

ЭКОНОМИКА ТЕРРИТОРИИ

DOI: 10.15838/tdi.2021.1.56.1

УДК 33.011 | ББК 65.290

© Устинова К.А., Давыдова А.А.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ¹



КСЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА УСТИНОВА

Вологодский научный центр Российской академии наук

г. Вологда, Российская Федерация

e-mail: ustinova-kseniya@yandex.ru

ORCID: [0000-0002-6198-6462](https://orcid.org/0000-0002-6198-6462); ResearcherID: [I-8164-2016](https://orcid.org/0000-0002-6198-6462)



АРИНА АЛЕКСАНДРОВНА ДАВЫДОВА

Вологодский научный центр Российской академии наук

г. Вологда, Российская Федерация

e-mail: arina.davydova.1992@mail.ru

ORCID: [0000-0001-7689-0589](https://orcid.org/0000-0001-7689-0589); ResearcherID: [I-9080-2016](https://orcid.org/0000-0001-7689-0589)

Показана роль предпринимательства как источника социально-экономического развития территорий, создания рабочих мест и реализации общественных целей. Обозначена необходимость изучения факторов, способствующих увеличению масштабов предпринимательства и стимулированию его интенсивности. Цель работы заключается в исследовании такого явления, как предпринимательские намерения населения, его сущности и факторов, влияющих на их формирование и развитие. Рассмотрена эволюция подходов к пониманию предпринимательских намерений как основы предпринимательства: от исследования характерных индивидуальных черт, которые отличают предпринимателей от людей, не занимающихся предпринимательской деятельностью, до учета восприятия предпринимательской среды. Обобщены подходы к трактовке предпринимательских намерений населения с позиций прогноза предпринимательского поведения, мотивации и готовности к созданию бизнеса, восприятия норм и действия в соответствии с нормами. Показано, что необходимо придерживаться комплексного подхода, принимая во внимание как индивидуальные особенности, так и воздействие внешней среды, и, тем самым, учитывать положения социально-когнитивной теории. Рассмотрено несколько групп факто-

¹ Статья подготовлена в рамках государственного задания № 0168-2019-0006 «Управление процессами структурной трансформации экономики регионов на основе развития малого и среднего предпринимательства».

ров, влияющих на предпринимательские намерения, среди них социально-демографические характеристики, образовательный уровень и способности населения, специализированное образование в области предпринимательства, опыт предпринимательской деятельности, в том числе опыт предпринимательства у родителей, удовлетворенность работой, региональная специфика. На основе анализа зарубежных работ установлено, что влияние на предпринимательские намерения таких факторов, как гендерные различия, наличие образования в области предпринимательства и удовлетворенность работой, неоднозначно, в некоторых работах не установлено статистически значимых связей. Практическая значимость исследования заключается в выделении факторов, которые определяют наличие, интенсивность и характер предпринимательских намерений и могут учитываться при создании среды для их развития и проявления. На следующем этапе планируется рассмотреть влияние предпринимательских намерений на предпринимательскую активность населения, выявить возможности для усиления положительных эффектов.

Предпринимательские намерения, предпринимательство, регион, население, социально-экономическое развитие территории, социально-демографические характеристики.

За последние два десятилетия увеличился интерес к исследованию управления инновациями. Отчасти это обусловлено тем, что успешная реализация инноваций способствует формированию конкурентных преимуществ.

Считается, что на инновационный характер развития может оказывать влияние множество факторов, ключевым из которых признается эффективное управление человеческими ресурсами [1]. Взаимосвязь между управлением человеческими ресурсами и инновациями характеризуется как динамичная, комплексная и мультифакторная. Это затрудняет ее интерпретацию и анализ [2]. Возникающие сложности отчасти привели к тому, что в конце XX века сформировалось научное направление, посвященное исследованию человеческого фактора в инновационном процессе [3].

При рассмотрении инновационных процессов особая роль отводится предпринимательству как источнику экономического роста, создания рабочих мест и реализации общественных целей [4]. Так, вклад малых и средних компаний в экономику России составляет порядка 43% ВВП, тогда как в Бразилии – 50,2%, США – 48%, Канаде – 30% [5]. На данных предприятиях в РФ занято поряд-

ка 33% всех сотрудников компаний, в США – 41,3%, Бразилии – 62,2%, Франции – 63,3%, Греции – 88,4%². Для сравнения, в Китае в городах на малых и средних фирмах трудятся более 80% занятых³.

Значимость малого предпринимательства для социально-экономического развития России и ее отдельных территорий подтверждается рядом исследований [6–8]. По данным Росстата, доля занятых на малых предприятиях по РФ в 2010–2018 гг. увеличилась в полтора раза (табл. 1). Основной рост значений показателя приходился на 2012 год. Объем оборота малых предприятий на душу населения за аналогичный период сократился несущественно. Инвестиции в основной капитал малых компаний в расчете на душу населения возросли в три раза. Таким образом, предпринимательская деятельность в РФ играет одну из важных ролей в народнохозяйственном комплексе как страны в целом, так и ее регионов.

В этих условиях ключевыми задачами становятся выявление и исследование факторов, способствующих увеличению масштабов предпринимательства и стимулирования его интенсивности [9]. Среди факторов, оказывающих влияние, например, на предпринимательские намерения населения, выделяют

² Entrepreneurship at a Glance 2017: An OECD Scoreboard. Paris: OECD Publ., 2017. 146 p. DOI: 10.1787/entrepreneur_aag-2017-en

³ Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard. Paris: OECD Publ., 2016. DOI: 10.1787/fin_sme_ent-2016-en

**Таблица 1. Тенденции основных показателей
предпринимательской деятельности в РФ за 2010–2018 гг.**

№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	2010 год	2012 год	2014 год	2016 год	2018 год	Изменение, 2018 год к 2010 году, п. п.
1	Количество малых предприятий на 10 тыс. чел. населения	ед./чел.	5,25	10,41	11,07	12,34	12,83	+ в 2,4 раза
2	Доля занятых на малых предприятиях в общей численности занятых в экономике	%	9,53	15,10	14,99	14,99	15,20	+5,67*
3	Объем оборота малых предприятий на душу населения в сопоставимых ценах 2010 года	тыс. руб.	163,1	149,5	146,0	140,6	133,4	-10,3
4	Объем выручки от деятельности малых предприятий от продажи товаров, продукции, работ и услуг на душу населения в сопоставимых ценах 2010 года	тыс. руб.	79,7	45,5	68,0	68,4	71,5	-18,2
5	Инвестиции в основной капитал МП на душу населения в сопоставимых ценах 2010 года	тыс. руб.	1,38	2,75	3,55	3,96	4,31	+ в 3,1 раза

* Абсолютное изменение.
Примечание: Базовым периодом для сопоставления с текущими показателями выбран 2010 год как год, ознаменованный началом выхода из финансово-экономического кризиса.
Источник: данные статистических сборников «Регионы России. Социально-экономические показатели» за 2010–2018 гг.
URL: www.gks.ru

черты индивида и индивидуальные особенности, такие как пол, возраст, область образования [10], психологические характеристики. Отмечается также воздействие внешней среды (уровень безработицы в стране [11], государственная политика в области стимулирования предпринимательства и развития инновационных отраслей [12–14]. Несмотря на то что изучению факторов, влияющих на предпринимательские намерения, в настоящее время уделяется значительное внимание, в ряде случаев отсутствуют однозначные доказательства относительно характера их влияния. В связи с этим цель нашей работы заключается в исследовании предпринимательских намерений населения, их сущности и факторов, влияющих на их формирование и развитие.

Предпринимательские намерения населения остаются в зоне внимания ученых на протяжении длительного периода времени, однако до сих пор не сложилось однозначного представления об этом понятии.

Несмотря на наличие множества трактовок [15–23], подчеркивается, что эффективный

подход к управлению таким сложным и многогранным явлением, как предпринимательские намерения, невозможен без объективного представления о нем [15]. С учетом обозначенного выше становится актуальным исследование трактовок понятия «предпринимательские намерения населения». Ниже приведены некоторые его определения из зарубежной практики (табл. 2).

Анализ формулировок, данных зарубежными учеными, позволил выделить по меньшей мере три подхода с позиций:

– прогноза предпринимательского поведения (прогноза будущей предпринимательской деятельности [24]; способа предвидения будущих результатов деятельности, вероятности владения собственным бизнесом [20]; предпосылок поведения человека [18]);

– мотивации и готовности к созданию бизнеса (стремления людей создавать свой бизнес [21]; мотивации и готовности прилагать усилия для осуществления предпринимательского поведения [17]; готовности к выполнению того или иного действия [22]);

Таблица 2. Примеры определений понятия «предпринимательские намерения» в трактовках зарубежных авторов

Автор	Трактовка
Ryan, 1970	Намерения формируются как следствие восприятия социальной среды, как способ предвидения будущих результатов поведения
Azjen, 1987	Предпринимательские намерения отражают индивидуальное отношение к поведению, субъективным нормам и контролю над поведением
Bird, 1988	Намерение начинается с потребностей, ценностей, традиций и убеждений бизнесмена. Намерение предполагает наличие свободы, индивидуальной воли и действий личности по отношению к своей цели (создание компании, рост и др.)
Ajzen, 1991	Предпринимательские намерения как степень мотивации и готовности прилагать усилия для осуществления такого поведения
Covin, Slevin, 1991; Krueger, Carsrud, 1993; Lumkin, Dess, 1996; Elenurm et al., 2007	Предпринимательские намерения как прогноз будущей предпринимательской деятельности
Krueger, 1993 Krueger, Brazeal, 1994	Восприятие социальных норм и самоэффективности создает предпосылки для предпринимательских намерений и активности
Crant, 1996	Предпринимательские намерения относятся к «индивидуальному суждению о вероятности владения собственным бизнесом», а также включают в себя индивидуальный план того, как стать предпринимателем
Krueger, Reilly, Carsrud, 2000	Предпринимательские намерения как начальное звено предпринимательского процесса, позволяющего предсказать предпринимательское поведение индивида. Предпринимательские намерения как более надежная основа для вовлечения в предпринимательскую деятельность по сравнению с установками, убеждениями или личностными чертами
Armitage, Conner, 2001	Предпринимательские намерения как предпосылки фактического поведения человека
Elfving, 2008	Предпринимательские намерения рассматриваются во взаимосвязи с предпринимательской целесообразностью (то, насколько вовлеченность в предпринимательскую деятельность позволит достигнуть изначальных целей). От этого зависит и отношение к предпринимательству
Engle et al., 2010	Предпринимательские намерения как стремления людей создавать свой бизнес
Fishbein, Aizen, 2010	Намерения как готовность человека к выполнению того или иного действия
Примечание: отсортировано по хронологии. Источники: [15–23].	

– восприятия норм и действия в соответствии с нормами (восприятия социальных норм и самоэффективности [24]; индивидуального отношения к субъективным нормам и контролю над поведением).

С нашей точки зрения, не следует использовать только один подход к трактовке предпринимательских намерений, необходимо обращать внимание на их сочетание, например, рассматривать не только внутренние факторы (мотивация к предпринимательской деятельности), но и внешние (связаны, в частности, с восприятием социальных норм). Таким образом, целесообразно переходить от одностороннего взгляда,

закрепленного, например, в психологических теориях и изучающего поведение с позиций действия внутренних факторов [25], к многостороннему социально-когнитивному подходу.

Подобная позиция может быть обоснована также эволюцией подходов к исследованию предпринимательских намерений. Неудивительно, что в ряде работ по-прежнему сохраняется односторонний взгляд, например, сделан акцент на индивидуальных особенностях предпринимателя. Эту позицию в соответствии с классификацией J. Elfving [26] рассматривают в качестве первого этапа исследований (начало 1970-х – конец 1980-х гг.).

В данный период обращалось внимание на характерные черты, которые отличают предпринимателей от людей, не занятых предпринимательской деятельностью.

Второй этап (конец 1980-х – начало 2000-х гг.) считается периодом перехода от исследования индивидуальных характеристик и черт к анализу предпринимательских намерений и поведения, их обуславливающего. Это этап концептуализации предпринимательских намерений, применения различных поведенческих моделей [19], на основе которых возникали попытки изучения и «предсказания» предпринимательского поведения.

Наконец, третий этап (начиная с 2000-х гг. и по настоящее время) связан с использованием многомерного подхода к исследованию предпринимательских намерений. Это период тестирования поведенческих моделей, учитывающих территориальную специфику. Показано, что предпринимательские намерения во многом зависят от восприятия предпринимательской среды, которая может выступать в качестве как способствующего, так и препятствующего фактора.

В ходе эволюции взглядов на исследование предпринимательских намерений населения происходил переход от изучения индивидуальных характеристик человека к рассмотрению дополнительно роли внешней среды.

В зарубежных работах среди факторов, влияющих на предпринимательские намерения, называются индивидуальные (социально-демографические, в т. ч. образование и прохождение специализированного обучения в области предпринимательства, готовность к переподготовке и повышению квалификации, ценности, убеждения и привычки, склонность к риску, страх банкротства и др.) и семейные характеристики, институциональная среда, территориальные аспекты (страновые и региональные особенности, уровень социально-экономического развития территорий [27]; табл. 3).

Таким образом, в обобщенном виде можно говорить о двух группах факторов, влияющих на предпринимательские намерения, – внутренних и внешних.

Аналогичной позиции придерживались отечественные исследователи [28], выделяя наряду с внешними внутренними факторы. К числу первых относят уровень коррупции, уровень налогов, количество проверок и процедур, доступность грантов и субсидий на развитие бизнеса, доступность кредитов, наличие документации, необходимой для открытия собственного бизнеса. Среди внутренних – личные качества как потенциальных, так и устоявшихся предпринимателей, в частности уверенность в своих силах, способность к руководству, риску, адаптации в новых условиях, конкуренции, склонность к новаторству⁴ [29].

Схожая позиция относительно групп факторов прослеживается, когда речь идет о рассмотрении индивидуальных характеристик (наличие знаний, предпринимательских способностей, квалификации и опыта для начала предпринимательской деятельности, наличие в окружении тех, кто за последние два года открыл бизнес, боязнь провала) и национальных особенностей (общеэкономические условия развития страны/региона, развитость культуры предпринимательства (система ценностей, связанная с престижностью предпринимательства в обществе и стремлением к высоким стандартам жизни), общественное мнение о предпринимательстве).

Несмотря на многообразие факторов, отмеченных в научных исследованиях, особое место отводится социально-демографическим характеристикам, которые в анализируемых моделях могут выступать как в качестве независимых, так и контрольных переменных.

1. Социально-демографические характеристики, влияющие на предпринимательские намерения

Среди них рассматриваются пол, возраст, семейное положение [30; 31]. Гендерные исследования в области предпринимательства

⁴ Новожилов А.Е. Развитие созидательного потенциала предпринимательства: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Екатеринбург, 2006. 157 с.

Таблица 3. Некоторые факторы, влияющие на предпринимательские намерения

Автор	Фактор	Описание, характеристика
Lee et. al., 2005	Образование в области предпринимательства	Знания и навыки в области предпринимательства, опыт работы в команде
Pruett et. al., 2009	Культура	Индивидуализм/коллективизм, дистанция власти, избегание неопределенности, женственность/мужественность
	Семья и окружение	Члены семьи, близкое к семье окружение, поддержка семьи
	Представления о собственных способностях в области предпринимательства	Самозффективность
	Восприятие и мотивы	Индивидуальные убеждения, намерение действовать, уверенность
Turker, Selcuk, 2009	Образовательная поддержка Структурная поддержка Поддержка отношений	Образовательный уровень. Форма собственности (частная, государственная и др.), кредитование в банках, законодательство, поддержка семьи, друзей
Guerrero et. al., 2008; Shook, Bratianu, 2010; Liñán et. al., 2011	Представления о собственных способностях в области предпринимательства	Самозффективность (способность реализовывать некоторые цели, препятствия или поддержка личного потенциала)
	Целесообразность как степень привлекательности для человека открытия нового бизнеса	Социальные нормы (влияние окружающей среды) и отношение, вознаграждение или личный интерес
Sánchez, 2011	Личные характеристики	Самозффективность, риск
Giacomin et. al., 2011	Мотивы	Возможность реализации идеи создания чего-либо нового, личная независимость, стремление стать руководителем организации, создание рабочих мест, управление персоналом, получение более высокого социального статуса, сохранение семейных традиций
	Барьеры	Риск, отсутствие знаний и предпринимательских способностей, недостаток капитала, страх банкротства, неблагоприятная экономическая ситуация и др.
Falck, Woessmann, 2011	Страновые переменные	ВВП на душу населения, расходы на образование на одного студента, результаты экзаменов
	Семья и окружение	Наличие родителей-предпринимателей
Dohse, Walter, 2012	Индивидуальные намерения	Доступ к материальной поддержке, ноу-хау, потребность в достижении, потребность в независимости, склонность к риску, опыт работы, восприятие возможностей
	Контрольные переменные на региональном уровне	Безработица среди высококвалифицированных кадров, плотность населения, доля крупных предприятий
Díaz-Casero et. al., 2012	Институциональная среда	Восприятие осуществимости, влияющие факторы, имидж предпринимателя
De Jorge Moreno et. al., 2012	Образовательные программы	Бизнес администрирование и экономика
	Восприятие целесообразности	Идея создания компании, планирование собственного бизнеса
	Личная целесообразность	Признание в работе или учебе, стремление быть лучшим среди студентов, с удовольствием идти на риск, осуществлять долгосрочное планирование

Источник: Remeikiene R., Startiene G., Dumciuviene D. Explaining entrepreneurial intention of university students: the role of entrepreneurial education. Active citizenship by Knowledge Management and Innovation. Management, knowledge and learning. Paper presented at International Conference 19–21 June 2013, Zadar, Croatia. Pp. 299–307.

получили широкое распространение в научном сообществе. В работах показаны значительные различия между мужчинами и женщинами относительно принятия решения о самозанятости [32]. В докладе ОЭСР за 2011 год (на итальянских данных) также упоминается о гендерном разрыве в предпринимательских

намерениях. Довольно распространена позиция, в соответствии с которой у женщин предпринимательские намерения по сравнению с мужчинами возникают реже [33]. Считается, что невысокая самозанятость женщин может быть объяснена гендерными барьерами, в т. ч. семейными обязанностями. Значимая

связь между этими параметрами обнаружена в [34], аналогичный характер влияния выявлен в исследовании [35]. Вместе с тем в некоторых работах не установлено статистически значимого влияния пола на предпринимательские намерения [37].

Другой социально-демографической характеристикой выступает возраст. Зачастую считается, что по мере взросления вовлеченность в предпринимательскую деятельность сокращается. Так, например, данные Европейской комиссии (2009, 2010) свидетельствуют о том, что наибольший предпринимательский потенциал и высокая заинтересованность в предпринимательстве наблюдаются у молодых людей (15–24 года, 25–39 лет). Тем не менее следует подчеркнуть, что возрастная структура предпринимателей не однородна. По российским данным (GEM, Россия 2011) среди предпринимателей преобладает население в возрасте 25–34 лет, для устоявшихся предпринимателей – 35–44 и 45–54 года. Несмотря на существующие различия, во всех возрастных группах активность мужчин превышает активность женщин как среди владельцев вновь созданного бизнеса, так и среди устоявшихся предпринимателей [38].

2. Образовательный уровень и способности населения

Высокий образовательный уровень населения создает предпосылки для увеличения компетентности, стимулирует творческую активность и использование результатов этого процесса. Применение образовательных методов, различающихся по степени эффективности, в дальнейшем сопровождается различиями в условиях для участия в предпринимательской деятельности. При этом невысокий образовательный уровень частично может восполняться путем взаимодействия с более подготовленными и опытными предпринимателями [38].

Одним из препятствий для предпринимательства могут стать способности населения [39–41]. Вместе с тем в условиях их высокого уровня развития вовлеченность в предпринимательский сектор может увеличиваться [42]. В ряде исследований отмеча-

ется, что более способная часть населения начинает заниматься предпринимательством еще в юности, остальная часть может работать по найму и лишь впоследствии перейти в предпринимательский сектор [43; 44]. Вместе с тем фактически отсутствуют доказательства влияния уровня образования и способностей населения на «выживаемость» в этом секторе.

3. Специализированное образование в области предпринимательства

Университеты являются ключевыми центрами по передаче предпринимательских ноу-хау в связи с наличием программ по данному направлению [45]. Зачастую анализируются образовательный процесс в области предпринимательства [46], образовательные стратегии и вузовские программы по предпринимательству. Так, например, по результатам одного из исследований [47] показано, что предпринимательские намерения выпускников норвежской школы бизнеса различаются в зависимости от того, окончили ли они факультет бизнеса или учились по другим направлениям. Также отмечается, что инвестирование в образование в области предпринимательства может положительно влиять на развитие предпринимательской деятельности. Однако существуют свидетельства в пользу того, что бизнес-обучение не всегда может сопровождаться такими результатами. Наряду с работами, в которых говорится о заинтересованности студентов в построении бизнес-карьеры после подобного обучения [48], существуют исследования, результаты которых свидетельствуют о росте самооценок полученных навыков, но отсутствии формирования предпринимательских намерений у прошедших обучение.

4. Опыт предпринимательской деятельности, в т. ч. опыт предпринимательства у родителей

Наличие опыта работы в предпринимательском секторе оказывает влияние на возможность трудоустройства по данному направлению в дальнейшем [49; 50]. Также следует при формировании карьеры детей учитывать воздействие на предпринимательские намерения семейного биз-

неса, опыта родителей. Доказано, что в условиях наличия бизнеса у родителей дети чаще предпочитают самозанятость [51]. В качестве примеров приводится распространенность семейных предприятий в Италии, а также ряд других случаев, связанных с самозанятостью близких родственников [52; 53]. Поддержка семьи и близкого окружения рассматривается как один из факторов, детерминирующих предпринимательские намерения.

5. Удовлетворенность работой

Удовлетворенность трудом определяется как положительное эмоциональное состояние, обусловленное результатами своей работы. Считается, что занятость в предпринимательском секторе может быть следствием недовольства работой [54]. В ряде исследований [55; 56] показано, что уровень удовлетворенности трудом на предыдущем месте работы ниже, чем на нынешнем. Однако, несмотря на то что, например, по данным национального опроса Великобритании [57] установлена взаимосвязь между текущей неудовлетворенностью работой и предпринимательскими устремлениями, иногда она не рассматривается в качестве основания для открытия нового предприятия. Среди других факторов, мотивирующих к предпринимательству, учитываются такие, как потребность в независимости, отсутствие альтернатив, разочарования [58; 59].

6. Региональная специфика

Региональная специфика может оказывать влияние как на результаты обучения в области предпринимательства, так и на возможность трудоустройства в данный сектор [60; 61]. Подобная ситуация может быть обусловлена тем, что в регионах с благоприятными условиями для ведения предпринимательской деятельности студенты могут наблюдать за многочисленными стартапами. Это формирует среду для трансляции бизнес-идей потенциальным предпринимателям и, тем самым, склонность к предпринимательству («эффект подражания» [62]),

которая может усиливаться за счет участия в курсах. Помимо этого, активное развитие предпринимательства в регионе создает предпосылки для его общественного признания и легализации. В условиях отсутствия активности по данному направлению зачастую наблюдается обратная ситуация.

Проведенное исследование показало наличие неоднозначности относительно определения предпринимательских намерений населения.

Выявлены подходы к трактовке предпринимательских намерений населения с позиций прогноза предпринимательского поведения, мотивации и готовности к созданию бизнеса, восприятия норм и действия в соответствии с ними. Показана необходимость придерживаться комплексного подхода, принимая во внимание как индивидуальные особенности человека, так и воздействие внешней среды, тем самым, учитывать положения социально-когнитивной теории.

Представлены результаты обзора зарубежных исследований о факторах, влияющих на предпринимательские намерения. С одной стороны, выявлена значимая связь между гендером и предпринимательскими намерениями [32; 34; 35], с другой стороны, в некоторых работах [36; 37] не установлено статистически значимого влияния пола. Аналогичные выводы получены и относительно влияния на предпринимательские намерения таких параметров, как, например, обучение в области предпринимательства и удовлетворенность работой.

Таким образом, исследование вносит вклад в систематизацию отдельных аспектов теории предпринимательства и развивает идеи, касающиеся мотивации к предпринимательской деятельности, в частности факторов, влияющих на формирование и развитие предпринимательских намерений населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Gupta A.K., Singhal A. Managing Human Resources for Innovation and Creativity. *Research-Technology Management*, 1993, vol. 36, pp. 41–48.
2. Mate D., Carpaneto A., Tirassa C. [et al.]. Opening the black box: How staff training and development may affect innovation. *Proceedings of the 21st Conference of the International Society for Professional Innovation Management*. Eds. K.R.E. Huizingh, M. Torkkeli, S. Conn, I.M. Bitran. Bilbao, Spain, June 6–9, 2010.
3. Завьялова Е.К., Цыбова В.С., Яхонтова Е.С. Взаимосвязь управления человеческими ресурсами и инновационной активности российских компаний // Рос. журн. менеджмента. 2014. № 12 (3). С. 3–32.
4. Linan F., Rodríguez-Cohard J.C., Rueda-Cantuche J.M. Factors affecting entrepreneurial intention levels. *45th Congress of the European Regional Science Association*, August 23–27, 2005.
5. Баринаева В.А., Земцов С.П. Международный сравнительный анализ роли малых и средних предприятий в национальной экономике: статистическое исследование // Вопросы статистики. 2019. № 26 (6). С. 55–71. URL: doi.org/10.34023/2313-6383-2019-26-6-55-71
6. Мазилов Е.А., Кремин А.Е. Роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии российских регионов: проблемы и тенденции // Проблемы развития территории. 2018. № 2 (94). С. 7–18. DOI: 10.15838/ptd/2018.2.94.1
7. Проблемы экономического роста территории: монография / Т.В. Ускова [и др.]; под рук. Т.В. Усковой. Вологда: Ин-т социально-экономического развития территорий РАН, 2013. 170 с.
8. Устинова К.А. Теоретические аспекты исследования предпринимательской активности в технологическом направлении // Вопросы территориального развития. 2020. Т. 8. № 5. DOI: 10.15838/tdi.2020.5.55.3. URL: http://vtr.isert-ran.ru/article/28746
9. Baumol W.J. Entrepreneurship in economic theory. *The American Economic Review*, 1968, vol. 58, no. 2, pp. 64–71.
10. Laspita S., Breugst N., Heblich S., Patzelt H. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 2012, vol. 27, no. 4, pp. 414–435.
11. Reynolds P., Miller B., Maki W.R. Explaining regional variation in business births and deaths: U.S. *Small Business Economics*, 1995, vol. 7, no. 5, pp. 389–707.
12. Lee S., Lim S., Pathak S., Chang D., Li W. Influences on attitudes toward entrepreneurship: A multi country study. *Entrepreneurship Management*, 2006, vol. 2, pp. 351–366.
13. Широкова Г.В., Цуканова Т.В., Богатырева К.А. Факторы формирования предпринимательских намерений российских студентов // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер.: Менеджмент. 2015. Вып. 3. С. 21–46.
14. Беляева Т.В., Ласковая А.К., Широкова Г.В. Обучение предпринимательству и формирование предпринимательских намерений студентов: роль национальной культуры // Рос. журн. менеджмента. 2016. № 14 (1). С. 59–86.
15. Корнеева Е.В., Корень А.В. Анализ существующих подходов к определению предпринимательской активности. *Науковедение*. 2013. Вып. 6. С. 1–8.
16. Ajzen I. Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*. Ed. by L. Berkowitz. Vol. 20. New York: Academic Press, 1987. Pp. 1–63.
17. Ajzen I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, vol. 50, no. 2, pp. 179–211.
18. Armitage C., Conner M. Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 2001, vol. 40, no. 4, pp. 471–499.
19. Bird B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 1988, vol. 13, no. 3, pp. 442–453.
20. Crant J.M. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 1996, vol. 34, no. 3, pp. 42–49.
21. Engle R.L., Dimitriadis N., Gavidia J.V., Schlaegel C., Delanoe S., Alvarado I., Wolff B. Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 2010, vol. 16 (1), pp. 35–57. DOI: 10.1108/13552551011020063

22. Fishbein M., Ajzen I. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press, 2010. 538 p. DOI: 10.4324/9780203838020
23. Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, no. 5–6, pp. 411–432.
24. Krueger N.F. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture desirability and feasibility. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1993, vol. 18, no. 1, pp. 5–21.
25. Bandura A. The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1986, vol. 4 (3), pp. 359–373. DOI: 10.1521/jscp.1986.4.3.359
26. Elfving J. *Contextualizing Entrepreneurial Intentions: A Multiple Case Study on Entrepreneurial Cognition and Perception*. Åbo: Åbo Akademi University Press, 2008. 219 p.
27. Remeikiene R., Startiene G., Dumciuviene D. Explaining entrepreneurial intention of university students: the role of entrepreneurial education. *Active Citizenship by Knowledge Management and Innovation. Management, Knowledge and Learning. Paper Presented at International Conference*. Zadar, Croatia, 19–21 June, 2013. Pp. 299–307.
28. Верховская О.Р., Дорохина М.В. Предпринимательская активность в современной России // Рос. журн. менеджмента. 2008. Т. 6. № 1. С. 25–52.
29. Типология факторов, влияющих на предпринимательскую активность северных моногородов / Л.В. Воронина [и др.] // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2014. № 10 (53). С. 18–22.
30. Reynolds P.D. Understanding business creation: serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 2005, vol. 24, no. 4, pp. 359–364.
31. Reynolds P.D., Gartner W.B., Greene P.G., Cox L.W., Carter N.M. *The Entrepreneur Next Door: Characteristics of Individuals Starting Companies in America: An Executive Summary of the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics*. 2002. 50 p. DOI: 10.2139/ssrn.1262320
32. Minniti M., Nardone C. Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 2007, vol. 28 (2), pp. 223–238.
33. Verheul I., Thurik R., Grilo I., Van der Zwan P. Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 2012, vol. 33 (2), pp. 325–341. DOI: 10.1016/j.joep.2011.02.009
34. Richard J., Boden Jr. Flexible working hours, family responsibilities, and female self-employment: gender differences in self-employment selection. *The American Journal of Economics and Sociology*, 1999, vol. 58 (1), pp. 71–83. DOI: 10.1111/j.1536-7150.1999.tb03285.x
35. Shinnar R.S., Giacomini O., Janssen F. Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, vol. 36 (3), pp. 465–493. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x
36. Gird A., Bagraim J.J. The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 2008, vol. 38 (4), pp. 711–724. DOI: 10.1177/008124630803800410
37. Gupta V.K., Turban D., Arzu Wasti S., Sikdar A. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2009, vol. 33 (2), pp. 397–417. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2009.00296.x
38. Верховинская О.В., Дорохина М.В. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2011: национальный отчет. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2011. 62 с.
39. Lucas R.E. On the size distribution of business firms bell. *Journal of Economics*, 1978, vol. 9, pp. 508–531.
40. Jovanovic B. Selection and the evolution of industry. *Econometrica*, 1982, vol. 50, pp. 649–670.
41. Holmes T.J., Schmitz J.A. A theory of entrepreneurship and its application to the study of business transfers. *Journal of Political Economy*, 1990, vol. 98, pp. 265–294.
42. Phillips B. Free at Last? *Institutional Investor*, 1997, pp. 48–55.
43. Zucker L.G., Darby M.R., Brewer M.B. Intellectual human capital and the birth of U.S. biotechnology enterprises. *The American Economic Review*, 1998, vol. 88, pp. 209–306.

44. Groysberg B., Nanda A.M., Prats J. Does individual performance affect entrepreneurial mobility? Empirical evidence from the financial analysis market. *Journal of Financial Transformation*, 2009, vol. 25, pp. 95–106.
45. Vesper K.H., Gartner W.B. Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 1997, vol. 12 (5), pp. 403–421.
46. Robinson P.B., Stimpson D.V., Huefner J.C., Hunt H.K. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1991, no. 17, pp. 13–31.
47. Kolvereid L., Isaksen E. New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 6, pp. 866–885.
48. Souitaris V., Zerbinati S., Al-Laham A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 2007, vol. 22 (4), pp. 566–591.
49. Tkachev A., Kolvereid L. Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1999, vol. 11, pp. 269–280.
50. Kuratko D.F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005.
51. Scott M.G., Twomey D.F. The long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 1988, vol. 26 (4), p. 5.
52. Matthews C.H., Schenkel M.T., Hechavarria D.M. Family background and influence on nascent entrepreneurs. *New Firm Creation in the United States: Initial Explorations with the PSED II Data Set*. Ed. by P.D. Reynolds, R.T. Curtin. Springer, United States, 2009. Pp. 51–67. DOI: 10.1007/978-0-387-09523-3_4
53. Carr J., Sequeira J. Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 2007, vol. 60 (10), pp. 1090–1098. DOI: 10.1016/J.JBUSRES.2006.12.016
54. Shapero A., Sokol L. The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent C., Sexton D., Vesper K.H. (eds). *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, New Jersey, 1982. Pp. 72–90.
55. Brockhaus R.H. Risk Taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 1980, vol. 23, pp. 509–520.
56. Cromie S., Hayes J. Business ownership as a means of overcoming job dissatisfaction. *Personnel Review*, 1991, vol. 20 (1), pp. 19–24.
57. Henley A. Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2007, vol. 19 (3), pp. 253–280.
58. Cabrera E.F. Opting out and opting in: understanding the complexities of women's career transitions. *Career Development International*, 2007, vol. 12 (3), pp. 218–237.
59. Patterson N., Mavin S. Women entrepreneurs jumping the corporate ship and gaining new wings. *International Small Business Journal*, 2009, vol. 27 (2), pp. 173–192.
60. Reynolds P.D., Storey D.J., Westhead P. Cross national comparison of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies*, 1994, vol. 28 (4), pp. 443–456.
61. Audretsch D.B., Fritsch M. Growth regimes over time and space. *Regional Studies*, 2002, vol. 36 (2), pp. 113–124.
62. Shane S., Venkataraman S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 2000, vol. 25 (1), pp. 217–226.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Ксения Александровна Устинова – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, заведующий лабораторией, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: ustinova-kseniya@yandex.ru

Арина Александровна Давыдова – младший научный сотрудник, заведующий центром трансфера и коммерциализации технологий, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: arina.davydova.1992@mail.ru

Ustinova K.A., Davydova A.A.

POPULATION'S ENTREPRENEURIAL INTENTIONS: A THEORETICAL ASPECT

The article demonstrates the role of entrepreneurship as a source of territories' socio-economic development, job creation, and the implementation of public purposes. The authors indicate the necessity of studying the factors that contribute to the increase in the entrepreneurship scale and stimulate its intensity. The purpose of the work is to study population's entrepreneurial intentions, its essence, and the factors that affect their formation and development. The paper reviews the evolution of approaches to understanding entrepreneurial intention as the basis of the enterprise: from the study of characteristic individual features, which distinguish entrepreneurs from people who are not engaged in entrepreneurial activity, to the account for the perception of the business environment. The authors summarize the approaches to the interpretation of population's entrepreneurial intentions from the perspective of the forecast of entrepreneurial behavior, motivation and readiness to create a business, perception of norms and actions in accordance with the norms. The work proves that there should be a complex approach, taking into account individual characteristics and the environmental impact, and, thus, we should consider the social-cognitive theory. The authors present several groups of factors that influence entrepreneurial intentions, such as socio-demographic characteristics, educational level and population's abilities, specialized education in the field of entrepreneurship, entrepreneurial experience, including parents' experience in entrepreneurship, job satisfaction, and regional specifics. Based on the foreign works' analysis, we have found that the impact on entrepreneurial intentions of such factors as gender differences, the education availability in the field of entrepreneurship, and job satisfaction is ambiguous; there are no statistically significant links in some works. The practical significance of the research is to identify the factors that determine the presence, intensity, and nature of entrepreneurial intentions and which can be taken into account when creating an environment for their development and manifestation. At the next stage, the authors plan to consider the impact of entrepreneurial intentions on the population's entrepreneurial activity, to show opportunities for strengthening positive effects.

Entrepreneurial intentions, entrepreneurship, region, population, territory's socio-economic development, socio-demographic characteristic.

REFERENCES

1. Gupta A.K., Singhal A. Managing human resources for innovation and creativity. *Research-Technology Management*, 1993, vol. 36, pp. 41–48.
2. Mate D., Carpaneto A., Tirassa C. [et al.]. Opening the black box: How staff training and development may affect innovation. *Proceedings of the 21st Conference of the International Society for Professional Innovation Management*. Eds. K.R.E. Huizingh, M. Torkkeli, S. Conn, I.M. Bitran. Bilbao, Spain, June 6–9, 2010.

3. Zavyalova E.K., Tsybova V.S., Yakhontova E.S. The relationship of human resource management and innovative activity of the Russian companies. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta=Russian Management Journal*, 2014, no. 12 (3), pp. 3–32 (in Russian).
4. Linan F., Rodríguez-Cohard J.C., Rueda-Cantuche J.M. Factors affecting entrepreneurial intention levels. *45th Congress of the European Regional Science Association*, August 23–27, 2005.
5. Barinova V.A., Zempsov S.P. International comparative analysis of the role of small and medium-sized enterprises in the national economy: a statistical study. *Voprosy statistiki=Statistics Issues*, 2019, no. 26 (6), pp. 55–71. Available at: doi.org/10.34023/2313-6383-2019-26-6-55-71 (in Russian).
6. Mazilov E.A., Kremin A.E. The role of small business in the socio-economic development of Russian regions: problems and trends. *Problemy razvitiya territorii=Problems of Territory's Development*, 2018, no. 2 (94), pp. 7–18. DOI: 10.15838/ptd/2018.2.94.1 (in Russian).
7. Uskova T.V. et al. *Problemy ekonomicheskogo rosta territorii: monografiya* [Problems of the Territory's Economic Growth: Monograph]. Ed. Uskova T.V. Vologda: ISERT RAN, 2013. 170 p.
8. Ustinova K.A. Theoretical aspects of research of technological entrepreneurial activity. *Voprosy territorial'nogo razvitiya=Territorial Development Issue*, 2020, vol.8, no.5. DOI: 10.15838/tdi.2020.5.55.3. Available at: http://vtr.isert-ran.ru/article/28746 (in Russian).
9. Baumol W.J. Entrepreneurship in economic theory. *The American Economic Review*, 1968, vol. 58, no. 2, pp. 64–71.
10. Laspita S., Breugst N., Heblich S., Patzelt H. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 2012, vol. 27, no. 4, pp. 414–435.
11. Reynolds P., Miller B., Maki W.R. Explaining regional variation in business births and deaths: U.S. *Small Business Economics*, 1995, vol. 7, no. 5, pp. 389–707.
12. Lee S., Lim S., Pathak S., Chang D., Li W. Influences on attitudes toward entrepreneurship: A multi country study. *Entrepreneurship Management*, 2006, vol. 2, pp. 351–366.
13. Shirokova G.V., Tsukanova T.V., Bogatyreva K.A. Antecedents of students' entrepreneurial intentions in Russia. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya: Menedzhment=Vestnik of Saint Petersburg University. Management*, 2015, iss. 3, pp. 21–46 (in Russian).
14. Beliaeva T.V., Laskovaia A.K., Shirokova G.V. Entrepreneurial learning and students' entrepreneurial intentions: the role of national culture. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta=Russian Management Journal*, 2016, no. 14 (1), pp. 59–86 (in Russian).
15. Korneeva E.V., Koren A.V. Analysis of existing approaches to defining entrepreneurial activity. *Naukovedenie=Science of Science*, 2013, iss. 6, pp. 1–8 (in Russian).
16. Ajzen I. Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*. Ed. by L. Berkowitz. Vol. 20. New York: Academic Press, 1987. Pp. 1–63.
17. Ajzen I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, vol. 50, no. 2, pp. 179–211.
18. Armitage C., Conner M. Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 2001, vol. 40, no. 4, pp. 471–499.
19. Bird B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 1988, vol. 13, no. 3, pp. 442–453.
20. Crant J.M. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 1996, vol. 34, no. 3, pp. 42–49.
21. Engle R.L., Dimitriadi N., Gavidia J.V., Schlaegel C., Delanoe S., Alvarado I., Wolff B. Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 2010, vol. 16 (1), pp. 35–57. DOI: 10.1108/13552551011020063
22. Fishbein M., Ajzen I. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press, 2010. 538 p. DOI: 10.4324/9780203838020
23. Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, no. 5–6, pp. 411–432.
24. Krueger N.F. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture desirability and feasibility. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1993, vol. 18, no. 1, pp. 5–21.

25. Bandura A. The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1986, vol. 4 (3), pp. 359–373. DOI: 10.1521/jscp.1986.4.3.359
26. Elfving J. *Contextualizing Entrepreneurial Intentions: A Multiple Case Study on Entrepreneurial Cognition and Perception*. Åbo: Åbo Akademi University Press, 2008. 219 p.
27. Remeikiene R., Startiene G., Dumciuviene D. Explaining entrepreneurial intention of university students: the role of entrepreneurial education. *Active Citizenship by Knowledge Management and Innovation. Management, Knowledge and Learning. Paper Presented at International Conference*. Zadar, Croatia, 19–21 June, 2013. Pp. 299–307.
28. Verkhovskaya O.R., Dorokhina M.V. Entrepreneurship activity in contemporary Russia. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta=Russian Management Journal*, 2008, vol. 6, no. 1, pp. 25–52 (in Russian).
29. Voronina L.V. et al. Typology of the factor which have impact on entrepreneurial activity of northern single-industries towns. *Nauka i obrazovaniye: khozyaystvo i ekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravleniye=Science and Education: Economy and Economics; Entrepreneurship, Law and Management*, 2014, no. 10 (53), pp. 18–22 (in Russian).
30. Reynolds P.D. Understanding business creation: serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 2005, vol. 24, no. 4, pp. 359–364.
31. Reynolds P.D., Gartner W.B., Greene P.G., Cox L.W., Carter N.M. *The Entrepreneur Next Door: Characteristics of Individuals Starting Companies in America: An Executive Summary of the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics*. 2002. 50 p. DOI: 10.2139/ssrn.1262320
32. Minniti M., Nardone C. Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 2007, vol. 28 (2), pp. 223–238.
33. Verheul I., Thurik R., Grilo I., Van der Zwan P. Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 2012, vol. 33 (2), pp. 325–341. DOI: 10.1016/j.joep.2011.02.009
34. Richard J., Boden Jr. Flexible working hours, family responsibilities, and female self-employment: gender differences in self-employment selection. *The American Journal of Economics and Sociology*, 1999, vol. 58 (1), pp. 71–83. DOI: 10.1111/j.1536-7150.1999.tb03285.x
35. Shinnar R.S., Giacomini O., Janssen F. Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, vol. 36 (3), pp. 465–493. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x
36. Gird A., Bagraim J.J. The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 2008, vol. 38 (4), pp. 711–724. DOI: 10.1177/008124630803800410
37. Gupta V.K., Turban D., Arzu Wasti S., Sikdar A. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2009, vol. 33 (2), pp. 397–417. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2009.00296.x
38. Verkhovskaya O.R., Dorokhina M.V. *Global'nyy monitoring predprinimatel'stva. Rossiya 2011: natsional'nyy otchet* [Global Entrepreneurship Monitoring. Russia 2011: National Report]. St. Petersburg: Graduate School of Management, 2011. 62 p.
39. Lucas R.E. On the size distribution of business firms bell. *Journal of Economics*, 1978, vol. 9, pp. 508–531.
40. Jovanovic B. Selection and the evolution of industry. *Econometrica*, 1982, vol. 50, pp. 649–670.
41. Holmes T.J., Schmitz J.A. A theory of entrepreneurship and its application to the study of business transfers. *Journal of Political Economy*, 1990, vol. 98, pp. 265–294.
42. Phillips B. Free at Last? *Institutional Investor*, 1997, pp. 48–55.
43. Zucker L.G., Darby M.R., Brewer M.B. Intellectual human capital and the birth of U.S. biotechnology enterprises. *The American Economic Review*, 1998, vol. 88, pp. 209–306.
44. Groysberg B., Nanda A.M., Prats J. Does individual performance affect entrepreneurial mobility? Empirical evidence from the financial analysis market. *Journal of Financial Transformation*, 2009, vol. 25, pp. 95–106.
45. Vesper K.H., Gartner W.B. Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 1997, vol. 12 (5), pp. 403–421.

46. Robinson P.B., Stimpson D.V., Huefner J.C., Hunt H.K. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1991, no. 17, pp. 13–31.
47. Kolvereid L., Isaksen E. New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no 6, pp. 866–885.
48. Souitaris V., Zerbinati S., Al-Laham A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 2007, vol. 22 (4), pp. 566–591.
49. Tkachev A., Kolvereid L. Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & regional development*, 1999, vol. 11, pp. 269–280.
50. Kuratko D.F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005.
51. Scott M.G. Twomey D. F. The long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 1988, vol. 26 (4), pp. 5.
52. Matthews C.H., Schenkel M.T., Hechavarria D.M. Family background and influence on nascent entrepreneurs. *New Firm Creation in the United States: Initial Explorations with the PSED II Data Set*. Ed. by P.D. Reynolds, R.T. Curtin. Springer, United States, 2009. Pp. 51–67. DOI: 10.1007/978-0-387-09523-3_4
53. Car J., Sequeira J. Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 2007, vol. 60 (10), pp. 1090–1098. DOI: 10.1016/j.jbusres.2006.12.016
54. Shapero A., Sokol L. The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent C., Sexton D., Vesper K.H. (eds). *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, New Jersey, 1982. Pp. 72–90.
55. Brockhaus R.H. Risk Taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 1980, vol. 23, pp. 509–520.
56. Cromie S., Hayes J. Business ownership as a means of overcoming job dissatisfaction. *Personnel Review*, 1991, vol. 20 (1), pp. 19–24.
57. Henley A. Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2007, vol. 19 (3), pp. 253–280.
58. Cabrera E.F. Opting out and opting in: understanding the complexities of women's career transitions. *Career Development International*, 2007, vol. 12 (3), pp. 218–237.
59. Patterson N., Mavin S. Women entrepreneurs jumping the corporate ship and gaining new wings. *International Small Business Journal*, 2009, vol. 27 (2), pp. 173–192.
60. Reynolds P.D., Storey D.J., Westhead P. Cross national comparison of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies*, 1994, vol. 28 (4), pp. 443–456.
61. Audretsch D.B., Fritsch M. Growth regimes over time and space. *Regional Studies*, 2002, vol. 36 (2), pp. 113–124.
62. Shane S., Venkataraman S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 2000, vol. 25 (1), pp. 217–226.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kseniya A. Ustinova – Candidate of Sciences (Economics), Senior Researcher, Head of Laboratory, Federal State Budgetary Institution of Science “Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences”. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: ustinova-kseniya@yandex.ru

Arina A. Davydova – Junior Researcher, Head of the Center for Technology Transfer and Commercialization, Federal State Budgetary Institution of Science “Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences”. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: arina.davydova.1992@mail.ru