

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ  
ДОМОХОЗЯЙСТВ\*****Павел Леонидович ГЛУХИХ**

кандидат экономических наук, доцент, Уральский государственный педагогический университет,  
Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук,  
Центр региональных компаративных исследований,  
Екатеринбург, Российская Федерация  
Gluchih\_P\_L@mail.ru  
ORCID: отсутствует  
SPIN-код: 9140-6998

**История статьи:**

Получена 31.05.2017  
Получена в доработанном  
виде 09.04.2018  
Одобрена 23.04.2018  
Доступна онлайн  
15.08.2018

УДК 332.158

JEL: D03, D13, L26, R23

**Ключевые слова:**

организация бизнеса,  
предпринимательская  
активность, методика оценки  
предпринимательства

**Аннотация**

**Предмет.** По разным причинам ежегодно уменьшается процент потенциальных предпринимателей. Среди студентов готовность к предпринимательству составляет 9%, через 5 лет этот показатель возрастает до 53%. Фактически предпринимателями становятся только 5,8% от взрослого трудоспособного населения. Недополученный эффект от потери потенциального среднестатистического предпринимателя существенно различается по регионам и обусловлен региональными факторами предпринимательского поведения домохозяйств.

**Цели.** На основе обобщения теоретических подходов к предпринимательству в рамках концепции домохозяйства разработать авторскую трактовку предпринимательского потенциала домохозяйства и выделить этапы его реализации.

**Методология.** Апробирована авторская методика, позволяющая, в отличие от существующих подходов, оценить сложившиеся в регионе (и/или федеральном округе) условия (стремление к собственному бизнесу, оценка условий для предпринимательской деятельности, ожидаемая прибыль от бизнеса) для реализации предпринимательского потенциала.

**Результаты.** Путем расчета интегральных индексов, включающих статистические и социологические характеристики, установлено, что Центральный федеральный округ характеризуется не самой высокой предпринимательской активностью. Напротив, Южный федеральный округ – это регион с большим предпринимательским потенциалом.

**Выводы.** Специфика и наиболее острые проблемы, стоящие перед каждым типом федеральных округов, позволили сформулировать направления институционального обеспечения оптимизации воспроизводственных функций домохозяйств.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2017

**Для цитирования:** Глухих П.Л. Региональные факторы предпринимательского поведения домохозяйств // Региональная экономика: теория и практика. – 2018. – Т. 16, № 8. С. 1576 – 1590.  
<https://doi.org/10.24891/re.16.8.1576>

Поведение человека или всего домохозяйства складывается из серии последовательных действий. Как правило, поступку предшествует, во-первых, восприятие (формирование субъективного образа предмета, явления или процесса); во-вторых, осмысление (его постижение); в-третьих, понимание ситуации и себя в ней;

в-четвертых, действие или его сдерживание<sup>1</sup>. В конечном итоге поведение определяется принятыми решениями. Если рассматривать рациональный подход, то тогда решение принимается для того, чтобы приблизить актуальное состояние к желаемому.

<sup>1</sup> Попова Д.О., Сиявская О.В. Теоретические модели принятия решений в домохозяйстве // SPERO. 2011. № 14. С. 121–142. URL: <http://nauka.x-pdf.ru/17politologiya/600412-1-teoreticheskie-modeli-prinyatiya-resheniy-domohozyaystve-popova-veduschiy-nauchnyy-sotrudnik-nezavisimogo-institut-social.php>

\* Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием ФАНО России для ФГБУН Институт экономики УрО РАН на 2018 г.

Существует многообразие экономических решений, принимаемых в домохозяйстве. В частности, особый теоретический и практический интерес сформировался вокруг принятия решений по поводу расходов, потребления, сберегательного поведения, решения о занятости и работе на дому, содержания детей, проведения досуга. Центральным экономическим решением домашнего хозяйства является вопрос занятости. В результате такого решения формируется величина дохода (следовательно, потребления и сбережения), определяются график и продолжительность рабочего времени (режим дня; время, проводимое в семье и т.д.), демографическое поведение (выбор индивидуумом домохозяйства, регистрация брака, рождение детей). Первоначальный выбор происходит не на уровне вида деятельности, а на уровне формы: занятость или самозанятость (предпринимательство). Если домохозяйство (индивид) сразу выбирает, например, специальность, то это лишь означает, что принятие важнейшего решения о занятии предпринимательством произошло бессознательно.

Концепция домашнего хозяйства с точки зрения его связи с предпринимательством представлена в исследованиях неоклассической экономической школы. Для данного направления экономической мысли характерно рассмотрение семейного хозяйства как основной единицы принятия решения и его реализации в различных видах деятельности. Несколько другой аспект раскрыт в кейнсианском направлении, рассматривающем домашнее хозяйство в целом как экономический сектор, представляющий собой совокупность реально хозяйствующих субъектов [1]. Особым подходом отличается институциональная школа, подчеркивающая значимость внутренней структуры семьи [2].

На протяжении многих десятилетий предпринимательство рассматривалось, прежде всего, как особый вид деятельности человека<sup>2</sup>. Для комплексного понимания предпринимательского поведения рассмотрим

<sup>2</sup> Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. 584 с.

наиболее значимые в ретроспективе представления о предпринимательстве с позиции поведенческого подхода, сформировавшие его современный облик. С учетом сложившихся подходов, под предпринимательством будем понимать инициативную, новаторскую хозяйственную деятельность по целенаправленному сочетанию факторов производства, подразумевающую ответственность и обязательства с целью получения выгоды.

После того как в научных кругах был накоплен достаточный объем представлений о сущности феномена предпринимательства, начали формироваться новые области поиска, в частности теоретические подходы к анализу предпринимательского поведения (*табл. 1*).

Исследователи сформулировали ряд подходов к предпринимательскому поведению, основанных на традициях классической политической экономии: в частности, принцип «невидимой руки» с идеализацией саморегулируемого рыночного равновесия, а также современные подходы представителей неавстрийской экономической школы, основанные на наличии на рынке возможностей для предпринимательства; процессный подход к принципам и этапам создания и развития субъекта предпринимательства, к информации и знаниям, необходимым потенциальным предпринимателям; отождествление способностей с предпринимательским потенциалом.

Предпринимательское поведение реализуется через осуществление предпринимательской деятельности, поэтому для полноценного осмысления феномена предпринимательства требуется раскрытие содержания этого процесса. После того как исследователи сформулировали основные подходы к содержанию предпринимательского поведения, акцент их внимания переместился на выявление этапов его реализации.

Исследования предпринимательского поведения как вида деятельности раскрывают отдельные принципы и элементы этого процесса, а в целом он остается недостаточно

систематизированным. С другой стороны, даже существенные отличия в подходах к предпринимательскому поведению (количество и содержание этапов) позволяют проследить процессный подход, базирующийся на понимании предпринимательского поведения как процесса, состоящего из череды активных целенаправленных действия индивида по созданию собственного бизнеса<sup>3</sup>.

Потребность полноценного осознания данного процесса обуславливает необходимость такой формулировки. Поэтому в авторской трактовке под предпринимательским поведением домохозяйств понимается процесс целенаправленных последовательных действий индивидов по применению деловых способностей, доступных ресурсов и существующих возможностей для подготовки и осуществления предпринимательской деятельности.

Внимание исследователей всегда сосредотачивалось на развитии уже действующего предпринимательства и характеристике содержания самой категории «предприниматель», в то время как понятие «предпринимательский потенциал» начинает применяться во второй половине XX в. Термин «потенциал» используется в общеупотребительном значении – возможность объекта находиться не только в текущем состоянии, но и со временем изменяться и находиться в более выгодном положении<sup>4</sup>. Термин «предпринимательский потенциал» все активнее применяется исследователями для характеристики составляющих предпринимательской деятельности [3–7]. Рост интереса к предпринимательскому потенциалу сопровождается пересмотром значения и последствий его реализации для социально-экономического развития страны и регионов<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Журавлев П.В. Управление персоналом в предпринимательских организациях. М: Российская экономическая академия им Г.В. Плеханова, 1998. 358 с.

<sup>4</sup> Булакина О.Н. Пространственно-территориальная оценка предпринимательского потенциала // Вестник Хакасского технического института филиала Сибирского федерального университета. 2009. № 27. С. 90–93.

<sup>5</sup> Зикунова И.В. Инновационный потенциал предпринимательской активности: морфологический подход

Проявление предпринимательского потенциала домашних хозяйств отражается как в создании нового субъекта предпринимательства, так и в его последующем функционировании. Авторская трактовка базовых этапов реализации потенциала представлена на рис. 1.

*Этап осознания* включает действия индивида, нацеленные на развитие и применение своих предпринимательских способностей через самооценку социально-психологической готовности к бизнесу, формирование благоприятных условий и обеспечение доступности необходимых ресурсов (осмысление личных предпринимательских способностей; поиск нужной информации, выбор бизнес-идеи; оценка недостающих ресурсов и т.д.).

*Этап создания* включает две составляющие.

*Подэтап подготовки* предполагает принятие индивидом решения осуществлять предпринимательскую деятельность, поэтому индивид готовится и осуществляет действия, нацеленные на сбор и обработку нужных ресурсов и информации в целях осуществления государственной регистрации субъекта предпринимательства (выбор бизнес-идеи; определение действий, необходимых для «запуска» бизнеса; разработка бизнес-плана; выбор режима налогообложения; выбор оптимальной организационно-правовой формы; подготовка и подача документов; прохождение процедуры регистрации).

*Подэтап становления* уже предполагает осуществление хозяйственной деятельности в статусе субъекта предпринимательства начиная с момента регистрации и до истечения трехлетнего срока (за этот период, как правило, происходит налаживание производственного и бизнес-процессов; осуществляются поиск и первичное взаимодействие с клиентами и поставщиками; формируется рынок сбыта).

*Э т а п   р а з в и т и я*   в   к л ю ч а е т   п р е д п р и н и м а т е л ь с к у ю   д е я т е л ь н о с т ь   с у б ь е к т а,

к оценке. Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. Одесса: Научный мир, 2010. С. 11–18.

зарегистрированного и функционирующего более трех лет. Решаемые задачи – совершенствование бизнес-процессов; оптимизация процесса производства; включение в производство дополнительных факторов; рост объема сбыта, величины прибыли и других показателей.

Уже продолжительное время сохраняется противоречивая ситуация, когда, с одной стороны, усиливается понимание того, что предпринимательство может оказывать положительное влияние на социально-экономическое развитие, а с другой стороны, существуют разнообразные факторы, институционально ограничивающие позитивное воздействие предпринимательства. По происхождению факторы важно разделять на внутренние (условия, зависящие от потенциала конкретного человека) и внешние (условия, сложившиеся в муниципалитете, регионе, стране).

К внутренним сдерживающим факторам (условиям, непосредственно зависящим от конкретного индивида) относится *фактор отношения к предпринимательству*. Собственный бизнес не воспринимается в качестве средства достижения целей, поскольку, как правило, не согласуется с финансовыми установками [8] (удовлетворенность уровнем дохода, отсутствие четко осознаваемой цели сформировать капитал и др.); с рыночными установками (недостаточная готовность производить и продавать товар, создать фирму и т.д.); с социальными установками [9] (не является мотивом желание быть признанным и уважаемым бизнесменом, обеспечивать работой и доходом сотрудников, добиться финансовой независимости); с творческими установками (предпринимательство не рассматривается как способ самореализации). *Фактор предпринимательских способностей* означает отсутствие (или недостаточное развитие) как врожденных [10] (стрессоустойчивость, инициативность, решительность, целеустремленность, интуиция и др.), так и приобретенных способностей (обучаемость, креативность, работоспособность, дисциплинированность,

коммуникабельность, ответственность и др.). *Фактор личных предпринимательских возможностей* связан с развитием персональных характеристик индивида, необходимых для предпринимательства (например, уровень общего, специального образования, опыт предпринимательской деятельности, работы с продуктом, управленческий) и др. Важен также *фактор наличия ресурсов* (объем уже принадлежащих индивиду ресурсов, необходимых для предпринимательской деятельности, например, первоначальный капитал, время для бизнеса, бизнес-идея, факторы производства, информация и др.).

К внешним сдерживающим факторам (условиям, сложившимся в отдельном регионе и стране) относятся *административные факторы* (несоответствие законодательства текущим и перспективным задачам будущего бизнеса, двойные стандарты правоприменения и судопроизводства, коррупция, бюрократия, высокие ставки налогов, сложная налоговая система в целом); *экономические факторы* (ограниченные рынки сбыта, высокая конкуренция, недостаточная кооперация, недоступность имущественных и финансовых ресурсов<sup>6</sup>, низкий платежеспособный спрос, высокие транзакционные издержки); *социокультурные факторы* (негативное отношение к предпринимательству, низкий уровень традиций предпринимательства и хозяйственной инициативы, высокая степень социального неравенства и расслоения и т.д.); *пространственные факторы* [11] (устаревшая инфраструктура, низкая доступность технологий, ограниченные трудовые ресурсы и т.д.).

Таким образом, предпринимательское поведение не сводится только к функционированию субъекта предпринимательства, а является комплексным явлением, включающим реализацию и внутренних элементов потенциала домохозяйства, и внешних, которые, по мнению

<sup>6</sup> Москалева Н.Н., Потапов С.В. Анализ использования финансовых ресурсов на малом предприятии. В кн.: Научные изыскания и поисковые исследования в условиях современных вызовов отечественного и мирового хозяйства. Конференция. Самара: Офорт, 2016. С. 123–125.

индивида, обладают определенной доступностью, если они требуются ему для предпринимательской деятельности.

В силу своей значимости оценка воздействия региональных факторов на предпринимательский потенциал может решать следующие задачи: выявление сформировавшихся в регионе (округе) условий и определение их благоприятности для появления новых предпринимателей; расчет интегральных индексов (социологического и статистического) предпринимательского поведения; обнаружение преимуществ и недостатков, существующих государственных мер содействия, направленных на развитие предпринимательства.

В разработанной авторской методике [12] для измерения влияния региональных условий на предпринимательское поведение предполагается применение системы показателей. Используемые в методике показатели позволяют получить более точную оценку влияния, обладающую числовым измерением (величиной) и выраженную в конкретных единицах. Распространенными количественными показателями, применяемыми в разнообразных исследованиях, являются так называемые статистические показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления в обществе по формам, типам и признакам [13]. Наибольшие возможности для сравнения условий регионов предоставляет оценка относительных показателей (возможно сравнение доступных значений для регионов, различающихся по масштабу и структуре хозяйства).

Анализ воздействия региональных условий на предпринимательское поведение не должен ограничиваться статистическими показателями по следующим причинам:

– абсолютное большинство показателей государственных органов статистики, применимо только к действующим предпринимателям, а статистические показатели практически не отражают такое свойство домохозяйств, как предпринимательские намерения;

– применяемые традиционные методики, как правило, основаны на статистических показателях, и при проведении оценки наблюдается недостаточность важных социологических параметров;

– при реализации предпринимательского потенциала домохозяйство сменяет различные статусы: начиная с осознания готовности к бизнесу и до начала активных действий индивид выступает потенциальным предпринимателем; с момента принятия решения о создании бизнеса и до завершения государственной регистрации он пребывает в статусе потенциального предпринимателя, осуществляющего «запуск» бизнеса; с момента функционирования и в первые три года он соответствует признакам нового предпринимателя; по истечении трех лет субъект предпринимательства может рассматриваться как устоявшийся предприниматель (рис. 2).

Следовательно, необходимо проанализировать четыре объекта исследования, причем оценка потенциальных предпринимателей осуществляется, как правило, социологическими методами, а устоявшихся и новых субъектов – статистическими.

С учетом предложенного подхода в методике кроме статистических показателей должны использоваться и социологические характеристики.

Сформулированный подход поможет определить влияние региональных факторов на предпринимательские стремления домохозяйств. Для определения сложившегося предпринимательского поведения нужно проанализировать такие объекты оценки результативности, как готовность к предпринимательству; восприятие условий для предпринимательства; ожидаемые доходы от бизнеса. Трехуровневая оценка осуществляется путем анализа как статистических показателей (данные службы статистики), так и социологических значений, получаемых на основе результатов анкетирования населения обследуемых

территорий, включающих соответствующие объекты оценки (рис. 3).

Предложенный авторский подход к расчетам интегральных индексов, характеризующих предпринимательское поведение домохозяйств, представлен в формулах 1 и 2.

$$I_e = \frac{\sum_i x_i}{n}, \quad (1)$$

где  $I_e$  – интегральный индекс восприятия домохозяйствами собственного предпринимательского поведения;  $x_i$  – факторы восприятия домохозяйствами собственного предпринимательского поведения ( $n$  – их количество).

Эти факторы включают:  $x_1$  – процент респондентов, на вопрос, пробовали ли они когда-нибудь организовать свой собственный бизнес, ответивших, что занимаются этим в данный момент<sup>7</sup>;  $x_2$  – процент респондентов, на вопрос относительно условий для развития малого бизнеса, частного предпринимательства в городе (селе) ответивших, что условия, безусловно, хорошие, или скорее хорошие<sup>8</sup>;  $x_3$  – процент респондентов, на вопрос, насколько доходными, высокооплачиваемыми представляются профессии: предпринимателя, бизнесмена, ответивших, что эти профессии очень доходные, высокооплачиваемые или скорее доходные, высокооплачиваемые<sup>9</sup>.

$$I_y = \frac{\sum_i y_i}{n}, \quad (2)$$

где  $I_y$  – интегральный индекс исходных условий предпринимательского поведения;  $y_i$  – исходные условия предпринимательского поведения ( $n$  – их количество).

<sup>7</sup> А пытались ли Вы когда-нибудь организовать свой собственный бизнес? URL: [http://wciom.ru/zh/print\\_q.php?q\\_id=63025&s\\_id=907](http://wciom.ru/zh/print_q.php?q_id=63025&s_id=907)

<sup>8</sup> Как Вы считаете, каковы в нашем городе (селе) условия для развития малого бизнеса, частного предпринимательства? URL: [http://wciom.ru/zh/print\\_q.php?s\\_id=907&q\\_id=63027&date=19.05.2013](http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=907&q_id=63027&date=19.05.2013)

<sup>9</sup> Насколько доходными, высокооплачиваемыми Вам представляются следующие профессии. URL: [http://wciom.ru/zh/print\\_q.php?s\\_id=898&q\\_id=62452&date=03.03.2013](http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=898&q_id=62452&date=03.03.2013)

Исходные условия включают:  $y_1$  – объем государственных субсидий из федерального бюджета на поддержку малого и среднего предпринимательства<sup>10</sup>, %;  $y_2$  – уровень безработицы в среднем за год<sup>11</sup>, %;  $y_3$  – удельный вес доходов населения от предпринимательской деятельности в общем количестве денежных доходов населения<sup>12</sup>, %.

В целях выявления воздействия региональных факторов на предпринимательские стремления домохозяйств осуществлена апробация разработанной методики на данных по федеральным округам. При сопоставлении полученных округом значений общих индексов со среднероссийским уровнем, то есть при распределении по рангам «выше среднего» или «ниже среднего», получены четыре типа территорий (рис. 4).

Субъективное восприятие населением факторов своего предпринимательского настроения и действий существенно отличается по федеральным округам. Наибольшую предпринимательскую активность (социологическая характеристика № 1) демонстрируют домохозяйства Южного федерального, Сибирского и Северо-Кавказского федеральных округов. Домохозяйства Южного (36% респондентов), Дальневосточного (34%) и Приволжского федеральных округов (29%) расценивают условия для создания собственного бизнеса как благоприятные (социологическая характеристика № 2), а как самые неблагоприятные – домохозяйства Уральского федерального (17%) и Центрального федеральных округов (19%). Большой интерес к бизнесу как выгодной деятельности (социологическая характеристика №3) проявляют домохозяйства Центрального (92%), в меньшей степени – Южного (88%), Северо-Кавказского (88%) и Северо-Западного (87%) федеральных округов. Меньше с

<sup>10</sup> Официальная статистика. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. URL: <http://smb.gov.ru/statistics/officialdata/>

<sup>11</sup> Регионы России. Социально-экономическая характеристика. Росстат. URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b14\\_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/04-09.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/04-09.htm)

<sup>12</sup> Там же.

доходностью предпринимательства согласно население Дальневосточного округа (на 13% ниже среднего по РФ).

Наибольшая величина интегрального индекса восприятия населением собственного предпринимательского поведения (положительное отношение и готовность к предпринимательству) отмечена в Южном федеральном округе (53,5%). Далее по убыванию следуют: Северо-Кавказский (52%), Северо-Западный (51%), Дальневосточный (48,5%), Сибирский (48,5%), Приволжский (48,3%), Центральный (48%), Уральский (43,7%) федеральные округа.

Статистическая оценка выступает уточнением социологической характеристики и учитывает объективные региональные условия, воздействующие на предпринимательское поведение индивидов. Прирост объема финансирования, выделяемого на поддержку при создании бизнеса (статистическая характеристика № 1) наблюдался в 2013 г. в Приволжском (6,68%) и Южном (6,26%) федеральных округах. Наибольшее сокращение объема финансирования наблюдалось в Центральном (-17,2%), Северо-Кавказском (-14,7%) и Дальневосточном (-14,7%) федеральных округах. Наибольшая безработица как причина вынужденного предпринимательства [14] (статистическая характеристика № 2) фиксировалась в Северо-Кавказском (13%), наименьшая – в Центральном (3,3%) федеральном округе. Другой фактор воздействия на предпринимательскую активность – удельный вес доходов от предпринимательства (статистическая характеристика № 3): максимальный отмечен в Северо-Кавказском федеральном округе (17,9%, что можно объяснить низкими доходами от других источников), а минимальный – в Северо-Западном (4,9%).

Наибольшая величина общего индекса исходных условий (обобщение существующих региональных факторов, влияющих на предпринимательское поведение домохозяйств) зафиксирована в Уральском федеральном округе (10,6%). Далее по убыванию следуют: Южный (8,4%),

Приволжский (7,1 %), Северо-Кавказский (5,4%), Сибирский (3,8%), Дальневосточный (0,6%), Северо-Западный (0,1%), Центральный федеральные округа (-2,4 %).

Таким образом, Центральный округ, за счет ранее достигнутого количества предпринимателей и позитивных значений многих факторов в сравнении с другими, выступает как территория с не самой высокой предпринимательской активностью. Южный округ, напротив, выступает как регион с повышенным потенциалом проявления предпринимательского поведения. Северо-Западный и Уральский округа занимают противоречивое положение с точки зрения благоприятности условий (Уральский округ – 1 место, Северо-Западный округ – последнее) и готовности к предпринимательству при высоком негативном к нему отношении (Северо-Западный – 1 место, Уральский – последнее).

Отличия между федеральными округами и наиболее актуальные для каждого типа федеральных округов проблемы позволили сформулировать направления институционального обеспечения оптимизации воспроизводственных функций домохозяйств в контексте стратегирования регионального развития.

Межведомственное взаимодействие по развитию предпринимательства неэффективно. Необходимо согласованное сотрудничество различных министерств и ведомств, а также институтов развития (особенно «экономических» министерств, Центрального банка, Минобрнауки России, Росмолодежи и др.) путем разработки алгоритма межведомственного взаимодействия, его апробации и внедрения.

Система общей профессиональной ориентации школьников и молодежи фактически не справляется со своей задачей. (например, 60% россиян работают не по специальности<sup>15</sup>). Еще менее осознается необходимость использования инструментов

<sup>15</sup> Прощай, профессия! URL: <http://www.newizv.ru/economics/2012-08-14/168026-proshaj-professija.html>

профориентации в предпринимательской деятельности. Требуется разработка и внедрение инструментов профессиональной ориентации молодежи на предпринимательство. В качестве федеральной законодательной базы внедрения ранней профориентации молодежи нужно активнее использовать Приказ Минэкономразвития России от 01.07.2014 № 411, в котором утверждено мероприятие «Отбор молодых людей, имеющих способности к занятию предпринимательской деятельностью»<sup>14</sup>. Домохозяйства плохо осведомлены о существовании институтов поддержки будущих и действующих предпринимателей, в том числе государственных фондов поддержки. Нужно отказаться от неэффективных информационных сигналов по «популяризации» предпринимательства в пользу результативных.

Результаты многочисленных опросов свидетельствуют, что положительный имидж предпринимательства у российских граждан сформирован: доля тех, кто в целом хорошо относится к предпринимателям, варьируется от 61% («Левада-центр») и 68% (Фонд «Общественное мнение») до 83% (ВЦИОМ), причем этот имидж давно не меняется (улучшение на 10 процентных пунктов за 11 лет (Фонд «Общественное мнение») и ухудшение на 2 процентных пункта за 10 лет («Левада-центр»)). Нужно ли дальше «формировать положительный образ предпринимателя», столь же неэффективно расходуя государственные средства, выделяемые на развитие предпринимательства именно в этом направлении, в то время как на другие направления развития предпринимательства средств не хватает?

Необходимо сформировать информационную базу данных о гражданах, заинтересованных

в получении оперативной информации (о государственной поддержке, мероприятиях), предназначенной для разных целевых групп (по готовности к бизнесу, по возрасту, по интересам), и организовать на базе существующих учреждений поддержки предпринимательства систему рассылки. Следует разработать, согласовать и реализовать алгоритм введения в учебный процесс учреждений среднего и высшего образования дисциплин, связанных с предпринимательством, с возможностью выбора курсов «Предпринимательство в профессиональной сфере» и «Основы предпринимательства».

Результатом внедрения рекомендаций может стать устойчивое развитие предпринимательского потенциала и, как следствие, самого предпринимательства (реалистичность ожиданий начинающих предпринимателей от собственного бизнеса, сокращение количества убыточных фирм, улучшение финансового результата действующего бизнеса). Как следствие – взаимовыгодное сочетание интересов домохозяйств и предпринимателей с задачами социально-экономического развития страны и региона.

Преимущества взаимовыгодного сотрудничества важны в условиях острого дефицита источников самообеспечения региона: действующие предприниматели увеличивают свою результативность (дополнительные государственные заказы, большая платежеспособность клиентов, устойчивее финансовые показатели, эффективнее государственная поддержка), инициативные граждане быстрее находят приложение своему предпринимательскому потенциалу, территория обеспечивается необходимыми товарами и услугами, повышается уровень занятости, увеличиваются налоговые поступления.

<sup>14</sup> Приказ Министерства экономического развития РФ от 01.07.2014 № 411 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2014 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации». URL: <http://base.garant.ru/70712606/>



**Таблица 1****Теоретические подходы к содержанию предпринимательского поведения****Table 1****Theoretical approaches to the content of entrepreneurial behavior**

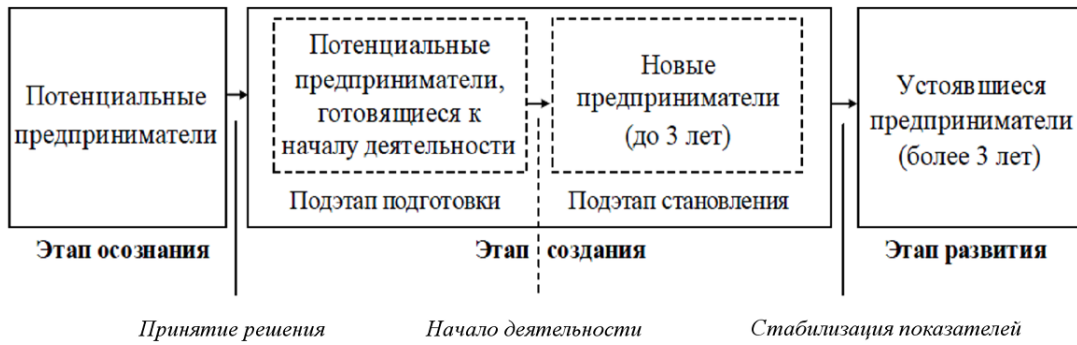
<b>Сущность подхода</b>	<b>Представители</b>	<b>Основные положения</b>
Принцип «невидимой руки», идеализации рыночного равновесия	А. Смит, представители классической политической экономии, неоклассики	Предложены отдельные аспекты, частично характеризующие предпринимательское поведение. С одной стороны, А. Смит провозгласил принцип «невидимой руки», что способствовало популяризации действий на рынке для получения прибыли. С другой стороны, идеализируемое рыночное равновесие исключало необходимость в предпринимателе, поскольку ситуация уже сбалансирована
Наличие на рынке возможности для предпринимателя	Й. Шумпетер	Существование места выгодного использования ресурсов в ситуации рыночного неравновесия мотивирует индивида проявлять предпринимательское поведение
Информация и знания как первоосновы предпринимательского поведения	Л. фон Мизес, И. Кирцнер, У. де Сото	На рынке всегда есть условия для начала предпринимательской деятельности, они воспринимаются как возможности и осознаются после проявления индивидом «бдительности к ранее незамеченным изменениям». Далее следует «ряд разных решений одного индивида, в виде логически связанной <i>последовательности</i> »
Воплощение бизнес-идеи как проявление предпринимательского поведения	Ю.Б. Рубин	Предпринимательское поведение предполагает совокупность бизнес-идей, а также способов их осуществления, имеющих у потенциального предпринимателя
Предпринимательское поведение как способность к созданию и развитию субъекта предпринимательства	О.Н. Булакина	Предпринимательское поведение обусловлено предпринимательским потенциалом как способностью предпринимателя производить конкурентоспособные товары и услуги, необходимые для удовлетворения образовавшихся потребностей, а также развивать производство, способствовать качественному и количественному приросту потребления
Предпринимательское поведение как совокупность характеристик индивида	П.В. Журавлев	Предпринимательское поведение состоит из следующих компонентов: приобретенные и врожденные способности, профессиональные знания, экстрафункциональные квалификации, а также инновационный потенциал

*Источник:* авторская разработка

*Source:* Authoring

**Рисунок 1**  
**Процесс реализации предпринимательского потенциала**

**Figure 1**  
**The process of realization of entrepreneurial potential**



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

**Рисунок 2**  
**Сформировавшийся подход к исследованию предпринимательского поведения**

**Figure 2**  
**An established approach to the study of entrepreneurial behavior**



Источник: авторская разработка

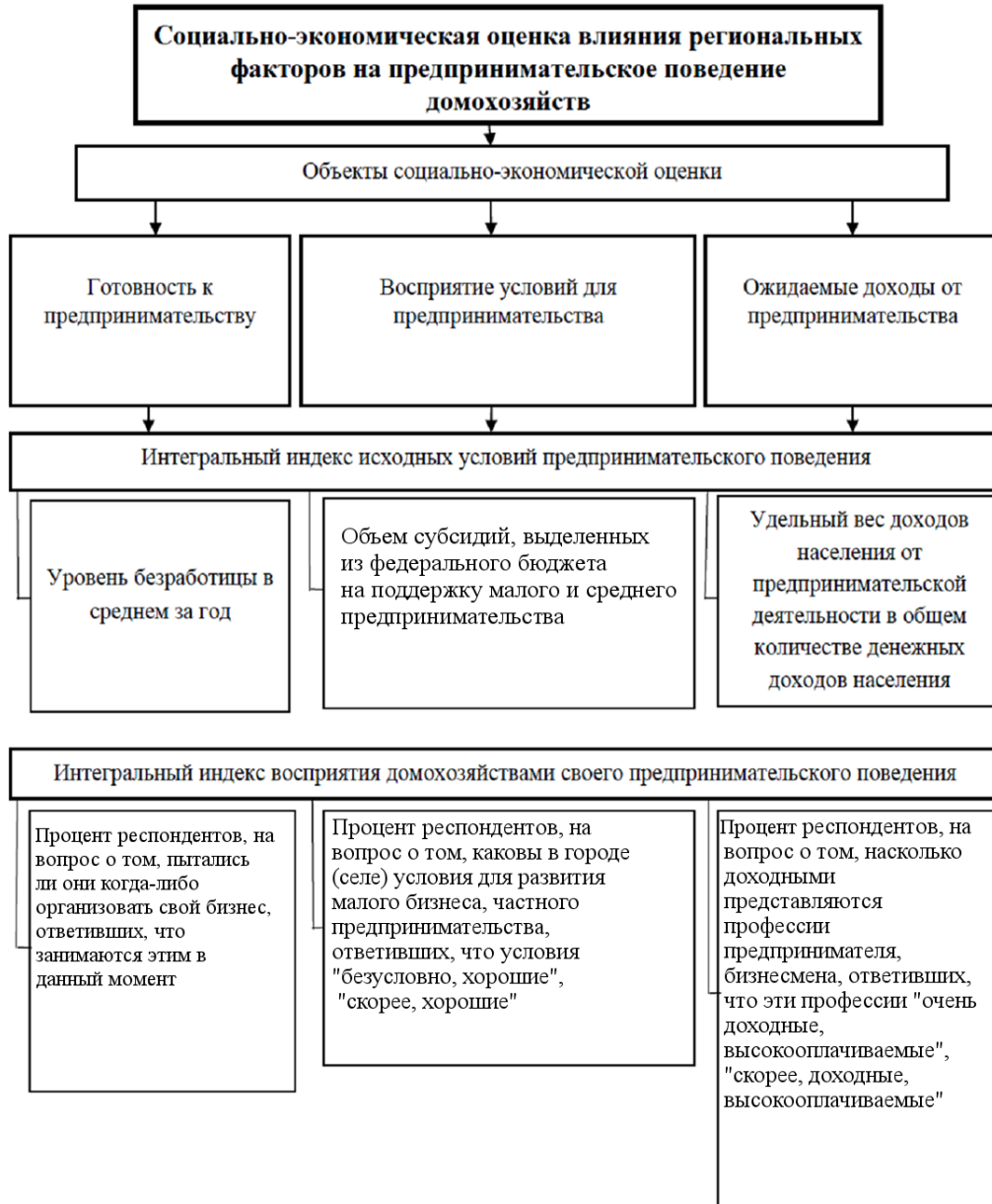
Source: Authoring

**Рисунок 3**

**Влияние региональных факторов на предпринимательское поведение домохозяйств**

**Figure 3**

**Influence of regional factors on the entrepreneurial behavior of households**



Источник: авторская разработка

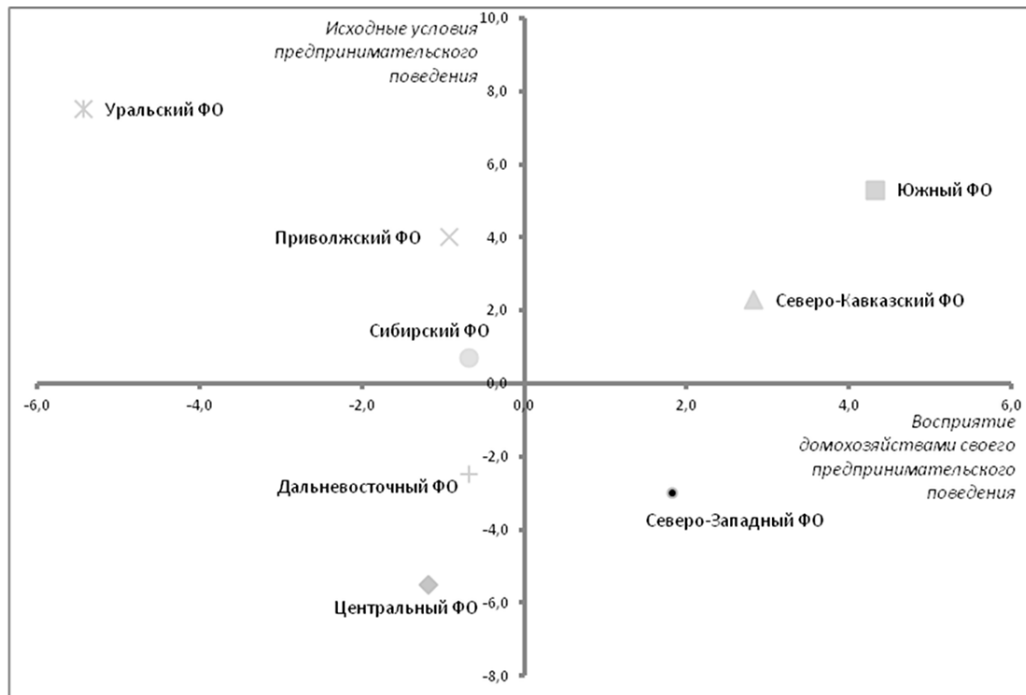
Source: Authoring

**Рисунок 4**

**Типологизация федеральных округов по активности и факторам предпринимательского поведения домохозяйств, %**

**Figure 4**

**A typology of Federal districts by activity and factor of entrepreneurial behavior of households, percent**



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

### Список литературы

1. Кейнс Дж.М. Избранные произведения. М.: Экономика, 1993. 543 с.
2. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. 957 с.
4. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. 401 с.
5. Уэрта де Сото Х. Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество. Челябинск: Социум, 2009. 202 с.
6. Алимова Т.А., Тихонова Н.Е., Обыдённова Т.Б., Чепуренко А.Ю. Предпринимательский потенциал российского общества: анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес. Часть 1 // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 2. С. 26–51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/predprinimatelskiy-potentsial-rossiyskogo-obschestva-analiz-i-rekomendatsii-po-sodeystviyu-vovlecheniyu-naseleniya-v-malyu-biznes>
7. Булакина О.Н. Методика комплексной оценки предпринимательского потенциала муниципального образования // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2009. № 4. С. 63–65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/metodika-kompleksnoy-otsenki-predprinimatelskogo-potentsiala-munitsipalnogo-obrazovaniya>

8. Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства: научные исследования и практические приложения // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2016. Т. 1. № 1. С. 80–104.  
URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document200.pdf>
9. Андреева Е.Л., Ратнер А.В., Глухих П.Л. Изменение ценностных установок модернизируемого общества // Ценности и смыслы. 2014. № 1. С. 89–101. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/izmenenie-tsennostnyh-ustanovok-moderniziruемого-obschestva>
10. Селигман М., Дарлинг Р.Б. Обычные семьи, особые дети. Системный подход к помощи детям с нарушениями развития. М.: Теревинф, 2007. 368 с.
11. Козлова О.А., Тоскунина В.Э., Шеломенцев А.Г. и др. Перспективы занятости в малом предпринимательстве северных регионов России // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера. Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2013. № 2. С. 21–31.  
URL: <http://vestnik-ku.ru/articles/2013/2/3.pdf>
12. Глухих П.Л. Оценка влияния региональных факторов на предпринимательское поведение домохозяйств. В кн.: Стратегическое и проектное управление: сборник научных статей. Вып. 7. Пермь: ПГНИУ, 2015. С. 59–64.
13. Басарева В.Г. Взаимосвязь между уровнем жизни населения и развитием малого бизнеса // Регион: экономика и социология. 2008. № 3. С. 168–182.  
URL: <http://recis.ru/index.php/region/index/2008>
14. Birch D.L. The Job Generation Process. Cambridge, Mass.: M.I.T. Program on Neighborhood and Regional Change, 1979, 295 p.

#### **Информация о конфликте интересов**

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

## REGIONAL FACTORS OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR OF HOUSEHOLDS

Pavel L. GLUKHIKH

Institute of Economics of Ural Branch of Russian Academy of Sciences, Yekaterinburg, Russian Federation  
Gluchih\_P\_L@mail.ru  
ORCID: not available

### Article history:

Received 31 May 2017  
Received in revised form  
9 April 2018  
Accepted 23 April 2018  
Available online  
15 August 2018

**JEL classification:** D03, D13,  
L26, R23

**Keywords:** entrepreneurship,  
business organization,  
entrepreneurial activity,  
assessment methodology

### Abstract

**Importance** This article addresses the issues related to the regional factors of entrepreneurial behavior of households in Russia.

**Objectives** The article aims to develop an original interpretation of the entrepreneurial capacity of the household and highlight the stages of its implementation.

**Methods** For the study, I used my own methodology, which helped assess the conditions in the region for realizing entrepreneurial potential.

**Results** The calculated integral indices, including statistical and sociological characteristics, show that the Central Federal District is not characterized by the highest entrepreneurial activity, and the Southern Federal District is a region with great entrepreneurial potential.

**Conclusions** The specifics and the most acute problems facing each type of Federal districts help formulate certain lines of institutional support to enhance efficiency of reproduction functions of households.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2017

**Please cite this article as:** Glukhikh P.L. Regional Factors of Entrepreneurial Behavior of Households. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2018, vol. 16, iss. 8, pp. 1576–1590.  
<https://doi.org/10.24891/re.16.8.1576>

### Acknowledgments

The article was prepared in accordance with State job of the Federal Agency for Scientific Organizations to the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences for 2018.

### References

1. Keynes J.M. *Izbrannye proizvedeniya* [Selected works]. Moscow, Ekonomika Publ., 1993, 543 p.
2. Weber M. *Izbrannye proizvedeniya* [Selected works]. Moscow, Progress Publ., 1990, 808 p.
3. Smith A. *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov* [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. Moscow, Eksmo Publ., 2007, 957 p.
4. Schumpeter J.A. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [The Theory of Economic Development]. Moscow, Direktmedia Publishing Publ., 2008, 401 p.
5. Huerta De Soto J. *Avstriiskaya ekonomicheskaya shkola: rynek i predprinimatel'skoe tvorchestvo* [The Austrian School: Market Order and Entrepreneurial Creativity]. Chelyabinsk, Sotsium Publ., 2009, 202 p.
6. Alimova T.A., Tikhonova N.E., Obydenova T.B., Chepurenko A.Yu. [Entrepreneurial potential of the Russian society: analysis and recommendations of how to involve people into small businesses. Part 1]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2003, vol. 4, no. 2, pp. 26–51. (In Russ.)  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/predprinimatelskiy-potentsial-rossiyskogo-obschestva-analiz-i-rekomendatsii-po-sodeystviyu-vovlecheniyu-naseleniya-v-malyi-biznes>

7. Bulakina O.N. [The integrated assessment methods of municipal establishment's business potential]. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economic Academy*, 2009, no. 4, pp. 63–65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/metodika-kompleksnoy-otsenki-predprinimatelskogo-potentsiala-munitsipalnogo-obrazovaniya> (In Russ.)
8. Poznyakov V.P. [The social psychology of Russia entrepreneurship: research and practice applications]. *Institut psikhologii Rossiiskoi akademii nauk. Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya*, 2016, vol. 1, no. 1, pp. 80–104. (In Russ.)  
URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document200.pdf>
9. Andreeva E.L., Ratner A.V., Glukhikh P.L. [Change of attitudes of modernized society]. *Tsenosti i smysly = Values and Meanings*, 2014, no. 1, pp. 89–101.  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/izmenenie-tsennostnyh-ustanovok-moderniziruemogo-obschestva> (In Russ.)
10. Seligman M., Darling R.B. *Obychnye sem'i, osoby deti. Obychnye sem'i, osoby deti. Sistemnyi podkhod k pomoshchi detyam s narusheniyami razvitiya* [Ordinary Families, Special Children. A Systems Approach to Childhood Disability]. Moscow, Terevinf Publ., 2007, 368 p.
11. Kozlova O.A., Toskunina V.E., Shelomentsev A.G. et al. [Prospects for employment in small business northern regions of Russia]. *Vestnik Nauchno-issledovatel'skogo tsentra korporativnogo prava, upravleniya i venchurnogo investirovaniya Syktyvkarskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2013, no. 2, pp. 21–31. (In Russ.) URL: <http://vestnik-ku.ru/articles/2013/2/3.pdf>
12. Glukhikh P.L. *Otsenka vliyaniya regional'nykh faktorov na predprinimatel'skoe povedenie domokhozyaistv. V kn.: Strategicheskoe i proektnoe upravlenie: sbornik nauchnykh statei. Vyp. 7* [Assessing the impact of regional factors on the entrepreneurial behavior of households. In: Strategic and project management: a collection of scientific articles. Vol. 7]. Perm, PSU Publ., 2015, pp. 59–64.
13. Basareva V.G. [Linkage between level of living and development of small enterprises]. *Region: ekonomika i sotsiologiya = Region: Economics and Sociology*, 2008, no. 3, pp. 168–182.  
URL: <http://recis.ru/index.php/region/index/2008> (In Russ.)
14. Birch D.L. *The Job Generation Process*. Cambridge, Mass.: M.I.T. Program on Neighborhood and Regional Change, 1979, 295 p.

### **Conflict-of-interest notification**

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.