

**ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
МОТИВАЦИИ****Ольга Евгеньевна АКИМОВА**

кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории,
Волгоградский государственный технический университет (ВолгГТУ),
Волгоград, Российская Федерация
akimovann25@mail.ru
ORCID: отсутствует
SPIN-код: 2642-2865

История статьи:

Получена 29.11.2018
Получена в доработанном
виде 20.12.2018
Одобрена 27.12.2018
Доступна онлайн
15.02.2019

УДК 332.05

JEL: M20, R11

Ключевые слова:

мотивация, стимулирование,
структура мотивации,
вынужденное
предпринимательство,
добровольное
предпринимательство

Аннотация

Предмет. Структура предпринимательской мотивации. Стимулирование как целенаправленный процесс воздействия на мотивацию. Территориальная трансформация мотивов предпринимательской деятельности в отдельном регионе.

Цели. Проанализировать ведущие мотивы деятельности предпринимателей в различных странах и проследить, насколько территориальная трансформация предпринимательской мотивации соответствует уровню развития экономики.

Методология. Исследование предпринимательской мотивации в Турции, Германии, Великобритании, Новой Зеландии и России.

Результаты. Необходимы дальнейшие исследования в области мотивационного воздействия на предпринимателей, а также разработка стратегий и концепций развития и государственной поддержки предпринимательской деятельности в России.

Выводы. К ведению бизнеса большинство российских предпринимателей подталкивают внешние обстоятельства, которые выступают в качестве вынуждающих стимулов. Необходимо совершенствовать механизм стимулирования предпринимательства, определяющий иерархию мотивов и характер мотивации предпринимателей.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2018

Для цитирования: Акимова О.Е. Территориальная трансформация предпринимательской мотивации // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 2. – С. 204 – 219.
<https://doi.org/10.24891/re.17.2.204>

Введение

Проблемам развития предпринимательской деятельности в России посвящено множество исследований, однако мотивации предпринимательства – единицы. Между тем характер мотивации определяет характер предпринимательской деятельности и возможности развития инноваций в том или ином регионе или в стране в целом.

Человек не рождается с готовой мотивацией к предпринимательскому труду. Для того чтобы предпринимательский труд стал потребностью для индивида, необходимо наличие определенных стимулов и мотивов. Труд как объект потребности – это глубочайшее

социальное явление, связанное с биосоциальной природой человека. Если стимулы способствуют формированию вынужденных мотивов, то предпринимательство вряд ли станет основой экономического роста, так как главным образом будет нацелено на поддержание уровня дохода предпринимателя. Если же стимулы не вынуждают, а побуждают к занятию предпринимательской деятельностью, то в подобной ситуации предпринимательство может стать основой развития экономики страны.

Мотивация объясняет направление, усилие и продолжительность предпринимательских действий [1].

Американский экономист Й. Шумпетер, внесший значительный вклад в теоретическое осмысление предпринимательства, в том числе и с позиции мотивации, выделял три основных мотива: потребность в господстве, власти, влиянии; волю к победе, стремление к успеху, достигаемому через совершение конкретных действий; радость творчества, которую дает самостоятельность ведения деловой активности [2].

Теория мотивации, разработанная Й. Шумпетером, отражает стереотип западного менталитета, базируется на ситуации, складывающейся в стабильных экономических системах западных стран [3].

Существует ряд исследований, посвященных мотивационным принципам предпринимательства, мотивам потенциальных и действующих предпринимателей, стимулированию предпринимательской деятельности [4–9]. Однако насколько теория согласуется с практикой? Обратимся к различным эмпирическим исследованиям в данной области, позволяющим проследить трансформацию предпринимательской мотивации во времени и пространстве.

Данные эмпирических исследований предпринимательской мотивации

Одни из первых эмпирических исследований мотивов предпринимателей были осуществлены немецкими учеными, которые пришли к выводу, что современный предприниматель стремится к максимальному использованию возможностей собственного личностного роста и созданию условий для развития своих сотрудников, переориентируется с показателей внешнего достижения на показатели внутренних достижений (в том числе развития личности) [10].

В 1993 г. Б. Асверус опубликовала исследование, посвященное анализу мотивации предпринимателей. Выборка составила 2 000 человек – представителей среднего бизнеса, с дифференцированием выборок мелких, средних и крупных компаний.

В ходе исследования были получены интересные факты. Оказалось, что деньги и материальные ценности в структуре мотивов занимали место ниже пятого, а ведущими мотивами были признаны мотивы сотворчества, самоактуализации [11].

Исследователь Дж. Кирквуд в 2008 г. изучил мотивационные факторы предпринимательства в Новой Зеландии посредством интервьюирования «тет-а-тет» 75 ранних предпринимателей, ведущих бизнес не более десяти лет, в пяти городах страны. В интервью принимали участие как мужчины, так и женщины. Все мотивы (мотиваторы) были поделены на две группы: мотивы принуждения (вынуждающие заниматься предпринимательской деятельностью) и мотивы побуждения (побуждающие к предпринимательству). Было отмечено, что под действием различных условий внешней среды мотивы могут меняться, то есть переходить из одной группы в другую. Ключевые мотиваторы ведения бизнеса представлены в *табл. 1*.

Как свидетельствует *табл. 1*, для предпринимателей наиболее значимыми являются пять pull-мотиваторов. При этом два из пяти озвучивались чаще других – это независимость и деньги. И женщины, и мужчины в своей деятельности в большинстве случаев мотивированы стремлением к независимости, однако стоит отметить, что для женщин этот фактор гораздо более значим (50%), чем для мужчин (33%). Деньги практически в равной степени мотивируют на занятие предпринимательской деятельностью и женщин, и мужчин. Несмотря на то что данный фактор не является ведущим, он весьма значим, так как позволяет повысить индивидуальный статус и приобрести желаемые блага.

Остальные три мотиватора менее весомы, однако именно они свидетельствуют о существенных гендерных различиях. Так, например, «желание бросить вызов/добиться успеха» является значимым мотивом только для мужчин (15% против 4%). Это же характерно и для мотива «видение

возможностей» (10% против 0%). Предпринимательский стиль жизни больше привлекает женщин, нежели мужчин (14% против 8%).

Мотиваторы принуждения (push) оказались более существенными для мужчин, чем для женщин. Видимо, это связано с высокой степенью ответственности мужчин за благосостояние в качестве «главы семьи».

Неудовлетворенность работой – более значимый мотив для начала предпринимательской деятельности для 23 мужчин и всего для 9 женщин. Респонденты называли разные причины неудовлетворенности – от плохого опыта до недовольства общей организационной культурой и политикой офиса. Для некоторых участников неудовлетворенность работой была настолько высокой, что они испытывали острое желание «показать» своему предыдущему работодателю, как должен быть организован бизнес. Это приводило к неоднократным попыткам довести до руководителя предложения и советы по улучшению деятельности, которые зачастую отвергались. В конечном итоге у работника появлялось желание отомстить работодателю, открыв собственную компанию или фирму, в которой таких ошибок допущено бы не было.

Такие мотиваторы, как «меняющееся содержание труда» и «поддержка работодателей», практически в равной степени влияют на мужчин и женщин.

Некоторые из участников получили помощь от предыдущего работодателя для начала собственного бизнеса (восемь мужчин, пять женщин). В большинстве случаев подобная помощь оказалась убедительной мотивацией для старта [12].

В отличие от других, данный мотиватор не обязательно имеет отрицательную коннотацию.

Из тех предпринимателей, у которых были дети, большинство составляют женщины (75%). Женщины говорили про заботу о детском благополучии с позиции эмоциональной составляющей (больше

времени проводить дома с детьми). Для сравнения: почти у всех мужчин были дети, когда они начали свой бизнес. Однако вовлеченность мужчин в повседневную заботу была минимальной, поэтому для них данный мотиватор имеет материальную коннотацию. Большинство мужчин чувствовали необходимость финансового обеспечения семьи, особенно детей [12].

Как правило, предприниматели не мотивированы только одним фактором, их мотивация достаточно сложна и неопределенна. Кроме того, результаты данного исследования показали, что тяга к предпринимательству в Новой Зеландии весьма велика, и работодатели подчас не в состоянии остановить уход работников в бизнес. Более того, зачастую своими действиями работодатели вынуждают работников действовать самостоятельно, в частности открыть собственную компанию. Однако в странах, где уровень предпринимательства не столь высок, может сложиться иная ситуация. В Новой Зеландии значимым мотивом предпринимательской деятельности является «независимость», однако побуждают к открытию бизнеса неудовлетворенность работой по найму и наличие детей. Данные мотиваторы являются, на наш взгляд, мощнейшими стимулами предпринимательского труда.

В 2010 г. С. Маден провела исследование женского предпринимательства в Турции. Были опрошены 10 потенциальных женщин-предпринимателей в Эскишехире, Оздемире. Результаты показали, что основными мотивами начала предпринимательской деятельности являются желание попробовать что-то новое, стремление работать на благо общества (например, создавать новые рабочие места), быть независимым, принимать самостоятельные решения, внедрять инновации [13].

Интересно отметить тот факт, что восемь опрошенных указали на разницу между мотивами мужчин и женщин, которая заключается в том, что мужчины стремятся открыть бизнес преимущественно в целях материального обеспечения, а женщины –

чтобы произвести что-то новое и работать на благо общества.

В качестве основных стимулов, которые подталкивают турецких женщин к предпринимательству, выступают гендерная дискриминация, моббинг, непрерывный надзор и работа с неквалифицированными менеджерами.

Исследовали К. Доусон и А. Хенли в период с 1990 по 2001 гг. пытались найти взаимосвязь между мотивами побуждения и мотивами принуждения. В Великобритании самой популярной причиной начала бизнеса для мужчин и женщин Великобритании является «независимость» (30% ответов). Помимо независимости для мужчин очень важна денежная составляющая (15%), для женщин – желание работать дома, быть ближе к семье (23%) [14]. В целом только 13% опрошенных были мотивированы факторами принуждения. Однако, как правило, и для женщин, и для мужчин характерно сочетание мотивов принуждения и побуждения. Более того, авторы статьи отметили тот факт, что многие мотивы побуждения под влиянием экономического климата могут становиться мотивами принуждения, и наоборот. Если теоретически мотив относится к категории побуждающих, он может для каждой отдельной личности приобрести негативную окраску вследствие изменений факторов внешней среды (возможно и обратное). По этой причине существует неопределенность в разграничении данных категорий мотивов.

Исследование мотивации российских предпринимателей впервые было проведено в 1997 г. Результаты исследования показали, что мотивация российских предпринимателей отличалась от мотивации западных представителей бизнеса. Ведущими мотивами признавались самоуважение и материальная защищенность. При этом мотивация достижения была достаточно слабой.

Дальнейшие исследования (В.С. Магун, Г.К. Бульчикина) показали различия в структуре мотивов предпринимателей и наемных работников. В 2000-е годы мотивы достижения стали более значимыми, хотя и не

ведущими. Ни один из опрошенных предпринимателей не выделял как самый главный для себя мотив достижения материального достатка [15]. Деньги могут быть целью бизнеса, но не целью жизни¹.

Мотивы предпринимательской деятельности мужчин и женщин во многом совпадают (табл. 2). Для мужчин-предпринимателей важное значение имеют мотивы самоуважения и внутреннего комфорта, в то время как женщины-предприниматели в качестве ведущего мотива выделили возможность иметь интересную работу, заниматься делом, которое им нравится. Мотив самоуважения для женщин оказался на третьем месте [16].

В 2009 г. в России вновь проводился опрос населения и предпринимателей в целях выявления основных мотивов предпринимательской деятельности и отношения общественности к процессу развития предпринимательства. Опрос показал, что граждан России тревожит возможность расслоения общества вследствие развития предпринимательства. Однако при этом большинство населения признает существенный вклад малого и среднего бизнеса в экономическое развитие государства, так как он обеспечивает прирост ВВП, формирование среднего класса и создание новых рабочих мест.

Интересен тот факт, что население считает основными мотивами предпринимательской деятельности получение прибыли, в то время как предприниматели на первое место выдвигают нематериальные мотивы: реализацию своих творческих способностей, экономическую свободу и укрепление национальной экономики (как и в 2000 г.). В сравнении с 2000 г. ситуация коренным образом не изменилась. Материальный мотив по-прежнему не является доминирующим [17–21].

Проведенный анализ демонстрирует в целом высокую для предпринимателей значимость ценностей, связанных с их

¹ Магун В.С. Российские трудовые ценности в сравнительной перспективе. Социологические чтения: сборник материалов ежегодного методологического семинара. М.: Институт социологии РАН, 1997. С. 134–176.

самоактуализацией, как и исследование 2000 г. (рис. 1). Сравнительный анализ мотивов предпринимательской деятельности за 2000 и 2009 г., хотя и демонстрирует совпадение в значимости определенных мотивов, но при этом свидетельствует о существенной процентной разнице. Так, например, в 2000 г. материальное обеспечение и власть в процентном соотношении были гораздо выше, чем в 2009 г., что объясняется коренными изменениями в обществе: распадом СССР, становлением рыночной экономики, когда люди стремились получать высокий доход для удовлетворения всех насущных потребностей.

Отметим тот факт, что и в 2000 и в 2009 г. мотивы достижений и самореализации занимают одни из первых позиций. Но такой мотив, как сотворчество или деятельность в интересах общества, не отметил ни один предприниматель ни в 2000, ни в 2009 г., что свидетельствует о приоритете принципа «каждый сам за себя» и об отличии россиян от западных предпринимателей.

Как изменилась структура мотивации за 7–8 лет? Проанализируем сведения Глобального мониторинга предпринимательства (GEM) за 2016 г. По результатам данного исследования предпринимателей можно разделить на три группы с позиции мотивации. К первой группе относятся те, для которых материальные ценности являются наиболее значимыми. Предприниматели данной группы преследуют цели увеличения дохода и получения дополнительных денежных средств. Для представителей второй группы главный мотив – независимость, желание самостоятельно принимать решения. Для третьей группы предпринимателей преобладающим мотивом является семейное благополучие, их цель – поддержание дохода. Фактически это группа вынужденных предпринимателей².

Данные GEM свидетельствуют о том, что по мере экономического развития территории

мотивация предпринимателей меняет свой характер с вынужденной на добровольную. Следовательно, можно сделать вывод о том, что если в регионе преобладает вынужденное предпринимательство, это свидетельствует о низком экономическом развитии территории, а также о невозможности развития инноваций и технологического предпринимательства.

В 2016 г. в среднем в инновационно ориентированных странах доля добровольных предпринимателей составила 79%, в эффективно ориентированных – 71%, а в ресурсно ориентированных – 66%³.

В России наибольшая доля вынужденных предпринимателей зафиксирована в 2014 г. – 39%. Самые высокие показатели добровольного предпринимательства наблюдались в 2007 г. – 81%. Это свидетельствует о том, что накануне экономического кризиса 2008 г. подъем в экономике способствовал развитию предпринимательской деятельности. Однако уже в 2008 г. доля добровольных предпринимателей сократилась на 11% и сохранялась на уровне 69% в течение двух лет. В 2010 г. данная тенденция сохранилась: число вынужденных предпринимателей возросло до 36% за счет снижения доли добровольных предпринимателей практически до уровня 2006 г. – 64%⁴.

Несмотря на то что в 2016 г. доля вынужденного предпринимательства снизилась до 31%, в целом можно констатировать его рост с 2008 г. и, соответственно, сокращение добровольного предпринимательства (рис. 2).

Некоторые предприниматели, относящие себя к добровольным, в качестве основного мотива указывают поддержание дохода. Для более чем 74% российских предпринимателей (38,8% ранних и 35,6% устоявшихся) экономическая активность обусловлена поиском преимуществ, которые дает занятие

² Верховская О.Р., Александрова Е.А., Богатырева К.А. и др. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016–2017. СПб.: Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, 2017. 64 с.

³ Там же. С. 34.

⁴ Чепуренко А.Ю., Образцова О.И., Габелко М.В. и др. Национальный отчет. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2011. СПб.: СПбГУ, 2011. 62 с.

бизнесом. Соответственно, их можно отнести к высокопритязательным предпринимателям.

Сравнивая структуру мотивации предпринимателей в России за 2011 г. и 2016 г., можно выявить любопытную тенденцию. Несмотря на высокий процент добровольного предпринимательства, в 2016 г. материальный мотив у ранних (менее 3,5 года в бизнесе) и нарождающихся предпринимателей становится ведущим.

В 2011 г. независимость для нарождающихся предпринимателей была более значимым мотивом, но сегодня ситуация изменилась кардинально. Разрыв между двумя мотивами возрастает: если в 2011 г. «независимость» на 1% опережала «рост дохода», то в 2016 г. «рост дохода» на 7,9% превышает «независимость». Более того, мотив «поддержание дохода» является ведущим для всех групп предпринимателей (рис. 3).

Охарактеризовать структуру мотивации как благоприятную не представляется возможным. Подтверждением указанной тенденции выступают данные опроса ВЦИОМ, проведенного в 2013 г. Основными мотивами открытия бизнеса россияне назвали возможность работать на себя и быть независимыми (этот вариант выбрали 40% респондентов) и увеличить уровень доходов (39% опрошенных). Как и в 2011 г., разница составляет всего 1%. В числе других названных причин – возможность заниматься любимым делом и применять свои знания на практике (14%), а также возможность изменить свой социальный статус и жить более достойной жизнью (5%).

Можно сделать вывод, что причинами открытия бизнеса для большинства российских предпринимателей стали внешние обстоятельства.

Результаты и выводы

Результаты сравнительного анализа предпринимательской мотивации в различных странах позволили получить следующую картину (рис. 4). В целом материальные мотивы характерны в большей степени для России и Турции, нематериальные – для других европейских государств. Причины могут заключаться не столько в личностных характеристиках и менталитете людей, сколько в уровне экономического развития указанных стран, а также в стимулировании, определяющем характер и мотивации, и предпринимательства. При этом стоит отметить, что сегодня российские малые и средние предприятия обеспечивают около 20% ВВП, тогда как в странах Западной Европы и США – более 70%.

Проанализировав различные эмпирические исследования, посвященные мотивам предпринимательской деятельности, стоит отметить, что структура мотивации достаточно стабильна по своей сути. Набор мотивов предпринимателей практически одинаков, но иерархия мотивов зависит от разных (как внутренних, так и внешних) обстоятельств – стимулов. Задача государства состоит в том, чтобы появились такие стимулы, которые способствовали бы росту добровольного предпринимательства, являющегося залогом экономического развития территории.

Таблица 1
Ключевые мотиваторы предпринимательства в Новой Зеландии

Table 1
Key business motivational factors in New Zealand

Мотиваторы	Мужчины		Женщины	
	количество	%	количество	%
<i>Мотиваторы побуждения (pull)</i>				
Независимость	16	33	14	50
Деньги	13	27	6	21
Вызов/Успех	7	15	1	4
Видение возможности	5	10	0	–
Стиль жизни	4	8	4	14
Общий показатель	45	–	25	–
<i>Мотиваторы принуждения (push)</i>				
Неудовлетворенность работой по найму	23	48	9	32
Меняющееся содержание труда	13	27	5	18
Поддержка работодателя	8	17	5	18
Дети	9/41	22	10/15	75
Общий показатель	53	–	29	–

Источник: [12]

Source: [12]

Таблица 2
Ведущие мотивы предпринимательской деятельности мужчин и женщин

Table 2
The underlying motives for entrepreneurship of men and women

Мотивы	Предприниматели-мужчины	Предприниматели-женщины
1	Внутренний комфорт и самоуважение	Иметь интересную работу, связанную с новыми впечатлениями и общением с людьми
2	Достижение конкретных и осязаемых результатов своего труда	Видеть конкретные и осязаемые результаты своего труда
3	Возможность обрести свободу творчества, достичь пика творческой самореализации	Обрести внутренний комфорт и самоуважение
4	Защищенное материальное положение для себя и близкого окружения	–
5	Доказательство своих возможностей в бизнесе	–
6	Влияние на людей	–

Источник: [16]

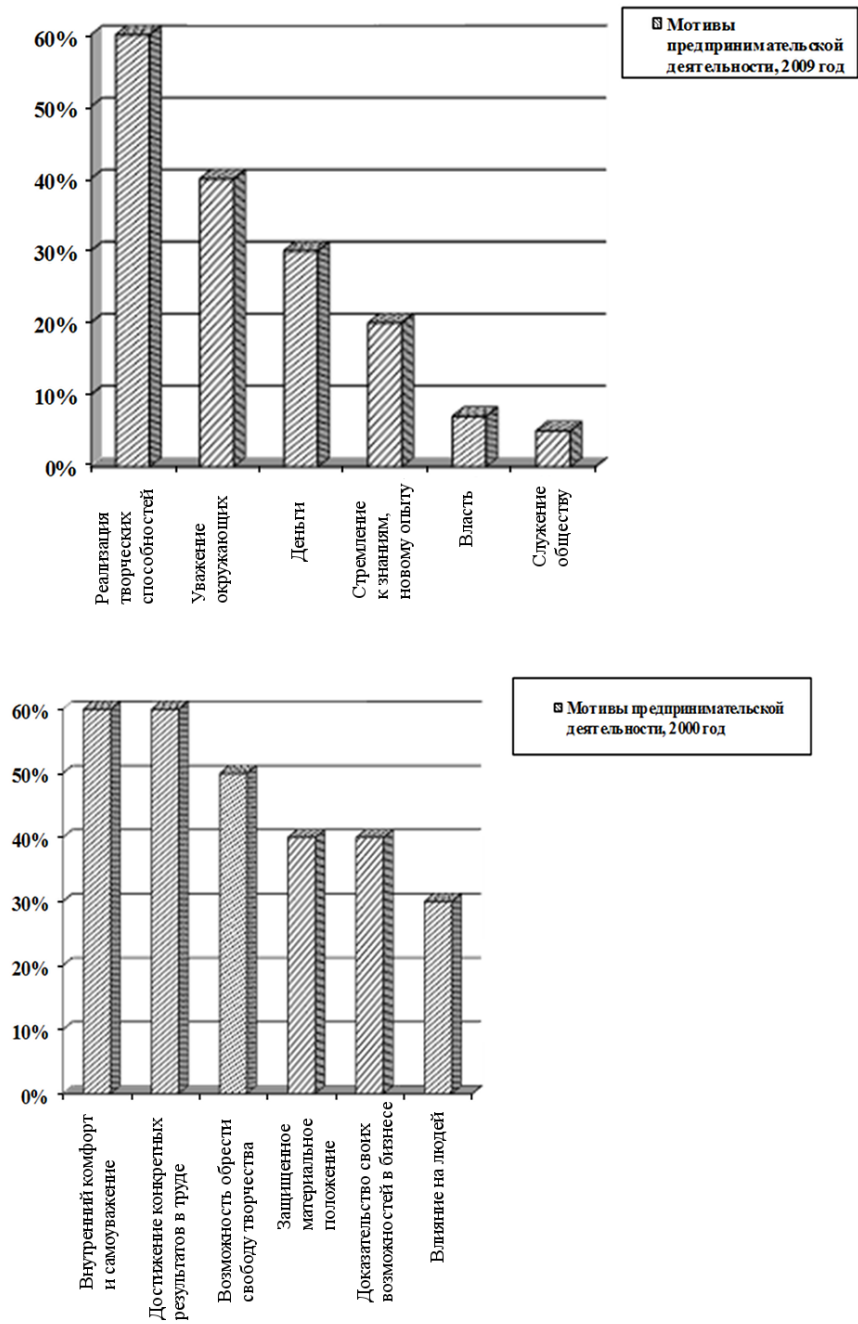
Source: [16]

Рисунок 1

Сравнительный анализ мотивов предпринимательской деятельности в 2000 и 2009 гг.

Figure 1

A comparative analysis of the business motives in 2000 and 2009

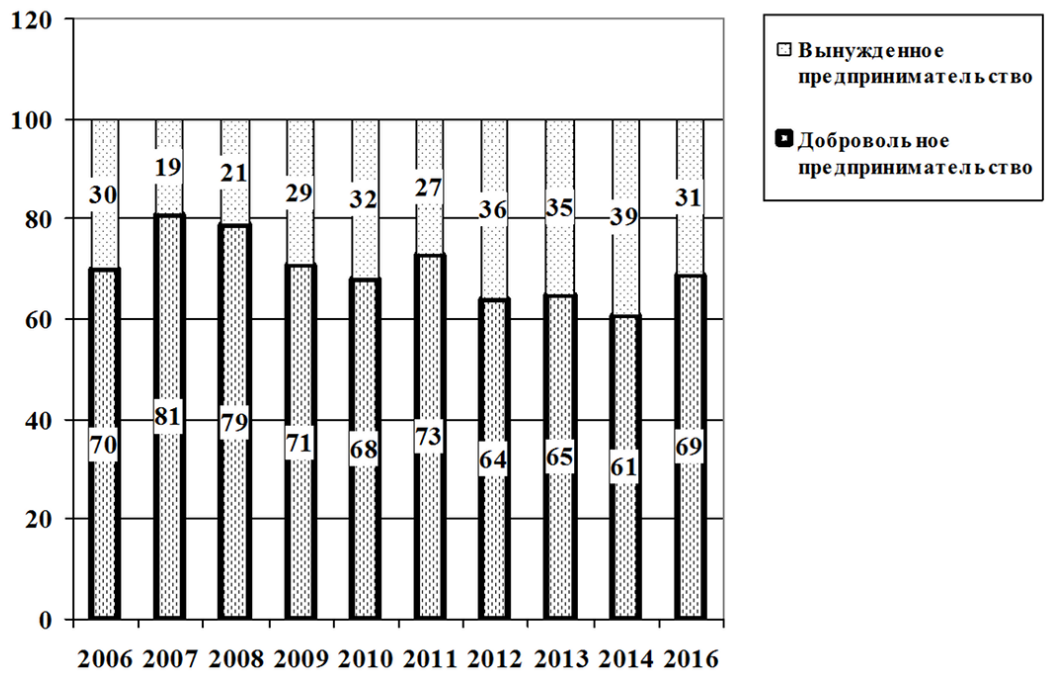


Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 2
Структура мотивации. Данные по России, 2006–2016 гг., %

Figure 2
The motivation structure in Russia, 2006–2016, percentage



Примечание. Данные за 2015 г. отсутствуют.

Источник: авторская разработка

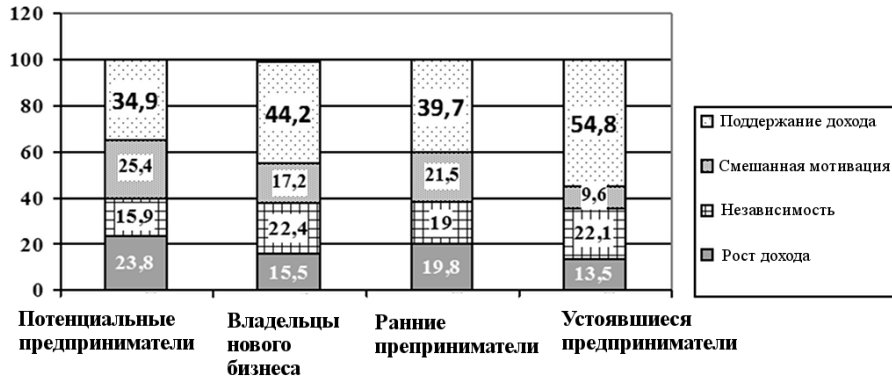
Source: Authoring

Рисунок 3

Структура мотивации на разных этапах предпринимательского процесса. Данные по России, %

Figure 3

Motivation structure in Russia at different stages of the business process, percentage



Источник: авторская разработка

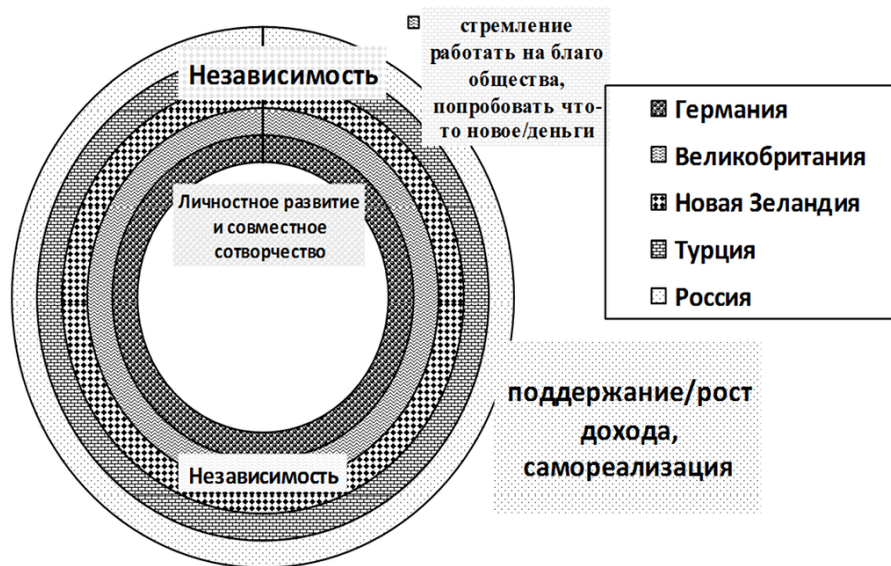
Source: Authoring

Рисунок 4

Ведущие мотивы предпринимательской деятельности в различных странах

Figure 4

The underlying business motives in various countries



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. М.: Экономика, 1997. 288 с.
2. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. 864 с.
3. Туякбаева А.Е., ПолUTOва М.А. Предпринимательская мотивация как частный случай трудовой мотивации // Вестник Читинского государственного университета. 2012. № 6. С. 70–75. URL: http://zabvestnik.com/?page_id=1191&lang=ru
4. Baumol W.J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, 1990, vol. 98, no. 5, pp. 893–921. URL: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/261712>
5. Segal G., Borgia D., Schoenfeld J. The Motivation to Become an Entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2005, vol. 11, iss. 1, pp. 42–57. URL: <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
6. Бильчак Е.В., ПурЫжова Л.В. Развитие мотивационных принципов предпринимательства // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2009. № 3. С. 75–82. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-motivatsionnyh-printsipov-predprinimatelstva>
7. Веблен Т. Теория делового предприятия. М.: Дело, 2007. 288 с.

8. Мизес Л. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. Челябинск: Социум, 2005. 878 с.
9. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1. Предприниматель и предпринимательство. М.: Прогресс, 1992. 160 с.
10. Wottawa H., Glummski I. Psychologische Theorien für Unternehmen. Göttingen, Hogrefe, 1995, 334 p.
11. Aswerus B. Unternehmensphilosophie und Personalentwicklung. Munster, N.Y., Waxmann, 1993, 222 p.
12. Kirkwood J. Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 2009, vol. 24, iss. 5, pp. 346–364.
URL: <https://doi.org/10.1108/17542410910968805>
13. Maden C. A Gendered Lens on Entrepreneurship: Women Entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 2015, vol. 30, iss. 4, pp. 312–331.
URL: <https://doi.org/10.1108/GM-11-2013-0131>
14. Dawson C., Henley A. “Push” versus “Pull” Entrepreneurship: An Ambiguous Distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2012, vol. 18, iss. 6, pp. 697–719. URL: <https://doi.org/10.1108/13552551211268139>
15. Корнилова Т.В. Диагностика мотивации и готовности к риску. М.: Институт психологии РАН, 1997. 232 с.
16. Булычкина Г.К. Мотивация трудовой деятельности предпринимателей. В кн.: Становление нового российского предпринимательства (социологический аспект). М.: Институт экономики РАН, 1998. С. 150–159.
17. Акимова О.Е. Мотивационные основы предпринимательской деятельности в России // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2013. Т. 6. № 1. С. 131–138. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/motivatsionnye-osnovy-predprinimatelskoy-deyatelnosti-v-rossii>
18. Popkova E.G., Popova E.A., Denisova I.P., Porollo E.V. New Approaches to Modernization of Spatial and Sectorial Development of Russian and Greek Regional Economy. *European Research Studies*, 2017, vol. 20, no. 1, pp. 129–136.
URL: https://www.ersj.eu/repec/ers/papers/17_1_p12.pdf
19. Коновалова О.С., Акимова О.Е. Господдержка предпринимательства как основа формирования мотивационной среды развития предпринимательской деятельности в России // Известия ВолгГТУ. Серия «Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)». 2016. № 7. С. 18–23.
URL: [http://www.vstu.ru/uploadiblok/files/izvestiya/archive/1/%E2%84%96%20%20\(186\),%202016.pdf](http://www.vstu.ru/uploadiblok/files/izvestiya/archive/1/%E2%84%96%20%20(186),%202016.pdf)
20. Московцев А.Ф., Юрова О.В. Эвристическое значение понятия предпринимательства и его границы // Экономические науки. 2008. № 7. С. 91–94.
URL: <http://ecsn.ru/files/pdf/200807.pdf>
21. Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю. Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России: Социология. Этнология. 2004. Т. 13. № 1. С. 116–145.
URL: <https://mirros.hse.ru/article/view/5270/5657>

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.

TERRITORIAL TRANSFORMATION OF ENTREPRENEURIAL MOTIVATION

Ol'ga E. AKIMOVA

Volgograd State Technical University (VSTU), Volgograd, Russian Federation
akimovann25@mail.ru
ORCID: not available

Article history:

Received 29 November 2018
Received in revised form
20 December 2018
Accepted 27 December 2018
Available online
15 February 2019

JEL classification: M20, R11

Keywords: motivation,
stimulation, structure,
involuntary entrepreneurship,
voluntary entrepreneurship

Abstract

Subject This article discusses the issues of entrepreneurial motivation, its internal structure, stimulation and territorial transformation of motives of entrepreneurial activity in a particular region.

Objectives The article aims to analyze the underlying motives for entrepreneurship in various countries and see how the territorial transformation of entrepreneurial motivation corresponds to the level of economic development.

Methods The study is based on the analysis of entrepreneurial motivation in Turkey, Germany, Great Britain, New Zealand, and Russia.

Conclusions and Relevance The study shows that the external circumstances, which act as forcing incentives, compel the majority of Russian entrepreneurs to do business. The results of the study are of interest for further research in the field of motivational influence on entrepreneurs, as well as development of strategies and concepts of development and State support of entrepreneurship in Russia.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2018

Please cite this article as: Akimova O.E. Territorial Transformation of Entrepreneurial Motivation. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2019, vol. 17, iss. 2, pp. 204–219.
<https://doi.org/10.24891/re.17.2.204>

References

1. Kleiner G.B., Tambovtsev V.L., Kachalov R.M. *Predpriyatie v nestabil'noi ekonomicheskoi srede: riski, strategiya, bezopasnost'* [An enterprise in an unstable economic environment: risks, strategy, security]. Moscow, Ekonomika Publ., 1997, 288 p.
2. Schumpeter J.A. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya* [Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Capitalism, Socialism and Democracy]. Moscow, Eksmo Publ., 2007, 864 p.
3. Tuyakbaeva A.E., Polutova M.A. [Entrepreneurial motivation as a special case of labour motivation]. *Vestnik Chitinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chita State University*, 2012, no. 6, pp. 70–75. URL: http://zabvestnik.com/?page_id=1191&lang=ru (In Russ.)
4. Baumol W.J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, 1990, vol. 98, no. 5, pp. 893–921.
URL: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/261712>
5. Segal G., Borgia D., Schoenfeld J. The Motivation to Become an Entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2005, vol. 11, iss. 1, pp. 42–57.
URL: <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>

6. Bil'chak E.V., Puryzhova L.V. [Development of motivation principles for entrepreneurship]. *Vestnik Baltiiskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Gumanitarnye i obshchestvennye nauki = IKBFU's Vestnik: Humanities and Social Science*, 2009, no. 3, pp. 75–82. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-motivatsionnyh-printsipov-predprinimatelstva> (In Russ.)
7. Veblen Th.B. *Teoriya delovogo predpriyatiya* [The Theory of Business Enterprise]. Moscow, Delo Publ., 2007, 288 p.
8. Von Mises L. *Chelovecheskaya deyatel'nost': traktat po ekonomicheskoi teorii* [Human Action: A Treatise of Economics]. Chelyabinsk, Sotsium Publ., 2005, 878 p.
9. Hisrich R.D., Peters M.P. *Predprinimatel'stvo, ili kak zavesti sobstvennoe delo i dobit'sya uspekha. Vyp. 1. Predprinimatel' i predprinimatel'stvo* [Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise]. Moscow, Progress Publ., 1992, 160 p.
10. Wottawa H., Glummski I. *Psychologische Theorien fur Unternehmen*. Göttingen, Hogrefe, 1995, 334 p.
11. Aswerus B. *Unternehmensphilosophie und Personalentwicklung*. Munster, N.Y., Waxmann, 1993, 222 p.
12. Kirkwood J. Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 2009, vol. 24, iss. 5, pp. 346–364. URL: <https://doi.org/10.1108/17542410910968805>
13. Maden C. A Gendered Lens on Entrepreneurship: Women Entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 2015, vol. 30, iss. 4, pp. 312–331. URL: <https://doi.org/10.1108/GM-11-2013-0131>
14. Dawson C., Henley A. “Push” versus “Pull” Entrepreneurship: An Ambiguous Distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2012, vol. 18, iss. 6, pp. 697–719. URL: <https://doi.org/10.1108/13552551211268139>
15. Kornilova T.V. *Diagnostika motivatsii i gotovnosti k risku* [Diagnosis of motivation and risk-taking]. Moscow, Institute of Psychology of RAS Publ., 1997, 232 p.
16. Bulychkina G.K. *Motivatsiya trudovoi deyatel'nosti predprinimatelei. V kn.: Stanovlenie novogo rossiiskogo predprinimatel'stva (sotsiologicheskii aspekt)* [Motivation of working activity of entrepreneurs. In: The formation of a new Russian enterprise (sociological aspect)]. Moscow, Institute of Economics of RAS Publ., 1998, pp. 150–159.
17. Akimova O.E. [Motivation basis of business in Russia]. *Problemy analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoe proektirovanie = Problem Analysis and Public Administration Projection. Theory, Practice, Methodology*, 2013, vol. 6, iss. 1, pp. 131–138. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/motivatsionnye-osnovy-predprinimatelskoy-deyatelnosti-v-rossii> (In Russ.)
18. Popkova E.G., Popova E.A., Denisova I.P., Porollo E.V. New Approaches to Modernization of Spatial and Sectorial Development of Russian and Greek Regional Economy. *European Research Studies*, 2017, vol. 20, no. 1, pp. 129–136. URL: https://www.ersj.eu/repec/ers/papers/17_1_p12.pdf

19. Konovalova O.S., Akimova O.E. [State support of entrepreneurship as the basis of formation of the motivational environment development of business in Russia]. *Izvestiya VolgGTU. Seriya Aktual'nye problemy reformirovaniya rossiiskoi ekonomiki (teoriya, praktika, perspektiva) = Izvestia VSTU. Series Actual Problems of Reforming Russian Economy (Theory, Practice and Perspective)*, 2016, no. 7, pp. 18–23.
URL: [http://www.vstu.ru/uploadiblok/files/izvestiya/archive/1/%E2%84%96%207%20\(186\),%202016.pdf](http://www.vstu.ru/uploadiblok/files/izvestiya/archive/1/%E2%84%96%207%20(186),%202016.pdf) (In Russ.)
20. Moskovtsev A.F., Yurova O.V. [Heuristic meaning of the notion of entrepreneurship and its borders]. *Ekonomicheskie nauki = Economic Sciences*, 2008, no. 7, pp. 91–94.
URL: <http://ecsn.ru/files/pdf/200807.pdf> (In Russ.)
21. Tikhonova N.E., Chepurenskiy A.Yu. [Entrepreneurial potential of Russian society]. *Mir Rossii: Sotsiologiya. Etnologiya = Universe of Russia: Sociology. Ethnology*, 2004, vol. 13, no. 1, pp. 116–145. URL: <https://mirros.hse.ru/article/view/5270/5657> (In Russ.)

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.