



СОЦИАЛЬНЫЕ НОРМЫ КАК КОСВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ДЕЙСТВИЯ

Икрамова Нодира Бурхон кизи

Phd, старший преподаватель кафедры «Бизнес управление»,
International school of finance, technology and science, Ташкент,
e-mail: nodira.ikramova.burkhan@gmail.com

ORCID 0009-0002-6560-668X

<https://doi.org/10.5281/zenodo.22910682>

Annotatsiya. Bevosita ijtimoiy bosim bilan tadbirkorlik imkoniyatiga bo'lgan ishonch orqali yuzaga keladigan bilvosita ijtimoiy ta'sir o'rtasidagi farq asoslab beriladi. Potensial tadbirkorlar bo'yicha uzunlamasına ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, qo'llab-quvvatlovchi ijtimoiy me'yor ishonch bilan, ishonch esa amaliy harakat bilan bog'liq; mazkur mexanizm hisobga olingandan so'ng bevosita ta'sir yo'li statistik jihatdan yo'qoladi. Davlat siyosati nuqtayi nazaridan, bu ijtimoiy tasdiqlash vositalarini loyihani amalga oshirish mumkinligiga bo'lgan subyektiv ishonchni oshiruvchi instrumentlar bilan uyg'unlashtirish zarurligini anglatadi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy me'yorlar, tadbirkorlik harakati, imkoniyatga bo'lgan ishonch, subyektiv me'yorlar, xulq-atvor modeli.

Аннотация. Обосновывается различие между прямым социальным давлением и косвенным влиянием окружения через уверенность в предпринимательской возможности. Продольные данные потенциальных предпринимателей показывают, что поддерживающая норма связана с уверенностью, а уверенность — с действием; прямой путь после учёта этого механизма исчезает. Для государственной политики из этого следует необходимость сочетать социальное подтверждение с инструментами, которые повышают субъективную осуществимость проекта.

Ключевые слова: социальные нормы, предпринимательское действие, уверенность в возможности, субъективные нормы, поведенческая модель.

Ключевая идея. Социальное одобрение само по себе редко запускает бизнес; оно становится действенным, когда предприниматель получает основания считать возможность осуществимой и управляемой.

От намерения к действию

Объясняя предпринимательскую активность, государственная политика часто исходит из объективных условий: регистрационных процедур, налоговой нагрузки, кредита, инфраструктуры. Однако одинаковые условия порождают разные решения. Одни предприниматели



используют возможность, другие откладывают действие, хотя располагают сопоставимыми ресурсами. Поведенческая перспектива связывает это различие с отношением к риску, уверенностью в собственных силах, оценкой возможности и сигналами ближайшего окружения.

Социальная норма - не просто национальная культура. Это представление человека о том, одобряют ли значимые для него люди действие и насколько оно распространено среди сопоставимых участников. В предпринимательстве норму формируют семья, партнёры, коллеги, наставники, профессиональные сообщества и местная деловая среда. Она может поддерживать действие, придавая ему легитимность, либо удерживать от него через страх репутационной потери. Исследования частного финансирования МСП в 29 странах Восточной Европы и Центральной Азии подтверждают статистически значимую связь субъективных норм, установок и воспринимаемого контроля с намерением собственника использовать частное финансирование [3].

Эмпирический механизм

Наиболее полезную для методологии государственного управления проверку предложили А. Emami и D. Khajehheian [1]. Авторы дважды обследовали потенциальных предпринимателей ИКТ-сектора, связанных с 16 научно-технологическими парками Ирана. В первой волне измерялись нормы и когнитивные характеристики, примерно через год - фактические предпринимательские действия. Из 2 688 проектов после последовательного отбора и потерь наблюдений получено 213 полностью заполненных анкет. Такая конструкция сильнее одномоментного опроса, поскольку разводит во времени убеждения и последующие действия.

Структурная модель объяснила 38 % вариации предпринимательского действия. Социальные нормы положительно связаны с уверенностью в возможности (0,48; $p < 0,001$), а уверенность - с действием (0,64; $p < 0,001$). После включения уверенности прямой путь от норм к действию сократился с 0,33 до 0,02 и стал статистически незначимым. Авторы осторожно интерпретируют результат как ложную прямую связь, а не классическую медиацию. Для политики это принципиально: сообщение «ваше окружение поддерживает предпринимательство» не гарантирует шагов, если человек не понимает рынок, не видит ресурсов и не уверен в способности выполнить проект.



Таблица 1. Поведенческая цепочка и соответствующие инструменты поддержки

Элемент модели	Что необходимо измерить	Инструмент государственного управления	Ожидаемое изменение
Социальная норма	Одобрение семьи, коллег и профессиональной группы; видимость примеров	Истории сопоставимых фирм, отраслевые сообщества, доверенные посредники	Рост легитимности предпринимательского шага
Отношение к создаваемой ценности	Привлекательность и общественная полезность предложения	Проверка проблемы клиента, демонстрация спроса, обратная связь	Более ясная оценка ценности идеи
Самозэффективность	Уверенность в способности выполнить конкретные действия	Наставничество, разбор задачи, малый пилот, обучение на практике	Снижение субъективной сложности
Уверенность в возможности	Совместная оценка желательности и осуществимости	Предакселерация, экспертная верификация, тестирование гипотез	Переход от общего интереса к плану
Предпринимательское действие	Контакт с клиентом, поиск партнёра, вложение	Микрогрант по достижению этапа и	Наблюдаемые шаги, а не декларация намерения



	средств, прототип	сопровождени е	

Источник: составлено по модели Etami A., Khajeheian D. [1] и результатам Meek W. R., Pacheco D. F., York J. G. [2].

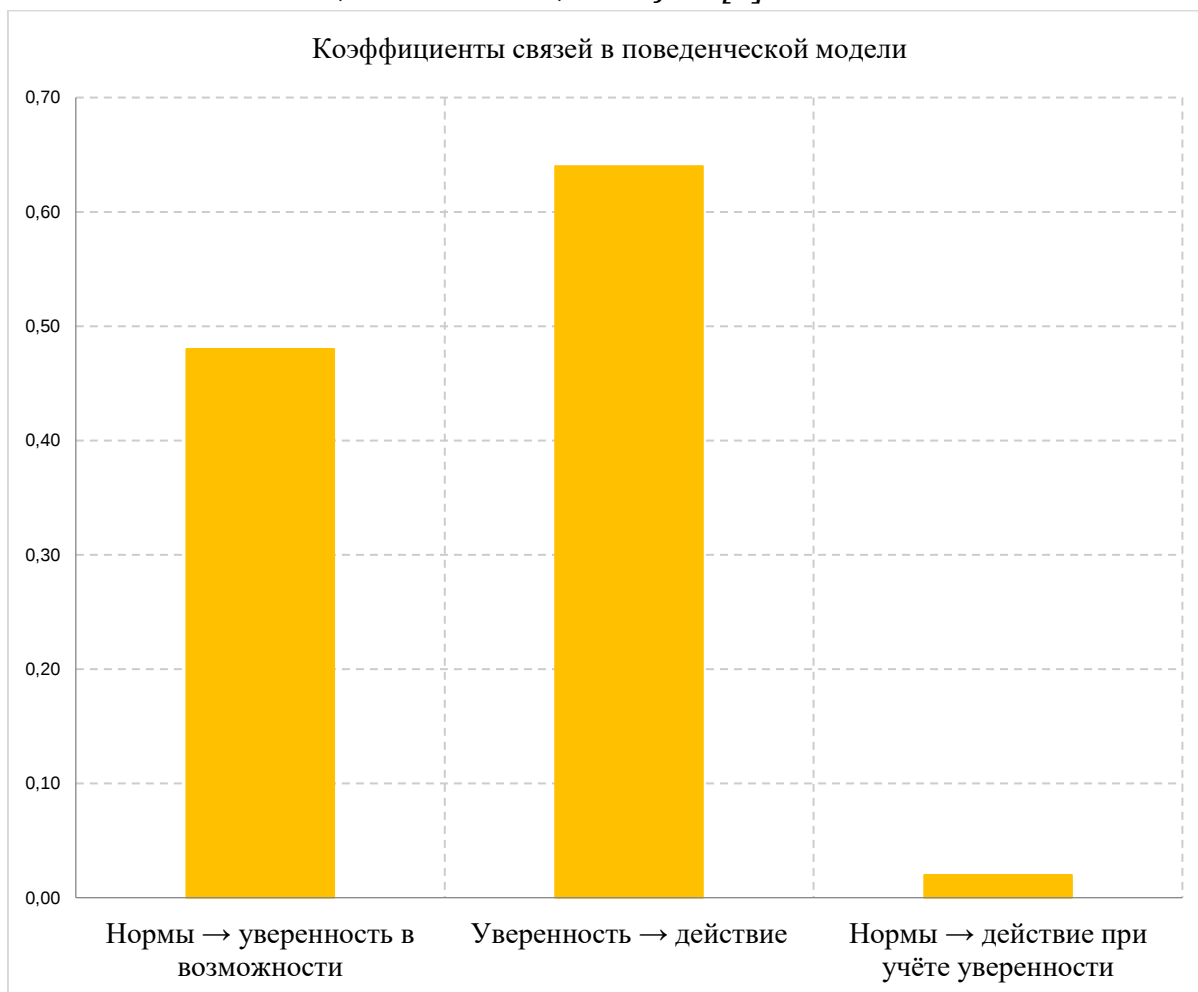


Рисунок 1. Коэффициенты связей в модели социальных норм и предпринимательского действия

Источник: Etami A., Khajeheian D. [1, с. 10–11], продольная выборка 213 потенциальных предпринимателей ИКТ-сектора.

Контекст и границы переноса

Другое исследование - новых фирм солнечной энергетики в 45 штатах США - обнаружило, что местные нормы способны не только прямо влиять на создание бизнеса, но и изменять эффект государственных стимулов [2]. Нормы семейной взаимозависимости усиливали связь стимулов с появлением фирм, а нормы сотрудничества в некоторых спецификациях её ослабляли. Авторы подчёркивают неожиданность второго результата и



необходимость повторной проверки. Это предостережение от упрощённой формулы «больше социальной поддержки — всегда больше предпринимательства». Нормы могут дополнять формальное правило, замещать его или менять его смысл.

Для Узбекистана значимыми каналами могут быть махалля, семья, профессиональные объединения, отраслевые чаты и примеры местных предпринимателей. Но сам факт культурной близости не является доказательством эффекта. Нужны локальные измерения: кто действительно влияет на решение конкретной группы, чьему опыту доверяют, какая ошибка воспринимается как допустимая и какие формы поддержки повышают уверенность. У начинающего предпринимателя круг влияния и барьеры будут иными, чем у владельца действующей экспортной компании.

Вместо общей кампании, прославляющей предпринимательство, целесообразны связки «социальный сигнал плюс достижимый шаг». Например, сообщение о том, что сопоставимые ремесленные предприятия начали принимать цифровые платежи, должно сопровождаться проверенной инструкцией, коротким обучением и возможностью безопасно протестировать инструмент. Рассказ об экспортёре из того же района полезен, если предприниматель может получить обратную связь по своему предложению и составить первый план контакта с покупателем. В противном случае пример останется вдохновляющим, но психологически далёким.

Оценка таких программ должна разделять намерение и действие. На входе измеряются нормы, самооэффективность и уверенность в возможности. Затем фиксируются наблюдаемые шаги: интервью с клиентом, регистрация, прототип, первый контракт, собственное вложение. Контрольное измерение позволяет проверить, какой механизм сработал. Если нормы улучшились, но действие не появилось, требуется не новая информационная кампания, а работа с осуществимостью - знаниями, ресурсами и планом.

Таким образом, социальные нормы представляют не самостоятельный рычаг, а часть поведенческой цепочки. Их роль в методологии государственного управления заключается в том, чтобы повысить легитимность и доступность действия, а затем передать импульс через уверенность и конкретную возможность. Программа, которая измеряет



только позитивное отношение к предпринимательству, рискует принять изменение мнения за изменение поведения.

Список использованной литературы

1. Emami A., Khajeheian D. Social Norms and Entrepreneurial Action: The Mediating Role of Opportunity Confidence // Sustainability. 2019. Vol. 11. 158. DOI: 10.3390/su11010158.
2. Meek W. R., Pacheco D. F., York J. G. The impact of social norms on entrepreneurial action: evidence from the environmental entrepreneurship context // Journal of Business Venturing. 2010.
3. Kijkasiwat P. The influence of behavioral factors on SMEs' owners intention to adopt private finance // Journal of Behavioral and Experimental Finance. 2021. Vol. 30. 100476.
4. Alrohaeem N., Gallage N. G., Islam S. The impact of behavioural economics on entrepreneurial decision-making: a systematic literature review // Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies. 2026. DOI: 10.1108/JEEE-05-2025-0280.

