лотер.	Илл. контр.	Дел. эф. образ.	Соц. нормы	Потрб. в дост.	Само-эффект.
Безработный	5,86	7,46	6,05	5,01	4,8	5,52	4,98	6,11	6,56	6,56
Благотворит.	4,44	7,48	5,96	4,70	5,6	4,95	4,11	6,83	6,89	6,94
Гос.служ.	5,57	7,70	5,86	5,17	5,6	5,50	4,58	6,54	7,46	7,03
Консультант	6,40	7,79	6,75	5,54	6,3	5,84	5,20	7,08	7,47	7,12
Фрилансер	6,36	7,44	6,83	5,40	5,3	5,95	5,48	6,81	7,22	7,11
Сотрудник	6,28	7,57	5,67	5,44	5,4	5,69	5,07	6,97	7,21	6,96
Студент	6,42	7,34	6,56	6,36	5,5	6,45	6,51	7,56	6,98	7,19
Управленец	7,56	7,40	6,77	6,06	5,9	6,95	5,97	7,66	8,02	7,98
Предприним.	8,29	7,76	7,27	6,44	6,4	6,45	5,67	7,05	7,43	7,75
Средние	6,36	7,55	6,41	5,57	5,7	5,92	5,29	6,96	7,25	7,18

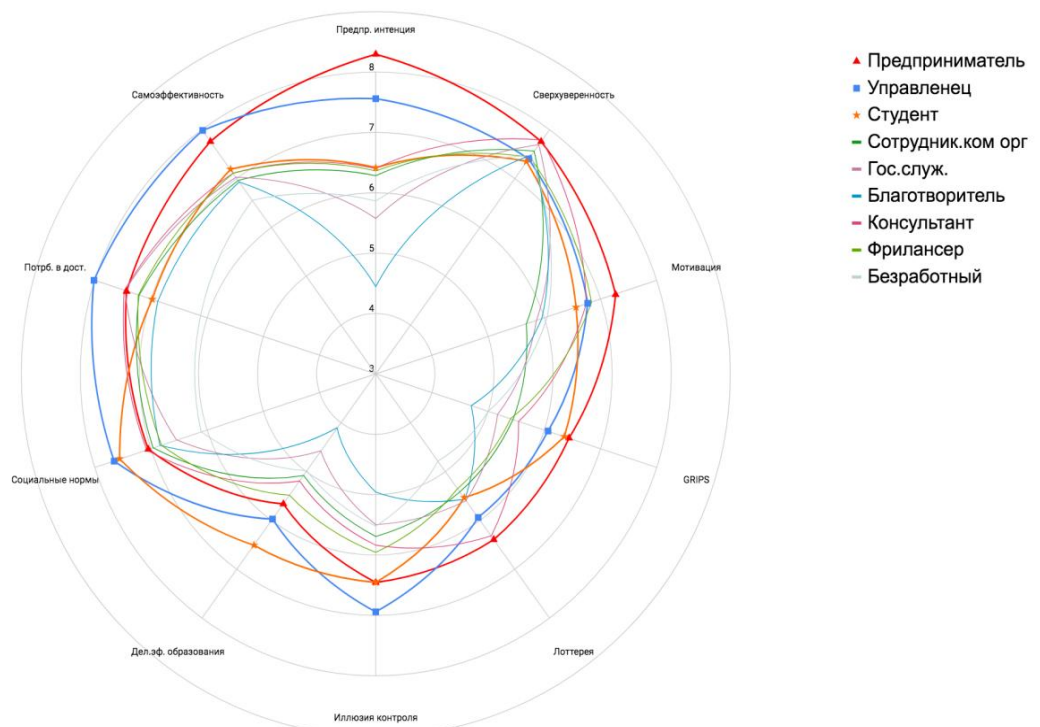


Рисунок Л.1 Лепестковый график.

Магистерская диссертация выполнена мной совершенно самостоятельно.

Все использованные в работе материалы и концепции изопубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Объем работы ____ листов.

Объем приложений ____ листов.

« ____ » _____ 2020 г.

(подпись)

/Зельдин Михаил Леонидович /