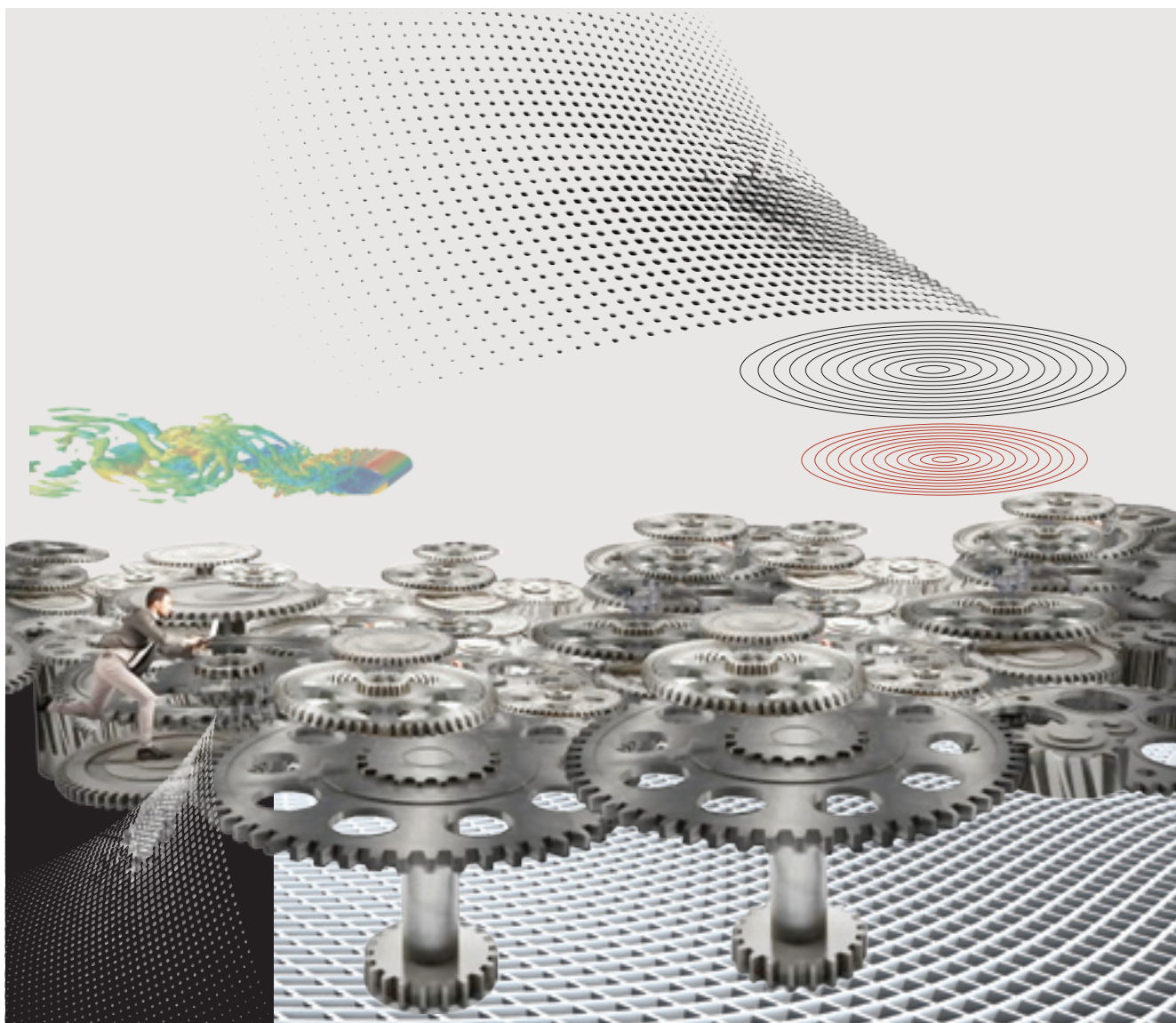


# Теория предпринимательства: новые вызовы и перспективы

Александр Чепуренко



Актуальная повестка теории предпринимательства заключается в комплексном переопределении ее предметного поля. Для дальнейшего развития требуется переориентация теории на изучение социального, институционального и других видов предпринимательства.

Необходимо расширять географию исследований предпринимательства, охватывая страны с переходной экономикой и развивающимися рынками. Предстоит оценить применимость существующего теоретического аппарата к изучению новых институтов и экономических субъектов.

Александр Чепуренко — профессор факультета социальных наук, руководитель Департамента социологии, заведующий и научный руководитель Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства НИУ ВШЭ. Адрес: 101000, ул. Мясницкая, 11. E-mail: [achepurenko@hse.ru](mailto:achepurenko@hse.ru)

#### Ключевые слова

теория предпринимательства; методология; Россия; инновационное предпринимательство; социальное предпринимательство; институциональное предпринимательство

DOI: 10.17323/1995-459X.2015.2.44.57

Цитирование: Chepurenko A. (2015) Entrepreneurship Theory: New Challenges and Future Prospects. *Foresight-Russia*, vol. 9, no 2, pp. 44–57. DOI: 10.17323/1995-459X.2015.2.44.57.

В последние 20–25 лет исследования предпринимательства, без сомнения, входят в число наиболее динамично развивающихся направлений социально-экономических и управленческих наук. Это подтверждается количеством ежегодных международных конференций высокого уровня, посвященных соответствующей проблематике, численностью их участников, растущим перечнем профильных международных журналов.

Важность данной предметной области подтверждается также тем фактом, что в 1995 г. была учреждена международная премия «За вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса», присужденная уже более чем 20 выдающимся ученым, чьи работы в значительной степени определили развитие дисциплины. В их число входят Дэвид Берч (David Birch), Билл Гартнер (Bill Gartner), Скотт Шейн (Scott Shane), Пол Рейнолдс (Paul Reynolds), Исаак Кирцнер (Isaac Kirzner), Уильям Баумол (William Baumol), Дэвид Одретч (David Audretsch), Бенгт Йоханнисон (Bengt Johannisson), Золтан Акс (Zoltan Acs), Джош Лернер (Josh Lerner) [НИУ ВШЭ, 2013]. Один из них, Уильям Баумол, в 2014 г. был даже номинирован на Нобелевскую премию.

Однако наряду с трудностями самолегитимации неопределенными остаются перспективы развития исследований предпринимательства. Во-первых, это касается вопроса идентичности. Идет ли речь о самостоятельном научном направлении или о поле для интервенций со стороны представителей экономики, менеджмента, теории развития общества и т. п.? Ответ на данный вопрос зависит от определения. В статье высказывается мнение, что предмет теории предпринимательства, предложенный в предшествующее десятилетие, может не только радикально изменить концепцию, но и предопределить сам вектор научной экспансии исследований в этой сфере — то есть их проникновение в новые области социальных наук.

Во-вторых, новые знания в рассматриваемой области создаются главным образом на основе анализа устойчивых рыночных экономик. Применимы ли подходы, концепции и особенно результаты такой западоцентричной теории в иных условиях? Какие новые вопросы может породить расширение географической перспективы?

В-третьих, не только содержание, но также методы и структура исследований могут измениться по мере развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и все более масштабного проникновения социальных медиа во все сферы жизни. Для того чтобы действовать в бизнес-логике, такие возможности следует учитывать и использовать и исследователям предпринимательства.

Наконец, может скорректироваться и круг групп, вовлеченных в исследования предпринимательства. В настоящее время их результаты используют ученые, студенты программ МВА и политики, но времена меняются, и традиционная референтная группа может расширяться за счет новых лиц.

В начале статьи приводится обзор современного состояния исследований предпринимательства.

Затем мы попытались выполнить краткое Форсайт-исследование потенциальных направлений, участников и подходов к дальнейшей разработке данной теории. Специальный раздел посвящен исследованиям предпринимательства в России. В заключение сформулированы некоторые выводы.

### Современное состояние исследований и проблема идентичности

С 1980–1990-х гг. предпринимательство находится в центре внимания многих представителей таких дисциплин, как менеджмент, экономика, социология, психология и др. Когда выяснилось, что малые и средние предприятия (МСП) как минимум не отстают от крупных компаний по части создания рабочих мест, стало очевидно, что «переоценка роли малых фирм связана с повышением внимания к роли предпринимательства» [Wennekers, Thurik, 1999, pp. 28–29], поскольку создающие новые рабочие места МСП являются предпринимательскими по определению. Позднее был предложен дифференцированный подход к объяснению роста интереса к предпринимательству: предпринимательские и менеджерского типа экономики отграничивались друг от друга для выявления связи между постматериалистическим обществом и новой ролью бизнеса в нем [Audretsch, Thurik, 2000; Uhlaner, Thurik, 2007].

Подчеркнем, что дело не столько в постматериалистической парадигме, сколько в совпавшем с ее появлением падении темпов роста мировой экономики в предшествующие десятилетия и вероятном вхождении пятой длинной волны экономического развития в финальную стадию [Hargroves, Smith, 2005]. И лишь предпринимательская креативность может обеспечить ускорение роста ВВП и стабильное повышение благосостояния населения.

Быстрое развитие эмпирических исследований предпринимательства в 1980-х — начале 1990-х гг. было во многом обусловлено спросом на учебные программы в сфере бизнеса и управления, которые вышли на первый план в ведущих англосаксонских университетах. С этого момента секция предпринимательства входит в число лидеров Академии менеджмента США (US Academy of Management) по численности членов и их активности. Без сомнения, столь тесная связь с бизнес-школами оказала (и продолжает оказывать) сильное воздействие на характер исследований, которые в первую очередь ориентированы на поиск ответов на два базовых вопроса: кто создает новые предприятия, и какие (не связанные с финансами) предпосылки определяют успех в бизнесе? С этой точки зрения исследования предпринимательства можно считать интегральным элементом теории менеджмента.

Однако на протяжении 1980-х гг. развитие рассматриваемой области было преимущественно экстенсивным. В середине 1990-х гг. исследования предпринимательства ощутили на себе влияние трансформации ряда стран бывшего социалистического лагеря. Исследователи экономик переходного периода изначально предложили ряд новых подходов, в частности парадигму «эффекта колеи», которая

вскоре преобразовалась в более предметное изучение предпринимательских контекстов новых рыночных экономик и эффекта институциональной среды в отношении конкретных аспектов деятельности МСП, предпринимательских стратегий и др. [Earle, Sakova, 2000; Smallbone, Welter, 2001; Ovaska, Sobel, 2005; Smallbone, Welter, 2009; Aidis et al., 2010; Welter, Smallbone, 2011]. Успех таким международным лонгитюдным проектам, как «Панельное исследование предпринимательской динамики» (Panel Study of Entrepreneurial Dynamic, PSEDI) и «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), обеспечил большой массив надежных количественных данных для любых сравнительных исследований периода становления бизнеса в разных странах [Reynolds et al., 2005], а контекстный подход [Welter, 2011] получил много сторонников. В фокусе множества проектов и публикаций оказались социальные структурные условия и их воздействие на предпринимательскую деятельность.

В первое десятилетие XXI в. круг тем и используемых в литературе концепций теории предпринимательства существенно расширился [Busenitz et al., 2003; Uhlaner, 2003; Ireland et al., 2005; Xheneti, Blackburn, 2011; Carlsson et al., 2013]. Были проанализированы результаты ряда новых направлений, в частности в области социального [Dacin et al., 2010], устойчивого [Hall, 2010], межкультурного предпринимательства [Engelen et al., 2009], сфере бизнеса в развивающихся странах [Naudé, 2010; Kiss et al., 2012], а также в области развития методологии исследований предпринимательства [Short, 2010] и т. д.

В настоящее время теоретическая основа исследований предпринимательства вполне развита; имеется ряд общепризнанных теорий всех уровней, разработанных представителями различных базовых научных дисциплин. Однако чем глубже и интенсивнее становились исследования, тем больше прояснялись некоторые дискуссионные моменты. Так, стало очевидно, что не все (малые) фирмы являются предпринимательскими (см., например, [Shane, 2009]), поскольку большинство их не выживают, и т. п. Не меньше проблем возникает, когда исследователи пытаются связать теорию предпринимательства с инновациями. Поскольку создание последних не является атрибутом любой фирмы, вне рамок исследования остаются многие виды деятельности существующих и новых компаний. То же справедливо и в отношении создания новых организаций: в этом случае упускается из виду развитие уже действующих фирм и т. д. Таким образом, чтобы избавиться от политической и методологической предвзятости, требуется переосмысление предметной области исследований [Nightingale, Coad, 2013].

Неслучайно в начале прошлого десятилетия разгорелись дебаты вокруг фундаментальных аспектов рассматриваемой области. Прежде всего, встал вопрос о ее легитимности: являются ли исследования предпринимательства самостоятельным научным направлением или подразделом более традиционных дисциплинарных полей? В работах [Shane, Venkataraman, 2000, 2001] утверждается, что любые попытки рассматривать

предпринимательство как нечто связанное (исключительно) с созданием и развитием малых предприятий с неизбежностью ведут к признанию этой дисциплины частью стратегического менеджмента.

Между тем каждое устоявшееся научное направление стремится к легитимации в момент перехода от фазы 1 (предпарадигма) к фазе 2 (нормальная наука) на основе широкого консенсуса в отношении адекватной методологии, терминологии и экспериментов, которые могут обеспечить получение новых результатов [Kuhn, 1962]. Важно и то, что консолидация необходима для определения конкретных областей, в которых могут быть получены такие новые результаты или разработаны новые методы исследований.

Возможный ответ, который мы в целом принимаем и поддерживаем, заключается в том, что исследования предпринимательства можно считать гомогенной областью новой экономической деятельности. Как исходная точка это определение достаточно широко для охвата различных ее форм: оно подразумевает использование различных методов ее изучения, описание на языке экономических, социальных и поведенческих наук и оставляет возможности для анализа соответствующих целей и задач на микро-, мезо- и макроуровне.

В данном случае не все аспекты деятельности уже существующих предприятий (за исключением антрепренерства) входят в сферу исследований предпринимательства, однако ряд феноменов, относящихся к другим областям, можно, напротив, в эту сферу интегрировать, например социальное предпринимательство [Lyon, Sepulveda, 2009; Choi, Majumdar, 2014], экологическую деятельность по охране природных ресурсов [Patzelt, Shepherd, 2011; Parrish, 2010], теорию человеческого поведения [Shane, 2009] и его логику [Sarasvathy, 2001].

Важной для эмпирических исследований в указанной области может оказаться также дискуссия о соответствии концептуальных определений ключевых феноменов эмпирическим наблюдениям. Имеется более или менее обширный набор апробированных методов изучения предпринимательства как процесса создания новых организаций [Gartner, 1988], но как получить эмпирически робастные данные о том, что называют началом новой экономической деятельности [Davidsson, Wiklund, 2001], или о выявлении и использовании предпринимателями соответствующих возможностей [Shane, Venkataraman, 2000]?

### **Перспективы исследований предпринимательства как научной области: направления, акторы, подходы**

Теория может быть признана самостоятельной предметной областью социальных наук при наличии консенсуса вокруг ее основных целей и задач, наиболее продуктивной методологии и ожидаемых результатов. Аналогичный подход применим к оценке перспектив предпринимательства как теории. Предметная область определяется вопросами, которые формируют исходную точку любого научного проекта в рассматриваемой сфере. Фундаментальные основания исследований предпринимательства можно сформу-



ликовать следующим образом: «как, почему и когда предпринимательские фирмы обнаруживают и используют возможности?» [Shane, Venkataraman, 2000].

Подобный подход позволяет выйти за рамки узко очерченной коммерческой сферы и включить в область интересов теории предпринимательства такие темы, как социальное предпринимательство [Austin et al., 2006; Mair, Marti, 2006] и его роль в развитии отношений государства и общества; институциональное предпринимательство [Greenwood, Suddaby, 2006; Maguire et al., 2004] и его влияние на традиционные источники формирования институтов (государство, гражданское общество); и др. Одновременно просматриваются и некоторые неизбежные тенденции будущих исследований, обусловленные расширением географии (бывшие социалистические экономики, Юг и Восток) и вовлечением в предпринимательскую деятельность носителей принципиально различных ресурсов, форм капитала и социальных норм.

### Новые регионы

Исследования предпринимательства зародились в условиях стабильно развивающейся англосаксонской рыночной системы как отражение господствующей идеологии креативности, готовности к риску, потребности в самореализации и потенциала частных коммерческих фирм к росту и развитию. Концепции роли предпринимательства [Schumpeter, 1936] и побудительных мотивов предприимчивого человека [McClelland, 1961] — абстракции, характерные именно для этой группы обществ и присущих им форм экономического развития.

В то же время в современном мире есть и другие регионы, где предпринимательство становится все более важным фактором общественного развития. В первую очередь это бедные страны, основой экономики которых является использование природных ресурсов (по методологии Всемирного экономического форума): выявление и использование предпринимательских возможностей — единственный для них способ обеспечить приемлемый уровень благосостояния. Как показывают данные GEM за несколько лет, в экономиках подобного типа уровень включенности населения в предпринимательскую деятельность гораздо выше, чем в развитых рыночных странах. Разумеется, речь идет о предпринимательстве иного рода — его побудительным мотивом является не дополнительный доход, а выживание; оно зачастую основано на социальном капитале, в то время как финансовый и человеческий капиталы предпринимателей нередко весьма ограничены, и т. п.

Специфику предпринимательства описанного типа можно понять лишь в рамках существующих в названных обществах структурных условий. Для них характерны большие семьи и кланы (семейные ресурсы играют значительную роль в создании предприятий); высокая значимость денежных переводов (средства, которые иммигранты переводят из-за границы домой) как источника финансирования бизнеса; женское предпринимательство как шанс обрести частичную независимость от мужского доминирования и домашнего труда и т. п. Все отмеченные фак-

торы могут представлять значительный интерес для понимания специфических перспектив и ограниченный предпринимательской деятельности в указанных странах. Между последними также имеются существенные различия, которые определяют темпы развития предпринимательства. Это в первую очередь государственная политика, формирующая структуру для развития частных предприятий, например «королевская камбоджийская модель», модель *Doi-Moi* и др. [Dana, 2007]. Однако пока исследованию предпринимательства в таких экономиках посвящено всего несколько книг и статей [Fick, 2002, 2014; Naudé, 2010; Herrington, Kelley, 2013; Simons, 2012].

Вторым регионом ускоренной эволюции неанглосаксонской модели предпринимательства выступают развитые страны Азии и новые «азиатские тигры». Встроенность в прочную структуру с государственным доминированием и попытки создать предпринимательское сообщество в Японии, просвещенный дирижизм Сингапура, характеризующееся многочисленными кризисами развитие Южной Кореи — все это в огромной степени предопределяет предпринимательские стратегии и представления об успехе в этих странах [Dana, 2007].

Третьим новым регионом развития предпринимательства выступают государства, где осуществляется системное постсоциалистическое реформирование экономики. В начале переходного процесса большинство экспертов были вполне оптимистичны в отношении перспектив рыночной экономики и демократии в странах Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) и Содружества Независимых Государств (СНГ). Бум «шумпетерианского», прорастающего «снизу» предпринимательства представлялся очевидной начальной стадией и необходимым условием любой модернизации экономики и общества. Предполагалось, что предпосылки для этого создаст приватизация, а передача западного опыта поддержки МСП будет способствовать быстрому развитию новых предприятий. Вместе с тем уже в середине 1990-х гг. стало очевидно, что интенсивность создания новых компаний и предпринимательская активность населения в целом во многих этих странах оказались ниже ожидаемых.

Эксперты признали, что приватизация не способствовала расширению возможностей для предпринимательства. Во многих постсоциалистических экономиках она скорее обусловила захват наиболее эффективных активов либо представителями прежней номенклатуры, либо крупными транснациональными компаниями, и породила так называемое хищническое предпринимательство [Feige, 1997; Spicer et al., 2000; Scase, 2003]. В отличие от предприятий, создаваемых «сверху вниз», т. е. в результате перераспределения бывших государственных активов предпринимателями, которые использовали неформальные связи с лицами, принимающими решения [Rehn, Taalas, 2004], бизнесмены «от корней» — это главным образом владельцы микро- и малых предприятий или индивидуальные предприниматели. Даже по прошествии 20 лет большинство таких предприятий (мы называем их «пролетарскими», поскольку значительная часть используемых ими ресурсов

им не принадлежит) продолжают арендовать свои производственные помещения и другие материальные ресурсы, поскольку их доходы недостаточны для выкупа последних.

Системное реформирование экономики в странах ЦВЕ и СНГ продолжается уже более двух десятилетий, тем не менее предпринимательство в переходных экономиках изучено недостаточно. Для выполнения продуктивных исследований его следует изучать в разных (и меняющихся) контекстах. Наиболее сложными вопросами, на наш взгляд, являются следующие:

- взаимодействие формальных и неформальных институтов и сетей, определяющих различные модели предпринимательского поведения [Rehn, Taalas, 2004; Batjargal, 2006];
- роль институциональных ловушек, которые возникают в процессе трансфера институтов и передового опыта (ранее уже делались попытки анализа эволюции политики в отношении МСП и предпринимательства в ходе реформирования экономики [Smallbone, Welter, 2011]) и отражаются в низких результатах предпринимательской деятельности, отмеченных в ряде стран;
- разнообразии и гетерогенности продуктивных, непродуктивных и деструктивных типов предпринимательства в переходный период [Rona-Tas, Sagi, 2005; Sauka, Welter, 2007].

В теоретические модели предстоит встроить количественные показатели, базирующиеся больше на качественном анализе конституирующих черт предпринимательства, чем на геополитических презумпциях (не/члены ЕС и т. п.). Некоторые концепции новых институциональных теорий, например о различных типах «порядков доступа» [North et al., 2010], изучение разных типов предпринимательского поведения и т. д. способны помочь в выявлении специфических характеристик предпринимательской деятельности в тех или иных институциональных структурах.

Углубляются различия между экономическим и социально-политическим устройством обществ переходного периода, равно как и профили предпринимательства [Smallbone, Welter, 2001; Ovaska, Sobel, 2005]. Термин «переходный период» в настоящее время не столько что-то раскрывает, сколько скрывает, поскольку сегодня мы имеем дело не с гомогенной группой, а скорее с геополитическим ярлыком. По сути, так называемое общее прошлое, сформировавшее сходные рамочные условия для предпринимательской деятельности на начальной стадии системного реформирования, оказалось весьма упрощенной концепцией. В реальности, несмотря на некие общие черты, социалистические экономики и общества отличались друг от друга ничуть не меньше, чем западные, так что уместно говорить о разновидностях социализма. Более того, сами траектории перехода упомянутых стран к новой системе также различались с самого начала.

Четвертый особый предпринимательский регион образуют современные Китай и Индия — не только ввиду отмечаемого в них в настоящее время бурного роста предпринимательства (причем в ближайшем будущем ожидается интенсификация

этого процесса) [Khanna, 2008], но и потому, что их невозможно понять в рамках парадигм «переходной экономики» и «третьего мира». Китай не является переходной экономикой, поскольку формирование рыночных институтов осуществляется под руководством сохранившей политическое доминирование Коммунистической партии. Как отмечено в работе [Jonas et al., 2013], предпринимательство в Китае сильно отличается от западных стран по крайней мере в трех отношениях. Во-первых, чтобы добиться успеха, китайские предприниматели должны в совершенстве владеть навыками создания интегрированных инноваций — т. е. научиться адаптировать любые бизнес-идеи к потребностям китайских потребителей. Новые продукты нередко являются репликами западных образцов, но итоговый продукт, прошедший множество итераций по локализации, может очень сильно отличаться от исходного. Во-вторых, китайские предприниматели прекрасно разбираются в специфике своей национальной экономики, которая остается пока еще относительно закрытой для остального мира. Тем не менее граждане продолжают пытаться обойти барьеры и импортировать идеи из-за границы, что создает отложенный спрос на новые товары и услуги. Подобные ниши заполняют успешные предприниматели. Наконец, китайские предприниматели отдают себе отчет в политических ограничениях и учитывают возможные интервенции правительства. Для того чтобы избежать нежелательных политических перемен, одни выбирают наименее регулируемые сектора, другие пытаются вписаться в пятилетние планы государственных закупок и т. п. Надежной эмпирической информации о развитии предпринимательства в Китае до сих пор недостаточно, как и научных статей о различных аспектах бизнес-экосистемы, в которой существенную роль могут играть формальные и неформальные сети [Wong et al., 1995; Liao, Sohmen, 2001; Zhang et al., 2006].

Индия — страна с относительно бедным населением, экономика которой растет значительно более быстрыми и впечатляющими темпами, чем в большинстве развивающихся стран. Сосуществование здесь вынужденного предпринимательства [Sridharan et al., 2014], особенно женского [Torri, Martinez, 2014], кастовой системы в сельских районах [Folmer et al., 2010] и кластеров современных динамичных предпринимательских фирм в городских агломерациях [Koster, Kumar Rai, 2008; Monsen et al., 2012] представляет значительный интерес для будущих исследований.

Помимо географического измерения существуют и иные аспекты экспансии исследований предпринимательства — проникновение в тематику, выходящую за узкие коммерческие рамки, в частности, социальное предпринимательство. Развитие этой формы имеет двойную природу: внедрение в средние слои общества идеи социальной ответственности, толерантности и солидарности в сочетании с дефицитом бюджетного финансирования для решения ряда острых проблем как в развитых, так и, в особенности, в отстающих странах, что повышает роль социальных предпринимателей в проектировании новой системы отношений между государством и обществом. Чертами описан-

ной тенденции являются экопредпринимательство, в основе которого лежит идея устойчивого экономического развития и снижения ресурсопотребления, и институциональное предпринимательство.

Концепция «институционального предпринимательства» впервые была предложена в работе [Eisenstadt, 1980]; данный термин использовался и для характеристики игроков, обладающих достаточными ресурсами для поддержки создания новых институтов, которые получили бы «возможность реализовать важные для них интересы» [DiMaggio, 1988, p. 14]. Однако взаимодействие предпринимательства институционального и традиционного типов изучено в литературе сравнительно плохо. Некоторые авторы [Phillips, Tracey, 2007] считают, что между этими подходами следует наладить интенсивный диалог. В будущем целесообразно, на наш взгляд, более детально изучить, как на предпринимательскую активность влияют существующие институциональные механизмы, а также в какой степени эти последние зависят от текущей деятельности самих предпринимателей. Указанная проблема особенно актуальна для новых рыночных экономик.

### Новые действующие лица

Поскольку основной массив исследований предпринимательства базируется на фактах, социальных тенденциях и порядке, характерных для западных, а точнее для англосаксонских обществ, в этих работах обычно подразумевается, что предприниматель мировоззренчески близок к авторам, придерживается сходных с ними протестантских ценностей, готов использовать открывающиеся возможности и действует в условиях зрелой рыночной экономики и демократического политического режима. Единственным исключением является иммигрант, или этнический предприниматель, но даже он/она старается использовать имеющиеся ресурсы и капитал, чтобы построить устойчивый бизнес, который позволит ему/ей интегрироваться в окружающий экономический и социально-политический контекст.

В дальнейшем, по мере выхода предпринимательской практики за пределы традиционного исследовательского ареала в новые условия, где доминируют иные социальные нормы и ценности, рыночная экономика менее устойчива, а политические режимы являются жесткими либо, напротив, хрупкими, описанный подход претерпит неизбежные изменения. Придется учитывать, что при выявлении и использовании возможностей люди не всегда руководствуются такими целями и критериями, как обеспечение роста и создание богатства; что процесс создания предприятий характеризуется высоким уровнем неформальности и носит не эпизодический, а стратегический характер; что к предпринимательской деятельности людей могут побуждать самые разные стимулы (достижение независимости от клана или семьи, последующая иммиграция и др.); что концепция непродуктивного и деструктивного предпринимательства [Baumol, 1990] может оказаться критичной для понимания бизнес-поведения и прагматических стратегий владельцев фирм.

Важным действующим лицом современной экономики становится «пожилой предприниматель», решивший заняться бизнесом после 50 лет. Современные исследования предпринимательства отдают предпочтение молодым, хорошо образованным людям, создающим и развивающим собственное дело. Однако мир меняется: старение общества, повышение благосостояния и улучшение здравоохранения сказываются не только на возможностях (в том числе, расширении спектра источников финансирования), но и на способности и мотивации пожилых людей переключиться на предпринимательскую активность. До настоящего времени эта когорта субъектов экономической деятельности изучена хуже остальных [Curran, Blackburn, 2001; Vickerstaff, Cox, 2005; Mallett, Wapshott, 2015].

Полуквалифицированные предприниматели из сектора ИКТ в ближайшем будущем могут стать еще одним значимым игроком в сфере предпринимательства. До последнего времени высокотехнологичные отрасли воспринимались как поле деятельности преимущественно хорошо образованных «технарей», пусть с учетом достигнутого уровня ИКТ конкретные специальные знания и навыки не столь высоки, как прежде. Так, в фирмах, использующих ИКТ как безотказный инструмент оптимизации продаж, логистики и т. п., гораздо важнее внимательность и врожденная способность менеджеров эффективно организовывать работу. Соответственно некоторые творческие предприниматели, не имеющие специальных познаний в области новых технологий, но обладающие чутьем на перспективные направления развития бизнеса, могут добиться успеха и сформировать новую когорту предпринимателей.

Новые формы трудовых отношений и развитие фриланса стимулируют многих самозанятых работников к созданию собственного бизнеса. В литературе фриланс традиционно рассматривают как инновационную форму профессиональной карьеры [Dyer, 1994; Bögenhold et al., 2014], но переход от типичной «портфельной» карьеры к бизнесу — сравнительно новое поле для исследований. В краткосрочной перспективе интерес к лонгитюдным исследованиям процесса трансформации самозанятости в предпринимательство будет возрастать.

Современные социальные технологии, проникновение предпринимательства в традиционные общества, вероятно, привлекут внимание исследователей и к тем формам финансирования новых предприятий, которые ранее практически не изучались, включая краудфандинг в развитых рыночных экономиках [Tomczak, Brem, 2013; Fraser et al., 2015] или исламские банковские услуги и их роль в развитии предпринимательства в мусульманских обществах. Мы уверены, что распространение практики краудфандинга, прежде всего в сфере социального предпринимательства [Lehner, Nicholls, 2014] и для финансирования стартапов [Frydrych et al., 2014], сместит фокус исследований практики кредитования в сторону относительно новой группы портфельных инвесторов [Belleflamme et al., 2013], которые не входят ни в когорту профессиональных бизнес-ангелов, ни в знаменитые три «д»



(друзья, домочадцы, дураки), поскольку рассчитывают получить вознаграждение за свои инвестиции и сопоставляют его размеры с альтернативными возможностями.

Распространение особой формы банковских услуг в мусульманских странах в последние десятилетия шло очень быстрыми темпами, хотя роль этой специфической системы распределения риска и прибыли между банком и его клиентами-предпринимателями описана лишь в нескольких статьях, главным образом посвященных моральному и философскому обоснованию таких практик [Baki Adas, 2006; Elfakhani, Ahmed, 2013]. Налицо огромный дефицит эмпирических исследований финансовой инфраструктуры предпринимательства в исламских странах (шариатское финансирование) и ее влияния на восприятие предпринимателями неопределенностей и рисков, связанных с их бизнес-стратегией.

### Структура и методология исследований

Нельзя не указать на существующие серьезные затруднения в выработке структуры и методологии исследований предпринимательства. Несмотря на целый ряд успешных примеров получения сопоставимых эмпирических данных (например, упомянутые GEM и PSEDI), лонгитюдных проектов в данной области по-прежнему мало. Преобладают разовые исследовательские инициативы, итогом которых становятся несопоставимые и взаимопротиворечащие результаты. Однако поскольку исследования предпринимательства стали вполне интернациональными, самые интересные публикации рождаются из интенсивного сотрудничества ученых разных стран и континентов. Определенный уровень коллективного доверия и общие подходы к ожидаемым результатам эмпирических исследований, таким образом, способствовали бы интенсификации сотрудничества и на институциональном уровне. Мы полагаем, что в будущем международные организации, консорциумы ведущих бизнес-школ и ассоциаций, а не одиночные исследователи и группы объединят усилия для реализации лонгитюдных проектов, которые будут иметь значительный эффект в сфере науки, образования, а также в подготовке и реализации политических мер международного стимулирования предпринимательства.

Интернационализация научных проектов будет способствовать развитию междисциплинарных подходов к анализу данных, поскольку главной проблемой любого сравнительного исследования остается недостаточное понимание специфики социально-политического и экономического контекстов. Нет смысла сравнивать несравнимое: предпринимательство в развитых рыночных экономиках, в обществах переходного периода или на развивающихся рынках. Для более глубокого понимания общественных норм, обычаев и отношений, типичной экономической практики и т. д., характерных для разных сред, требуется междисциплинарный подход. Поскольку некоторые новые направления изучения предпринимательства выявят значительные качественные изменения будущих структурных условий (а значит, и форм предпринимательской деятельно-

сти, норм и стратегий ведения бизнеса), потребуется также активизировать применение качественных методов исследования (анализ конкретных ситуаций, панельные исследования и др.).

В перспективе ожидается изменение не только предметной области, но и методов проведения количественных исследований: такие методики маркетинговых исследований, как обработка «больших данных» (*big data*) [Dahl, 2010; Tirunillai, Tellis, 2014] и «массивов данных» (*single source*) [Cannon et al., 2007; Petrescu, 2013], получают распространение и в исследованиях предпринимательства. Существенным потенциалом обладают и целенаправленные инсценирующие (*enactive*) исследования [Haskell et al., 2002], причем не обязательно в той форме, какая упоминается в существующей литературе по предпринимательству [Johannisson, 2011; Fletcher, 2011; Steyaert, Landström, 2011], но связанные с формированием и модерированием специальных фокус-групп в социальных сетях [Cooke, Buckley, 2008]. Все это обогатило бы спектр методов оценки отношения предпринимателей к различным феноменам, восприятия ими действительности, их саморепрезентации и т. д.

В целом активизация сотрудничества с различными коммерческими поставщиками информации о домашних хозяйствах и индивидах (потребительское поведение, расходы, финансовые стратегии, экономическая деятельность, отношение к рекламе и др.) сможет обогатить наши представления о предпринимательской деятельности и поведении ее субъектов, их мотивации и имеющихся ограничениях. Такой подход позволяет отказаться от дорогостоящих эмпирических обследований, но возвращает актуальность вопросу о научной этике, поскольку гораздо легче обеспечить анонимность респондентов — участников традиционных опросов, чем конфиденциальность информации при использовании баз данных маркетологов [Nunan, Di Domenico, 2013].

### Новая аудитория

Аудитория исследований предпринимательства пока остается вполне традиционной и включает ученых, политиков, предпринимателей и студентов. По мере распространения исследований на сферы, связанные с другими видами деятельности и «третьим сектором», некоторые результаты, такие как социальные аспекты предпринимательства, передовой опыт социального и институционального его видов, могут представлять интерес для более широкой аудитории. Как следствие, определенной эрозии подвергнется дефиниция предпринимательства как такового.

Возрастает спрос на новые коммуникационные инструменты и платформы (не только академические и профессиональные журналы или брифинги для СМИ и политиков, но и социальные сети и т. п.), а от исследователей предпринимательства ожидают вовлеченности в разработку государственной политики.

### Исследования предпринимательства в России: вызовы

Теория предпринимательства в России развита недостаточно. Нет ни научных журналов, ни конференций;

статьи на эту тему чрезвычайно редко публикуются в ведущих журналах по экономике, менеджменту или социологии. На институциональном уровне отсутствуют центры превосходства, которые вели бы на постоянной основе исследования в данной области и предоставляли методическую и организационную поддержку вузам. Даже в сфере прикладных исследований и подготовки политических рекомендаций действуют всего две–три организации достаточно высокого профессионального уровня. Результаты международных исследований предпринимательства либо остаются неизвестными, либо игнорируются (за исключением ряда публикаций, в частности [Чепуренко, Яковлев, 2013; Чепуренко, 2013; Chepurenko, 2014]). Часто не признается сама автономия предпринимательства как академической дисциплины, характеризующейся не только «полезными знаниями» (как стать предпринимателем, каких мер поддержки требует МСП, и т. д.).

Такое положение дел объясняется рядом причин: слабостью рыночной экономики в целом; слабой восприимчивостью к идеям, рождающимся на основе изучения предпринимательства в контексте динамичной развитой экономики и в сферах «доминирования «непродуктивного предпринимательства»»; низкой активностью бизнес-школ и программ менеджмента в плане собственных исследований; недостатком финансирования и т. п. [Чепуренко, 2013].

На каких направлениях следовало бы сосредоточиться российским исследователям в первую очередь? Кратко их перечислим, поскольку подробный анализ является темой для отдельной статьи:

- хищническое предпринимательство как специфический вид предпринимательского поведения и его корни (не только «эффект колее», но и институциональные ловушки, возникшие в переходный период);
- этническое предпринимательство групп иммигрантов, роль денежных переводов работающих в России иммигрантов как источника финансирования бизнеса в странах исхода;
- кластеры неформального предпринимательства<sup>1</sup>;
- формы и механизмы найма и управления работниками в компаниях (эмпирически подтверждено, что большинство российских фирм реагируют на ограничение спроса совершенно иначе, чем в развитых экономиках, и стратегии отечественных работодателей изучены гораздо хуже);
- разнообразии форм и уровней предпринимательской деятельности в разных условиях и разных типах населенных пунктов (современные городские агломерации, крупные индустриальные центры, средние и малые города с узким кругом тесно связанных друг с другом предпринимателей, сельская местность с развитым натуральным хозяйством);
- инновационное предпринимательство и его ограничения на макро-, мезо- и микроуровне (на-

чиная с национальной инновационной системы и заканчивая ролью высшей школы и академической науки в стимулировании предпринимательства);

- социальное предпринимательство и его перспективы в малообеспеченном индивидуалистическом обществе, таком как российское.

Должно возникнуть развитое научное сообщество с соответствующими институтами — адекватно оформленное и располагающее эффективными механизмами самовоспроизводства (вузовские программы и т. п.). Для развития исследований предпринимательства необходимы радикальная трансформация социально-экономической среды в сторону формирования благоприятной для предпринимательства экосистемы и существенные изменения образовательной и научной систем. Речь, в частности, может идти о создании предпринимательских университетов в структуре национальной инновационной системы, базирующейся на принципе «тройной спирали». Консервация текущего состояния общества не позволит исследованиям предпринимательства преодолеть статус маргинальной исследовательской ниши.

## Заключение

Исследование предпринимательства (по-прежнему) остается областью, в недрах которой сохраняется множество открытых вопросов, возможностей для формирования собственных профессиональных траекторий и интервенции в смежные дисциплины.

Поскольку предпринимательская практика с течением времени меняется, ее исследователи должны быть готовы к переменам, включая учет новых областей, изучение игроков нового типа, ставших предпринимателями в XXI в., освоение новых методов и форм исследования.

Более широкий подход к предметной области исследований предпринимательства не только открывает возможности для интервенции в сферы, никогда прежде не относимые к данному направлению, но и позволяет определить теорию предпринимательства как самостоятельную дисциплину, а не часть «респектабельных» социальных наук — экономики, менеджмента, социологии и т. п. Если настаивать на узком определении исследований предпринимательства (создание новых организаций или даже одних только малых предприятий), то это не только приведет к ограничению возможностей выявления новых перспективных направлений, но и закрепит за дисциплиной статус раздела той или иной традиционной отрасли знаний.

В перспективе в исследованиях предпринимательства должен произойти радикальный географический и общественный сдвиг, поскольку бизнес развивается не только в хорошо изученном западном контексте, но также (и даже в большей степени) в развивающихся странах, на гигантских китайском и индийском рынках и в странах с переходной экономикой, в усло-

<sup>1</sup> Полузакрытая экономика ликвидированного в Москве Черкизовского рынка стала фактором федеральной политики. Кластеры обувной, текстильной промышленности и ремесел в северокавказских республиках с весьма специфической локальной бизнес-экосистемой не являются предметом исследований предпринимательства.




виях самых различных экологических и социальных ограничений и предпосылок.

Становится не только возможным, но и необходимым межстрановой сравнительный анализ предпринимательства — менее формальный, но более содержательный. Это значит, что исследователям следует подходить к предмету контекстуально и избегать комментариев и политических рекомендаций, которые носят поверхностный характер.

По мере роста вовлеченности в предпринимательскую деятельность новых общественных групп и когорт их следует включать в предметную область исследований с учетом их предшествующего опыта,

имеющихся предпринимательских ресурсов, устремлений, особенностей, стратегий и т. п. Такой подход обеспечит представителям социальной антропологии, этнографии и культурологии серьезные возможности для участия в исследованиях предпринимательства.

Наконец, развитие технологий компьютерной обработки, хранения и анализа данных в некоторых случаях позволит отказаться от дорогостоящих обследований; социальные сети открывают новые возможности для лонгитюдных исследований, позволяющие детально отслеживать динамику умонастроений и все многообразие практик участников предпринимательской деятельности. 

- НИУ ВШЭ (2013) Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010) / Под науч. ред. А.Ю. Чепуренко. М.: НИУ ВШЭ.
- Чепуренко А.Ю. (2013) Предпринимательство как сфера социальных исследований: Россия и международный опыт // Социологические исследования. № 9. P. 32–41.
- Чепуренко А.Ю., Яковлев А.А. (2013) Теория предпринимательства: важность контекста // Российский журнал менеджмента. № 2. С. 51–60.
- Aidis R., Estrin S., Mickiewicz T. (2010) Institutions, finance and the level of development: The impact on entrepreneurship in transition // Review of Economics and Institutions. Vol. 1. № 1. Article 4. DOI: 10.5202/rei.v1i1.4. Режим доступа: <http://www.rei.unipg.it/rei/article/view/4>, дата обращения 12.11.2014.
- Audretsch D.B., Thurik A.R. (2000) Capitalism and democracy in the 21st century: From the managed to the entrepreneurial economy // Journal of Evolutionary Economics. Vol. 10. № 1–2. P. 17–34.
- Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. (2006) Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? // Entrepreneurship Theory and Practice. Vol. 30. № 1. P. 1–22.
- Baki Adas E. (2006) The making of entrepreneurial Islam and the Islamic spirit of Capitalism // Journal for Cultural Research. Vol. 10. № 2. P. 113–137.
- Batjargal B. (2006) The dynamics of entrepreneurs' networks in a transitioning economy: The case of Russia // Entrepreneurship & Regional Development. Vol. 18. № 4. P. 305–320.
- Baumol W. (1990) Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive // The Journal of Political Economy. Vol. 98. № 5. P. 893–921.
- Belleflamme P., Lambert Th., Schwienbacher A. (2013) Individual crowdfunding practices // Venture Capital. Vol. 15. № 4. P. 313–333.
- Bögenhold D., Heinonen J., Akola E. (2014) Entrepreneurship and independent professionals: Social and economic logics // International Advances in Economic Research. Vol. 20. P. 295–310.
- Busenitz L.B., West III G.P., Shepherd D., Nelson T., Chandler G.L., Zacharakis A. (2003) Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions // Journal of Management. Vol. 29. № 3. P. 285–308.
- Cannon H.M., Smith J.A., Williams D.L. (2007) A Data-overlay approach to synthesizing single-source data // Journal of Advertising. Vol. 36. № 4. P. 7–18.
- Carlsson B., Braunerhjelm P., McKelvey M., Olofsson Ch., Persson L., Ylinenpää H. (2013) The evolving domain of entrepreneurship research // Small Business Economics. Vol. 41. P. 913–930.
- Чепуренко А. (2014) Informal entrepreneurship under transition: Causes and specific features. *Soziologie des Wirtschaftlichen: Alte und neue Fragen*, Wiesbaden: Springer Verlag, pp. 361–381.
- Choi N., Majumdar S. (2014) Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research // Journal of Business Venturing. Vol. 29. № 3. P. 363–376.
- Cooke M., Buckley N. (2008) Web 2.0, social networks and the future of market research // International Journal of Market Research. Vol. 50. № 2. P. 267–292.
- Curran J., Blackburn R. (2001) Older people and the enterprise society: Age and self-employment propensities // Work, Employment and Society. Vol. 15. № 4. P. 889–902.
- Dacin P.A., Dacin M.T., Matear M. (2010) Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here // Academy of Management Perspectives. Vol. 24. № 3. P. 37–57.
- Dahl S. (2010) Current themes in social marketing research: Text-mining the past five years // Social Marketing Quarterly. Vol. 16. № 2. P. 128–136.
- Dana L.-P. (2007) *Asian Models of Entrepreneurship — From the Indian Union and the Kingdom of Nepal to the Japanese Archipelago: Context, Policy and Practice*. Canterbury: University of Canterbury.
- Davidsson P., Wiklund J. (2001) Levels of analysis in entrepreneurship research: Current practice and suggestions for the future // Entrepreneurship Theory & Practice. Vol. 25. № 4. P. 81–99.
- DiMaggio P.J. (1988) Interest and agency in institutional theory // *Institutional patterns and organizations: Culture and environment* / Ed. L. Zucker. Cambridge, MA: Ballinger. P. 3–21.
- Ding L. (1994) *Entrepreneurship in Suppressed Markets*. New York: Garland Publishers.
- Dyer W.G. Jr (1994) Toward a theory of entrepreneurial careers // Entrepreneurship: Theory and Practice. Vol. 19. № 2. P. 7–21.
- Earle J., Sakova Z. (2000) Business start-ups or disguised unemployment? Evidence on the character of self employment from transition economies // Labour Economics. Vol. 7. P. 575–601.

- Eisenstadt S.N. (1980) Cultural orientations, institutional entrepreneurs and social change: Comparative analyses of traditional civilizations // *American Journal of Sociology*. Vol. 85. P. 840–869.
- Elfakhani S., Ahmed Z.U. (2013) Philosophical basis of entrepreneurship principles within an Islamic ethical framework // *Journal of Transnational Management*. Vol. 18. № 1. P. 52–78.
- Engelen A., Heinemann F., Brettel M. (2009) Cross-cultural entrepreneurship research: Current status and framework for future studies // *Journal of International Entrepreneurship*. Vol. 7. P. 163–189.
- Feige E.L. (1997) *Underground Activity and Institutional Change: Productive, Protective and Predatory Behavior in Transition Economies // Transforming Post-Communist Political Economies* / Eds. J.M. Nelson, C. Tilley, L. Walker. Washington, D.C.: National Academy Press. P. 21–35.
- Fick D.S. (2002) *Entrepreneurship in Africa: A Study of Successes*. Westport: CT: Quorum books, Greenwood Press.
- Fick D.S. (2014) *African Entrepreneurs in the 21st Century, Their Stories of Success*. Accra: Excellent Publishing and Print.
- Fletcher D.E. (2011) A curiosity for contexts: Entrepreneurship, enactive research and autoethnography // *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 23. № 1/2. P. 65–76.
- Folmer H., Dutta S., Oud H. (2010) Determinants of rural industrial entrepreneurship of farmers in West Bengal: A Structural equations approach // *International Regional Science Review*. Vol. 33. № 4. P. 367–396.
- Fraser S., Bhaumik S.K., Wright M. (2015) What do we know about entrepreneurial finance and its relationship with growth? // *International Small Business Journal*. Vol. 33. № 1. P. 70–88.
- Frydrych D., Bock A.J., Kinder T., Koeck B. (2014) Exploring entrepreneurial legitimacy in reward-based crowdfunding // *Venture Capital*. Vol. 16. № 3. P. 247–269.
- Gartner W.B. (1988) 'Who is an entrepreneur' is the wrong question // *American Small Business Journal*. Vol. 12. № 4. P. 11–31.
- Greenwood R., Suddaby R. (2006) Institutional entrepreneurship in mature fields: The big five accounting firms // *The Academy of Management Journal*. Vol. 49. № 1. P. 27–48.
- Hall J.K., Daneke G.A., Lenox M.J. (2010) Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions // *Journal of Business Venturing*. Vol. 25. № 5. P. 439–448.
- Hargroves K., Smith M.H. (2005) *The Natural Advantage of Nations: Business Opportunities, Innovation and Governance in the 21st Century*. London: Earthscan, James and James Publishing.
- Haskell J., Linds W., Ippolito J. (2002) Opening spaces of possibility: The Enactive as a qualitative research approach // *Forum: Qualitative Social Research*. Vol. 3. № 3. P. 140–161.
- Herrington M., Kelley D. (2013) *African entrepreneurship 2012: Sub-Saharan African Regional Report*. Ottawa: IDRC.
- Ireland R.D., Reutzel Ch.R., Webb J.W. (2005) Entrepreneurship research in 'AMJ': What has been published, and what might the future hold? // *The Academy of Management Journal*. Vol. 48. № 4. P. 556–564.
- Johannisson B. (2011) Towards a practice theory of entrepreneuring // *Small Business Economics*. Vol. 36. № 2. P. 135–150.
- Jonas A., Lai S., Root G., Warriner R. (2013) Not exactly Silicon Valley: China's distinct brand of entrepreneurship. Режим доступа: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/exactly-silicon-valley-chinas-distinct-brand-entrepreneurship/>, дата обращения 27.03.2015.
- Khanna T. (2008) *Billions of Entrepreneurs: How China and India Are Reshaping Their Futures — and Yours*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Kirzner I. M. (1998) Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur // *The Review of Austrian Economics*. Vol. 11. № 12. P. 5–17.
- Kiss A.N., Danis W.M., Cavusgil S.T. (2012) International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda // *Journal of Business Venturing*. Vol. 27. № 2. P. 266–290.
- Koster S., Kumar Rai S. (2008) Entrepreneurship and economic development in a developing country: A case study of India // *Journal of Entrepreneurship*. Vol. 17. № 2. P. 117–137.
- Kuhn T.S. (1962) *The Structure of Scientific Revolutions* (1st ed.). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lehner O.M., Nicholls A. (2014) Social finance and crowdfunding for social enterprises: A public-private case study providing legitimacy and leverage // *Venture Capital*. Vol. 16. № 3. P. 271–286.
- Liao D., Sohmen P. (2001) The development of modern entrepreneurship in China // *Stanford Journal of East Asian Affairs*. Vol. 1. P. 27–33.
- Lyon F., Sepulveda L. (2009) Mapping social enterprises: Past approaches, challenges and future directions // *Social Enterprise Journal*. Vol. 5. № 1. P. 83–94.
- Maguire S., Hardy C., Lawrence T. (2004) Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada // *The Academy of Management Journal*. Vol. 47. № 5. P. 657–679.
- Mair J., Marti I. (2006) Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // *Journal of world business*. Vol. 41. № 1. P. 36–44.
- Mallett O., Wapshott R. (2015) Making sense of selfemployment in late career: Understanding the identity work of olderpreneurs // *Work, Employment & Society*. Vol. 1. P. 1–17.
- McClelland D. (1961) *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Monsen E., Mahagaonkar P., Dienes Chr. (2012) Entrepreneurship in India: The question of occupational transition // *Small Business Economics*. Vol. 39. P. 359–382.
- Naudé W. (2010) Entrepreneurship, developing countries, and development economics: New approaches and insight // *Small Business Economics*. Vol. 34. № 1. P. 1–12.
- Nightingale P., Coad A. (2013) Muppets and gazelles: Political and methodological biases in entrepreneurship research // *Industrial and Corporate Change*. Vol. 23. № 1. P. 113–143.
- North D., Wallis J., Weingast B. (2010) Violence and social orders: A conceptual framework for interpreting recorded human history // *Population and Development Review*. Vol. 36. № 4. P. 841–843.
- Nunan D., di Domenico M.L. (2013) Market research and the ethics of big data // *International Journal of Market Research*. Vol. 55. № 4. P. 2–13.

- Ovaska T., Sobel R. (2005) Entrepreneurship in Post-Socialist economies // *Journal of Private Enterprise*. Vol. 21. № 1. P. 8–28.
- Parrish B.D. (2010) Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design // *Journal of Business Venturing*. Vol. 25. № 5. P. 510–523.
- Patzelt H., Shepard D.A. (2011) Recognizing opportunities for sustainable development // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 35. № 4. P. 631–652.
- Petrescu M. (2013) Marketing research using single-item indicators in structural equation models // *Journal of Marketing Analytics*. Vol. 1. № 2. P. 99–117.
- Phillips N., Tracey P. (2007) Opportunity recognition, entrepreneurial capabilities and bricolage: connecting institutional theory and entrepreneurship in strategic organization // *Strategic Organization*. Vol. 5. № 3. P. 313–320.
- Rehn A., Taalas S. (2004) Znakomstva i svyazi (Acquaintances and connections): Blat, the Soviet Union, and mundane entrepreneurship // *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 16. № 3. P. 235–250.
- Reynolds P., Bosma N., Autio E., Hunt S., De Bono N., Servais I., Lopez-Garcia P., Chin N. (2005) Global Entrepreneurship Monitor: Data collection, design and implementation 1998–2003 // *Small Business Economics*. Vol. 24. № 3. P. 205–231.
- Rona-Tas A., Sagi M. (2005) Entrepreneurship and self-employment in transition economies // *Entrepreneurship (Research in the Sociology of Work)*. Vol. 1. P. 279–310.
- Sarasvathy S. (2001) Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency // *Academy of Management Review*. Vol. 26. № 2. P. 243–263.
- Sauka A., Welter F. (2007) Productive, unproductive and destructive entrepreneurship in an advanced transition setting: The example of Latvian small enterprises // *Empirical entrepreneurship in Europe*. Cheltenham: Edward Elgar. P. 87–111.
- Scase R. (2003) Entrepreneurship and Proprietorship in Transition: Policy Implications for the SME Sector // *Small and Medium Enterprises in Transitional Economies* / Eds. R. McIntyre, B. Dallago. London: Palgrave Macmillan. P. 64–77.
- Schumpeter J.A. (1936) *Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shane S. (2009) Introduction to the focused issue on the biological basis of business // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 110. № 2. P. 67–69.
- Shane S., Venkataraman S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research // *Academy of Management Review*. Vol. 25. № 1. P. 217–226.
- Shane S., Venkataraman S. (2001) Entrepreneurship as a field of research: A Response to Zahra and Dess, Singh, and Erikson // *The Academy of Management Review*. Vol. 26. № 1. P. 13–16.
- Short J.C., Ketchen D.J. Jr, Combs J.G., Ireland R.D. (2010) Research methods in entrepreneurship: Opportunities and challenges // *Organizational Research Methods*. Vol. 13. № 1. P. 6–15.
- Simons B.B. (2012) What Africa's entrepreneurs can teach the world // *Harvard Business Review*. March 5.
- Smallbone D., Welter F. (2001) The distinctiveness of entrepreneurship in transition economies // *Small Business Economics*. Vol. 16. № 4. P. 249–262.
- Smallbone D., Welter F. (2009) *Entrepreneurship and Small Business Development in Post-Socialist Economies*. London: Routledge.
- Spicer A., McDermott G.A., Kogut B. (2000) Entrepreneurship and privatization in Central Europe: The tenuous balance between destruction and creation // *The Academy of Management Review*. Vol. 25. № 3. P. 630–649.
- Sridharan S., Maltz E., Viswanathan M., Gupta S. (2014) Transformative subsistence entrepreneurship: A Study in India // *Journal of Macromarketing*. Vol. 34. № 4. P. 486–504.
- Steyaert Ch., Landström H. (2011) Enacting entrepreneurship research in a pioneering, provocative and participative way: On the work of Bengt Johannisson // *Small Business Economics*. Vol. 36. № 2. P. 123–134.
- Tirunillai S., Tellis G.J. (2014) Mining marketing meaning from online chatter: Strategic brand analysis of Big Data using latent Dirichlet allocation // *Journal of Marketing Research*. Vol. 51. № 4. P. 463–479.
- Tomczak A., Brem A. (2013) A conceptualized investment model of crowdfunding // *Venture Capital*. Vol. 15. № 4. P. 335–359.
- Torri M.C., Martinez A. (2014) Women's empowerment and micro-entrepreneurship in India: Constructing a new development paradigm? // *Progress in Development Studies*. Vol. 14. № 1. P. 31–48.
- Uhlener L.M. (2003) Trends in European research on entrepreneurship at the turn of the century // *Small Business Economics*. Vol. 21. № 4. P. 321–328.
- Uhlener L.M., Thurik A.R. (2007) Post-materialism: A cultural factor influencing total entrepreneurial activity across nations // *Journal of Evolutionary Economics*. Vol. 17. № 2. P. 161–185.
- Vickerstaff S., Cox J. (2005) Retirement and risk: The individualisation of retirement experiences? // *The Sociological Review*. Vol. 53. № 1. P. 77–95.
- Welter F. (2011) Contextualizing entrepreneurship — Conceptual challenges and ways forward // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 35. № 1. P. 165–184.
- Welter F., Smallbone D. (2011) Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments // *Journal of Small Business Management*. Vol. 49. № 1. P. 107–125.
- Wennekers S., Thurik R. (1999) Linking entrepreneurship and economic growth // *Small Business Economics*. Vol. 13. № 1. P. 27–55.
- Wong J., Rong M., Mu Y. (1995) *China's Rural Entrepreneurs*. Singapore: Times Academic Press.
- Xheneti M., Blackburn R.A. (2011) *Small Business and Entrepreneurship (SBE): An Analysis of Publications and Implications for the Development of the Field* // *Challenges and Controversies in Management Research (Routledge Advances in Management and Business Studies)* / Eds. B. Lee, C. Cassell. London: Routledge. P. 367–388.
- Zhang J., Zhang L., Rozelle S., Boucher S. (2006) Self-employment with Chinese characteristics: The forgotten engine of rural China's growth // *Contemporary Economic Policy*. Vol. 24. № 3. P. 446–458.



# Entrepreneurship Theory: New Challenges and Future Prospects

Alexander Chepurenko

Professor, Faculty of Social Sciences; Head, Department of Economic Sociology; Laboratory Head and Academic Supervisor, Laboratory of Entrepreneurship Research and Faculty of Social Sciences. E-mail: [achepurenko@hse.ru](mailto:achepurenko@hse.ru)

National Research University — Higher School of Economics  
Address: 11, Myasnitskaya str., Moscow 101000, Russian Federation

## Abstract

The paper analyses the problems of contemporary entrepreneurship theory which scientists are confronting in recent years. There are arguments given in favour of a broad definition of entrepreneurship as ‘emergence of new economic activity’. The starting point of research on entrepreneurship research is the question, ‘how, why, and when do entrepreneurial firms explore and exploit entrepreneurial opportunities?’ According to the author of this paper, it thus becomes possible to redefine the subject of the discipline, which in turn enables a sustainable development of the theory, and a refocusing on new areas such as social and institutional entrepreneurship.

The paper forecasts a shift in research on entrepreneurship beyond Western societies to encompass the so-called transitional economies and emerging markets. These countries have some important contextual differences which affect the practices of entrepreneurship and these are discussed here. Contextual differences

justify the importance of investigating new institutions and actors which might become challenging subjects of entrepreneurship theory in future.

The paper also discusses the agenda of entrepreneurship research in Russia, explains the reasons for the relatively weak development of Russian entrepreneurship theory, and suggests policies to improve this situation.

The author stresses the changes in methods and research design and the new possibilities and empirical data sources resulting from the latest advancements in IT and big data. In particular, more intensive research and demand for this research will likely emerge because of the increasing availability of techniques for collecting and analysing big data. The author anticipates the increasing importance of international comparative studies conducted by large project teams, and of longitudinal projects to elaborate realistic recommendations for civil society, national governments, and international organizations.

## Keywords

entrepreneurship theory; methodology; Russia; innovation entrepreneurship; social entrepreneurship; institutional entrepreneurship

DOI: 10.17323/1995-459X.2015.2.44.57

## Citation

Chepurenko A. (2015) Entrepreneurship Theory: New Challenges and Future Prospects. *Foresight-Russia*, vol. 9, no 2, pp. 44–57. DOI: 10.17323/1995-459x.2015.2.44.57.

## References

- Aidis R., Estrin S., Mickiewicz T. (2010) Institutions, finance and the level of development: The impact on entrepreneurship in transition. *Review of Economics and Institutions*, vol. 1, no 1, Article 4. DOI: 10.5202/rei.v1i1.4. Available at: <http://www.rei.unipg.it/rei/article/view/4>, accessed 12.11.2014.
- Audretsch D.B., Thurik A.R. (2000) Capitalism and democracy in the 21st century: From the managed to the entrepreneurial economy. *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 10, no 1–2, pp. 17–34.
- Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. (2006) Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30, no 1, pp. 1–22.
- Baki Adas E. (2006) The making of entrepreneurial Islam and the Islamic spirit of Capitalism. *Journal for Cultural Research*, vol. 10, no 2, pp. 113–137.
- Batjargal B. (2006) The dynamics of entrepreneurs’ networks in a transitioning economy: The case of Russia. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 18, no 4, pp. 305–320.
- Baumol W. (1990) Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *The Journal of Political Economy*, vol. 98, no 5, pp. 893–921.
- Belleflamme P., Lambert Th., Schwienbacher A. (2013) Individual crowdfunding practices. *Venture Capital*, vol. 15, no 4, pp. 313–333.
- Bögenhold D., Heinonen J., Akola E. (2014) Entrepreneurship and independent professionals: Social and economic logics. *International Advances in Economic Research*, vol. 20, pp. 295–310.
- Busenitz L.B., West III G.P., Shepherd D., Nelson T., Chandler G.L., Zacharakis A. (2003) Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of Management*, vol. 29, no 3, pp. 285–308.
- Cannon H.M., Smith J.A., Williams D.L. (2007) A Data-overlay approach to synthesizing single-source data. *Journal of Advertising*, vol. 36, no 4, pp. 7–18.
- Carlsson B., Braunerhjelm P., McKelvey M., Olofsson Ch., Persson L., Ylinenpää H. (2013) The evolving domain of entrepreneurship research. *Small Business Economics*, vol. 41, pp. 913–930.

- Chepurenko A., Yakovlev A. (2013) Teoriya predprinimatel'stva: vazhnost' konteksta [Entrepreneurship theory: The importance of the context]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta* [Russian Management Journal], no 2, pp. 51–60 (in Russian).
- Chepurenko A. (2013) Predprinimatel'stvo kak sfera sotsial'nykh issledovaniy: Rossiya i mezhdunarodnyi opyt [Entrepreneurship as a sphere of social research: Russia and international experience]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 9, pp. 32–41 (in Russian).
- Chepurenko A. (2014) Informal entrepreneurship under transition: Causes and specific features // *Soziologie des Wirtschaftlichen: Alte und neue Fragen*. Wiesbaden: Springer Verlag. P. 361–381.
- Choi N., Majumdar S. (2014) Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, vol. 29, no 3, pp. 363–376.
- Cooke M., Buckley N. (2008) Web 2.0, social networks and the future of market research. *International Journal of Market Research*, vol. 50, no 2, pp. 267–292.
- Curran J., Blackburn R. (2001) Older people and the enterprise society: Age and self-employment propensities. *Work, Employment and Society*, vol. 15, no 4, pp. 889–902.
- Dacin P.A., Dacin M.T., Matear M. (2010) Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, vol. 24, no 3, pp. 37–57.
- Dahl S. (2010) Current themes in social marketing research: Text-mining the past five years. *Social Marketing Quarterly*, vol. 16, no 2, pp. 128–136.
- Dana L.-P. (2007) *Asian Models of Entrepreneurship — From the Indian Union and the Kingdom of Nepal to the Japanese Archipelago: Context, Policy and Practice*, Canterbury: University of Canterbury.
- Davidsson P., Wiklund J. (2001) Levels of analysis in entrepreneurship research: Current practice and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 25, no 4, pp. 81–99.
- DiMaggio P.J. (1988) Interest and agency in institutional theory. *Institutional patterns and organizations: Culture and environment* (ed. L. Zucker), Cambridge, MA: Ballinger, pp. 3–21.
- Ding L. (1994) *Entrepreneurship in Suppressed Markets*. New York: Garland Publishers.
- Dyer W.G. Jr (1994) Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 19, no 2, pp. 7–21.
- Earle J., Sakova Z. (2000) Business start-ups or disguised unemployment? Evidence on the character of self employment from transition economies. *Labour Economics*, vol. 7, pp. 575–601.
- Eisenstadt S.N. (1980) Cultural orientations, institutional entrepreneurs and social change: Comparative analyses of traditional civilizations. *American Journal of Sociology*, vol. 85, pp. 840–869.
- Elfakhani S., Ahmed Z.U. (2013) Philosophical basis of entrepreneurship principles within an Islamic ethical framework. *Journal of Transnational Management*, vol. 18, no 1, pp. 52–78.
- Engelen A., Heinemann F., Brettel M. (2009) Cross-cultural entrepreneurship research: Current status and framework for future studies. *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 7, pp. 163–189.
- Feige E.L. (1997) Underground Activity and Institutional Change: Productive, Protective and Predatory Behavior in Transition Economies. *Transforming Post-Communist Political Economies* (eds. J.M. Nelson, C. Tilley, L. Walker), Washington, D.C.: National Academy Press, pp. 21–35.
- Fick D.S. (2002) *Entrepreneurship in Africa: A Study of Successes*, Westport, CT: Quorum books, Greenwood Press.
- Fick D.S. (2014) *African Entrepreneurs in the 21st Century, Their Stories of Success*, Accra: Excellent Publishing and Print.
- Fletcher D.E. (2011) A curiosity for contexts: Entrepreneurship, enactive research and autoethnography. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 23, no 1/2, pp. 65–76.
- Folmer H., Dutta S., Oud H. (2010) Determinants of rural industrial entrepreneurship of farmers in West Bengal: A Structural equations approach. *International Regional Science Review*, vol. 33, no 4, pp. 367–396.
- Fraser S., Bhaumik S.K., Wright M. (2015) What do we know about entrepreneurial finance and its relationship with growth? *International Small Business Journal*, vol. 33, no 1, pp. 70–88.
- Frydrych D., Bock A.J., Kinder T., Koeck B. (2014) Exploring entrepreneurial legitimacy in reward-based crowdfunding. *Venture Capital*, vol. 16, no 3, pp. 247–269.
- Gartner W.B. (1988) 'Who is an entrepreneur' is the wrong question. *American Small Business Journal*, vol. 12, no 4, pp. 11–31.
- Greenwood R., Suddaby R. (2006) Institutional entrepreneurship in mature fields: The big five accounting firms. *The Academy of Management Journal*, vol. 49, no 1, pp. 27–48.
- Hall J.K., Daneke G.A., Lenox M.J. (2010) Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, vol. 25, no 5, pp. 439–448.
- Hargroves K., Smith M.H. (2005) *The Natural Advantage of Nations: Business Opportunities, Innovation and Governance in the 21st Century*, London: Earthscan, James and James Publishing.
- Haskell J., Linds W., Ippolito J. (2002) Opening spaces of possibility: The Enactive as a qualitative research approach. *Forum: Qualitative Social Research*, vol. 3, no 3, pp. 140–161.
- Herrington M., Kelley D. (2013) *African entrepreneurship 2012: Sub-Saharan African Regional Report*, Ottawa: IDRC.
- HSE (2013) *Sovremennyye klassiki teorii predprinimatel'stva. Laureaty mezhdunarodnoi premii za vklad v issledovaniya predprinimatel'stva i malogo biznesa (1996–2010)* [Contemporary classics of the entrepreneurship theory. Laureates of the Global entrepreneurship award (1996–2010)] (ed. A. Chepurenko), Moscow: HSE (in Russian).
- Ireland R.D., Reutzel Ch.R., Webb J.W. (2005) Entrepreneurship research in 'AMJ': What has been published, and what might the future hold? *The Academy of Management Journal*, vol. 48, no 4, pp. 556–564.
- Johannisson B. (2011) Towards a practice theory of entrepreneuring. *Small Business Economics*, vol. 36, no 2, pp. 135–150.
- Jonas A., Lai S., Root G., Warriner R. (2013) *Not exactly Silicon Valley: China's distinct brand of entrepreneurship*. Available at: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/exactly-silicon-valley-chinas-distinct-brand-entrepreneurship/>, accessed 27.03.2015.
- Khanna T. (2008) *Billions of Entrepreneurs: How China and India Are Reshaping Their Futures — and Yours*, Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Kirzner I. M. (1998) Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur. *The Review of Austrian Economics*, vol. 11, no 12, pp. 5–17.
- Kiss A.N., Danis W.M., Cavusgil S.T. (2012) International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, vol. 27, no 2, pp. 266–290.
- Koster S., Kumar Rai S. (2008) Entrepreneurship and economic development in a developing country: A case study of India. *Journal of Entrepreneurship*, vol. 17, no 2, pp. 117–137.
- Kuhn T.S. (1962) *The Structure of Scientific Revolutions* (1st ed.), Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lehner O.M., Nicholls A. (2014) Social finance and crowdfunding for social enterprises: A public-private case study providing legitimacy and leverage. *Venture Capital*, vol. 16, no 3, pp. 271–286.
- Liao D., Sohmen P. (2001) The development of modern entrepreneurship in China. *Stanford Journal of East Asian Affairs*, vol. 1, pp. 27–33.
- Lyon F., Sepulveda L. (2009) Mapping social enterprises: Past approaches, challenges and future directions. *Social Enterprise Journal*, vol. 5, no 1, pp. 83–94.
- Maguire S., Hardy C., Lawrence T. (2004) Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada. *The Academy of Management Journal*, vol. 47, no 5, pp. 657–679.

- Mair J., Marti I. (2006) Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, vol. 41, no 1, pp. 36–44.
- Mallett O., Wapshott R. (2015) Making sense of selfemployment in late career: Understanding the identity work of olderpreneurs. *Work, Employment & Society*, vol. 1, pp. 1–17.
- McClelland D. (1961) *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Monsen E., Mahagaonkar P., Dienes Chr. (2012) Entrepreneurship in India: The question of occupational transition. *Small Business Economics*, vol. 39, pp. 359–382.
- Naudé W. (2010) Entrepreneurship, developing countries, and development economics: New approaches and insight. *Small Business Economics*, vol. 34, no 1, pp. 1–12.
- Nightingale P., Coad A. (2013) Muppets and gazelles: Political and methodological biases in entrepreneurship research. *Industrial and Corporate Change*, vol. 23, no 1, pp. 113–143.
- North D., Wallis J., Weingast B. (2010) Violence and social orders: A conceptual framework for interpreting recorded human history. *Population and Development Review*, vol. 36, no 4, pp. 841–843.
- Nunan D., di Domenico M.L. (2013) Market research and the ethics of big data. *International Journal of Market Research*, vol. 55, no 4, pp. 2–13.
- Ovaska T., Sobel R. (2005) Entrepreneurship in Post-Socialist economies. *Journal of Private Enterprise*, vol. 21, no 1, pp. 8–28.
- Parrish B.D. (2010) Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design. *Journal of Business Venturing*, vol. 25, no 5, pp. 510–523.
- Patzelt H., Shepard D.A. (2011) Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 35, no 4, pp. 631–652.
- Petrescu M. (2013) Marketing research using single-item indicators in structural equation models. *Journal of Marketing Analytics*, vol. 1, no 2, pp. 99–117.
- Phillips N., Tracey P. (2007) Opportunity recognition, entrepreneurial capabilities and bricolage: connecting institutional theory and entrepreneurship in strategic organization. *Strategic Organization*, vol. 5, no 3, pp. 313–320.
- Rehn A., Taalas S. (2004) Znakomstva i svyazi (Acquaintances and connections): Blat, the Soviet Union, and mundane entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 16, no 3, pp. 235–250.
- Reynolds P., Bosma N., Autio E., Hunt S., De Bono N., Servais I., Lopez-Garcia P., Chin N. (2005) Global Entrepreneurship Monitor: Data collection, design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, vol. 24, no 3, pp. 205–231.
- Rona-Tas A., Sagi M. (2005) Entrepreneurship and self-employment in transition economies. *Entrepreneurship (Research in the Sociology of Work)*, vol. 1, pp. 279–310.
- Sarasvathy S. (2001) Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, vol. 26, no 2, pp. 243–263.
- Sauka A., Welter F. (2007) Productive, unproductive and destructive entrepreneurship in an advanced transition setting: The example of Latvian small enterprises. *Empirical entrepreneurship in Europe*, Cheltenham: Edward Elgar, pp. 87–111.
- Scase R. (2003) Entrepreneurship and Proprietorship in Transition: Policy Implications for the SME Sector. *Small and Medium Enterprises in Transitional Economies* (eds. R. McIntyre, B. Dallago), London: Palgrave Macmillan, pp. 64–77.
- Schumpeter J.A. (1936) *Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shane S. (2009) Introduction to the focused issue on the biological basis of business. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 110, no 2, pp. 67–69.
- Shane S., Venkataraman S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, vol. 25, no 1, pp. 217–226.
- Shane S., Venkataraman S. (2001) Entrepreneurship as a field of research: A Response to Zahra and Dess, Singh, and Erikson. *The Academy of Management Review*, vol. 26, no 1, pp. 13–16.
- Short J.C., Ketchen D.J. Jr, Combs J.G., Ireland R.D. (2010) Research methods in entrepreneurship: Opportunities and challenges. *Organizational Research Methods*, vol. 13, no 1, pp. 6–15.
- Simons B.B. (2012) What Africa's entrepreneurs can teach the world. *Harvard Business Review*, March 5.
- Smallbone D., Welter F. (2001) The distinctiveness of entrepreneurship in transition economies. *Small Business Economics*, vol. 16, no 4, pp. 249–262.
- Smallbone D., Welter F. (2009) *Entrepreneurship and Small Business Development in Post-Socialist Economies*, London: Routledge.
- Spicer A., McDermott G.A., Kogut B. (2000) Entrepreneurship and privatization in Central Europe: The tenuous balance between destruction and creation. *The Academy of Management Review*, vol. 25, no 3, pp. 630–649.
- Sridharan S., Maltz E., Viswanathan M., Gupta S. (2014) Transformative subsistence entrepreneurship: A Study in India. *Journal of Macromarketing*, vol. 34, no 4, pp. 486–504.
- Steyaert Ch., Landström H. (2011) Enacting entrepreneurship research in a pioneering, provocative and participative way: On the work of Bengt Johannisson. *Small Business Economics*, vol. 36, no 2, pp. 123–134.
- Tirunillai S., Tellis G.J. (2014) Mining marketing meaning from online chatter: Strategic brand analysis of Big Data using latent Dirichlet allocation. *Journal of Marketing Research*, vol. 51, no 4, pp. 463–479.
- Tomczak A., Brem A. (2013) A conceptualized investment model of crowdfunding. *Venture Capital*, vol. 15, no 4, pp. 335–359.
- Torri M.C., Martinez A. (2014) Women's empowerment and micro-entrepreneurship in India: Constructing a new development paradigm? *Progress in Development Studies*, vol. 14, no 1, pp. 31–48.
- Uhlaner L.M. (2003) Trends in European research on entrepreneurship at the turn of the century. *Small Business Economics*, vol. 21, no 4, pp. 321–328.
- Uhlaner L.M., Thurik A.R. (2007) Post-materialism: A cultural factor influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 17, no 2, pp. 161–185.
- Vickerstaff S., Cox J. (2005) Retirement and risk: The individualisation of retirement experiences? *The Sociological Review*, vol. 53, no 1, pp. 77–95.
- Welter F. (2011) Contextualizing entrepreneurship — Conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 35, no 1, pp. 165–184.
- Welter F., Smallbone D. (2011) Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, vol. 49, no 1, pp. 107–125.
- Wennekers S., Thurik R. (1999) Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, vol. 13, no 1, pp. 27–55.
- Wong J., Rong M., Mu Y. (1995) *China's Rural Entrepreneurs*, Singapore: Times Academic Press.
- Xheneti M., Blackburn R.A. (2011) Small Business and Entrepreneurship (SBE): An Analysis of Publications and Implications for the Development of the Field. *Challenges and Controversies in Management Research (Routledge Advances in Management and Business Studies)* (eds. B. Lee, C. Cassell), London: Routledge, pp. 367–388.
- Zhang J., Zhang L., Rozelle S., Boucher S. (2006) Self-employment with Chinese characteristics: The forgotten engine of rural China's growth. *Contemporary Economic Policy*, vol. 24, no 3, pp. 446–458.