

Интерес алжирской диаспоры к предпринимательству в стране происхождения: предложение модели для конкретизации

Хаддад Адила¹

PhD, главный финансовый инспектор
ORCID: 0009-0000-2263-9946, e-mail: haddadadila89@gmail.com

Лассаудед Радия²

PhD, проф. каф. бизнес-наук
ORCID: 0009-0008-0548-213X, e-mail: ra.lassoued@hotmail.fr

¹Министерство финансов Алжира, г. Алжир, Алжир

²Алжирский университет Брахима Солтана Чайбу, г. Алжир, Алжир

Аннотация

В эпоху глобализации диаспора рассматривается в качестве движущей силы экономического развития в странах происхождения и позитивных изменений в принимающих странах. Алжирская диаспора представляет собой реальную возможность и потенциал предпринимателей, которые не используются. В этом исследовании предпринята попытка изучить факторы, которые поощряют предпринимательскую деятельность алжирской диаспоры в стране ее происхождения или препятствуют ей, путем проведения обследования на местах на основе данных исследования 142 предпринимателей из изучаемой диаспоры. Для этого было реализовано логистическое эконометрическое моделирование, чтобы объяснить предпринимательское событие (создание бизнеса), а пояснительными переменными выступили следующие факторы: психологический (опыт, обучение), контекстуальный (дискриминация, возможности и патриотизм) социологические (помощь родственникам и другие контакты) и экономические (личные и государственные ресурсы). Как представляется, вероятность осуществления проекта в Алжире тем более велика, что его руководитель из алжирской диаспоры обладает огромным предпринимательским потенциалом и финансовыми средствами, является оппортунистом и патриотом, пользуется помощью государства и знает, как активизировать в случае трудностей его личные контакты.

Ключевые слова

Диаспора, алжирская диаспора, предпринимательство, создание бизнеса, детерминанты, пояснительные переменные, страна происхождения

Для цитирования: Хаддад А., Лассаудед Р. Интерес алжирской диаспоры к предпринимательству в стране происхождения: предложение модели для конкретизации // Вестник университета. 2024. № 9. С. 154–162.



Interest of the Algerian diaspora for entrepreneurship in homeland: proposal of a model for its concretisation

Haddad Adila¹

PhD., Chief Financial Inspector
ORCID: 0009-0000-2263-9946, e-mail: haddadadila89@gmail.com

Lassoued Radhia²

PhD., Prof. at the Business Sciences Department
ORCID: 0009-0008-0548-213X, e-mail: ra.lassoued@hotmail.fr

¹Ministry of Finance, Algiers, Algeria

²University of Algiers Brahim Soltane Chaibout, Algiers, Algeria

Abstract

In the era of globalisation, diaspora is seen as a driving force for economic development in the countries of origin and for positive changes in the host countries. The Algerian diaspora represents a real opportunity and potential of entrepreneurs that are not exploited. This article attempts to explore the factors that encourage or hinder the entrepreneurial activities of the Algerian diaspora in its country of origin through a field survey based on 142 entrepreneurs from the studied diaspora. To do this, a logistic econometric modelling has been implemented to explain the entrepreneurial event (business creation), and the explanatory variables are the following factors: psychological (experience, training), contextual (discrimination, opportunities, and patriotism) sociological (help of relatives and other contacts) and economic (personal resources and those of the state). It appears that the probability of the project in Algeria is stronger as its leader from the Algerian diaspora has a great entrepreneurial potential and financial means, is an opportunist and patriot, benefits from the help of the state and knows how to activate, in case of difficulties, their personal contacts.

Keywords

Diaspora, Algerian diaspora, entrepreneurship, creation of business, determinants, explanatory variables, homeland

For citation: Haddad A., Lassoued R. (2024) Interest of the Algerian diaspora for entrepreneurship in homeland: proposal of a model for its concretisation. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 154–162.



ВВЕДЕНИЕ

В эпоху глобализации диаспора рассматривается в качестве движущей силы экономического развития в странах происхождения и позитивных изменений в принимающих странах. Поэтому она играет ведущую роль в укреплении сотрудничества между этими двумя категориями стран и вносит позитивный вклад.

В некоторых государствах наблюдается развитие определенных секторов деятельности благодаря возвращению их диаспоры в страны происхождения (Индия, Китай, Тайвань, Республика Корея) [1]. В публикациях и тематических исследованиях (А. Саксенян, Ж.-Б. Мейера, Организации экономического сотрудничества и развития) рассматривается роль диаспоры в различных странах [2; 3].

80% алжирской диаспоры, проживающей в Северной Америке (Соединенных Штатах Америки и Канаде), состоит из выпускников вузов, согласно социологу Х. Хелфауи [4]. Сеть алжирских выпускников французских университетов и Международная ассоциация алжирской диаспоры определили, что в Европе, особенно во Франции, где алжирская община является гораздо более представительной (около 300–400 тыс. чел.), алжирские руководители и предприниматели ежегодно приносят десятки миллиардов евро налоговых поступлений. Априори, если эта диаспора поощряется и поддерживается в принимающей стране, она должна быть достоянием национальной экономики.

С этой целью в настоящем исследовании рассматриваются пути и средства расширения участия частного сектора в восстановлении экономики, которая в течение длительного времени зависит от поступлений от продажи нефти. В нем анализируются результаты обследования, проведенного среди алжирской диаспоры, возвратившейся в страну происхождения или все еще проживающей за границей. Общая цель этого обследования заключается в том, чтобы представить подробную информацию о факторах, определяющих предпринимательскую деятельность алжирской диаспоры, желающей участвовать в развитии своей страны происхождения.

Для более глубокого анализа данного вопроса мы проводим настоящее исследование, с тем чтобы дать ответ на следующий вопрос: каковы определяющие факторы деятельности предпринимателей алжирской диаспоры в стране их происхождения – Алжире?

В настоящей работе через модели формирования предпринимательского акта предлагается взаимодействие нескольких факторов. Можно рассмотреть четыре аспекта психологического, социокультурного, экономического и контекстуального (структурного) характера. Таким образом, предположим следующую гипотезу исследования.

Перечислим определяющие факторы предпринимательского акта: психологические (Р: опыт, образование), контекстуальные (С: дискриминация, возможности и патриотизм), социологические (S: сильные и слабые связи) и экономические (Е: личные ресурсы и государственная помощь). Они значительным образом помогают прогнозировать решение о создании бизнеса в алжирской диаспоре (Y).

Для ответа на этот вопрос настоящая работа построена следующим образом: во-первых, в нем будут разъяснены общие рамки состояния исследований по диаспорному предпринимательству и определение используемых пояснительных переменных. Во-вторых, в исследовании представлены методология, результаты и проведено обсуждение.

ОСНОВЫ ОБЩИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ДИАСПОРА И РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНЕ ПРОИСХОЖДЕНИЯ

Диаспора вносит большой вклад в развитие страны происхождения, включая передачу технологий, знаний и навыков, средств, которые помогают увеличить валютные резервы, инвестиции и предпринимательскую деятельность.

Такие страны, как Китай и Индия, добились определенных успехов, включая увеличение доли иностранных инвестиций в их экономике. Это привело к ускорению экономического и социального роста и развития этих стран происхождения. Диаспорные навыки, следовательно, являются главными действующими лицами этого продвижения [4].

Вместе с тем очень мало исследований было проведено по вопросу о том, каким образом предприниматели диаспоры вносят вклад в экономическое развитие своих стран происхождения, используя иногда так называемые прямые инвестиции диаспоры. В исследовании Института миграционной политики

в Вашингтоне утверждается, что предпринимательство диаспоры может потенциально способствовать развитию четырьмя различными способами:

- содействие развитию предпринимательства, созданию рабочих мест и инновационной деятельности;
- создание экономического, социального и политического капитала через глобальные сети [5];
- использование социального капитала страны происхождения на основе культурного и языкового взаимопонимания [6];
- развитие экономического роста [7];

Однако не все формы предпринимательства вносят одинаковый вклад в экономическое развитие [5]. Предприниматели, которые в силу необходимости создают свои собственные малые предприятия, поскольку не могут найти другие рабочие места, оказывают минимальное воздействие на экономическое развитие. В лучшем случае они поддерживают друг друга и помогают сократить явную безработицу. Кроме того, «предприниматели возможностей – это те, кто реформирует или революционизирует производственную модель» [8, с. 132]. Они, по всей вероятности, будут оказывать гораздо большее позитивное воздействие на экономическое развитие, по мере того как станут использовать открывающиеся на рынках возможности [9].

Признается также, что некоторые мигранты не обладают предпринимательскими способностями. Данное наблюдение было подкреплено тем фактом, что еще труднее сделать это на расстоянии в стране, которую они покинули более 10 лет назад, и поэтому повседневная реальность и ограничения компаний неизбежно изменились.

Кроме того, в ряде эмпирических исследований был достигнут консенсус в отношении позитивной взаимосвязи между обратной миграцией и предпринимательской деятельностью мигрантов. Тезис М.-А. Бенаиссы посвящен обратной миграции марокканской диаспоры из Франции и созданию инновационных проектов в Марокко [10]. Обследование было проведено среди 200 вернувшихся мигрантов, включая 43 предпринимателя. В исследовании предлагается модель, объясняющая вероятность того, что квалифицированный марокканский мигрант из Франции имеет предпринимательские намерения по возвращении в Марокко. Пояснительные переменные, которые могут повлиять на это решение, связаны с ситуацией в стране происхождения, опытом в принимающей стране (во Франции), с возможностью возвращения в Марокко и предприимчивостью, а затем с ее реализацией путем осуществления проекта создания предприятия, возможно, новаторского, в стране.

Согласно обследованию «Миграция обратно в Магриб» (фр. Migration de retour au Maghreb, далее – MIREM), которое было ориентировано на три страны Магриба, в том числе на Алжир, решение о создании предприятий возвращающимися мигрантами из Северной Африки зависит от ряда объясняющих факторов, включая влияние опыта миграции (продолжительность, профессиональная подготовка, инвестиции за рубежом), окружающую среду и условия страны происхождения.

Что касается работы, проделанной в Алжире по данному вопросу, то они немногочисленны и часто ограничиваются анализом денежных переводов и утечки умов. Кроме того, их информация основана на данных обследования MIREM. Так, лишь немногие исследования были посвящены другим последствиям процесса эмиграции, а именно аспекту создания предприятий алжирской диаспорой в стране происхождения. Эмпирические и статистические данные практически отсутствуют, за исключением исследования, проведенного ученым А. Нафой, который изучил вклад алжирской диаспоры в инвестиции в Алжире. Анкетное обследование было проведено среди 138 предпринимателей (активных, целеустремленных, прекративших свою деятельность) и позволило сделать вывод о том, что диаспора располагает финансовыми средствами; техническим опытом, предпринимателями или руководителями крупных или многонациональных компаний в принимающей стране, и они действуют в высокотехнологичных секторах [11].

ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Работа начинающего бизнес-психолога А. Шаперо, безусловно, наиболее влиятельного в научном сообществе, привела к общей модели, которая объясняет создание бизнеса сочетанием четырех факторов: психологического (сила и актуальность мотивации, личные качества предпринимателя); социологического (влияние из различных сред, известных предпринимателю: семья, школы, общество, компании, профессии, территория); экономического (доступ к необходимым ресурсам для информации, технологий, материалов и оборудования, персонала, денежных средств, отношений, поддержки государства);

ситуационного, или контекстуального (психологические и/или материальные разрывы, которые ускоряют принятие решения) [12].

В соответствии с этой теоретической моделью наличие конкретных мотиваций и качеств индивида (психологические факторы) делает предпринимательский акт заслуживающим доверия. Индексация индивидом и его кругами или референтными группами имиджа предпринимательства (социально-культурные факторы) обуславливает желательность принятия мер. Способность человека собрать средства или ресурсы, необходимые для реализации его проекта (экономические факторы), делает этот акт осуществимым. Наконец, ситуация (притягивание, давление и/или посредничество) которая ускоряет ход вещей, заставляя индивида действовать (контекстуальные факторы), является пусковым механизмом акта обязательства.

Переход от предпринимательских намерений к акту предпринимательства вызван ослаблением в процессе позитивных или негативных факторов. Однако, разумеется, даже если человек проявляет готовность предпринять какие-либо действия (психологические факторы), если он подвергся «перемещению» (ситуационные факторы) и если в его окружении имеются убедительные примеры (социально-культурные факторы), также необходимо для принятия мер быть в состоянии распоряжаться или собирать нужные для этого ресурсы (экономические факторы: материальные, людские и финансовые ресурсы).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПОЯСНИТЕЛЬНЫХ ПЕРЕМЕННЫХ

1. Психологическая переменная. Она относится к готовности предпринять что-либо. В этой переменной мы находим личные характеристики человека, которые, как предполагается, влияют на предпринимательский успех. Что касается нашей модели, то мы полагаем, что два фактора (уровень подготовки и предыдущий опыт работы) будут уместны для объяснения психологической переменной успешных предпринимателей в алжирском контексте.

2. Контекстуальная переменная. Искусство предпринимательства не может быть изолировано от контекста, в котором оно происходит или относительно которого оно находится. Контекст действует на акт, вызывая психологические и/или материальные разрывы, способные ускорить предпринимательское решение. «Поэтому ясно, что важное событие, затрагивающее жизнь потенциального предпринимателя, может послужить катализатором для предпринимательской деятельности» [13, с. 69]. Для А. Шаперо большинство предпринимателей первоначально сталкивались с «перемещением», то есть с несчастным случаем в их личной или профессиональной жизни [12].

В ходе этого исследования с респондентами обсуждался вопрос об определении факторов, обусловивших принятие ими решения. Рассматривается ли создание предприятий в Алжире мигрантами в качестве стратегии, позволяющей избежать дискриминации и разочарований, с которыми сталкивается принимающая страна (негативные факторы), является ли это результатом логики использования возможностей, выявленных в среде страны происхождения (позитивные факторы), или это воспринимается как обязанность содействовать развитию нации?

Анализ трудов, посвященных предпринимательству эмигрантов в их странах происхождения (Э. Сантелли и М. Мадуи), позволил выделить три ситуации, побуждающие к действиям: возможность, дискриминация и патриотизм [14–17].

3. Социологическая переменная. В нескольких недавних исследованиях по вопросам предпринимательства подчеркивается важность личных связей предпринимателя для успеха его подхода. Термин «сеть» в экономической литературе описывает некоторые экономические изменения, такие как союзы и партнерские отношения между фирмами, все более широкое использование межличностных контактов и т.д. В сфере предпринимательства сеть обеспечивает ресурсы всех видов (социальный капитал), а предприниматель должен создать и развивать бизнес.

Исследование, проведенное М.С. Мюзеттом в рамках проекта MIREM, обеспечивает соответствующую пояснительную основу: человеческий и социальный капитал оказывает определенное влияние на социально-профессиональную реинтеграцию мигрантов в стране их происхождения, а также на их способность осуществлять инвестиции после возвращения [18].

Также для начала своего проекта первыми людьми, которые могут предоставить им материально-техническую поддержку, жилье, навыки или даже сотрудничество, являются члены семьи [14].

4. Экономическая переменная. Создание бизнеса возможно, когда потенциальный предприниматель способен мобилизовать стартовый капитал, найти компетентную и дешевую рабочую силу, окружить себя командой компетентных сотрудников, получить доступ к рынку и заручиться поддержкой государства.

Наличие финансовых ресурсов, а также поддержка и помощь различного рода из политической и экономической среды непосредственно влияют на склонность к принятию мер в соответствии с А. Шапиро и Л. Сокол. Финансовые ресурсы, необходимые для создания, выживания и развития бизнеса, имеют множество причин. Как правило, они распределяются между личными финансами предпринимателя, семьей, финансовыми учреждениями (банками) и государственными [19].

Различные исследования, проведенные в Магрибе и Алжире, показывают, что начинающие предприниматели из диаспоры, как правило, полагаются в основном на свои личные ресурсы. Однако институциональная поддержка касается лишь немногих возвращающихся мигрантов, которые приезжают инвестировать в государство. Самофинансирование, семейная поддержка и сети знаний или взаимопомощи как в стране иммиграции, так и в стране происхождения являются ресурсами, характеризующими потенциал, которым могли воспользоваться мигранты, инвестируя в свою страну происхождения [20]. Это то, что М. Мадуи сообщает об алжирских иммигрантских предпринимателях, упоминая, что их переводы средств служат не только для удовлетворения потребительских потребностей семьи, но и для финансирования некоторых инициатив и особенно для создания бизнеса. Эмигранты реинвестируют эти деньги в открытие малых предприятий или в оказание помощи членам их семей в создании малых предприятий, которые предлагают молодым людям в регионе, часто безработным и не имеющим квалификации, возможности для трудоустройства [17].

МЕТОДОЛОГИЯ

Чтобы подтвердить или опровергнуть гипотезы нашего исследования, применяемая методология заключается в эконометрическом моделировании вероятности существования проекта создания бизнеса алжирской диаспорой с использованием логистической регрессии для изучения связи объяснительных переменных с рассмотренной переменной на основе модели предпринимательских мероприятий А. Шапиро [12], обогащенной вкладом социологов М. Мадуи и Э. Сантелли.

Логистическая регрессия таким образом позволяет моделировать вероятность возникновения события (дихотомическая или двоичная переменная, то есть она может принимать только два значения: 0/1, например Pass/Fail, Yes/No), учитывая значения набора количественных и/или качественных (непрерывных или категориальных) описательных переменных. Математически регрессивные переменные являются арифметическими средствами пояснительных переменных [21]. После получения регрессивных переменных связь между зависимой переменной (предпринимательское событие) и пояснительными переменными модели (создание бизнеса) будет описана с использованием следующей бинарной модели логистической регрессии:

$$\hat{Y} = \text{Logit } P(Y = 1 | X_i) = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4. \quad (1)$$

Таким образом, развивая логистическую функцию, мы можем определить вероятность предприятия (y – создание предприятия: достигнуто или желательно) потенциального предпринимателя, учитывая восприятие его внутренних характеристик (X_1 – психологические факторы), дискриминацию и недостатки, бизнес-возможности и патриотизм (X_2 – контекстуальные факторы), социальный капитал (X_3 – социологические факторы), финансовые средства и различную поддержку государства (X_4 – экономические факторы). Эта логистическая функция рассчитывается следующим образом:

$$P(y = 1 | X_i) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4}}. \quad (2)$$

АНАЛИЗ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Оценивая β_i с максимальной вероятностью по нулевой гипотезе $H_0: \beta_i = 0$, отметим, что аналогия R2-регрессии наименьших квадратов является в случае нашей модели псевдо-R2, также называемой R2 Нагелькерке, которая предоставляет информацию об объяснительной силе модели. Эта статистика находится между 0 и 1. Если этот псевдо-R2 равен 0, мы скажем, что вариации Y_i не объясняются X_i . Если этот R2 равен 1, вариации Y объясняются X_i (табл. 1).

Резюме модели

Step	Log-likelihood -2	R-two Cox and Snell	R-two Nagelkerke
1	16,809 ^a	,390	,851

Примечание: step – шаг; Log-likelihood – определение оптимальных значений оцененных коэффициентов (β); R-two Cox and Snell – псевдо-R2
Составлено автором по материалам исследования

Из полученной логарифмической статистики мы можем сказать, что модель значительна. Таким образом, в случае нашего моделирования значение R2 Нагелькерке равно 0,851. Эти результаты подтверждают правильность модели, которая была разработана для пояснения причин создания предприятий алжирской диаспорой в стране происхождения, поскольку 85% дисперсии переменной Y (создание бизнеса) объясняется четырьмя основными семействами переменных, которые отстаивает А. Шаперо в своей теоретической модели, а именно психологическими, контекстуальными, социологическим и экономическими. Остальные 15% объясняются другими переменными, не учитываемыми в этой модели. Кроме того, согласно матрице путаницы, данная модель имеет хорошую прогностическую способность, поскольку она правильно предсказывает 97% случаев, что более чем приемлемо. Другими словами, прогнозы будут в 9,7 раза правильнее (табл. 2).

Переменные в уравнении

Переменная		B	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Психологическая	2,536	6,991	1	,008***	12,625
	Контекстуальная	2,493	2,325	1	,127	12,101
	Социологическая	2,571	3,462	1	,063*	13,078
	Экономическая	2,788	4,321	1	,038**	16,256
	Контекстуальная	- 20,464	8,343	1	,004***	,000

Примечание: B – коэффициент; Wald – тестовая статистика; df – степень свободы; Sig. – значимость; Exp(B) – возведенный в степень коэффициент; * – значение на 90%; ** – значение на 95%; *** – значение на 99%

Составлено автором по материалам исследования

Все переменные модели представляются значительными; мы видим их положительное влияние на создание бизнеса, за исключением контекстной переменной. Действительно, вопреки тому, что можно представить из исследования А. Шаперо, существуют слабо значимые взаимодействия ($p > 0,1$) между предпринимательским событием и контекстуальным фактором с одной стороны и социологическим – с другой. Это объясняется тем, что большинство опрошенных предпринимателей не считают, что дискриминация может ускорить принятие решения. На это решение, как представляется, существенно влияет, скорее, желание использовать имеющиеся возможности и содействовать развитию страны. Что касается социологического фактора, то его влияние незначительно ($p = 0,063$). Это связано с тем, что небольшая часть населения интересуется экономическим потенциалом проекта и необходимыми шагами по созданию бизнеса через свои слабые контакты. С другой стороны, мы обнаружили очень значительные взаимодействия между решением о создании бизнеса и психологическими ($p < 0,01$) и экономическими ($p < 0,05$) факторами.

ПРЕДЕЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Кроме того, мы можем рассчитать предельные эффекты, которые измеряют чувствительность этой вероятности к изменениям в объясняющих переменных. Именно в этом смысле использование логитной модели может помочь в анализе данных маргинальных эффектов. Таким образом, мы сосредоточим наше внимание на отношении шансов, поскольку оно измеряет связь переменных с рассматриваемой вероятностью (экспоненциальный коэффициент объяснительной переменной, интерпретирующей себя как ее отношение шансов). Для более конкретного измерения маргинального эффекта и получения

информации о влиянии пояснительной переменной (на единицу) на вероятность изменения, в данном случае – создания предприятия, коэффициенты интерпретируются по следующей формуле:

$$\Delta \text{probability} (Y = 1) = \beta_i p (1 - p), \quad (3)$$

где $\Delta \text{probability}$ – вероятность в среднем; β_i – расчетный коэффициент переменной i ; p – среднее значение двоичной переменной для объяснения; $Y = 0,91$; допустимый $N = 142$.

Вероятность (показанная в среднем) того, что человек в нашей выборке создает компанию в Алжире, составляет 91 %.

Таблица 3

Предельные эффекты

Переменная	B	Exp (B)	$\Delta \text{prob, \%}$
Психологическая	2,536	12,625	21
Контекстуальная	2,493	12,101	20
Социологическая	2,571	13,078	21
Экономическая	2,788	16,256	23

Составлено автором по материалам исследования

Что касается отношений шансов, эти результаты подтверждают положительную корреляцию между зависимой переменной Y и всеми пояснительными переменными X , поскольку все отношения шансов больше 1.

Психологическая переменная имеет отношение шансов 12,625. Это указывает на то, что тот факт, что человек, у которого есть предпринимательский потенциал (высокий уровень образования и предыдущий профессиональный опыт), в 12 раз чаще создает бизнес. Таким образом, эта вероятность увеличивается на 21 %.

У контекстной переменной отношение шансов 12,101. Это означает, что мигранты, которые были мотивированы использованием возможностей страны происхождения и содействием ее развитию или восприятием дискриминации в принимающей стране, в 12 раз чаще осуществляют проект по созданию предприятий.

Социологическая переменная имеет отношение шансов 13,078, что можно истолковать как то, что мигранты, которым помогают личные контакты (крепкие связи) и безличные (слабые связи), в 13 раз чаще создают бизнес в стране происхождения. Другими словами, если расширить количество контактов потенциального предпринимателя на один пункт, то его шансы начать бизнес увеличиваются на 21 %.

Относительно экономической переменной отметим, что мигрант, имеющий средства или ресурсы, необходимые для осуществления своего проекта, и получающий помощь от государства, в 16 раз чаще создает бизнес. Финансовые средства и государственная поддержка повышают вероятность создания бизнеса на 23 %.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Страны происхождения могут получить многочисленные выгоды от возвращения своей диаспоры только в том случае, если экономические и социальные перспективы этих государств способны обеспечить рамки и условия для их развития. Действительно, многие своевременные факторы как в странах происхождения, так и в принимающих странах, способствуют укреплению потенциала в области развития, связанного с обратной миграцией. Эти факторы касаются не только характеристик самих мигрантов, но и политики, проводимой в принимающих странах, а также социально-экономических и институциональных условий в странах происхождения.

Алжирская диаспора представляет собой реальную возможность и очень мало использует потенциал. Она готова участвовать в экономическом развитии своей страны, хочет поставить свои ноу-хау на службу государству, создать богатство и рабочие места. Более того, она также приносит инновации.

Как подтверждается в нескольких исследованиях, потенциальные предприниматели в диаспоре не стремятся инвестировать или открывать свое дело, если их страна происхождения экономически нестабильна. Мир, стабильность, строительство базовой инфраструктуры и поиск путей увязки между предлагаемыми проектами и потребностями с точки зрения национальных секторальных и региональных стратегий развития являются предпосылками для значительных инвестиций со стороны диаспоры.

Наш вклад был сосредоточен на создании концептуальной основы для изучения формирования предпринимательского акта в контексте алжирской эмиграции. Выводы нашей логистической модели показывают, что вероятность осуществления проекта в Алжире выше, когда его руководитель из алжирской диаспоры обладает большим предпринимательским потенциалом и финансовыми средствами, является оппортунистом и патриотом, получает помощь государства и знает, как активировать в случае затруднений свои личные контакты.

Для наставников эта модель может оказаться актуальной, поскольку она помогает выявлять с соответствующей точки зрения потенциальных предпринимателей из диаспоры, которые с большей вероятностью станут создателями, с помощью имитатора, который после заполнения указывает на вероятность начинания бизнеса членом диаспоры.

Список литературы / References

1. *Saxenian A.* The new Argonauts. Regional advantage in the global economy. Cambridge: Harvard University Press; 2006. 424 p.
2. *Saxenian A.* Silicon Valley's new immigrant entrepreneurs. San Francisco: Public Policy Institute of California; 1999. 93 p.
3. *Meyer J.-B.* The circulation of skills, an issue for development. Swiss Development Policy Yearbook. 2008;2(27):53–67. (In French). <https://doi.org/10.4000/aspd.167>
4. *Khelfaoui H.* The Algerian diaspora in North America: a resource for its country of origin? Florence: European University Institute, Robert Schuman Centre; 2006.
5. *Newland K, Tanaka H.* Mobilizing diaspora entrepreneurship for development. Washington: Migration Policy Institute; 2010. 35 p.
6. *Gillespie K., Riddle L., Sayre E., Sturges D.* Diaspora interest in homeland investment. Journal of International Business Studies. 1999;30(3):623–634.
7. *Zoltán J.Á.* How is entrepreneurship good for economic growth? Innovations. 2006;2(23):96–107.
8. *Schumpeter J.A.* Capitalism, socialism and democracy. 4th ed. London: Routledge; 1974. 460 p.
9. *Zoltán J.Á., Varga A.* Agglomeration, entrepreneurship and technological change. Small Business Economics. 2005;24(3):34–323.
10. *Benaissa M.-A.* Management of the return migration of the Moroccan diaspora from France and creation of innovative projects in Morocco: challenges and perspectives. Diss. ... Dr. Sci. (Econ.). Pau: University of Pau; 2012. 300 p.
11. *Nafa A.* Diaspora and development of the country of origin: what reality and what contribution of the Algerian business diaspora? Djazair magazine. 2016;4.
12. *Shapero A.* The displaced, uncomfortable entrepreneur. Psychology Today. 1975;6(9):83–88.
13. *Fayolle A.* The business of business creator. Trans. from Fr. Paris: Editions d'Organisation; 2003. 248 p.
14. *Santelli E.* The children of Algerian immigrants and their country of origin. Modes of economic and professional relations. The European Journal of International Migration. 1999;2(15):141–166.
15. *Santelli E.* Social mobility in immigration. Success stories of children of Algerian origin. Trans. from Fr. Toulouse: Mirail University Press; 2001. 308 p.
16. *Santelli E.* Between here and there: the paths of transnational entrepreneurs. Economic Investment in Algeria by the Descendants of Algerian Immigration from France. Sociology. 2010;3(1):393–411. (In French). <http://dx.doi.org/10.3917/socio.003.0393>
17. *Madoui M.* Survey of small entrepreneurs from Maghreb immigration. International Journal of Sociology. 2008;2(123):289–312. (In French).
18. *Musette M.S.* Migrant back to Algeria. A new strategy in perspective? Florence: European University Institute; 2007. 21 p. (In French).
19. *Shapero A., Sokol L.* The social dimensions of entrepreneurship. In: Encyclopedia of entrepreneurship. New York: Prentice Hall; 1982. Pp. 72–90.
20. *Cassarino J.-P.* Return migrants to the Maghreb countries. Reintegration and development challenges. Florence: European University Institute; 2010. 196 p.
21. *Stafford J., Bodson P.* Multivariate analysis with SPSS. Quebec: Presses de l'Université du Québec; 2006. 260 p. (In French).