

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ЭНДОГЕННЫЕ И ЭКЗОГЕННЫЕ ФАКТОРЫ

С.А. Ильиных

Новосибирский государственный
университет экономики и управления

ili.sa@mail.ru

Проблемы развития предпринимательства в среде молодежи связаны с целым комплексом причин, в том числе с целевыми установками, бизнес-мотивацией, поддержкой органов власти всех уровней от государства до местного самоуправления, правовой поддержкой, отношением к предпринимательству со стороны общества, отношением к женскому и мужскому предпринимательству. Развитие молодежного предпринимательства может быть проанализировано с позиции эндогенных и экзогенных факторов. К экзогенным факторам относятся государственная и правовая поддержка предпринимательства, возможность использования финансовой системы, образ предпринимателя в массовом сознании. К эндогенным факторам относятся бизнес-мотивация и личностные особенности молодых предпринимателей. Указанные факторы получили эмпирическую проверку в исследовании отношения молодежи к предпринимательству, проведенном на выборочных совокупностях г. Томска и г. Новосибирска. Актуальным для предпринимателей является получение услуг со стороны государства для реализации своего бизнес-проекта, а также информационная среда, благоприятная для обучения и обмена опытом в сфере предпринимательства. К числу основных проблем молодежного российского предпринимательства относятся недоиспользование ресурсов, предлагаемых государством, отношение общества к предпринимателям. Гендерные аспекты проявляются в отношении к женскому и мужскому предпринимательству.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, бизнес-мотивация, установки на предпринимательство, гендерные аспекты.

DOI: 10.17212/2075-0862-2015-4.2-87-95

Развитие предпринимательства в целом, и молодежного в частности, крайне важный для развития российского общества процесс. Это связано с тем, что именно классу предпринимателей принадлежит главная роль в процессе увеличения среднего класса, повышения уровня благосостояния населения, улучшения качества продукции и предоставляемых услуг. В социальной структуре пореформенной России, выявленной Институтом социологии РАН, произошли изменения. Оказалось, что с 2003 по 2010 г. удельный вес «ядра среднего класса» вырос с 11 до 15 %. Однако для устойчивого развития общества,

для его стабильности необходимо минимум 30 % [3].

Всемирный банк провел исследования, которые доказали, что если в стране на малый и средний бизнес приходится менее 40 % ВВП, то инвестиции в экономику данной страны не приводят к запланированному экономическому эффекту. Все это еще раз доказывает важность поддержки предпринимательства. Необходимым стратегическим ресурсом для развития малого и среднего предпринимательства является молодежное предпринимательство.

Развитие малого бизнеса, в том числе молодежного предпринимательства, важно

как с точки зрения создания новых рабочих мест, так и с позиции ряда экономических преимуществ, позволяющих успешно конкурировать на рынке с крупным бизнесом. К ним относятся быстрая оборачиваемость средств; экономия средств за счет снижения затрат на содержание аппарата управления; свобода действий исполнителей, взаимозаменяемость работников; гибкость, умение быстро перестраиваться и реагировать на изменение внешней среды; восприимчивость к инновационной деятельности; способность идти на риск. Эти и некоторые другие характеристики малого бизнеса дают им принципиальные преимущества. Молодежный бизнес играет главную роль в решении социально-экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы, подготовка квалифицированных кадров [1].

Молодежное предпринимательство способно выполнять ряд социально значимых функций, присущих сферам молодежной и социальной политики. Сюда относится формирование нового менталитета нации, основанного на позитивном отношении к институту частной собственности и предпринимательству; повышение экономической активности молодых людей; организация занятости молодежи; проведение профессиональной ориентации и обучения молодых людей; предоставление возможности реализации достаточно высокого образовательного потенциала молодых людей, их самореализации и самоутверждения; повышение жизненного уровня молодых людей; формирование активной социальной позиции молодежи; усиление социальной защищенности молодежи [9, с. 522].

Развитие молодежного предпринимательства – достаточно длительный процесс. Это связано с целым рядом факто-

ров. К их числу можно отнести и те, что выделяются исследователями в отношении предпринимательства в целом: несовершенство нормативно-правовой базы, отсутствие действенных финансово-кредитных механизмов и материально-ресурсного обеспечения, несовершенство системы налогообложения и государственной системы поддержки, административные барьеры и другие [10, с. 3]. Для того чтобы детальнее рассмотреть некоторые особенности молодежного предпринимательства, нами предлагается его анализ с позиции эндогенных и экзогенных факторов.

Эндогенные и экзогенные факторы

К *экзогенным факторам* относятся государственная и правовая поддержка предпринимательства. Для развития малых форм предпринимательства необходима поддержка органов власти всех уровней: государства и местного самоуправления. Она обусловлена следующими обстоятельствами: неустойчивостью доходов из-за небольшого объема производства; уязвимостью при нарушении договорных обязательств; большой зависимостью от кредитов, банков и т. д. Кроме того, нужна помощь в обучении основам предпринимательства, правовая поддержка (в том числе и в сфере налогового законодательства). Как показывает опыт развитых и развивающихся стран, без поддержки государства сформировать хотя бы небольшой слой мелких предпринимателей практически невозможно. Следует активнее развивать бизнес-инкубаторы, молодежные биржи труда, клубы делового общения, консультационные клубы, женские предпринимательские клубы и т. д. Создание и развитие женских клубов будет стимулировать формирование различных форм малого предприниматель-

ства среди женщин. И, конечно, предпринимательство не должно ограничиваться рамками торговли, услуг и другими сферами, в которых характерны быстрые обороты средств. Оно должно развиваться и в сфере новых технологий, информационных систем и коммуникаций.

Еще одним из экзогенных факторов следует считать возможность использования финансовой системы. Финансовая система предпринимательства – это совокупность факторов и возможностей, окружающих субъект предпринимательства в процессе осуществления им финансово-экономической деятельности. Возможности предпринимателя определяются наличием доступа к финансовым ресурсам через систему инвестиционно-кредитных отношений, возможностью формирования инвестиционных портфелей, применением финансовых инструментов и срочных контрактов для страхования и хеджирования предпринимательских рисков.

И, наконец, значительную роль играет образ предпринимателя, который сложился в массовом сознании. Стоит сказать, что в общественном мнении сложился преимущественно негативный образ предпринимателя. Показательно, что об этой проблеме говорится даже в Концепции Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года. Ключевая проблема в настоящее время заключается в том, что в обществе предприниматель воспринимается как «человек, которого куда-либо ведут в наручниках либо обвиняют в нарушении закона» [7, с. 23]. Это, безусловно, не может не сказываться на привлечении молодежи в этот вид деятельности.

К *эндогенным факторам* относятся бизнес-мотивация и личностные особенно-

сти молодых предпринимателей. Для того чтобы раскрыть этот вопрос, обратимся к определению предпринимателя. А. Хоскинг считает, что предпринимателем является лицо, которое ведет дело за свой счет, лично занимается управлением бизнесом и несет личную ответственность за обеспечение необходимыми средствами, самостоятельно принимает решения [13]. Его вознаграждением является полученная в результате предпринимательской деятельности прибыль и чувство удовлетворения, которое он испытывает от занятия свободным предпринимательством. Но наряду с этим он должен принять на себя весь риск потерь в случае банкротства его предприятия.

К. Макконнел и С. Брю в своем обширном труде «Экономикс» [8] продолжили изучение этой проблематики. Ученые раскрывают значение термина «предпринимательство» через четыре следующие функции предпринимателя.

1. Предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в единый процесс производства товара или услуги. Выполняя роль свечи зажигания и катализатора, предприниматель одновременно является движущей силой производства и посредником, сводящим вместе другие ресурсы для осуществления процесса, который обещает быть прибыльным делом.

2. Предприниматель берет на себя задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса, т. е. тех решений, которые и определяют курс деятельности предприятия.

3. Предприниматель – это новатор, лицо, стремящееся вводить в обиход на коммерческой основе новые продукты, новые производственные технологии или даже новые формы организации бизнеса.

4. Предприниматель – это человек, идущий на риск.

Таким образом, эндогенными факторами могут быть потребность молодого предпринимателя брать на себя ответственность, риск. Одним из главных экономических мотивов для молодежного предпринимательства является не просто право собственности, но право владения, право распоряжения и право контроля доходов. Эта идея была подтверждена в эмпирическом исследовании, проведенном автором в Новосибирске в 2015 году. На вопрос «Чем привлекает Вас бизнес-деятельность?» респонденты указывали, что свой бизнес их привлекает наличием постоянной занятости, получением новых навыков, высоких доходов и возможность ими распоряжаться. О результатах исследования речь пойдет ниже.

К эндогенным факторам относятся также такие внутренние психологические регуляторы экономического поведения предпринимателей, как честность, предприимчивость, хозяйственность. Однако, если говорить о молодежном предпринимательстве, сегодня одной из причин его сдерживания как раз и является сложившийся негативный образ предпринимателя. По опросам респондентов, он связан со стремлением к легкой наживе, с непорядочностью, нечестностью, неразборчивостью в средствах, с потребительским отношением к людям [12]. Вместе с тем в данном опросе количество положительных и отрицательных оценок распределилось практически поровну: 51 % и 49 % соответственно. Положительные оценки касаются деловых качеств, а отрицательные характеризуют моральный облик бизнесменов.

Стоит сказать, что эндогенным фактором является способность предпринима-

телей быть источником социальных изменений. И здесь существенную роль играет гендерный фактор.

Результаты исследования

Изложенные выше некоторые идеи, касающиеся предпринимательства, были проверены нами в эмпирическом исследовании, проведенном в 2015 году в Новосибирске. Объем выборочной совокупности для доверительной вероятности 95 % и доверительного интервала 5 % составил 434 респондента. В эмпирическом исследовании приняла участие молодежь в возрасте от 18 до 25 лет. Стоит сказать, что аналогичная анкета была предложена респондентам и в Томске (исследование выполнено под руководством кандидата социологических наук С.Э. Мартыновой). Выборочная совокупность в Томске составила 596 респондентов. Мы занимали нейтральную позицию и проанализировали те факторы, которые значительно влияют на развитие предпринимательства.

Политика государства в отношении предпринимательства

Укажем, что в своем исследовании мы не ставили целью провести анализ собственно государственной политики, поскольку главная задача – выяснить мнение респондентов об этом факторе.

Оказалось, что для 33 % мужчин и 22 % женщин политика государства выступает существенным сдерживающим фактором для развития предпринимательства. Стоит сказать, что доля женщин значительно меньше доли мужчин. Женщины в целом менее критично оценивают политику государства. Мы полагаем, это связано с историческим восприятием гендерной системы советского общества как этатристической и

патримониальной [14]. Как указывают исследователи, в рамках этакратической гендерной системы был сформулирован и решен советский вариант женского вопроса. Именно по этой причине женщины до сих пор в меньшей степени критично оценивают деятельность государства.

По мнению респондентов, предприниматели нуждаются в получении услуг со стороны государства для реализации своего бизнес-проекта. Проранжировав ответы на вопрос о получении необходимых государственных услуг, мы обнаружили, что респонденты единодушны во мнении о необходимости следующих услуг:

- обучение и консультации по вопросам предпринимательства (59 % мужчин и 70 % женщин в Новосибирске, 40 % мужчин и 42 % женщин в Томске);

- юридические услуги по открытию и ведению бизнеса, решению спорных вопросов (59 % мужчин и 70 % женщин в Новосибирске, 32 % мужчин и 33 % женщин в Томске);

- предоставление субсидий и поручительств по кредитам (31 % мужчин и 34 % женщин в Новосибирске, 28 % мужчин и 31 % женщин в Томске).

Еще одним аспектом государственной поддержки предпринимательства можно назвать создание информационной среды, благоприятной для обучения и обмена опытом в сфере предпринимательства. Оказалось, что в Новосибирске лишь 18 % мужчин и 12 % женщин известна информация о проведении специальных тренингов, семинаров, курсов по обучению разработке и реализации инновационных проектов. Еще 33 % мужчин и 35 % женщин что-то о ней слышали. Для сравнения: в Томске 15 % мужчин и 5 % женщин знают о такой информации, а 31 %

мужчин и 24 % женщин что-то слышали о ней. Как видим, картина примерно одинакова. Стоит сказать, что в действительности такие семинары и тренинги существуют, а информация о них находится в открытом доступе в информационных сетях государственных органов власти. То, что знает о них лишь пятая часть респондентов, может свидетельствовать об отсутствии навыка самостоятельного поиска необходимой информации.

Возможность использования финансовой системы

Развитие предпринимательства связано с финансовой системой, позволяющей осуществлять предпринимательские цели. Одной из составляющих финансовой системы является банковское кредитование для организации собственного бизнеса. Нами был задан вопрос о том, готовы ли опрашиваемые респонденты использовать кредиты банков для организации своего бизнеса. Оказалось, что лишь 26 % мужчин и 20 % женщин готовы воспользоваться банковским кредитованием для создания собственного бизнеса. По 31 % респондентов в обеих группах указывают на готовность прибегнуть к этой форме только в крайнем случае. А 24 % мужчин и 28 % женщин категорически отказались бы от банковского кредитования. Таким образом, только около трети мужчин и пятая часть женщин имеют предпринимательские наклонности, а именно готовность к риску, который неизбежно возникает в случае реализации предпринимательских проектов и связан с банковским кредитованием. И хотя доля мужчин и женщин не слишком различается, все же можно видеть, что женщины в целом более осторожны, что связано с гендерными аспектами.

Качества, необходимые предпринимателю

Для выяснения роли эндогенных факторов респонденты оценивали такие качества, необходимые предпринимателю, как активность, предприимчивость, умение рисковать, умение подать себя, осторожность, жесткость, уверенность в себе, ответственность.

Оказалось, что у молодых респондентов Новосибирска на первом месте стоит уверенность в себе (93 % мужчин и 91 % женщин), на втором – активность (93 % мужчин и 90 % женщин), на третьем – ответственность (91 % мужчин и 90 % женщин), на четвертом – предприимчивость (82 % мужчин и 78 % женщин), на пятом – умение рисковать (62 % мужчин и 56 % женщин). Распределение ответов респондентов в Томске примерно совпадает: на первом месте стоит уверенность в себе (77 % мужчин и 75 % женщин), на втором – активность (71 % мужчин и 75 % женщин), на третьем – ответственность (70 % мужчин и 69 % женщин), на четвертом – умение рисковать (62 % мужчин и 63 % женщин), на пятом – предприимчивость (60 % мужчин и 60 % женщин). Как видим, в обеих группах респондентов черты характера ранжируются примерно одинаково. Но при этом предприимчивость в Новосибирске ставится на четвертое, а в Томске – на пятое место. Вероятно, можно говорить о том, что в сознании респондентов смысловое значение предприимчивости ниже по сравнению, например, с умением рисковать, активностью.

Отношение к женскому и мужскому предпринимательству

Для исследования этого вопроса воспользуемся результатами эмпирического исследования, проведенного автором в

2009 году в Новосибирске. Объем выборочной совокупности для доверительной вероятности 95 % и доверительного интервала 5 % составил 1354 респондента из представителей малого и среднего бизнеса. Для исследования применялся двухступенчатый отбор. Результаты представлены также в работах С.А. Ильиных [4–6].

В одном из вопросов мы предложили оценить личностные качества мужчины-руководителя, а в другом – женщины-руководителя. Респондентам предлагалось оценить важность таких качеств руководителя, необходимых для мужчины и женщины, как уверенность в себе, стремление к успеху, готовность к конкуренции, ответственность, высокие адаптивные способности, способность к риску в условиях неопределенности, умение подать себя, профессионализм, жесткость, предприимчивость, решительность, умение принимать решения, ум. Шкала ответов состояла из четырех вариантов: «очень важно», «важно», «не очень важно», «затрудняюсь с ответом». В таблице приведены результаты только одного из вариантов ответов, который описывает максимальную важность качества через такую позицию в шкале, как «очень важно».

На основании полученных данных можно говорить о том, что в процентном отношении доля женщин, оценивающих личностные качества мужчины-руководителя, меньше, чем доля мужчин. Исключение оставляет оценка таких качеств, как профессионализм и ум, где доля женщин выше.

Интересно, что и при оценке личностных качеств женщин-руководителей вновь доля женщин в целом ниже. Исключение составляет оценка таких качеств, как уверенность в себе, готовность к конкурен-

ции, профессионализм, жесткость и ум. Как видим, женщины-респонденты чаще высказываются в пользу этих качеств. На наш взгляд, здесь кроются имплицитные гендерные стереотипы. Поскольку топ-менеджмент и предпринимательство не

являются сугубо «женским» занятием с точки зрения гендера, то именно женщинами высказывается мнение о наличии сугубо «мужских» качеств, необходимых для успеха, – готовности к конкуренции, жесткости и т. д.

Распределение ответов, касающихся оценки личностных качеств, необходимых мужчине-руководителю и женщине-руководителю (%)

Личностные качества руководителя, необходимые для достижения успеха	Оценка личностных качеств мужчины-руководителя		Оценка личностных качеств женщины-руководителя	
	Мужчины-респонденты	Женщины-респонденты	Мужчины-респонденты	Женщины-респонденты
Уверенность в себе	82,7	68,2	75,0	76,5
Стремление к успеху	63,7	54,3	65,7	64,1
Готовность к конкуренции	49,5	45,8	52,6	53,4
Ответственность	69,2	58,6	58,9	58,9
Высокие адаптивные способности	44,4	32,6	46,6	44,4
Способность к риску в условиях неопределенности	47,6	42,9	45,7	42,9
Умение подать себя	46,4	37,7	63,0	61,1
Профессионализм	60,5	68,3	63,5	70,3
Жесткость	29,5	19,5	16,7	29,2
Предпринимчивость	53,0	41,6	50,0	47,9
Решительность	64,7	50,5	61,3	58,6
Умение принимать решения	72,6	72,3	69,7	68,3
Ум	60,9	62,4	60,6	66,3

Заключение

Культура предпринимательства во многих странах формировалась под воздействием локальных субкультур. М. Вебер в своих работах показал роль в хозяйственной жизни не только европейских протестантских сект, но и сект Востока [2]. В до-революционной России носителем предпринимательских ценностей и высоких трудовых традиций оказалась старообрядческая субкультура. По некоторым данным, к старообрядцам принадлежало более 60 % торгово-промышленного класса России [11]. Что же касается сегодняшнего

дня, то развитие молодежного предпринимательства в России обусловлено экзогенными и эндогенными факторами. Проведенное исследование показало, что наличие недоиспользование ресурсов, предлагаемых государством, поскольку индивиды оказываются неинформированными в отношении важных вопросов, касающихся ведения бизнеса. Были выявлены качества, наиболее значимые для бизнес-деятельности, а также гендерные аспекты предпринимательства, которые составляют эндогенные факторы. Однако эти вопросы требуют дальнейшего детального исследования.

Литература

1. Блинов А.О. Малое предпринимательство как проблема регионального развития // Этнополитический вестник. – 2013. – № 4. – С. 17–23.
2. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные произведения: пер. с нем. / М. Вебер; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайдено. – М.: Прогресс, 1990. – С. 44–271.
3. Горшков М.К. Российское общество как оно есть (опыт социологической диагностики). – М.: Новый хронограф, 2011. – 672 с.
4. Ильиных С.А. Гендерная концепция организационной культуры: монография. – Новосибирск: Изд-во НГУЭУ, 2009. – 235 с.
5. Ильиных С.А. Женский топ-менеджмент с точки зрения социологии управления // Вестник НГУЭУ. – 2012. – Т. 2, № 4. – С. 113–123.
6. Ильиных С.А. Гендерная теория управления // Идеи и идеалы. – 2012. – № 2 (12), т. 1. – С. 115–126.
7. Концепция Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 г. [Электронный ресурс]. – URL: www.ccitula.ru/userfiles/file/MSB/проект_20_05_2012.doc (дата обращения: 08.12.2015).
8. Макконнелл К., Брю С. Экономикс. – Баку: Азербайджан, 2006. – 832 с.
9. Позняков В.П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей // Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты. – М.: Наука, 2012. – С. 513–528.
10. Ракша И.Р. Государственная поддержка инновационного малого предпринимательства в регионе: автореф. дис. ... канд. социол. наук. – Тюмень, 2013. – 24 с.
11. Факторы экономической культуры [Электронный ресурс]. – URL: <http://mostevent.ru/articles/category/2/message/269/> (дата обращения: 08.12.2015).
12. Червяков В.В., Чередниченко В.А., Шанифо В.А. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях // Социологические исследования. – 1992. – № 10. – С. 44–52.
13. Хоскинс А. Курс предпринимательства. – М.: Международные отношения, 1993. – 352 с.
14. Rotkirch A., Temkina A. Soviet gender contracts and their shifts in contemporary Russia // Idantutkimus. – 1997. – N 4. – P. 6–24.

YOUTH ENTREPRENEURSHIP: ENDOGENOUS AND EXOGENOUS FACTORS

S.A. Pyinykh

Novosibirsk State University
of Economics and Management
ili.sa@mail.ru

The article explains that the relevance of the topic is related to the need of developing youth entrepreneurship. Problems of development of entrepreneurship among young people are related to a number of reasons, including target settings, business motivation, support for authorities at all levels from the state to local governments, legal support, the attitude to entrepreneurship on the part of society, the attitude to the female and male entrepreneurship. Development of youth entrepreneurship can be analyzed from the perspective of endogenous and exogenous factors. Exogenous factors include government and legal support of business, the use of the financial system, the image of the entrepreneur in the mass consciousness. Endogenous factors include business-motivation and personal characteristics of young entrepreneurs. These factors have received empirical testing in the study of youth attitudes to business conducted on the total sample of Tomsk and Novosibirsk. Relevant for entrepreneurs is to obtain services from the state to realize their business project, as well as an information environment conducive to learning

and sharing experiences in the field of entrepreneurship. The main problems of the youth of the Russian business are under-utilization of resources offered by the state, public attitudes towards entrepreneurs. Gender aspects are manifested in relation to the female and male entrepreneurship.

Keywords: youth entrepreneurship, business motivation, business installations, gender dimensions.

DOI: 10.17212/2075-0862-2015-4.2-87-95

References

1. Blinov A.O. Maloe predprinimatel'stvo kak problema regional'nogo razvitiya [Small business as the problem of regional development]. *Etnopoliticheskii vestnik*, 2013, no. 4, pp. 17–23. (In Russian)
2. Weber M. Protestant'skaya etika i dukh kapitalizma [The protestant ethic and the spirit of capitalism]. Weber M. *Izbrannye proizvedeniya* [Selected works]. Translated from German. Moscow, Progress Publ., 1990, pp. 44–271. (In Russian)
3. Gorshkov M.K. *Rossiiskoe obshchestvo kak ono est' (opyt sotsiologicheskoi diagnostiki)* [Russian society as it is (the experience of sociological diagnosis)]. Moscow, Novyi khronograf Publ., 2011. 672 p.
4. Ilyinykh S.A. *Gendernaya kontseptsiya organizatsionnoi kul'tury: monografiya* [Gender concept of organizational culture: the monograph]. Novosibirsk, NSUEM Publ., 2009. 235 p.
5. Ilyinykh S.A. Zhenskii top-menedzhment s tochki zreniya sotsiologii upravleniya [Female top management in terms of sociology of management]. *Vestnik NGUEU – Vestnik NSUEM*, 2012, vol. 2, no. 4, pp. 113–123.
6. Ilyinykh S.A. Gendernaya teoriya upravleniya [Gender theory of management]. *Idei i idealy – Ideas & ideals*, 2012, no. 2 (12), vol. 1, pp. 115–126.
7. Concept Development Strategy of youth entrepreneurship in the Russian Federation for the period till 2020. (In Russian) Available at: www.cci-tula.ru/userfiles/file/MSB/proekt_20_05_2012.doc (accessed 08.12.2015)
8. McConnell C.R., Brue S.L. *Ekonomika* [Economics]. Baku, Azerbaidzhan Publ., 2006. 832 p. (In Russian)
9. Poznyakov V.P. Predprinimatel'stvo kak tsennost' i tsennosti rossiiskikh predprinimatelei [Entrepreneurship as the value and values of Russian entrepreneurs]. *Rossiya v globaliziruyushchemsya mire: mirovozzrencheskie i sotsiokul'turnye aspekty* [Russia in the globalized world: the philosophical and socio-cultural aspects]. Moscow, Nauka Publ., 2012, pp. 513–528.
10. Raksha I.R. *Gosudarstvennaya podderzhka innovatsionnogo malogo predprinimatel'stva v regione*. Avtoref. diss. kand. sotsiol. nauk [State support of innovative small businesses in the region. Author's abstract of PhD sociol. sci. diss.]. Tyumen', 2013. 24 p.
11. *Faktory ekonomicheskoi kul'tury* [Factors of economic culture]. (In Russian) Available at: <http://mostevent.ru/articles/category/2/message/269/> (accessed 06.05.2015)
12. Chervyakov V.V., Cherednichenko V.A., Shapiro V.D. Rossiyane o predprinimatel'stve i predprinimatel'yakh [Russians on entrepreneurship and entrepreneurs]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*, 1992, no.10, pp. 44–52.
13. Khosking A. *Kurs predprinimatel'stva* [Course of business]. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya Publ., 1993. 352 p.
14. Rotkirch A., Temkina A. Soviet gender contracts and their shifts in contemporary Russia. *Idantutkimus*, 1997, no. 4, pp. 6–24.