

УДК 338.24  
JEL classification: A11, E1, M2

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40>

## СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ И МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

©*Курпаяниди К. И.*, ORCID: 0000-0001-8354-1512, ResearcherID: Q-5596-2016, SPIN: 2321-7606, Ph.D., *акад. Международной академии теоретических и прикладных наук (США), Ферганский политехнический институт, г. Фергана, Узбекистан, w7777@mail.ru*

### MODERN CONCEPTS AND MODELS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

©*Kurpayanidi K.*, ORCID: 0000-0001-8354-1512, ResearcherID: Q-5596-2016, SPIN: 2321-7606, Ph.D., *Academician of the International Academy of Theoretical and Applied Sciences (USA), Fergana Polytechnic Institute, Fergana, Uzbekistan, w7777@mail.ru*

*Аннотация.* В статье рассмотрены концептуальные основы и модели развития предпринимательства. Затронуты фундаментальные взгляды ученых-экономистов на сущность концепций и моделей развития предпринимательской деятельности с учетом институциональных изменений в экономике. Представлена систематизация взглядов как классиков экономической теории, так и представителей современной экономической школы. В исследовании использованы такие методы, как сравнение, аналогия, анализ и синтез, системный подход. Автором малое предпринимательство исследуется с двух позиций: микроэкономической и макроэкономической. Первая касается внутренней среды самого предпринимательства, а во втором случае речь идет о внешней среде предпринимательства, которая оказывает огромное влияние как на состояние и развитие малого бизнеса в целом и отдельного предприятия, так и на поведение экономических агентов.

*Abstract.* The article considers the conceptual foundations and models of entrepreneurship development. The fundamental views of economic scientists on the essence of concepts and models of business development, taking into account institutional changes in the economy, are touched upon. The article presents a systematization of the views of both the classics of economic theory and representatives of the modern economic school. The research uses such methods as comparison, analogy, analysis and synthesis, and a systematic approach. The author examines small business from two positions: microeconomic and macroeconomic. The first concerns the internal environment of entrepreneurship itself, and in the second case we are talking about the external environment of entrepreneurship, which has a huge impact both on the state and development of small business as a whole and an individual enterprise, and on the behavior of economic agents.

*Ключевые слова:* бизнес, концепция, малое предпринимательство, предпринимательство, модель развития, теория предпринимательства, рыночная экономика, саморазвитие, интеграционное развитие.

*Keywords:* business, concept, small entrepreneurship, entrepreneurship, development model, entrepreneurship theory, market economy, self-development, integration development.

### *Введение*

Поэтапно реализуемые в Республике Узбекистан кардинальные преобразования доказали, что эффективность системы рыночных отношений требует определенного уровня экономической свободы граждан, а предпринимательство выступает главным принципом реализации такой свободы.

В экономической мысли можно выделить различные концепции, формирующие и развивающие теорию предпринимательства. Хотя всплеск интереса исследователей к малому бизнесу приходится на 1970-е годы, тем не менее, в более ранних трудах учеными были изложены особенности структурных секторов предпринимательства. Скрупулезное изучение литературы, посвященной данной проблеме, позволило нам выделить следующие шесть крупных концептуальных направлений ее исследований:

- значение малого предпринимательства и его специфическая роль в экономическом развитии;
- влияние внешней среды на развитие малого предпринимательства (контекстуальный подход);
- персональные характеристики предпринимателя (индивидуальный подход);
- в контексте теории полезности и рационального поведения индивида на рынке труда;
- влияние культуры на формирование предпринимательской ориентации в обществе (культурный подход);
- в контексте теории организации и эффективности масштабов производства.

Поскольку предпринимательство является многоаспектным явлением в жизни нашего общества, то перечисленные направления содержат в себе различные подходы, характеризующие разные аспекты малого предпринимательства.

### *Литературный обзор*

Важную роль для выделения первого направления работ сыграли представления Й. Шумпетера. Он одним из первых в центр своей теоретической системы поставил фигуру предпринимателя – экономического субъекта, функции которого отличаются как от роли капиталиста, так и рабочего. Й. Шумпетер отмечал, что предприниматель изначально не имеет капитала и не продает свой труд, зато обладает инициативой, качеством лидера, способностью идти на риск. Благодаря такому институту как кредит, он мобилизует факторы производства и, получив их в распоряжение, осуществляет инновационную деятельность – реализует достижения технического прогресса, находит новые потребности, рынки сбыта, формы организации труда и т. д. [1].

Концепция предпринимателя как ключевой фигуры капитализма лежит в основе, предложенного ученым функционального подхода и разработанных трактовок капитала, прибыли, процента и денег. В научной литературе данная концепция обозначена «предпринимательской моделью экономического развития» и вполне соответствует современным представлениям о роли малого бизнеса в общественном воспроизводстве, сильная сторона которого заключается в способности быстро трансформироваться и адаптироваться к новым условиям жизни общества.

Основная часть ученых, работающих в русле теории предпринимательства, относится к приверженцам контекстуального подхода, поскольку они рассматривают предпринимательство как ответ на определенные внешние условия в какой-либо стране. При этом исследователи для описания комплекса условий, стимулирующих или сдерживающих

его развитие, используют различные термины, такие как «условия развития предпринимательства», «предпосылки развития предпринимательства», «предпринимательская среда», «деловая среда», среди которых наиболее частое применение нашло понятие «предпринимательская среда». По мнению Дж. Ковина и Д. Слевина, данное понятие определяется в силовых терминах и элементах, которых слишком много для объединения в одну специфическую модель [2]. Основным выводом, к которому пришли все ученые, работающие в этом направлении, можно сформулировать следующим образом: экономический рост создает условия, продвигающие предпринимательство, а экономическая стагнация, наоборот, ограничивает рыночные стимулы и снижает уровень аккумуляции капитала. В то же время процесс глобализации экономик способствует сокращению национальных барьеров и положительно влияет на всемирное движение капиталов.

К относительно новому направлению исследований в рамках данного подхода относятся работы, изучающие природу конкурентоспособности малого предпринимательства. Мы решили немного на нем акцентировать свое внимание, так как оно, на наш взгляд, представляет чрезвычайную актуальность для экономики стран СНГ, которые предпринимают активные шаги к вступлению в ВТО.

Согласно модели А. Мингуззи и Р. Пассаро внешняя среда играет определяющую роль в повышении конкурентоспособности малого предприятия [3]. Предпринимательский успех во многом определяется способностью своевременно реализовать на рынке разные возможности созданного дела. В частности, он должен уметь извлекать пользу из сети отношений между предприятием и рынком. Ярко выраженная склонность предпринимателя к обучению должна помогать ему быстро реагировать и адаптироваться к возможным изменениям внешней среды.

Конкурентоспособность означает способность предприятия увеличивать долю рынка, доходность и рост прибавочной стоимости, в результате которой укрепляются его позиции на продолжительное время. Следовательно, предприниматели должны ориентироваться на долгосрочное повышение конкурентоспособности своего предприятия, понимать, что данный процесс управляемый, относительный и динамичный.

В соответствии с моделью Т. Мэна, Т. Лау, К. Чана предприниматель для повышения конкурентоспособности предприятия должен выполнить три задачи [4]. Первая задача предпринимателя – распознать конкурентные возможности, для реализации которой он обязан максимально использовать такие способности, как выявление возможностей, установление связи и общее видение. Вторая задача – сформировать на предприятии команду, объединяющую работников, умеющих слаженно работать, внедрять инновации и создавать положительную репутацию. В этом предпринимателю должны помочь умение устанавливать связи, организовывать и общее видение. Третья задача – обеспечить функционирование предприятия. Таким образом, четко определенные цели и направления деятельности способствуют достижению долгосрочной конкурентоспособности. Ориентация на занятие прочной позиции на рынке требует внедрения стратегического планирования. Однако процесс стратегического планирования немыслим без предпринимательского умения стратегически мыслить. Внутренние и внешние обязательства предпринимателя играют роль основного внутреннего двигателя к действиям.

Авторы модели предпринимательские способности и конкурентоспособность малого бизнеса рассматривают во взаимосвязи. По их мнению, предприниматель обязан следить за возможностями, уметь их выявлять и использовать. Мы же со своей стороны хотим добавить, что с ростом размеров предприятия управление конкурентоспособностью усложняется. На

отдельных стадиях жизненного цикла предприятия может быть различной также и политика конкурентоспособности предприятия.

Итак, в данном подходе внешней среде отводится важнейшая роль в развитии малого предпринимательства. С учетом того, что факторы внешней среды отличаются многообразием, они могут воздействовать как по отдельности, так и в совокупности. В этих условиях только конкурентоспособные предприятия в состоянии выжить и эффективно функционировать на рынке, в естественной среде предпринимательства.

#### *Методология исследования*

Теоретическая и методологическая основа исследования стали концепции, модели и гипотезы, в которых сформулированы принципы предпринимательской деятельности. В ходе исследования использованы работы, в которых сформулированы теории предпринимательства, моделей предпринимательства и др. Решение поставленных научных задач проводилось с использованием общенаучных методов исследования экономических процессов.

#### *Анализ и результаты*

Различные концептуальные подходы способствуют развитию теории, которая, в свою очередь, служит основой для разработки практических моделей. Здесь мы обращаем внимание, что на появление различных моделей развития малого предпринимательства существенное влияние оказали обширные научные исследования в рамках вышеописанного подхода.

В мировой практике известно несколько моделей развития малых предприятий. Модели делового климата, экономического спада и роста доходов населения построены с учетом влияния факторов внешней среды на формирование и развитие частного предпринимательства. Для стран с развитой, развивающейся и переходной экономикой характерны различные социально-экономические условия. В зависимости от этих условий и приоритетных направлений государственной экономической политики в указанных группах стран различаются и уровни, и динамика развития малого предпринимательства. В соответствии с этим положением модель делового климата объясняет появление малых предприятий сочетанием таких факторов, как гибкая политика занятости, низкие затраты на производственные факторы, льготное местное налогообложение, поддержка со стороны органов власти и т. д.

Модель делового климата — это своего рода особые условия, целенаправленно создаваемые для успешного развития определенного вида предпринимательской деятельности в отдельной отрасли (секторе) экономики или в целом в национальной экономике. Вполне очевидно, что модель предполагает построение институциональных образований в виде зон внешней торговли, предпринимательских зон, технологических парков, бизнес-инкубаторов.

В середине 1990-х годов, по оценкам В. Андрианова, в мире функционировало 1200 различного рода зон, в том числе 400 зон внешней торговли, 400 научно-промышленных парков, более 300 экспортно-производственных зон и примерно 100 зон специального назначения (оффшорные центры, зоны рекреации, эколого-экономические регионы, туристические центры и др.) [5].

Успех различных институциональных образований в развитии малого предпринимательства оказал влияние на их распространение в странах Азии и Африки, в

которых действует более 200 зон внешне ориентированной обрабатывающей промышленности, что составляет 84% от общего числа подобных зон всего мира. В рамках экономической реформы и политики открытости миру, в Китае с 1980 по 1984 гг. в Китае созданы специальные экономические зоны (СЭЗ) в Шаньтоу, Шэньчжэне и Чжухае в провинции Гуандун, в Сямэне в провинции Фуцзянь. Также вся островная провинция Хайнань назначена особой экономической зоной. В настоящее время в Китае в крупных и средних городах было создано 15 зон свободной торговли, 32 экономических и технологических зон развития государственного уровня и 53 новых высокотехнологичных промышленных зон развития. В результате в стране сформировалась многоуровневая диверсифицированная модель открытости и интеграции прибрежных районов с реками, границами и внутренними районами [6].

Зоны внешней торговли представляют собой ограниченные участки национальной территории, в пределах которых устанавливается льготный по сравнению с общим режим хозяйственной, в том числе внешнеэкономической, деятельности. Иными словами, это – торговая или торгово-производственная зона, которая, оставаясь частью национальной территории, с точки зрения таможенного, бюджетно-налогового и финансового режима рассматривается как находящаяся за пределами государственной границы, в ее пределах действует целая система льгот для малых предприятий. В 1992 году число зон общего назначения в США составляло 190, а специализированных зон — 259. В них было занято более 2,8 тыс. фирм, главным образом американских с численностью занятых около 320 тыс. человек.

Для сравнения, в течение 2018 года на территории США, согласно докладу Совета по внешнеторговым зонам Конгрессу США, действовало 195 зон свободной торговли (ЗСТ), производивших в общей сложности 330 активных производственных операций. 440 000 человек работали в 3300 фирмах в ЗСТ в течение года. ЗСТ подразделяются на зоны общего назначения и специализированные зоны или субзоны.

Вливание денег в ЗСТ составило более 793 млрд долларов, показав положительную динамику, тогда как в 2017 году они составили порядка 669 млрд долларов. Складские и дистрибьюторские операции составили за год около 290 миллиардов долларов, а производство товаров – 504 миллиарда долларов (63 процента от общей активности зоны). Экспорт объектов, работающих в соответствии с процедурами ЗСТ, составил более 112 миллиардов долларов. Эти данные дают нам право говорить об успешном функционировании ЗСТ в США и об их непрерывном развитии и наращивании темпов производства и экспорта [7].

Предпринимательские зоны возникли как один из видов проявления региональной политики, направленной на оживление мелкого и среднего бизнеса в депрессивных районах, преимущественно городских, путем предоставления предпринимателям большей свободы деятельности и значительных финансовых льгот. В этих зонах реализуются три принципа:

- дерегламентация,
- дефискализация,
- дебюрократизация.

Основными условиями для их образования являются: расположение в депрессивных районах крупных городов, имеющих наиболее высокий уровень безработицы; срок действия от 7 до 20 лет. Зоны выполняют задачу решения внутриэкономических проблем посредством опоры на местный капитал и рабочую силу.



Технологические парки (технико-внедренческие зоны) относятся к эффективной форме интеграции науки и производства, месту разветвления инновационной деятельности и создания венчурных фирм, занятых разработкой новых технологий. В круг задач технопарков относятся:

- поддержка современных технологичных перспективных проектов и программ;
- отбор перспективных проектов с точки зрения их значимости для региона;
- создание внутренней инфраструктуры, позволяющей реализовать идею;
- обеспечение всесторонней помощи в области маркетинга и менеджмента;
- международный консалтинг и привлечение инвестиций через создание венчурного фонда.

Основными условиями для роста инновационного предпринимательства в границах технологических парков являются: наличие хорошо развитой научно-исследовательской инфраструктуры в виде университетов и научно-исследовательских центров, обладающих соответствующими научными школами, высококвалифицированными кадрами и экспериментальным оборудованием; наличие крупных наукоемких предприятий, предъявляющих спрос на новые разработки; близость к крупным полюсам экономического роста; благоприятная социальная и экологическая среда. В идеале технологический парк должен надстраиваться на уже сформированные предпринимательские структуры, стимулируя обнаруживающиеся у них тенденции к развитию кооперационных взаимосвязей между собой. Парки представляют собой обычно территориально сгруппированную совокупность научных лабораторий и производственных помещений, предоставленных на льготных условиях в аренду венчурным фирмам, занятым коммерческим освоением перспективных научных и технологических нововведений и идей.

В США насчитывается от 80 до 150 технологических парков. Формы их организации и управления индивидуальные. Как правило, они создаются на базе университетов, муниципалитетов, корпораций. Их отличие от предыдущих видов институциональных образований состоит в том, что они не получают каких-либо привилегий от государственных органов управления, работают на равных условиях с другими фирмами, а также им присущ долгий этап становления. Например, для достижения успехов Силиконовой долине потребовалось около 35 лет, технологическому парку треугольнику Северной Каролины – 30 лет, университету Юта – около 20 лет. Главная причина большой продолжительности периода их становления заключается в слабой заинтересованности предпринимателей.

В Германии примерно половина новых фирм терпит банкротство самое позднее через три года, в то время как в технологических и предпринимательских центрах этот показатель составляет 6%. Между тем, стимулирование развития инновационного предпринимательства в целом не способствует решению проблемы занятости. Для них характерен значительный мультиплицирующий эффект, который в некоторых случаях составляет 1 к 20. Однако, новые фирмы в силу их общей немногочисленности, неустойчивости в развитии и специфических требований к рабочей силе не в состоянии создать много дополнительных рабочих мест.

Бизнес-инкубаторы представляют собой программы помощи бизнесу, обеспечивающие предпринимателей необходимыми консультациями и поддержкой. Бизнес-инкубатор занимается поиском, отбором и последующей адаптацией к местным условиям эффективных форм и методов малого бизнеса с последующим их тиражированием. В нем фирма должна стать рыночно ориентированной, способной вести дело, в перспективе быть конкурентоспособной. Немаловажно создать необходимый импульс для начала реализации имеющихся идей. Они располагаются в специальных помещениях, в каждом из которых

размещается несколько начинающих фирм, работающих с помощью консультантов. Эти структуры широко распространены в Англии, Германии, Китае, США, Франции, Швеции, Японии.

В последние годы в отечественной экономике наблюдается всплеск интереса к созданию таких институциональных образований. В республике функционирует порядка 50 бизнес-инкубаторов, созданные по инициативе местных исполнительных органов. И если некоторые из них показывают краткосрочные положительные результаты, то функционирование технологических парков на базе НИИ, производственных объединений еще не дают позитивных эффектов, так как большинство из них находятся во временном простое. Это свидетельствует о том, что наличие детально проработанного институционального механизма создания и функционирования технологических парков, специалистов с интерспецифическим ресурсом еще недостаточно для достижения успеха. На наш взгляд, такие институциональные образования начнут активизировать свою деятельность при появлении насущной потребности в их деятельности со стороны предпринимателей, желающих расширить и укрепить позиции собственного бизнеса в определенных нишах рынка.

С тех пор как в рамках капиталистического общества совершился переход к индустриальному производству, экономическое развитие приняло циклический характер. Экономические циклы начального периода и современные существенно различаются между собой. Различия проявляются в степени нарушения экономического равновесия, членении циклов на различные фазы, длительности фаз, участии государства в регулировании циклов. Тем не менее, природа циклов включает в себя ряд последовательно сменяющих друг друга фаз, в том числе и экономический спад. Модель экономического спада построена на идеи о том, что безработица усиливает число потенциальных предпринимателей. Не вдаваясь в подробности, отметим, что страны, находящиеся в экономической стагнации, ограничивают рыночные стимулы. Следовательно, в этих странах будет преобладать категория «вынужденных» предпринимателей с ограниченными инвестиционными возможностями. В таких условиях без активной государственной поддержки «вынужденные» предприниматели не смогут внести существенный вклад в экономическое развитие страны, то есть вывести из стадии спада.

Модель роста доходов населения отражает последующие изменения в рыночном спросе. «Минимальное критическое усилие», по мнению Х. Лейбинстайна, должно быть таким, чтобы уровень инвестиций составил не менее 12-15% национального дохода. Такой толчок, считает он, с одной стороны, повысит темп роста среднедушевого дохода, а с другой — расширит число хозяйствующих субъектов-предпринимателей, которые обеспечат дальнейший рост среднедушевого дохода в соответствии с Рисунком 1 [8].

Истоки индивидуального подхода, на наш взгляд, уходят в XVIII век, когда Р. Кантильон, А. Тюрго, Ж. Б. Сэй через описание профессиональных качеств купца, скупщика, торговца сформулировали первые представления о предпринимателе. На современном этапе существенный вклад в развитие этого направления внесли многие ученые-экономисты, социологи и психологи. В области экономических исследований значительных успехов достигли А. Шапиро, Д. МакКлеланд, Р. Хизрич, Р. Брокхаус. Они полагают, что для создания нового предприятия помимо благоприятного социально-экономического климата, необходимо наличие у индивидов предпринимательских способностей, выделяющие их от общего населения. По их оценкам только 6% населения промышленно развитых стран обладают врожденной способностью к предпринимательству.

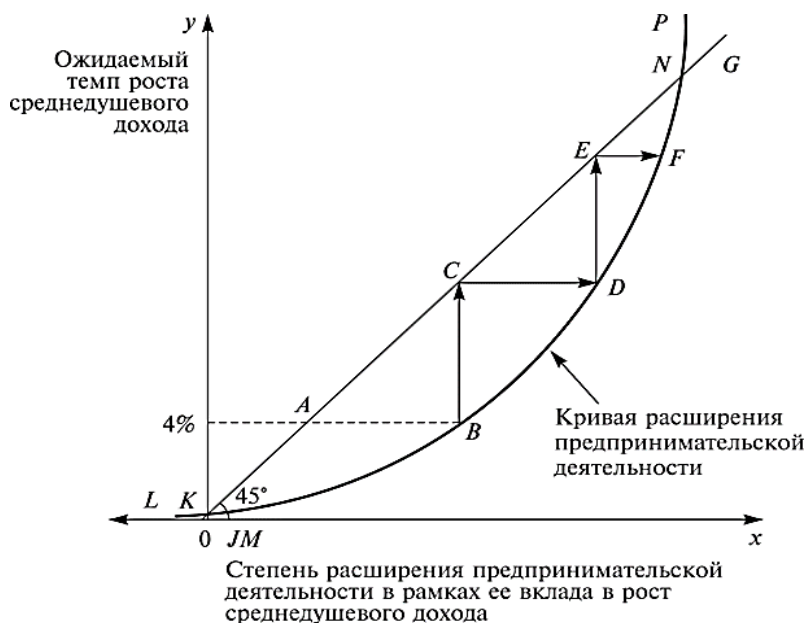


Рисунок 1. Взаимосвязь между темпом роста среднедушевого потребления и степенью расширения предпринимательской деятельности [8]

Однако результаты социологического опроса наемных работников из 20 стран показали присутствие у них высокого уровня латентного (скрытого) желания иметь собственный бизнес. Доля работников, предпочитающих самозанятость, варьируется от 30% до 80% от общего числа опрошенных в соответствии с Рисунком 2 [9].

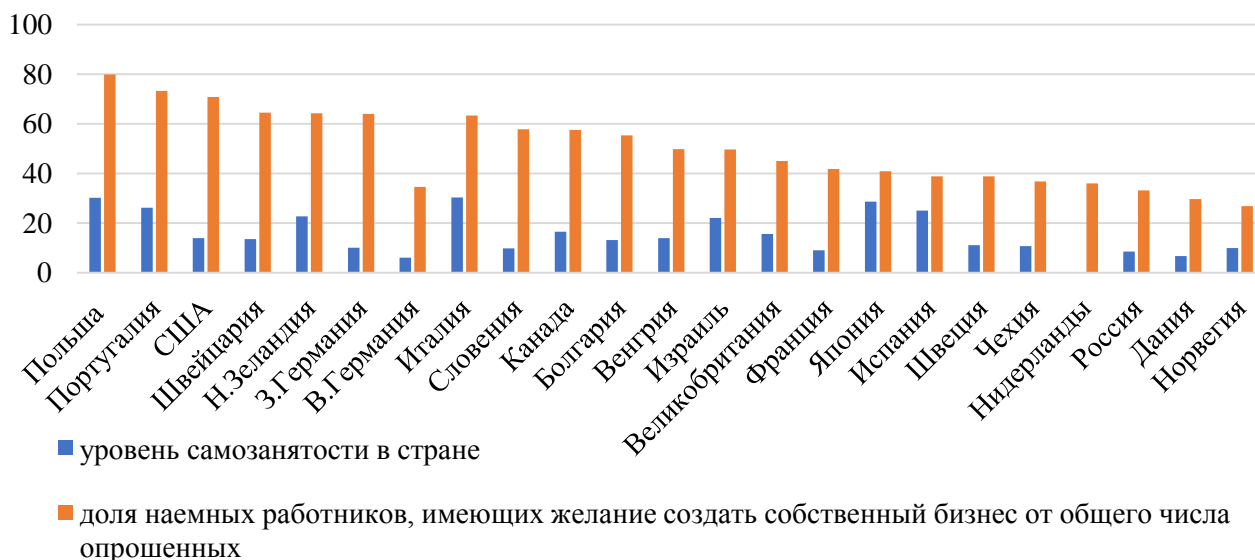


Рисунок 2. Доля наемных работников, имеющих скрытое желание создать собственный бизнес [9]

Согласно мнению Р. Брокхауса, для реализации своего желания им необходимо наличие трех последовательных признаков: потребность в успехе, внутреннее состояние контроля (internal locus of control) и склонность к риску [10]. Т. Беглей и Д. Бойд доказали, что именно предприниматели — основатели малого бизнеса, значительно больше выигрывают в желании



достичь успеха, принять риск и проявить терпимость к неопределенности, чем менеджеры [11].

В 1966 году Дж. Роттером была разработана конструкция внутреннего состояния контроля (internal locus of control), в соответствии с которой индивид чувствует результат события как находящийся в пределах, так и вне его личного контроля и понимания [12]. Это означает, что внутреннее положение контроля – мера восприятия человеком способностей, которая может повлиять на события собственной жизни. Мы полагаем, что на ход мыслей Дж. Роттера несомненное влияние оказали представления Ф. Х. Найта, характеризующего предпринимателя хорошей оценочной системой (способностью судить) и сопутствующей уверенностью в себе [13]. Ведь ориентация на это качество увеличивает вероятность того, что потенциальный предприниматель примет меры по реализации своего плана.

В 1970-80-х годах конструкция Дж. Роттера и адаптированный, усовершенствованный им организационный масштаб “I-E” использовались С. Борландом, Р. Брокхаус, Дж. Пандей и Н. Теуари в изучении организационных и управленческих проблем. Они, анализируя базу данных, сформированных на основе анкетного опроса студентов бизнес-школ, предпринимателей Техаса и Италии, доказали, что данным группам индивидов присуща высокая степень внутреннего положения контроля [14].

Считается, что впервые на инновационную роль предпринимателя обратил внимание Й. Шумпетер. Он описывал предпринимателя как катализатора изменений и «... человека идей и действий, ... инструмента обнаружения новых возможностей» [15]. В последствии П. Друкер писал, что инновация есть «специфический инструмент предпринимателя... средство, с которым он делает изменения» [16]. Другие ученые инновационность отождествляют с одаренностью богатым воображением, изобретательностью, предприимчивостью, оригинальностью, находчивостью, предусмотрительностью. Так, например, С. Шайн, Л. Колеврид, П. Уесвид полагают, что наличие какого-либо «ноу-хау» выступает первоначальным мотивом организации бизнеса. Соответственно новый бизнес открывают люди, имеющие возможность внедрить новшество или работающие с новой технологией [17].

Противники данного подхода утверждают, что инновационность присуща не всем предпринимателям. В меньшей степени ее проявляют владельцы малого бизнеса нежели предприниматели, учредившие и управляющие расширяющимся бизнесом [18]. Исследования М. Тууанен, К. Хярский показали, что основателям быстро растущих фирм Финляндии и США, ставящим целью расширение дела, характерна более высокая степень инновационности, чем основателям фирм, имеющим главную цель – повышение благосостояния семьи [19].

В целом, такие человеческие качества, как предприимчивость, практичность присущи многим людям, но не все стремятся их проявить в предпринимательстве. Так, в реальной жизни встречаются не только профессионально ориентированные предприниматели, но и те, кто принимает подобное решение вынужденно. К их числу он относит представителей «уличного» предпринимательства (например, продавцов с лотков и лиц, осуществляющих кустарное производство товаров). Они, не обладая специальными знаниями, просто пытаются совместить свои возможности с неявно выраженными потребностями дополнительного характера, свойственными окружающей среде. В других ситуациях индивид, ранее не проявлявший предпринимательских качеств, продолжает развивать бизнес, получивший в наследство. По этому поводу Р. Гибадуллин пишет, что «социальная природа предпринимательской деятельности и социальный статус предпринимателя не могут

выводиться из личностного психологического качества предприимчивости. Последняя лишь некая предпосылка названной деятельности» [20].

Наличие противоречивых точек зрения в рассматриваемом походе, на наш взгляд, обусловлено тем, что в нем не наблюдается консенсуса в ясном, универсально приемлемом определении личностных качеств, свойственных предпринимателю. На вопрос, «какой совокупностью качеств должен обладать индивид, чтобы стать преуспевающим бизнесменом?», нельзя ответить однозначно.

Экстраполяция выводов контекстуального и индивидуального подходов на формирующийся предпринимательский класс в отечественной экономике позволяет сделать следующие выводы:

- во-первых, социально-экономические условия, в которых происходит становление малого предпринимательства, далеко не оптимальны;
- во-вторых, базовые внутренние противоречия отражаются как в специфике предпринимательской деятельности, так и в психологических особенностях предпринимателей;
- в-третьих, короткая история отечественного малого предпринимательства отличается циклическим развитием и значительной ролью государства в его регуляции.

Углубление исследований в области предпринимательства, поиск более рациональных и точных ответов на вопрос «как появляются предприниматели?», появление новых экономических инструментов анализа послужили основой для развития теории полезности и рационального поведения индивида на рынке труда. На наш взгляд, данная концепция исходит из предположения, что предпринимательство не возникает по чьему-либо приказу или указанию, а источник его появления, развития и угасания заключается в процессе принятия решений. Если так, то следует считать, что предпринимательская деятельность отличается высокой степенью персонификации. В ней, как ни в какой другой деятельности, проявляется глубокая связь целей, средств и результата с личностью человека, который ею занимается. Как никакая другая деятельность, предпринимательство зависит от активности и инициативы человека, от его собственных решений.

В теории полезности и рационального поведения индивида на рынке труда предпринимательство отождествляется с самозанятостью, которое по условиям сравнивается с другой альтернативой применения труда – быть наемным работником. Как считает В. Басарева для этих исследований характерно использование теоретических представлений о рискофобии и выделение сегментов рынка труда [21]. Несмотря на преобладание эконометрических моделей в данном направлении исследований, они, как правило, связаны с экономической теорией. Их преимущество состоит в том, что оценка, производимая на базе значительной эмпирической информации, исключает существование нереальных моделей.

Д. Бланчфлор, А. Освальд провели моделирование склонности индивидов к предпринимательскому риску во взаимосвязи с психологическими особенностями индивидов [22]. З. Сакова, Дж. Иарл исходят из предположения, что вероятность выбора самозанятости находится в зависимости от определенной величины превышения полезности самозанятости по сравнению с полезностью работы по найму [23]. В. Басарева решение индивида начать собственное дело связывает с его рациональным поведением, а именно желанием изменить свой социальный статус.

Р. Фонсека, П. Лопес-Гарсиа, С. Писсаридес полагают, что каждый человек рождается с «а» предпринимательской способностью и несет ее в себе всю жизнь. Некоторые при желании проявляют ее, а некоторые — нет. Соответственно функциональная зависимость

предпринимательских способностей выгядит в следующем виде  $F(\alpha)=[0;A]$ . Если индивид выбирает статус наемного работника, то он получает доход “U”. При переходе на статус предпринимателя его ожидаемый доход будет равен « $\alpha V$ », а издержки по созданию бизнеса - «K». Индивид выбирает второй путь только при выполнении условия:

$$\alpha V - K \geq U \quad (1)$$

где  $\alpha V$ - ожидаемый доход от предпринимательской деятельности; K- издержки по созданию дела; U- ожидаемый доход от наемного труда.

Не проявленные предпринимательские способности остаются в резерве. Резервированные предпринимательские способности – это отношение суммы ожидаемого дохода от наемного труда и издержек организации бизнеса к ожидаемому доходу от предпринимательской деятельности:

$$S = (U + K) / \alpha V \quad (2)$$

где S – резервированные (не проявленные) предпринимательские способности; U – ожидаемый доход от наемного труда; K- издержки по созданию дела;  $\alpha V$ - ожидаемый доход от предпринимательской деятельности.

Предположительно, в реальной жизни индивид выбирает статус предпринимателя при условии  $\alpha \geq S$ . В противном случае он ищет вакантное рабочее место. Дополнительным фактором, влияющим на процесс принятия решения индивида, является социально–экономическая ситуация. По мере того, как напряженность на рынке усиливается, то индивид не желает проявлять свои предпринимательские способности « $\alpha$ », скрывает их, повышая уровень «S». В результате в экономике наблюдается низкий темп роста количества регистрируемых новых предприятий и создаваемых новых рабочих мест. Основание - неблагоприятная ситуация на рынке увеличивает неопределенность и снижает уровень ожидаемого дохода от предпринимательской деятельности [24].

Особое место в теории предпринимательства занимает культурный подход, изучающий влияние системы воззрений, ценностей и знаний, распространенных в обществе, на формирование предпринимательской ориентации в стране. Ученые, работающие в этом направлении, полагают, что культурные измерения устанавливают границу ограничительных рамок и определяют специфику ведения хозяйственной деятельности. Они исходят из положения, что не только внешняя среда и индивидуальные способности влияют на культивацию предпринимательства, но и некоторые особенности культуры предопределяют вектор развития частного бизнеса в стране.

Отправной точкой для новой волны исследований в этой области послужили труды Г. Ховстеда. Он исходил из того, что во многом поведение человека зависит от его ментальных программ. Под ментальными программами Г. Ховстед понимал «образцы размышлений, чувств и действий», которые делятся на три уровня: ментальные программы универсальные для всех индивидов; ментальные программы, специфические для конкретной группы индивидов; ментальные программы, специфические для конкретного индивида. Его как ученого интересовали модели второго уровня, которые формируются путем социального обучения при постоянном взаимодействии внутри группы. Модели второго уровня он называл культурой и считал, что именно они представляют наибольший интерес для анализа.

Г. Ховстед одним из первых оценил связь между национальными культурами и экономической деятельностью. Базой эмпирического анализа явились результаты социологического опроса 88000 служащих и менеджеров компании IBM в 40 странах. Позже список стран был расширен до 70. Для измерения структуры идентификации и объяснения различных моделей культуры он использовал 4 показателя:

- дистанция по отношению к власти;
- избегание неопределенности; индивидуализм/коллективизм;
- мужественность/мягкость [25].

На его взгляд, эти показатели определяют специфический набор ценностей, описывающий некоторые аспекты культурной и человеческой деятельности.

Ф. Тромпенаарс считает, что предложенные Г. Ховстедом показатели являются полезными в отождествлении ключевых элементов культуры с предпринимательской ориентацией. Он дополнил их, предложив еще два показателя - «достижение/наследственность» и «универсализм/ специфичность» [26]. На базе вышеуказанных разработок С. Ли и С. Питерсон выработали критерии благоприятной предпринимательской среды [27]. Это:

- во-первых, малая дистанция власти, предполагающая, что легитимная власть подлинна. Основная определяющая власти – это ее компетентность, следовательно, и отношения между членами общества строятся на уважении к личности и равенстве, а неравенство в отношениях «начальник-подчиненный» не будет одобряться;

- во-вторых, индивидуализм, означающий, что главная социальная ценность – личная инициатива и успех. Автономность, разность, удовлетворение и личная финансовая безопасность важнее групповой преданности. Как следствие, в высоко индивидуалистских странах наблюдается высокая мобильность населения, заботящегося о собственном интересе. Общество укрепляет и вознаграждает независимые действия и инициативу. Чертой, характеризующей проявления независимости и инициативности, является положение внутреннего контроля (internal locus of control);

- в-третьих, слабое избегание неопределенности. Г. Ховстед писал, что избегание неопределенности – это «степень, в которой члены культуры чувствуют угрозу неопределенности или незнания ситуации». Стратегии разрешения неопределенности внедрены в культуру и подкреплены через основные институты, такие как семья, школа, государство. В культурах с высокой степенью неопределенности индивиды справляются с ней сами;

- в-четвертых, мужественность, характеризуется доминированием рационального поведения;

- в-пятых, достижения. Успех ведет к росту личностного и социального статуса. Достигнувшие успеха предприниматели чувствуют себя автономно, изолировано как от окружающих, так и от культурных корней. Для них успех предполагает наличие определенной поддержки, которую они усматривают в философии и получении образования;

- в-шестых, универсальность. Универсальные черты проявляются независимо от национальной принадлежности, а специфические – связаны с историей развития, социальными и культурными традициями, географическим положением каждого государства.

По утверждению С. Ли и С. Питерсона только США создали благоприятную среду для проявления предпринимательской ориентации. В силу культурных различий остальные страны не имеют такой среды в соответствии с Таблице.

Данные Таблицы указывают на дискуссионность воззрений С. Ли и С. Питерсона. Независимые исследования С. Мюллера и А. Томаса, проведенные в 9 странах путем опроса 1800 респондентов, показали, что культурам с низкой и с высокой степенью избегания неопределенности в одинаковой степени свойственна инновационность. Различная степень проявления предпринимательской ориентации заключается в стиле принятия решений. В культурах с высокой степенью избегания неопределенности (Япония) преобладают адаптивные стили принятия решений, а в культурах с малой степенью избегания неопределенности (США) – инновационные стили принятия решений [28].

Таблица

ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ РАЗЛИЧНЫХ СТРАН  
 НА БАЗЕ КРИТЕРИЕВ С. ЛИ И С. ПИТЕРСОНА [27]

Культурное измерение	Благоприятная предпринимательская среда	Страны/Регионы				
		США	Япония	Китай	СНГ	Мексика
Дистанция власти	малая дистанция власти	малая	большая	большая	большая	большая
Индивидуал изм	индивидуал изм	индивидуал изм	коллективиз м	коллективиз м	коллективиз м	коллективиз м
Избегание неопределенности	слабое избегание неопределенности	слабое избегание неопределенности	сильное избегание неопределенности	сильное избегание неопределенности	сильное избегание неопределенности	сильное избегание неопределенности
Мужественность	мужественность	мужественность	мужественность	мягкость	мягкость	мужественность
Достижения	достижения	достижения	наследственность	наследственность	наследственность	наследственность
Универсальность	универсальность	универсальность	специфичность	специфичность	специфичность	специфичность

Как видно, к исследованию культурных аспектов предпринимательства значительный интерес проявляют, в основном, американские ученые и ученые из Европы, которые не ограничиваются изучением данных собственной страны. База данных этих исследований охватывают различные группы стран, в том числе и постсоветские. И хотя результаты их изысканий содержат спорные выводы, на наш взгляд, культура остается важной переменной в оценке предпринимательского потенциала на национальном и региональном уровнях. Вместе с тем, как нам кажется, для отечественной экономической науки данное направление выступает перспективной областью исследований.

При организации исследований в этом направлении, на наш взгляд, более приемлемым является рассмотрение национальной культуры, как совокупности неформальных институтов, определяющих специфику государственного устройства страны, а также существенным образом влияющих на институциональную среду предпринимательства. Кроме того, следует особое внимание уделить основополагающему элементу культуры – ценностям, поскольку именно они задают вектор деятельности человека. Именно от их характера зависит, какие знания и навыки будет накапливать человек. Ими обусловлены



стимулы и конкретные поведенческие ограничения, специфика экономической деятельности и ее результаты. Благодаря этому в одних и тех же экономических условиях и под влиянием одной и той же экономической политики различные группы, принадлежащие к разным культурам, могут развиваться по-разному. В качестве примеров можно привести китайские семьи в Таиланде, Малайзии, Индонезии, США, японские диаспоры в Бразилии, США и т.д. Следовательно, необходимо не только идентифицировать культурные свойства как таковые, а провести идентификацию политической и экономической среды, в которой эти культурные факторы функционируют активно и динамично.

В современных условиях, глобализация экономики, в свою очередь, оказывает существенное воздействие на национальную культуру через предпринимательство, провоцируя институциональные изменения в системе культурных и духовных ценностей.

Таким образом, культурный контекст отечественного предпринимательства выступает одним из направлений институционального анализа. Особенностью исследования национальной культуры как совокупности неформальных правил (ценности, традиции, нормы поведения) является то, что она, с одной стороны, влияет на формирование институциональной среды и предпринимательской культуры, но с другой стороны, и предприниматели выступают источником развития национальной культуры. Мы признаем, что данный процесс диалогический, так как происходит взаимная конвергенция институтов.

В XX веке многие крупные компании пересматривали масштаб своих операций, переоценивали весь набор видов деятельности, в которых они заняты, переориентировали свои стратегии и структуры, зачастую покидали те сферы деятельности, которые более не считали важными [29]. Корпорации, проводя внутреннюю перестройку, осуществляли децентрализацию, создавали небольшие подразделения, передавая им полномочия по принятию решений. По сути, они открывали сеть самостоятельных малых предприятий, уполномоченных вести операции по продаже, производству, сбору информации и т.д. Эти фирмы с головной компанией заключали долгосрочные партнерские соглашения, что обеспечивало их необходимым объемом работ. С исторической точки зрения, впервые такую схему реализовал А. Слоун в General Motors в 1920-х годах.

Динамичные преобразования в корпорациях оказали сильное влияние на интенсивное развитие теории организации (фирм) и эффективности масштабов производства. Теория фирмы интенсивно развивается в экономической и социологической науке в течение последних 80 лет. Теория фирмы представляет собой систему взглядов, объясняющих природу, поведение, эволюцию или другие аспекты функционирования определенной группы предприятий. Такими группами может быть множество предприятий одной отрасли экономики, организационно-правовые формы, размер, структура распределения собственности и другое.

Теория фирмы, во-первых, отражает главные аспекты и факторы функционирования предприятий в неопределенном временном промежутке, включающем как настоящее, так и отрезки прошлого и будущего; во-вторых, ориентирована на объяснение различных аспектов деятельности предприятия. Существуют несколько классификаций теории фирм. Среди них наибольшую известность получили классификаций О. Фавро, С. Уинтера и Г. Клейнера [30].

В обосновании своей классификации Г. Клейнер пишет, что большинство теорий фирм не претендуют на «полноту описания» функционирования фирмы как таковой и в принципе. При строгом подходе они не должны были бы называться теорией фирмы, так как не отвечают требованиям системности, полноты, динамичности. Следовательно, не могут объяснить реальное состояние и природу фирмы. Появление каждой новой теории

диверсифицировало, расширило понятие фирмы, которая со временем потеряла определенность. Тем не менее, следует указать и на то, что в одних теориях фирма рассматривается в качестве «организации», а в других – «института». Как организация фирма является организационно-экономической системой, расходующей экономические ресурсы, производящей продукцию и услуги, и продающей их индивидуальным потребителям и компаниям. Как институт фирма представляет собой совокупность взаимовыгодных контрактов. Здесь фирма — это не объединение людей, машин, технологий, а механизм реализации рыночных отношений, в основе которой лежат хозяйственные сделки (транзакции). Следовательно, малое предпринимательство можно рассматривать с двух точек зрения: как организационно-экономическую систему и как механизм реализации рыночных отношений.

В экономической мысли периода социализма сложно выделить концепции, которые могли бы быть представлены как теории предпринимательства. С. Никитина считает, что полемика о судьбах капитализма между представителями «капиталистического пессимизма» и марксизма игнорировала анализ сущности феномена предпринимательства, оставаясь в русле экономического детерминизма западного толка [31]. Обращение отечественных ученых к предпринимательству как к объекту изучения в начале 1990-х годов переросло в «исследовательский бум». На сегодняшний день трудно подсчитать количество трудов, посвященных этой теме. Систематизация и анализ большей их части позволили нам выявить целый ряд ученых, предложивших собственные концептуальные подходы. Так, например, М. Щепакным разработан мотивационно-ресурсный подход. Понятие «управленческий рационализм» используется им в качестве базового термина концепции. Управленческий рационализм в сфере предпринимательства сводится к тому, чтобы в полной мере использовать факторный и мотивационно-ресурсный потенциал управляемости экономической системы в интересах совокупности субъектов рыночных отношений. Автором концепции построена сложная причинно-следственная и структурная модель функционирования предпринимательства в экономике [32].

В свою очередь, основные принципы и положения концепции Л. Колесниковой заключаются в рассмотрении предпринимательства в виде «синергетического процесса энерго-массо-информационного обмена предприятия с его внешней средой». Социально-экономическое содержание предпринимательства представлено как самообновление и самоорганизация в форме энерго-массо-информационного обмена и предприятия как соединения комплекса ресурсов. Далее ею изучены модели государственных систем развития предпринимательства [33].

Общим моментом для двух вышеназванных работ является анализ инновационных моделей предпринимательского поведения. М. Щепакин отмечает, что успех нововведений обусловлен инновационным потенциалом предпринимательства, определяющим способность его звеньев к созданию, восприятию и продвижению инноваций, а также определенным потребительским потенциалом самого нововведения. Инновационный потенциал находится в зависимости от инвестиционных возможностей предпринимателя.

Существует необходимость соотношения инвестиционных возможностей предпринимателя с теми границами нововведений, которые вызывают к жизни «скачок» в инновационности. В отличие от него Л. Колесникова проводит анализ линейной и нелинейной моделей инновационного процесса как концептуальной основы системы развития предпринимательства.

А. Токсанова в своей работе расширила концепцию предпринимательства с позиций менеджмента. Она считает, что предпринимательским процессом надо управлять, создавать соответствующую инфраструктуру для развития малого бизнеса [34]. Тем самым А. Токсанова основной акцент делает на исследование системы управления малым предпринимательством.

По своей природе концепция М. Щепакина более близка к индивидуальному подходу, а концепции Л. Колесниковой и А. Токсановой к контекстуальному подходу, так как они основное внимание акцентируют на учете влияния факторов внешней среды.

### *Выводы*

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что малое предпринимательство исследуется с двух позиций — микроэкономической и макроэкономической [35,36]. Первая касается внутренней среды самого предпринимательства, а во втором случае речь идет о внешней среде предпринимательства, которая оказывает огромное влияние как на состояние и развитие малого бизнеса в целом и отдельного предприятия, так и на поведение экономических агентов. Одним из элементов внешней среды являются институциональные условия, которые представляют собой упорядоченный набор институтов, создающих матрицы экономического поведения на основе ограничений. Изучению и теоретическому обоснованию институтов и посвящено настоящее исследование, где автор развивает концепцию институциональной среды малого предпринимательства применительно к национальной экономике.

### *Список литературы:*

1. Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Interest, and the Business Cycle. Routledge, 2017. <https://doi.org/10.4324/9781315135564>
2. Covin J. G., Slevin D. P. A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior // Entrepreneurship theory and practice. 1991. V. 16. №1. P. 7-26. <https://doi.org/10.1177/104225879101600102>
3. Minguzzi A., Passaro R. The network of relationships between the economic environment and the entrepreneurial culture in small firms // Journal of Business Venturing. 2001. V. 16. №2. P. 181-207. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00045-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00045-2)
4. Man T. W. Y., Lau T., Chan K. F. The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies // Journal of business venturing. 2002. V. 17. №2. P. 123-142. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-6)
5. Андрианов В. Д. Специальные экономические зоны в мировой экономике. М: ТЕИС, 1998. 59 с.
6. Yeung Y., Lee J., Kee G. China's special economic zones at 30 // Eurasian Geography and Economics. 2009. V. 50. №2. P. 222-240. <https://doi.org/10.2747/1539-7216.50.2.222>
7. Леоновец А. Г., Паршуткин С. И., Северюхин В. С. Свободные экономические зоны: опыт США // Актуальные проблемы глобальной экономики. 2020. С. 96-101.
8. Leibenstein H. Economic backwardness and economic growth: studies in the theory of economic development. 1963. №330.13/L52e.
9. Blanchflower D. G., Oswald A., Stutzer A. Latent entrepreneurship across nations // European Economic Review. 2001. V. 45. №4-6. P. 680-691. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(01\)00137-4](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(01)00137-4)

10. Brockhaus R. H. The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business // *Journal of Small Business Management (pre-1986)*. 1980. V. 18. №000001. P. 37.
11. Begley T. M., Boyd D. P. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses // *Journal of business venturing*. 1987. V. 2. №1. P. 79-93. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
12. Rotter J. B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement // *Psychological monographs: General and applied*. 1966. V. 80. №1. P. 1. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
13. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль. М. 2003. Т. 360. С. 11.
14. Borland C. M. Locus of control, need for achievement and entrepreneurship. ProQuest Information & Learning, 1975.
15. Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Routledge, 2017. <https://doi.org/10.4324/9781315135564>
16. Drucker P. Innovation and entrepreneurship. Routledge, 2014.
17. Shane S., Kolvereid L., Westhead P. An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender // *Journal of business venturing*. 1991. V. 6. №6. P. 431-446. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90029-D](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90029-D)
18. Carland J. W., Hoy F., Carland J. A. C. "Who is an entrepreneur?" is a question worth asking // *American journal of small business*. 1988. V. 12. №4. P. 33-39. <https://doi.org/10.1177/104225878801200402>
19. Tuunanen M., Hyrsky K. Innovation preferences among Finnish and US entrepreneurs // *Academy of Entrepreneurship Journal*. 1997. V. 3. №1. P. 1-11.
20. Гибадуллин Р. В. Предпринимательский слой - важнейший элемент рыночной социально-экономической системы. М.: Новина, 2000. 233 с.
21. Басарева В. Г. Институциональные особенности развития малого бизнеса в регионах России. М.: EERC. 2002.
22. Blanchflower D. G., Oswald A. J. What makes an entrepreneur? // *Journal of labor Economics*. 1998. V. 16. №1. P. 26-60. <https://doi.org/10.1086/209881>
23. Earle J. S., Sakova Z. Lessons on the entry decision into self employment from transition economics, Stockholm Institute of Transition Economy. Working Paper, 1999. №145.
24. Fonseca R., Lopez-Garcia P., Pissarides C. A. Entrepreneurship, start-up costs and employment // *European Economic Review*. 2001. V. 45. №4-6. P. 692-705. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(01\)00131-3](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(01)00131-3)
25. Hofstede G. Culture's consequences: international differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage. 1980.
26. Trompenaars F., Hampden-Turner C. Riding the waves of culture (London, Nicholas Brealey). 1993.
27. Lee S. M., Peterson S. J. Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness // *Journal of world business*. 2000. V. 35. №4. P. 401-416. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(00\)00045-6](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(00)00045-6)
28. Mueller S. Increasing entrepreneurial intention: effective entrepreneurship course characteristics // *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2011. V. 13. №1. P. 55-74. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040416>
29. Курпаяниди К. И. Создание малых предприятий: саморазвитие или интеграционное развитие, какой путь выбирают страны мира // *Проблемы современной экономики*. 2021. №3.

30. Уинтер С. Д. Теория Коуза и проблемы компетентности и корпорации // Природа фирмы. М., 2003.
31. Никитина С. К. Роль государства в развитии российского предпринимательства (IX-XX вв.): автореф. ... докт. экон. наук. СПб., 2002.
32. Щепакин М. Б. Предпринимательство как системообразующий фактор переходной экономики: автореф. ... докт. экон. наук. Краснодар, 2002.
33. Колесникова Л. А. Формирование государственной системы развития предпринимательства в переходной экономике: автореф. ... докт. экон. наук. М., 2001.
34. Токсанова А. Н. Развитие системы управления малым бизнесом в РК: автореф. ... докт. экон. наук. Астана, 2000.
35. Margianti, E. S., Ikramov, M. A., & Abdullaev, A. M. Kurpayanidi, K. (2016). Entrepreneurship in Uzbekistan: trends, competitiveness, efficiency. Indonesia, Jakarta, Gunadarma Publisher.
36. Margianti E. S., Ikramov M. A., Abdullaev A. M., Kurpayanidi K. I., Misdiyono M. Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Pulisher, Indonesia. 2020. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>

#### References:

1. Schumpeter, J. A. (2017). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capita I, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315135564>
2. Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26. <https://doi.org/10.1177/104225879101600102>
3. Minguzzi, A., & Passaro, R. (2001). The network of relationships between the economic environment and the entrepreneurial culture in small firms. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 181-207. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00045-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00045-2)
4. Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of business venturing*, 17(2), 123-142. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-6)
5. Andrianov, V. (1996). Bez spetsial'nykh ekonomicheskikh zon integrirovat'sya v mirovoe khozyaistvo trudno. *Delovoi mir*, 74, 3.
6. Yeung, Y. M., Lee, J., & Kee, G. (2009). China's special economic zones at 30. *Eurasian Geography and Economics*, 50(2), 222-240. <https://doi.org/10.2747/1539-7216.50.2.222>
7. Leonovets, A. G., Parshutkin, S. I., & Severyukhin, V. S. (2020). Svobodnye ekonomicheskie zony: opyt SShA. In *Aktual'nye problemy global'noi ekonomiki* (pp. 96-101). (in Russian).
8. Leibenstein, H. (1963). *Economic backwardness and economic growth: studies in the theory of economic development* (No. 330.13/L52e).
9. Blanchflower, D. G., Oswald, A., & Stutzer, A. (2001). Latent entrepreneurship across nations. *European Economic Review*, 45(4-6), 680-691. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(01\)00137-4](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(01)00137-4)
10. Brockhaus, R. H. (1980). The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business. *Journal of Small Business Management (pre-1986)*, 18(000001), 37.



11. Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of business venturing*, 2(1), 79-93. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
12. Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs: General and applied*, 80(1), 1. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
13. Nait, F. Kh. (2003). Risk, neopredelennost' i pribyl'. Moscow. (in Russian).
14. Borland, C. M. (1975). *Locus of control, need for achievement and entrepreneurship* (Doctoral dissertation, ProQuest Information & Learning).
15. Schumpeter, J. A. (2017). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capita I, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315135564>
16. Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
17. Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991). An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of business venturing*, 6(6), 431-446. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90029-D](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90029-D)
18. Carland, J. W., Hoy, F., & Carland, J. A. C. (1988). "Who is an entrepreneur?" is a question worth asking. *American journal of small business*, 12(4), 33-39. <https://doi.org/10.1177/104225878801200402>
19. Tuunanen, M., & Hyrsky, K. (1997). Innovation preferences among Finnish and US entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 3(1), 1-11.
20. Gibadullin, R. V. (2000). Predprinimatel'skii sloi vazhneishii element rynochnoi sotsial'no-ekonomicheskoi) Sistemy.
21. Basareva, V. G. (2002). Institutsional'nye osobennosti razvitiya malogo biznesa v regionakh Rossii. Moscow. (in Russian).
22. Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (1998). What makes an entrepreneur?. *Journal of labor Economics*, 16(1), 26-60. <https://doi.org/10.1086/209881>
23. Earle, J. S., & Sakova, Z. (1999). *Lessons on the entry decision into self employment from transition economics*, Stockholm Institute of Transition Economy (No. 145). Working Paper.
24. Fonseca, R., Lopez-Garcia, P., & Pissarides, C. A. (2001). Entrepreneurship, start-up costs and employment. *European Economic Review*, 45(4-6), 692-705. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(01\)00131-3](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(01)00131-3)
25. Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
26. Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1993). *Riding the waves of culture* (London, Nicholas Brealey).
27. Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of world business*, 35(4), 401-416. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(00\)00045-6](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(00)00045-6)
28. Mueller, S. (2011). Increasing entrepreneurial intention: effective entrepreneurship course characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 55-74. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040416>
29. Kurpayanidi, K. I. (2021). Sozдание malykh predpriyatii: samorazvitie ili integratsionnoe razvitie, kakoi put' vybirayut strany mira. *Problemy sovremennoi ekonomiki*, 3. (in Russian).

30. Uinter, S. D. (2001). Teoriya Kouza i problemy kompetentnosti i korporatsii. Priroda firmy. Evolution and modernization of the theory of the firm. In *5th International Symposium of Evolutionary Economics, Moscow: Institute of Economics* (pp. 45-55). (in Russian).
31. Nikitina, S. K. (2002). Rol' gosudarstva v razvitii rossiiskogo predprinimatel'stva (IX-XX vv.). St. Petersburg. (in Russian).
32. Shchepakina, M. B. (2002). Predprinimatel'stvo kak sistemoobrazuyushchii faktor perekhodnoi ekonomiki. Krasnodar. (in Russian).
33. Kolesnikova, L. A. (2001). Formirovanie gosudarstvennoi sistemy razvitiya predprinimatel'stva v perekhodnoi ekonomike. Moscow. (in Russian).
34. Toksanova, A. N. (2000). Razvitie sistemy upravleniya malym biznesom v RK. Astana.
35. Margianti, E. S., Ikramov, M. A., & Abdullaev, A. M. Kurpayanidi, K. (2016). Entrepreneurship in Uzbekistan: trends, competitiveness, efficiency. Indonesia, Jakarta, Gunadarma Publisher.
36. Margianti, E. S., Ikramov, M. A., Abdullaev, A. M., Kurpayanidi, K. I., & Misdiyono, M. (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Pulisher, Indonesia. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>

*Работа поступила  
в редакцию 29.07.2021 г.*

*Принята к публикации  
03.08.2021 г.*

*Ссылка для цитирования:*

Курпаяниди К. И. Современные концепции и модели развития предпринимательства // Бюллетень науки и практики. 2021. Т. 7. №9. С. 425-444. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40>

*Cite as (APA):*

Kurpayanidi, K. (2021). Modern Concepts and Models of Entrepreneurship Development. *Bulletin of Science and Practice*, 7(9), 425-444. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40>