

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ

Николаев Д.В.^{1,2} Мылов И.Д.³, Иванюк Р.В.⁴

Аннотация

В статье проанализированы факторы предпринимательских намерений на основе данных более 60 стран. Выявлено, что такие факторы как уровень развития нового бизнеса в целом по экономике, уровень владения собственностью вновь образованного бизнеса и желание выбора предпринимательства в качестве основного вида деятельности, имеют существенную корреляционную связь с предпринимательскими намерениями.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательские намерения, анализ факторов, бизнес.

Постановка проблемы. Предпринимательство играет важнейшую роль в экономике любой страны. Благодаря предпринимателям поддерживается высокий уровень конкуренции и непрерывный процесс воспроизводства инноваций. Высокий уровень предпринимательской активности благоприятствует росту занятости и реальных доходов населения, повышению качества и разнообразию товаров, росту благосостояния, а также несёт в себе массу других положительных эффектов для общества.

Проблема повышения предпринимательской активности широко обсуждается в науке и практике. В основном интерес исследователей концентрируется на институционально-экономических вопросах предпринимательства. При этом на современном этапе все большую актуальность приобретают вопросы поиска факторов, формирующих положительные экономические ожидания предпринимателей, создающих стимулы к конкурентной активности и предпринимательским намерениям⁵. Указанные вопросы не достаточно полно освещены и требуют дальнейшего изучения.

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ (Российский фонд фундаментальных исследований) научного проекта №15-32-01273.

² Доцент кафедры экономики предприятия Школы экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток.

³ Магистрант Школы экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток.

⁴ Старший преподаватель академического департамента Школы экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток.

⁵ Предпринимательские намерения представляют собой одну из форм предпринимательской активности домохозяйств. Согласно методике Global Entrepreneurship Monitor (GEM), индекс «предпринимательские намерения» (Entrepreneurial Intention) отражает процентное отношение лиц в возрасте от 18 до 64 лет, вовлеченных в предпринимательскую деятельность в различных формах, за исключением предпринимателей теневого сектора и тех, кто намерен начать бизнес в ближайшие три года.

Кроме того, не менее важно изучение явления искажения стимулов к конкуренции. В рамках настоящего исследования, оно выражается в снижении предпринимательской активности и отказе от намерений заниматься предпринимательством.

Следовательно, исследование указанных явлений и факторов их провоцирующих будет способствовать более полному пониманию сути механизма конкуренции и предпринимательской активности, а также результативному поиску путей решения многих проблем, связанных с конкурентной инертностью.

Проанализировав ключевые факторы, формирующие стимулы к предпринимательству по 62 странам мира, мы попытались смоделировать их взаимосвязь, установить степень влияния и значимость в модели. В итоге мы выявили неочевидные закономерности, которые подробно описанные в параграфе «основные результаты исследования».

Анализ последних исследований и публикаций. Предпринимательство – достаточно популярная область исследования. Существует множество работ, в которых авторы пытались постичь закономерности поведения предпринимателей в т.ч. их мотивы, стимулы, закономерные условия и факторы, побуждающие к предпринимательским намерениям.

Одним из первых описал роль субъекта в рыночных взаимоотношениях А. Смит (1759). В концепции А.Смита каждым участником рынка движет главный мотив – эгоизм. Преследуя свои личные интересы, индивид служит достижению общественных целей лучшим образом, чем, если бы делал это исходя из альтруистических или каких-либо других побуждений [15].

На наш взгляд, для понимания предпринимательских намерений уместно упомянуть теорию рационального действия (ТРД) И.Айзена. Согласно ТРД, поведение человека определяется намерением совершить действие, а намерение в свою очередь зависит от его отношения к поведению и его субъективных норм [1].

Наиболее полный анализ факторов, влияющих на предпринимательство, проводился в основном в более поздних работах, после того, как достигли достаточно высокого уровня развития методы сбора и распространения статистической информации.

Последние работы авторов посвящены в основном исследованию влияния внешних факторов на предпринимательство. Наиболее часто анализируется в исследованиях такой фактор, как бюрократия. Действительно этот фактор имеет большое значение, ведь чем меньше преград во взаимоотношениях с государственными органами, тем охотнее индивиды готовы заниматься предпринимательской деятельностью [3; 9].

При этом согласно эксперименту, проведённому Р.Банкен и др., различный уровень образования и знаний среди студентов МБА может

объяснить вариацию в восприятии ограничения ресурсов и бюрократических барьеров [3; 9].

Не менее важным условием формирования устойчивых предпринимательских намерений является осознанное освоение профильного образования в области предпринимательства. Получение профильного образования по предпринимательству повышает личную эффективность, а также желание открыть своё личное дело [13; 14]. Кроме того, существует тесная взаимосвязь между образованием, уверенностью в своих силах и намерением заниматься предпринимательской деятельностью [6; 12].

Важным фактором предпринимательских намерений выступает благоприятная экономическая политика, обязательными приоритетами которой должны быть: эффективное образование, использование новейших информационных технологий, доступ к финансированию и отсутствие коррупции [5].

Особый интерес и научную ценность представляют исследования о роли человеческих потребностей в побуждающем к предпринимательству механизме. Так самоэффективность и потребность в самореализации играют важную роль в намерении заниматься предпринимательством [2; 13].

Эмоциональный интеллект косвенно влияет на предпринимательские намерения. По мнению Р. Мортан и др., эмоциональный интеллект в бизнесе важнее IQ, так как он способствует налаживанию благоприятных отношений с клиентом [11].

Такие факторы, как пол, предпринимательский опыт, лидерские качества не имеют значительного влияния на предпринимательские намерения работающих по найму. Более того, чем стабильнее финансовое положение опрашиваемого, тем менее он склонен к предпринимательству [7].

Целью исследования является установление наиболее значимых закономерных связей предпринимательских намерений с факторами восприятия внешних условий.

Основные результаты исследования. Для целей анализа нами были отобраны 20 факторов (См. Таб. 1 в Приложении), которые, согласно нашей гипотезе, имеют существенное влияние на стремление граждан заниматься предпринимательской деятельностью.

Определения индексов, используемых в анализе, приведены в Таб. 2. Степень связи была оценена с использованием метода корреляционного анализа. Расчёты проведены на основе данных 62 стран мира.

Корреляция между индексами, показавшими среднюю и высокую корреляцию, представлена в таблице 3.

Таблица 2. - Определения индексов, используемых в корреляционном анализе [4,8,16]

Название индекса	Определение
Human Development Index	Согласно методике United Nations Development Programme (UNDP) является суммарным показателем усреднённых достижений в ключевых аспектах развития человека: долгая и здоровая жизнь, получение качественного образования и достойный уровень жизни. ИРЧП представляет собой среднее геометрическое нормализованных индексов для каждого из трёх аспектов.
Corruption Perceptions Index (CPI)	Согласно методике, составленной компанией «Transparency International», является рейтингом государств мира, отражающим оценку уровня восприятия коррупции аналитиками и предпринимателями по сто балльной шкале.
Perceived Capabilities	Согласно методике GEM индекс «Предполагаемая самооэффективность» отражает процентное отношение лиц в возрасте от 18 до 64 лет, которые считают, что имеют необходимые навыки и знания, для того, чтобы начать свой собственный бизнес.
Entrepreneurship as Desirable Career Choice	Согласно методике GEM индекс «Желание выбора предпринимательства в качестве основного вида деятельности» отражает процентное отношение лиц в возрасте от 18 до 64 лет, которые согласны с утверждением, что в их стране, большинство людей хотят выбрать предпринимательство в качестве основного вида деятельности.
New Business Ownership Rate	Согласно методике GEM индекс «Уровень владения собственностью вновь образованного бизнеса» отражает процентное отношение лиц в возрасте от 18 до 64 лет, которые являются собственниками вновь образованного бизнеса, существующего более 3-х, но не более 42-х месяцев, и выплачивающих аренду, заработную плату и пособия.
Total early-stage Entrepreneurial Activity	Согласно методике GEM индекс «Уровень развития нового бизнеса в целом по экономике» является основным показателем, который отражает процентное отношение лиц в возрасте от 18 до 64 лет, которые основывали свой собственный бизнес за последние 3,5 года.

Таблица 3. - Корреляционная матрица индексов предпринимательской активности⁶

	<i>Entrepreneurial Intention</i>	<i>Human Development Index (HDI)</i>	<i>Corruption Perceptions Index CPI 2014 Score</i>	<i>Perceived Capabilities</i>	<i>Entrepreneurship as Desirable Career Choice</i>	<i>New Business Ownership Rate</i>	<i>Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)</i>
Entrepreneurial Intention	1						
Human Development Index (HDI)	-0,5102	1					
Corruption Perceptions Index	-0,3832	0,767315	1				
Perceived Capabilities	0,606768	-0,54523	-0,42679	1			
Entrepreneurship as Desirable Career Choice	0,559143	-0,5436	-0,5196	0,490203	1		
New Business Ownership Rate	0,65516	-0,52484	-0,44313	0,490763	0,531802	1	
Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)	0,851383	-0,46276	-0,35077	0,618148	0,467574	0,808972	1

Значение показателя корреляции от 0,3 до 0,5 свидетельствует о слабой корреляции, значение от 0,5 до 0,7 – о средней, значение от 0,7 до 0,9 – о высокой.

Низкую корреляционную взаимосвязь имеет индекс «Entrepreneurial Intention» с индексом «Corruption Perceptions Index Score».

Средняя корреляционная связь проявилась между анализируемым индексом и индексами: «Human Development Index (HDI)», «Perceived Capabilities», «Entrepreneurship as Desirable Career Choice» и «New Business Ownership Rate».

Высокая корреляция имеет место с индексом «Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)».

Согласно значению t-статистики индекс «Human Development Index», «Corruption Perceptions Index» и «Perceived Capabilities» статистически не значимы.

В свою очередь индексы «Entrepreneurship as Desirable Career Choice», «New Business Ownership Rate» и «Total early-stage Entrepreneurial Activity» имеют значения t-статистики 2.5515, -1.9689 и 7.3534 соответственно. Уровень значимости составляет менее 0,05, следовательно, можно сделать вывод о наличии различий между группами.

Далее, каждый из фактор модели был проанализирован на Р-значение или вероятность ошибки при отклонении нулевой гипотезы (H0). Среди факторов рассматриваемой группы, фактор «Human Development Index», «Corruption Perceptions Index» и «Perceived Capabilities» имеют Р-значение 0.2371, 0.6811 и 0.8409 соответственно. Расчетные Р-значения свидетельствуют о высокой вероятности ошибки.

Факторы «Entrepreneurship as Desirable Career Choice», «New Business Ownership Rate» и «Total early-stage Entrepreneurial Activity» имеют Р-

⁶ Рассчитано авторами по данным [4, 8, 16]. Полные определения индексов, указаны в таблице 1.

значение: 0.0134, 0.0548 и 9.0154E-10 соответственно, а значит и невысокую вероятность ошибки при выборе факторов для построения модели.

Результаты проведенного анализа по критериям t-Стюдента и Р-значение показали, что значимыми факторами для модели множественной регрессии являются факторы: «Entrepreneurship as Desirable Career Choice», «Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)» и «New Business Ownership Rate».

С целью определения вклада каждого фактора (индекса) в вариацию «Entrepreneurial Intention», была построена множественная регрессионная модель:

$$y = -14,10 + 0,2619 \cdot x_1 - 0,8501 \cdot x_2 + 1,7996 \cdot x_3, \quad (1)$$

здесь y – Entrepreneurial Intention, X_1 – Entrepreneurship as Desirable Career Choice, X_2 – New Business Ownership Rate, X_3 – Total early-stage Entrepreneurial Activity.

Величина коэффициента множественной корреляции для отобранных трёх факторов имеет высокое значение, более 0,70 единиц.

R^2 в нашей модели составил 77%. Это означает, что отобранные нами коэффициенты на 77% описывают влияние на результирующий фактор. При этом 23% – это влияние остальных неучтённых в модели факторов.

Рассчитанный коэффициент Фишера для модели больше табличного значения, а значит объясненная дисперсия существенно больше, чем необъясненная, и модель является значимой.

Существенная корреляция с индексом «Total early-stage Entrepreneurial Activity» свидетельствует о том, что наличие успешных моделей поведения в молодом бизнесе имеет положительную связь с предпринимательскими намерениями. На наш взгляд эта связь объясняется эффектом положительных экономических ожиданий в сфере предпринимательства.

Прямая корреляционная связь, установленная с индексом «Entrepreneurship as Desirable Career Choice», говорит о том, что намерения заниматься предпринимательством связаны с наличием в окружении лиц, воспринимающих предпринимательство как основной и долгосрочный вид трудовой деятельности.

На основе связи с индексом «New Business Ownership Rate», можно предположить, что побудительным мотивом предпринимательских намерений, вероятно, выступает желание обладать собственным бизнесом и высокий статус, ассоциированный с ним.

Существенной связи между восприятием коррупции и предпринимательскими намерениями не обнаружено.

Обратная связь между «Human Development Index (HDI)» и «Entrepreneurial Intention» свидетельствует о малой склонности категории

лиц с высоким HDI к предпринимательству. Вероятно, это обусловлено не расположенностью к риску.

Наибольший вклад в вариацию предпринимательских намерений вносит индекс «Total early-stage Entrepreneurial Activity» и «Entrepreneurship as Desirable Career Choice».

Основываясь на данных регрессионной модели, скажем что, достаточно сильным стимулом предпринимательских намерений являются доступные для имитирования, формирующие положительные ожидания, успешные модели поведения предпринимателей.

Также, положительное восприятие обществом предпринимательства и наличие в окружении индивида лиц, проявляющих желание заниматься предпринимательством в качестве основного вида деятельности, выступает сильным побуждающим стимулом к предпринимательским намерениям.

Выводы. Полученные результаты могут быть полезны как в теории понимания механизма формирования предпринимательских намерений, так и на практике в целях разработки политики развития конкуренции и предпринимательства.

Основываясь на полученных результатах, можно утверждать, что достаточно эффективными направлениями по развитию предпринимательства и конкуренции могут стать мероприятия, способствующие восприятию предпринимательства в качестве основного вида деятельности. К таким мероприятиям можно отнести: включение дисциплины «предпринимательство» в список основных дисциплин, преподаваемых в университетах; формирование у студентов предпринимательского образа мышления; воспитание положительного отношения к предпринимательской деятельности; эффективное образование и прочие.

Определяющее значение при формировании предпринимательских намерений играют положительные экономические ожидания. В данном случае они выступают связующим звеном между предпринимательскими намерениями с одной стороны и факторами «New Business Ownership Rate», «Total early-stage Entrepreneurial Activity» с другой. В этом отношении нам видятся перспективными мероприятия способствующие формированию положительных экономических ожиданий предпринимательской деятельности. Например, способствование распространению в обществе опыта успешных моделей поведения малых инновационных предприятий будет побуждать к имитациям, созданию новых фирм и росту конкурентной активности.

Не менее важны для формирования ожиданий меры по преодолению неполноты информации. Например, меры по совершенствованию методики расчета и представления статистических данных, в т.ч. детализация перечня экономических показателей, способных дать представление потенциальному предпринимателю о перспективах входа в рынок.

Список литературы

1. Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2): 179–211.
2. Boukamcha F. (2015). Impact of training on entrepreneurial intention: an interactive cognitive perspective. *European Business Review*, 27 (6): 593–616.
3. Bouncken R.B., Cesinger B., Kraus S. (2014). The role of entrepreneurial risks in the intercultural context: A study of MBA students in four nations. *European Journal of International Management*, 8 (1): 20–54.
4. Global Entrepreneurship Monitor // Global Entrepreneurship Research Association / www.gemconsortium.org/data.
5. Driouchi A., Gamar A. (2015) Entrepreneurship and its Link to Corruption: Assessment with the Most Recent World and Country-Group Data. <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/62271/>
6. Han T.N.N., Van Nguyen P., Nguyen H.B. (2015). The investigation of entrepreneurial intention among International University. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13 (1): 105–122.
7. Hatak I., Harms R., Fink M. (2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. *Journal of Managerial Psychology*, 30 (1): 38–53.
8. Human Development Statistical Tables 2014 // United Nations Development Programme «Human Development Reports» / www.hdr.undp.org/en/data.
9. Kibler E., Kautonen T., Fink M. (2014). Regional Social Legitimacy of Entrepreneurship: Implications for Entrepreneurial Intention and Start-up Behaviour. *Regional Studies*, 48 (6): 995–1015.
10. Mohd N., Maat S.M., Mat S.C. (2015). A study on entrepreneurial intention among engineering technology students. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (4): 348–355.
11. Mortan R.A., Ripoll P., Carvalho C., Bernal M.C. (2014) Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 30 (3): 97–104.
12. Padilla-Meléndez A., Fernández-Gámez M.A., Molina-Gómez J. (2014). Feeling the risks: effects of the development of emotional competences with outdoor training on the entrepreneurial intent of university students *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10 (4): 861–884.
13. Rankhumise E.M. (2014). Entrepreneurial intentions among students: A case of Tshwane University of Technology. *South Africa Problems and Perspectives in Management*, 12 (2): 105–111.
14. Saeed S., Yousafzai S.Y., Yani-De-Soriano M., Muffatto M. (2015). The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention *Journal of Small Business Management*, 53 (4): 1127–1145.
15. Smith A. (1759) *The Theory of Moral Sentiments*.

16. The 2014 corruption perceptions index // Transparency International – The Global Anti-Corruption Coalition /www.transparency.org/cpi2014.

Таблица 1. Индексы, используемые в корреляционном анализе [16]

Оригинальное название индекса на английском языке	Перевод
Entrepreneurial Intention	Намерение заниматься предпринимательством
Human Development Index	Индекс развития человеческого потенциала
Corruption Perceptions Index	Индекс восприятия коррупции
Perceived Capabilities	Предполагаемая самооэффективность
Perceived Opportunities	Предполагаемые возможности
Fear of Failure Rate	Страх наступления неудачи
Know Startup Entrepreneur Rate	Знания о формировании стартапов
Entrepreneurship as Desirable Career Choice	Желания выбора предпринимательства в качестве основного вида деятельности
High Status Successful Entrepreneurship	Высокий статус успешного предпринимательства
Media Attention for Entrepreneurship	Внимание СМИ к предпринимательству
Nascent Entrepreneurship Rate	Оценка уровня развития предпринимательства
New Business Ownership Rate	Уровень владения собственностью вновь образованного бизнеса
Total early-stage Entrepreneurial Activity	Уровень развития нового бизнеса в целом по экономике
Established Business Ownership Rate	Оценка владений основанного бизнеса
Necessity-Driven Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence	Необходимость развития предпринимательства: относительная распространённость
Improvement-Driven Opportunity Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence	Увеличение возможностей для предпринимательской активности: относительная распространённость
Total early-stage Entrepreneurial Activity for Male Working Age Population	Уровень развития вновь создаваемых предприятий мужчинами трудоспособного возраста
Total early-stage Entrepreneurial Activity for Female Working Age Population	Уровень развития вновь создаваемых предприятий женщинами трудоспособного возраста
Informal Investors Rate	Уровень участия неформальных инвесторов
Growth Expectation early-stage Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence	Рост ожиданий вновь создаваемых предприятий: относительная распространённость
New Product early-stage Entrepreneurial Activity	Появление нового продукта во вновь создаваемом бизнесе
International Orientation early-stage Entrepreneurial Activity	Международная ориентация вновь создаваемых предприятий