

# Методологические подходы к анализу социокультурного домена инновационного предпринимательства: от этноса к экосистеме

Methodological approaches to analysis of the socio-cultural domain of innovative entrepreneurship: from ethnos to ecosystem



**А. А. Антипов,**  
к. филол. н., доцент  
✉ aantipov80@itmo.ru

**A. A. Antipov,**  
candidate of philological sciences,  
associate professor



**А. С. Николаев,**  
к. э. н., доцент  
✉ nikand@itmo.ru

**A. S. Nikolaev,**  
candidate of economic sciences,  
associate professor

Факультет технологического менеджмента и инноваций, Университет ИТМО  
Faculty of technological management and innovation, ITMO university

В работе проведен анализ основных социокультурных подходов к инновационному предпринимательству на основе трех концептов: этнос, этос и экосистема. В отличие от этнометрического и этнологического подходов, которые, как правило, формируют односторонние «ригидные» оценки, в том числе, используя неверифицируемые аргументы, экосистемный подход позволяет сформировать наиболее объективную картину социокультурного домена инновационного предпринимательства выбранного инфраструктурного объекта (государство, регион, вуз и т. п.). Авторами исследования предложена трехэтажная экосистемная модель организации инновационной деятельности. Разработанная модель в силу наукометричности и методологической емкости включает в себя и подчиняет инструментарий всех подходов, охватывая все основные объекты управления и всех участников предпринимательской экосистемы. В статье показано, что возможные преобразования по результатам социокультурного анализа предпринимательской деятельности могут быть связаны не только с заимствованием или адаптацией «универсальных» западных паттернов, но и с созданием альтернативной, суверенной национальной экосистемы инновационного предпринимательства со структурой стимулов на основе положительных локальных прецедентов. Материалы исследования могут быть использованы в процессе формирования разнообразных стратегий управления инновационными проектами.

The study analyzes the main sociocultural approaches to innovative entrepreneurship based on three concepts: ethnicity, ethos and ecosystem. The ecosystem approach allows us to form the most objective picture of the sociocultural domain of innovative entrepreneurship of the selected infrastructure object (state, region, university, etc.). This is an important difference between this approach and the ethnometric and ethological approaches, which, as a rule, form one-sided «rigid» assessments, including using unverifiable arguments. The authors of the study proposed a three-story ecosystem model for organizing innovative activities. The developed model, due to its scientometric nature and methodological capacity, includes and subordinates the tools of all approaches, covering all the main management objects and all participants in the entrepreneurial ecosystem. The article shows that possible transformations based on the results of a sociocultural analysis of entrepreneurial activity may be associated not only with the borrowing or adaptation of «universal» Western patterns, but also with the creation of an alternative, sovereign national ecosystem of innovative entrepreneurship with an incentive structure based on positive local precedents. The research materials specialists can use in the process of developing various strategies for managing innovative projects.

**Ключевые слова:** инновационное предпринимательство, социокультурный домен, экосистема, этос, этнос, паттерны предпринимательской деятельности, институциональный профиль, экономическая модель.

**Keywords:** innovative entrepreneurship, sociocultural domain, ecosystem, ethos, ethnicity, patterns of entrepreneurial activity, institutional profile, economic model.

## Введение

В современных научных, образовательных и деловых кругах инновационное предпринимательство воспринимается как популярный, в некотором роде устоявшийся вид экономической деятельности, связанный с созданием и продвижением на рынке различных товаров и услуг, основанных на применении современных разработок, а также предлагающих оригинальный взгляд на удовлетворение существующих запросов потребителя. Обретая свой статус в качестве некой парадигмы ведения рыночной активности, инновационное предпринимательство основывается на применении самых разных технологий, а также формирует продукты, относящиеся как к категории прорывных инноваций, так и представляющих собой результат исключительно маркетинговой деятельности. Указанное обстоятельство приводит к некоторому размыванию границ данного феномена, что создает определенные риски, связанные с индивидуальным восприятием различными наблюдателями характера инновационной предпринимательской деятельности.

Социокультурный домен инновационного предпринимательства (далее — СКД ИП) является сегод-

ня одним из наиболее востребованных в различных исследованиях<sup>1</sup>. В его пространстве начинают стираться границы между формально непримиримыми научными областями и постоянно актуализируются укорененные либо генерируются новые подходы, претендующие на автохтонность. Но стремление к интеграции идеографической и номотетической сфер закономерно порождает проблему методологической релевантности социокультурных подходов к экономическим явлениям наряду с верифицируемостью получаемых результатов. И продуктивным представляется не попытка «пристроить» культуру к экономике, а выявить подходы, результаты которых будут равнозначными как для социокультурного, так как и для экономического знания, без карт-бланша со стороны последнего.

Цель работы — обосновать методологическую релевантность и емкость экосистемного подхода к анализу СКД ИП. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

<sup>1</sup> Модель предпринимательской экосистемы Д. Айзенберга с доменом «Культура» из 8 пунктов продолжает использоваться исследователями на протяжении более 10 лет с момента обоснования в 2010 г. См.: [49, с. 41-50; 50; 53].

- классифицировать социокультурные подходы к рассмотрению предпринимательской деятельности в зависимости от ключевого концепта и дефинирования понятия «культура»;
- показать зависимость результатов методологического подхода от использования неverified положений;
- раскрыть методологический потенциал экосистемного подхода к анализу СКД ИП и предложить модель его применения в пространстве диалектики глобального и локального.

Настоящее исследование основывается на четырех ключевых тезисах:

1. В основе укрупненной классификации социокультурных подходов к анализу предпринимательского потенциала лежат три концепта: этнос, этос и экосистема, а также дефинирование понятия «культура» либо как наследуемой данности, либо как условий, изменяемых деятельностью социума.
2. Стремление национализировать и психологизировать социокультурную оценку предпринимательского потенциала существенно снижает или обнуляет ее научную релевантность, порождая неverified априорные императивы и аргументацию *ad hoc*.
3. Применение экосистемного подхода к анализу СКД ИП позволяет не только редуцировать слабо verified культурологические положения о «предпринимательском духе» и культуре, которая «имеет значение», но систематизировать и интегрировать методологические инструменты анализа СКД ИП, формирующие наиболее объективную картину предпринимательского потенциала.
4. В рамках экосистемного подхода к анализу СКД ИП решается проблема соотношения глобальных и локальных объектов, что позволяет выявлять и анализировать позитивный опыт последних, который нередко оказывается скрытым за глобальными пессимистичными оценками.

Объектом исследования является социокультурный домен предпринимательской деятельности. Предмет исследования — социокультурные методологические подходы к анализу потенциала инновационного предпринимательства (далее — ИП).

Новизна работы заключается в обосновании экосистемного подхода как наиболее объективного и методологически релевантного для оценки СКД ИП, в новом принципе укрупненной классификации социокультурных подходов к ИП, а также в новой модели применения экосистемного анализа к СКД ИП в пространстве соотношения глобального и локального.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования полученных результатов в теоретических и эмпирических исследованиях предпринимательского потенциала.

### 1. Понятийный аппарат и методология исследования

Исходя из поставленной цели, мы будем использовать несколько методологических подходов и соответствующий им понятийный аппарат,

уточнив их содержательное наполнение в данной работе.

В понимании социокультурного знания мы основываемся на концепции А. С. Ахиезера, которого «интересовало культурное содержание социальных процессов, переход культуры — образцов, ценностей, культурных программ — в социальное действие, в деятельность как воплощение, реализацию культурных смыслов» [24, с. 5]. Культурное содержание в СКД ИП — то, что способствует или препятствует развитию предпринимательства как социального действия, не только реализующего экономическую культуру, но и создающего ее.

Мы не можем игнорировать хрестоматийное определение предпринимательства Й. А. Шумпетером как «новых комбинаций», меняющих устоявшийся социально-экономический кругооборот. При этом не следуем за радикализмом австрийского ученого, рассматривавшего предпринимательскую деятельность (далее — ПД) как кратковременные накопительные акты созидательного разрушения [36, с. 147, 330], а опираемся на современный динамический подход Х. Уэрта де Сото: предпринимательство — это «одновременно созидательная и координирующая движущая сила, которая постоянно влечет вперед рынок и человечество» [31, с. 15].

Этнос и нация рассматриваются нами как синонимы, что позволяет факт этнометрического подхода к анализу предпринимательства [19], а под «этносом» вслед за М. Вебероммы будем понимать мировоззренческие убеждения, которые нашли непосредственное отражение в выборе социальными группами определенной поведенческой модели, как в случае с «этносом рационального буржуазного предпринимателя» [4, с. 193].

Динамическое понимание предпринимательства лежит и в основе определения предпринимательской экосистемы, которое дают К. Мэйсон и Р. Браун: «совокупность взаимосвязанных субъектов предпринимательства (потенциальных и существующих), институтов и предпринимательских процессов», и в общеэкономической риторике: «институционально-организационная форма эффективной межсекторной экономической конвергенции» [32, с. 42].

Предпринимательский потенциал как динамическое явление, обусловленное социокультурным контекстом, а также формирующее данный контекст, будет рассматриваться нами с использованием типологического метода, который позволит типизировать существующие социокультурные подходы и раскрыть их содержание.

Обоснование экосистемной модели, наряду с этологическим подходом М. Вебера [4], типологией Г. Хофстеде [48], теорией базовых ценностей Ш. Шварца [18] и отмеченной моделью Д. Айзенберга, включает трехэтажную структуру экономики Ф. Броделя [2, с. 34], институциональные теории Д. Норта [25] и А. Грейфа [8], эмпирический подход Ш. Бегельсдейка [1, с. 210; 41] и концепцию трехмерного институционального профиля страны Т. Костовой [52].

## 2. Литературный обзор

Так как библиографический анализ является неотъемлемой составляющей на протяжении всего исследования, приведем отдельные примеры работ, в которых делается реальная попытка сопоставить и найти точки соприкосновения социокультурной и экономической методологии.

В исследовании 2002 г. В. В. Радаев, размышляя о предмете экономической социологии, сопоставляет модель homo economicus К. Бруннера и У. Меклинга как «человека изобретательного, оценивающего, максимизирующего полезность», с моделью «социологического человека» С. Линденберга: это «человек социализированный, исполняющий роли, поведение которого санкционировано обществом». Собственная модель автора — это экономико-социологический человек как рефлексивный, «способный переключаться между разными режимами действия»; «волевой, то есть способный поступать вопреки обстоятельствам», и социально-дифференцированный — осуществляющий разные, социально обусловленные способы действия, привязанные к различным социальным структурам и институтам» [27, с. 27, 29-30]. Данная интегративная модель, несомненно, является продуктивной для анализа ПД, но эта деятельность рассматривалась бы в уже готовом, статичном виде, без динамического рассмотрения причинно-следственных связей в социокультурном контексте, так как сам автор подчеркивает, что условия стратегического действия требуют «специального анализа» [27, с. 33].

Х. Уэрто де Сото противопоставляет «предпринимателя» австрийской экономической школы и homo economicus неоклассиков, так как предпринимательство не может оцениваться в равновесных моделях: предприниматель «создает и открывает новую, не существовавшую и не известную до него информацию», которая является глубоко субъективной, практической, дисперсной и невыразимой словами. Именно поэтому «субъективная информация является важнейшим элементом австрийской методологии» [27, с. 37-38]. Это признание экономиста в том, что предпринимательство — не экономический феномен и его интерпретация невозможна статичными методами суть невольное методологическое признание преимущества динамического социокультурного анализа. При этом сам автор использует предпринимательство не как предмет анализа, а как аргумент в пользу теории динамической эффективности.

В одном из наиболее крупных современных исследований культурных подходов к экономике Ш. Бегельсдейк и Р. Масселанд выделяют две крупные группы: идиографические (парохиальные, этноцентрические, полицентрические), которые изучают экономическое поведение в его специфических контекстах», и номотетические (компаративные, геоцентрические, синергетические) [1, с. 156-157]. Очевидно, что авторы отдают предпочтение второй группе и, в частности, синергетическим, межкультурным экономическим исследованиям, в фокусе которых находятся «универсальные паттерны экономического поведения в разных

культурах» [1, с. 157]. При этом в ходе рассмотрения собственно предпринимательской культуры авторы не следуют данной типологии и, признавая, что «область предпринимательской культуры кишит концептуальными, методологическими и методическими сложностями» (главная из которых связана с самим дефинированием понятия), условно разделяют все оценки предпринимательской культуры либо как коллективные, с позиции агрегирования психологических черт, либо как индивидуальные, связанные с деятельностью определенных лиц (предпринимателей) в социуме (точнее, вопреки социуму) [1, с. 189-219].

Несмотря на указанные авторами «Культуры в экономической науке» сложности, типология методологических подходов к социокультурной оценке предпринимательства представляется возможной (не ограниченной рамками индивидуального/коллективного), если исходить из того, что, во-первых, исследователь считает концептом для оценки предпринимательства и, во-вторых, каким оценочным инструментом пользуется.

### 3. Классификация социокультурных подходов к анализу предпринимательского потенциала

Можно выделить три крупных концепта социокультурной оценки ИП: этнос, этос и экосистема.

#### 3.1. Этнометрический социокультурный подход к анализу ИП

Характерной чертой этнометрического подхода является зависимость предпринимательских способностей от национального кода<sup>2</sup>. Одним из основоположников такого подхода к предпринимательской деятельности является Г. Гегель. Для немецкого философа инструментом оценки ПД стала степень сознания нацией всеобщего, а также выработка «субъективной самостоятельности» (как одной из определяющих черт предпринимателя). Несмотря на то, что Гегель спускается на землю и указывает на связь образа хозяйственной деятельности и социально-экономического мышления (в частности, говорит о том, что земледелие славян привело к отношению «господа–холопы»), первичным для него является именно идейный компонент, цельность духа, которая позволила немецкой нации принять Реформацию (здесь Гегель предвещает Макса Вебера и его последователей), в отличие от ряда других, раздробленных романских наций [5, с. 427-428].

Вернер Зомбарт исключает идеалистический компонент Гегеля и рассуждает о нациях с врожденным «сильным капиталистическим предрасположением» в пространстве типологической антиномии герои/торговцы, представляющей две стороны воинственного/мирного предпринимательства, когда героям в лице римлян и их потомкам противопостав-

<sup>2</sup> В данном случае под национальным кодом мы понимаем определение Р. Барта: это «культурный опыт, унаследованный нацией от предшествующих исторических эпох». См. [58].

ляются флорейнтицы, этурски, фризы, евреи и др. нации «торговцев». То есть у Зомбарта инструментом оценки предпринимательства становится генетически унаследованная способность, «капиталистический дух» [13, с. 264-273].

Если подходы Гегеля и Зомбарта носят явно идеографический характер, то Герт Хофстеде использует национальный критерий для номотетической разработки типологии культурных измерений, которая стала одним из ключевых инструментов кросс-культурного анализа ИП [9, 10, 38, 56]. Достаточно указать на Глобальный инновационный индекс (ГИ), связь которого с индексами Хофстеда (индивидуализм, дистанция власти, избегание неопределенности и т. п.) убедительно доказана А. Давыдовым, а также Глобальный индекс предпринимательства (GEI), созданный на основе концепции Национальной предпринимательской системы [47] с индексом предпринимательских способностей [3].

Национальность стала одним из ключевых критериев своеобразной доктрины «культура имеет значение» и сгенерировала такие инструменты оценки, как «ментальные модели» (М. Фейрнбекс, С. Линдсей) [17, с. 252-279], потребность в достижениях (Д. Макклелланд) [1, с. 194-201], ценности выживания/самовыражения (Р. Инглхарт) [17, с. 106-128], «семи индексная культурная модель» Ф. Тромпенаарса [17, с. 89-91]. Например, для Г. Кларка в его полемической работе «Прощай, нищета!» культура, ментальные модели нашли непосредственное отражение в качестве рабочей силы, что, в частности, определило отставание Индии от Великобритании в период конца XIX – первой трети XX в. [14, с. 485-503].

Вместе с тем, как видно из вышесказанного, национальный подход, имеет под собой существенную психологическую основу, что «а рiогi», придавая ему популярность, порождает ряд наукометрических проблем. Прежде всего, несмотря на большой массив внешне релевантных данных, итоговые выводы проведенных исследований зачастую либо не проходят последующую верификацию, либо показывают противоположные результаты. Так, не прошел верификацию тезис Макклелланда о том, что для стран с высоким уровнем потребности в достижениях характерен более высокий уровень экономического развития [1, с. 196-201]. А, например, индекс маскулинности (MAS) Хофстеде в плане влияния на инновационное предпринимательство рассматривается то в нейтральном статусе [10], то с точки зрения положительной корреляции [44, с. 5553-5557], то – с отрицательной [56, с. 146-153]. Те же противоречия можно встретить и с наиболее стабильным индексом<sup>3</sup> – индексом дистанции власти (PDI), когда в одном исследовании делается вывод о соответствии высокого уровня инновационного развития низкой дистанции власти [9], а в другом – о более быстром росте инновационных фирм в странах с высокой дистанцией власти [56, с. 152].

Противоречия в интерпретации индексов и ценностей, влияющих на инновационное предпринима-

тельство той или иной культуры, приводят к наиболее существенной проблеме национального (равно кросс-культурного, ценностного) подхода: игнорированию локального, индивидуального за ширмой глобального приговора, в то время как локальные результаты могут противоречить глобальной оценке. Наиболее ярко это проявляется в случае с Россией, культурный (точнее, социальный) код которой традиционно рассматривается как непредпринимательский в силу, как показывает А. Давыдов, высокой дистанции власти, высокого уровня избегания неопределенности и низкого индивидуализма [9]. А. Давыдов, как мы предполагаем, опирался на общие данные по стране. При этом локальные исследования Н. Латовой и Н. Лебедевой показывают, что российским студентам вполне свойственны ценностные инновативные установки Хофстеда и Шварца [20-22].

### 3.2. Этологический социокультурный подход к анализу ИП

Наиболее ярким представителем этологического подхода является Макс Вебер. Если Зомбарт делает характер предпринимателя производным от капиталистического духа [4, с. 112], то Вебер, наоборот, сам капитализм считает следствием протестантской этики, так как именно «пуританизм был носителем этоса рационального буржуазного предпринимателя» [4, с. 193]. Разносторонняя критика Вебера, по сути использовавшая его же аргументы [11], не отменяет центристского аргумента данного подхода: ключом к пониманию уровня предпринимательской активности является практически ориентированная система этико-мировоззренческих ценностей, которая либо содержит в себе импульс систематизации и монетизации жизни [4, с. 162, 186], либо приводит к вечному отставанию (а в современном социологическом срезе может показывать и отрицательные результаты [43]). Такой системой может быть не только протестантизм, но и (расширяя и преодолевая Вебера) католицизм [16], старообрядчество [6] и в том числе сам капиталистический этос как первичный по отношению к другим идеологическим течениям [37].

Этологический подход, на первый взгляд, позволяет преодолеть дискриминацию по национальному признаку, но именно это делает проблематичным корреляцию его результатов с экономическими данными. Это связано не только с тем, что ограничить для анализа этос, в отличие от страны, значительно сложнее, но прежде всего с характером самих результатов: эмпирическая основа этологического подхода перманентно антиномична, так как нередко сводится к постоянной полемике исследователей – представителей этосов, генерируемой желанием доказать предпринимательскую состоятельность каждого из них [12, с. 73]<sup>4</sup>. При этом сами аргументы подобных исследований касаются не актуальной предпринимательской деятельности, а отдельных исторических примеров, и

<sup>3</sup> Наряду с индексами индивидуализма (IDV) и избегания неопределенности (UAI).

<sup>4</sup> В том числе буддизма и православия – в заочной полемике с Вебером, лишившего данные этосы предпринимательского потенциала [30, 33].

указывают на присутствие в канонических текстах ее катализаторов. Данный факт не случаен, так как современная этологическая методология для анализа ИП не сформирована, и современные исследователи говорят о будущем теологическом (как ключевом аспекте этологии) повороте [42, 43].

### 3.3. Экосистемный социокультурный подходы к анализу ИП

В отличие от национального и этологического, экосистемный социокультурный подход является наименее зависимым от неverified метафизических факторов и при этом в силу не ангажированности смыслового пространства, объемности каркаса и емкости этажей позволяет вместить и примирить все рассмотренные подходы, используя их критерии и инструменты.

#### 3.3.1. Миросистемный анализ Фернана Броделя и трехмерный институциональный профиль страны

Т. Костовой как методологический каркас экосистемного социокультурного подхода

По нашему мнению, наиболее аутентичным методологическим каркасом экосистемного подхода к социокультурному домену предпринимательства являются миросистемный анализ Фернана Броделя и трехмерный институциональный профиль страны Татьяны Костовой. Поэтажно предлагаемая нами модель уже является верифицированной, что мы покажем далее.

Под первым, материальным этажом или «материальной цивилизацией» Ф. Бродель имел в виду обширную подрывочную зону повседневности, которую «трудно наблюдать из-за отсутствия достаточного объема исторических данных» [2, с. 34]. Но если мы рассматриваем повседневность не в историческом аспекте, а в современном, и используем когнитивный (популярное общественное знание) и нормативный (система ценностей) компоненты концепции Т. Костовой, то национальный и этологический подходы являются оптимальным способом понять, насколько почва, из которой произрастают корни рынка, способствует либо препятствует инновационному предпринимательству. Приоритетным подходом здесь является этнометрический, вспомогательным — экосистемный, а факультативным этологический. Как правило, в таких исследованиях в заглавие выносятся национальность респондентов и речь идет об их предпринимательском потенциале, который рассматривается отдельно либо в сравнении с представителями других стран [34, 35, 51].

Второй этаж — рыночная экономика, «то есть механизмы производства и обмена, связанные с деятельностью людей» [2, с. 33] — в нашей модели — это социокультурные основания деятельности акторов предпринимательской экосистемы. Приоритетным подходом на данном этаже становится экосистемный, сопутствующим — национальный, а этологический остается факультативным. Как правило здесь дела-

ются близкие выводы о значении вузовской среды для развития предпринимательских инициатив [11, 46], в том числе для создания новых предприятий [40], о роли программ по предпринимательству для генерации и адаптации жизнеспособных идей и непрямого финансирования стартап-деятельности [55], при этом с разной степенью пессимизма оцениваются низкие результаты инновационного предпринимательства.

Третий этаж — это «иерархические социальные структуры. Они искажают ход обмена в свою пользу, расшатывают установившийся порядок» [2, с. 34]. В условиях экосистемного подхода это «регулирующий компонент» концепции Костовой, под которым мы будем понимать не только правительственные, но все институты (в том числе корпоративные структуры (А. Грейф), которые оказывают непосредственное влияние на инновационное предпринимательство. Соответственно, эффективная политика университета, региона, корпорации, государства в сфере стимулирования инновационного предпринимательства делает их главными выгодоприобретателем как с финансовой, так и с имиджевой точки зрения, притягивая реальных и потенциальных акторов ИП.

#### 3.3.2. Емкость этажной структуры экосистемного подхода

Каждый экосистемный этаж позволяет применить методологию рассмотренных подходов, подчиняя их инструменты требованиям верификации, что показано в табл. 1.

На первом этаже анализируется отношение к ИП и инновационный потенциал всех респондентов выбранной локации (население страны, региона, все студенты и сотрудники вуза, служащие фирмы и т. п.). В домене Айзенберга это такие показатели, как «Tolerance of risk, mistakes, failure» и другие «Societal norms», в том числе «Social status of interpreneur», для которых в полной мере применимы подходы Г. Хофстеда и Ш. Шварца. В GEM это условие «I. Social and Cultural Norms», которое отвечает на вопрос «Does culture encourage and celebrate entrepreneurship?» [47], а также D1 «Entrepreneurial Education at School» и D2 «Entrepreneurial Education Post-School». Данный этаж — та исходящая от общества мировоззренческая и поведенческая атмосфера, которая способствует либо препятствует комфортному существованию жителям второго предпринимательского этажа. Важность этой атмосферы подчеркивает Й. Шумпетер, когда указывает на «демократический самоконтроль», ограниченность сферы действий политических решений (низкая дистанция власти у Хофстеда; ценность самостоятельности у Шварца), контроль действия над бюрократией как основу капитализма — этологического каркаса ИП [34, с. 689-695]. А в исследовании Дж. Голдстоунатаким каркасом для технологического господства Британии в начале XIX в. стала философия Ф. Бэкона<sup>5</sup> и бум изобретательства, охвативший британское общество в XVII в. [7, с. 298].

<sup>5</sup> Тогда как «Европа, очарованная картезианским рационализмом, отстала почти на столетие» [7, с. 298].

Методологические подходы к анализу СКД ИП

Социокультурный подход		Примеры опорных концепций и инструментов	Объект исследования	Преимущества	Недостатки
Этнический		Индексы (Г. Хофстеде), ценности (Ш.Шварц), когнитивный компонент (Т. Костова)	Нации, государства	Анализ и построение глобальных индексов по крупному национальному признаку	Возникновение ориенталистских концепций; апология национальной предпринимательской релевантности в ущерб методологии и верификации
Этологический		Типы действия (М.Вебер), индексы (Г. Хофстеде), ценности Шварца, когнитивный компонент (Т. Костова)	Носители определенного этоса (как правило религиозного)	Релевантный культурологический анализ взаимосвязи религиозного и предпринимательского самосознания	Апология предпринимательской состоятельности этоса в ущерб методологии и верификации
Эко-системный	Материальный этаж	Индексы (Г. Хофстеде), ценности (Ш. Шварц), неформальные поведенческие паттерны (Ш. Бегельсдейк), когнитивный (неформальный) компоненты (Т. Костова)	Группы акторов неформальных институтов в предпринимательских экосистемах, неформальные институты в диахроническом и синхроническом аспектах влияния на ПД	Выявление предпринимательского потенциала экосистемы в целом	«Доксический» (знание-мнение) характер полученных данных о предпринимательской деятельности
	Предпринимательский этаж	Индексы (Г. Хофстеде), ценности (Ш. Шварц), предпринимательские паттерны (Ш. Бегельсдейк) когнитивный и нормативный компонент (Т.Костова), методика университета Б. Кларка и Л. Крохмалья	Группы акторов инновационного предпринимательства, объединенные инфраструктурами	Эндогенное понимание специфики инновационного предпринимательства вне и в зависимости от экзогенных факторов	Не всегда прослеживается взаимосвязь с институциональными движителями экосистемы и экосистемной иерархией
	Институциональный (иерархический) регулирующий этаж	Регулирующий компонент (Т. Костова), методика университета Б. Кларка и Л. Крохмалья	Предпринимательская экосистема в контексте институционального профиля страны	Целостное понимание специфики инновационного предпринимательства во взаимосвязи институтов, процессов и акторов ИП	Стремление к локализации на удобных объектах (вузы) без расширения методологии до анализа триады нация-государство-предпринимательская экосистема

Амплификацией первого и переходом ко второму этажу может быть подход Бегельсдейка [41], который на основе сравнения паттернов ценностей предпринимателей и не предпринимателей выводит «средний показатель предпринимательских характеристик для всего населения» [1, с. 210; 41].

На втором этаже в аналитическом фокусе находятся акторы инновационного предпринимательства. Создание полноценной картины требует здесь подключения диахронического аспекта, а значит, легитимизирует те методы национального и этологического подходов, которые позволяют подсветить «Success stories» в домене «Культура», что делает аргументы, связанные с историей предпринимательства и факторами его формирования (религия, философия и т. п.) не оправдательными аргументами ad hoc, а верифицированной частью предпринимательского портрета исследуемой экосистемы.

В синхроническом аспекте анализируется социокультурная специфика деятельности акторов ИП. Здесь сохраняют свою актуальность методики Хофстеда, Шварца, но в качестве необязательных, так как на передний план выходят многокритериальные модели, в которых органически сочетаются социокультурные и эконометрические показатели. Примером

является авторская методика оценки предпринимательского потенциала Л. Крохмалья с использованием известных характеристик предпринимательского университета Б. Кларка. Методика включает в себя 26 критериев, распределенных по 5 блокам: крепкое управленческое ядро (соединение традиционных академических ценностей с сильными менеджерскими функциями); диверсификация источников финансирования; стимулирование академических структур; развитая периферийная инфраструктура; интегрированная предпринимательская культура [15]. Налицо возможность протянуть нити от первого этажа, так как, например, возможность диверсификации обуславливается низкой дистанцией власти и неконформизмом так же, как развитая периферийность — приоритетом ценности самостоятельности над ценностью власти и иерархии. А «интегрированная предпринимательская культура» в целом требует соответствующего уровня тех индексов и ценностей, которые непосредственно способствуют созидательному разрушению.

Менеджерские условия ИП («крепкое управленческое ядро» и др.) закономерно оцениваются на третьем иерархическом этаже. С одной стороны, на формирование данного этажа непосредственно влияет материальный этаж культурных убеждений, которые

«становятся составной частью итоговых институтов и направляют последующее институциональное и организационное развитие», а также создают сложности при заимствовании институциональных норм [8, с. 428-429], поэтому «любые сознательные усилия увеличить человеческий капитал низкоэффективных экономик должны строиться на четком понимании культурного наследия, присущего этой экономике» [25, с. 231]. С другой, эффективность институциональной (менеджеральной) структуры, которая формируется сверху (государством, по мнению Норта, или корпорациями, по мнению А. Грейфа), оценивается не только по уровню развития ИП, но и по тому, насколько созданная инфраструктура соответствует и способствует формированию «интегрированной предпринимательской культуры». Неслучайно Д. Норт акцентирует внимание на том, что воплощение экономической теории на практике невозможно без ее понимания ключевыми игроками — предпринимателями, которые имеют возможность «изменять рыночную структуру», а также «способны и готовы» данную теорию выполнять [25, с. 180]. Поэтому оптимальный социокультурный анализ иерархического уровня не может ограничиваться только оценкой влияния институтов и управленческих решений на развитие ИП, но подтягивает все предшествующие ступени. Так, в статье «An Assessment and Planning Methodology for University-Based: Entrepreneurship Ecosystems» авторы выделяют 14 показателей, включающие организацию и управление центром предпринимательства, вовлеченность студентов в ПД за пределами вуза, коммерциализацию технологий (IP), систему отслеживания деятельности по развитию венчурного бизнеса с соответствующей отчетностью и др. [54] В другом исследовании описываются анализ, структура и стратегии развития надежных универси-

тетских инновационных экосистем (UIES) на основе четырех факторов, которые определяют эффективность экосистемы:

- 1) высокий уровень предпринимательского таланта акторов;
- 2) децентрализованные, динамичные и диверсифицированные программы, связанные с предпринимательством;
- 3) технологические кластеры регионального частного сектора;
- 4) импорт инноваций из других исследовательских институтов [45].

А в работе Dana Sami Bakry применена иерархическая модель принятия решений (HDM) для построения обобщенной системы оценки экосистем. Стратегические цели, используемые в данной оценке, зависят от пяти точек зрения лиц, принимающих решения (как капиталисты Броделя на третьем этаже). Модель принятия решений связывает цели и инструменты экосистемы с перспективами ее развития: экономическими, экологическими, социальными, техническими и этическими [39].

### 3.3.3. Преодоление ригидных социокультурных оценок

Если в результате отдельно взятых национального и этнологического подходов формируются констатирующие оценки, которые как правило не могут быть положены в основу преобразований, то экосистемный подход преодолевает оценочную ригидность и позволяет выявить те ярусы, которые нуждаются в реформировании, что показано в табл. 2.

Мы исходим из того, что из низкого/среднего уровня материального этажа экосистемы ИП не может вырасти высокий предпринимательский

Таблица 2

Результаты экосистемного анализа СКД ИП и возможные преобразования

Этаж экосистемы	Результат	Возможные преобразования
Вариант 1		
Материальный	Низкий/средний уровень «societal norms» ИП и «social status of interpreneur»	Реформирование предпринимательской экосистемы в целом: образовательные программы, формирующие «societal norms» и «social status of interpreneur», прозрачные рыночные условия и государственные предпочтения для visible successes, wealth generation for founders, ambition, drive, hunger, welth creation
Предпринимательский	Низкий/средний уровень культуры ИП: visible successes, wealth generation for founders, ambition, drive, hunger, welth creation	
Управленческий	Низкий/средний уровень менеджеральной культуры ИП	
Вариант 2		
Материальный	Высокий уровень «societal norms» ИП и «social status of interpreneur»	Использование сильных неформальных институтов для создания формализованного пространства развития ИП
Предпринимательский	Низкий/средний уровень культуры ИП: visible successes, wealth generation for founders, ambition, drive, hunger, welth creation	
Управленческий	Низкий/средний уровень менеджеральной культуры ИП	
Вариант 3		
Материальный	Низкий уровень «societal norms» ИП и «social status of interpreneur»	Использование сильных формальных институтов (государство, корпорации) для адаптация/использования неформальных паттернов и создания социокультурных условий развития ИП
Предпринимательский	Низкий/средний уровень культуры ИП: visible successes, wealth generation for founders, ambition, drive, hunger, welth creation	
Управленческий	Высокий уровень менеджеральной культуры ИП	

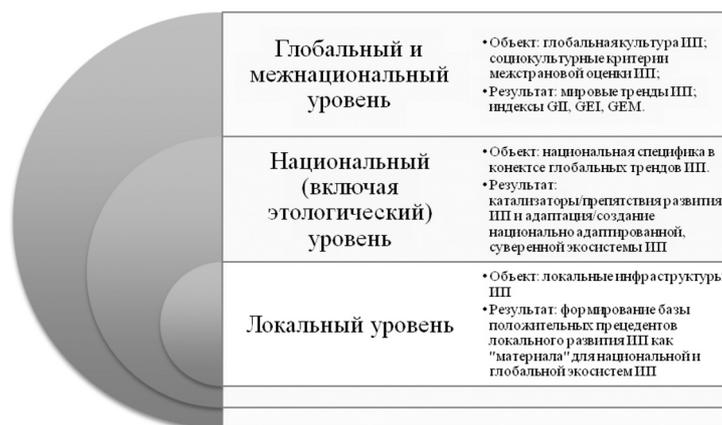


Рис. 1. Методологический потенциал трехэтажной модели

уровень, поэтому рассматриваем следующие варианты.

В первом варианте все этажи показывают низкий уровень, что не является приговором path dependence, так как реформы, которые должны исходить от третьего этажа, могут оказать позитивное влияние на материальный и вслед за этим на предпринимательский этаж. Данный вариант является наиболее сложным, так как требует преобразований сверху и «с нуля», без благодатной почвы, но опыт таких стран, как Сингапур, а также современное развитие КНР демонстрируют его возможность. При этом речь идет не о ломке не-предпринимательского национального паттерна, а об использовании его особенностей для формирования нового паттерна, который может стать альтернативой западному [26]. Так, Дуглас Норт указывает на систему семейной ответственности в Китае, которая создала структуру стимулов экономического развития вопреки часто разрушительному копированию западных институциональных моделей [25, с. 228].

Во втором варианте мы предполагаем высокий уровень «societal norms» ИП и «social status of interpreneur», что при этом не приводит к качественному скачку на предпринимательском этаже. Именно политика третьего этажа должна использовать благодатный материал для формирования продуктивной инфраструктуры ИП, что в свое время было продемонстрировано западными странами<sup>6</sup>.

Третий вариант требует формирования материального этажа за счет эффективной политики существующих или вновь создаваемых институтов. Данный путь сложнее и дольше второго варианта, но также является реальным. Современная инновационная политика России как раз направлена на создание предпринимательской культуры с возрастающей интегративностью, когда государство и крупные корпорации как драйверы рынков ИП с помощью различных форматов («точек кипения») вовлекает население в данную сферу (см. [59-61]).

### 3.3.4. Решение проблемы соотношения глобального и локального

Трехэтажная модель может не замыкаться только на государствах или вузовских экосистемах<sup>7</sup>, но по аналогии с абсолютным минимумом и максимумом Николая Кузанского имеет потенциал расширения от охвата мировых процессов в сфере ИП до их преломления в локальных государственных, национальных, региональных, этосных и других институциональных образованиях, что отражено на рис. 1.

В данном случае роль материального этажа выполняет локальный уровень, так как именно здесь возникают успешные прецеденты ИП, на основании которых формируется национальный, а потом и глобальный СКД ИП как общий фокус оценки. При этом в случае успешного национального опыта, который не соответствует глобальным критериям, возможна модификация или формирование адаптивного, или альтернативного паттерна ИП и суверенной стратегии развития ИП.

### Заключение

Инновационное предпринимательство представляет собой важный социальный институт, поскольку позволяет снизить часть организационных и этических барьеров на пути выхода инновационного продукта на рынок. Внедрение культуры инновационного предпринимательства в образовательные программы отечественных и зарубежных учебных заведений, а также развитие мер поддержки стартап-проектов вне всякого сомнения оказывает важный эффект, прежде всего отражающийся в популяризации самостоятельной деловой активности молодого поколения.

В данной работе были рассмотрены три укрупненных методологических подхода анализа СКД инновационного предпринимательства, в основе которых лежат следующие концепты: этнос, этос и экосистема.

<sup>6</sup> Массовые фирмы-спинофы как следствие скачкообразного роста расходов на национальные научно-технические проекты и программы в США, децентрализация национальной политики развития регионов в 1980-е гг. во Франции, ансамблевая структура ИТВ (Innovation Centre, Technology Park, Business Incubator) в Германии и т. п.

<sup>7</sup> Что логично, так как данный тип экосистемы — материнское плато для проявления, формирования и апробирования предпринимательских навыков.

Именно экосистемный подход позволяет преодолеть односторонность и ригидность тех оценок, которые формируются на уровне этнометрического и этологического подходов и укоренены в аксиоме «культура имеет значение».

Экосистемный подход не просто дает оценку того, насколько существующие паттерны соответствуют или не соответствуют общепринятому западному содержанию СКД инновационного предпринимательства, а позволяет адаптировать или диверсифицировать домен в зависимости от национальной специфики и формировать суверенное экосистемное пространство инновационной предпринимательской деятельности исходя из локальных положительных прецедентов и целей, сформированных на институциональном уровне.

Результаты проведенного исследования будут продолжены в последующих научных работах авторов и лягут в основу цикла учебных дисциплин, позволяющих проводить изучение феномена инновационного предпринимательства сейчас в параллели с развитием и реализацией целого ряда важных для страны стратегических проектов и инициатив.

\* \* \*

Исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы Университета ИТМО № 623081 «Исследование подходов и развитие методов к оценке технологий в целях коммерциализации вузовских инноваций в условиях формирования технологического суверенитета».

#### Список использованных источников

1. Ш. Бегельсдейк, Р. Маселанд. Культура экономической науке: история, методологические рассуждения и области практического применения в современности. М.: Изд-во Института Гайдара; Изд-во «Международные отношения»; Факультет свободных искусств и наук, 2016. 464 с. (Серия «Новое экономическое мышление».)
2. Ф. Бродель. Материальная цивилизация, экономика и капитализм XV-XVIII вв. Т. 1. Структуры повседневности. Возможное и невозможное. М.: Прогресс, 1986. 624 с.
3. О. В. Бурганов, М. А. Сарыгулов. Макроэкономические факторы и глобальный индекс предпринимательства//Проблемы современной экономики. 2019. № 3 (71). С. 205-211.
4. М. Вебер. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
5. Г. В. Ф. Гегель. Лекции по философии истории. СПб.: Наука, 1993, 2000. 480 с.
6. А. Г. Глинчикова. Индивидуализация личности в преддверии современности. М.: ИФРАН, 2012. 163 с.
7. Дж. Голдстоун. Почему Европа? Возвышение Запада в мировой истории, 1500-1850. М.: Изд-во Института Гайдара, 2014. 224 с.
8. А. Грейф. Институты и путь к современной экономике. М.: Изд. дом. Высшей школы экономики, 2013. 536 с.
9. А. А. Давыдов. Инновационный потенциал России: настоящее и будущее. Федеральное государственное бюджетное учреждение Институт социологии Российской академии наук. [http://www.isras.ru/blog\\_modern\\_3.html](http://www.isras.ru/blog_modern_3.html).
10. А. А. Давыдов. Размерности культуры и инновационное развитие. [https://ssars.ru/files/File/info/Cultural\\_Dimensions.pdf](https://ssars.ru/files/File/info/Cultural_Dimensions.pdf).
11. Н. В. Дерина. Университетская экосистема как экологический вектор высшего образования//Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 3. Т. 8. С. 1-10.
12. И. В. Забаев. Протестантская этика и дух капитализма: «критики» веберовской гипотезы 30-60-х гг. XX в.//Вестник ПСТГУ I: Богословие. Философия. 2008. Вып. 1 (21). С. 61-79.
13. В. Зомбарт. Буржуа: к истории развития современного экономического человека. В 3-х т. Т. 3. СПб.: Владимир Даль, 2005. 638 с.
14. Г. Кларк. Прощай, нищета! Краткая экономическая история мира. М.: Издательство Института Гайдара, 2012. 544 с.
15. Л. А. Крохмаль. Оценка предпринимательского потенциала университета//Дальневосточный аграрный вестник. 2016. № 2 (38). С. 103-113.
16. Ю. Кузнецов. Тезис о Вебере. <http://www.libertynews.ru/node/1132.html>.
17. Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют обществу прогрессу/Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. М.: Московская школа политических исследований, 2002. 320 с.
18. Курс Ш. Шварца «Использование базовых ценностей личности для понимания индивидуального поведения». <https://scr.hse.ru/news/35424235.html>.
19. Н. В. Латова, Ю. В. Латов. Этнометрические подходы к сравнительному анализу хозяйственно-культурных ценностей//Вопросы экономики. 2008. № 5. С. 80-102.
20. Н. В. Латова, Ю. В. Латов. Вестернизируется ли ментальность молодых россиян? (Анализ по методике Г. Хофстеда.) <https://dme.ru/docs/100/index-6659.html>.
21. Н. М. Лебедева. Ценности культуры и отношение к инновациям в России и Китае//Альманах современной науки и образования. № 11 (30). В 2-х ч. Ч. II. Тамбов: Грамота, 2009. С. 188-192.
22. Н. М. Лебедева. Кросс-культурные особенности отношения российской молодежи к инновациям. <https://publications.hse.ru/chapters/66134896>.
23. Н. М. Лебедева. Ценности и отношение к инновациям российских, канадских и китайских студентов//Психология и экономика в управлении. 2010. № 2. С. 59-68.
24. А. С. Ахизер. Россия: критика исторического опыта. От прошлого к будущему. Т. II. Социокультурный словарь. Новосибирск: Сибирский хронограф, 1998. 600 с.
25. Д. Норт. Понимание процесса экономических изменений. М.: Изд. дом Гос. ун-та ВШЭ, 2010, 256 с.
26. М. Г. Осипова. Сингапур: экономическая история. М.: Институт востоковедения РАН, 2019. 176 с.
27. В. В. Радаев. Еще раз о предмете экономической социологии//Экономическая социология. 2002. № 3. С. 21-34.
28. Э. Райнерт. Как богатые страны стали богатыми и почему бедные страны остаются бедными. М.: Изд. дом высшей школы экономики, 2016. 384 с.
29. Д. Е. Расков. «Избирательное сродство» экономики и религии: трактовка М. Вебера. <https://cyberleninka.ru/article/n/izbiratelnoe-srodstvo-ekonomiki-i-religii-traktovka-m-vebera>.
30. М. С. Уланов. Буддизм и современный бизнес//Вестник Калмыцкого университета. 2016. № 2 (30). С. 164-171.
31. Х. Уэрто де Сото. Социально-экономическая теория динамической эффективности. Москва, Челябинск: Социум, 2020. 427 с.
32. В. Г. Халин, Г. В. Чернова, С. А. Калайда. Экономические экосистемы и их классификация//Управленческое консультирование. 2021. № 27. С. 38-54.
33. Н. В. Харсеева. Духовно-нравственные основы российского предпринимательства. Дис. д. ф. н. Краснодар, 2015. 336 с.
34. Т. В. Цуканова. Роль вуза в формировании предпринимательских намерений студентов: российский контекст//Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 1 (161). С. 69-83.
35. Г. В. Широкова, Т. В. Цуканова, К. А. Богатырева. Факторы формирования предпринимательских намерений российских студентов//Вестник СПб. ун-та. Сер. «Менеджмент». 2015. Вып. 3. С. 21-46.
36. Й. А. Шумпетер. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо: 2008. 864 с.
37. В. П. Щербakov. Антропология Нового времени: производство «человека экономического»//Вестник торгового-технологического института. 2011. № 1 (4). С. 233-239.
38. O. Amat, M. A. Renart, M. J. Garcia-Lopez. Factors that determine the evolution of high-growth businesses//Intangible Capital. 2013. № 9 (2). P. 379-391.
39. Bakry Dana Sami. An Evaluation of the Effectiveness of Innovation Ecosystems in Facilitating the Adoption of Sustainable Entrepreneurship, Portland State University 2023. 190 p.
40. J. Bercovitz, M. Feldman. Fishing upstream: firm innovation strategy and university research alliances//Research Policy. Amsterdam. 2007. Vol. 36. № 7. P. 930- 948.
41. S. Beugelsdijk. Entrepreneurial culture, regional innovativeness and economic growth//Journal of Evolutionary Economics. 2007. 17.2. 187-210.
42. B. R. Smith, J. S. McMullen, M. S. Cardon. Toward a theological turn in entrepreneurship: How religion could enable transformative research in our field//Journal of Business Venturing. 36 (2021). 106139.
43. B. Smith, A. A. Gümüsay, D. M. Townsend. Bridging worlds: The intersection of religion and entrepreneurship as meaningful heterodoxy//Journal of Business Venturing Insights, 20, 2023.
44. C. L. Contiu, M. R. Gabor, D. Stefanescuc. Hofstede's Cultural Dimensions and Student's Ability to Develop an Entrepreneurial Spirit//Procedia — Social and Behavioral Sciences, 46 (2012), 5553-5557.

45. M. Cohen. Strategies for Developing University Innovation Ecosystems: An Analysis, Segmentation, and Strategic Framework Based on Somewhat Non-Intuitive and Slightly Controversial Findings. <https://ipira.berkeley.edu/sites/default/files/shared/docs/Strategies%20For%20Developing%20University%20Innovation%20Ecosystems%202016%20Sept%20Les%20Nouvelles.pdf>.
46. M. C. Flores, R. Grimaldi, S. Poli, E. Villani. Entrepreneurial universities and intrapreneurship: A process model on the emergence of an intrapreneurial university//Technovation. 2024. Vol. 129. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102906>.
47. Global Entrepreneurship and Development Institute (Global Entrepreneurship and Development Institute) 2013-2023. <https://www.e-elgar.com/shop/gbp/global-entrepreneurship-and-development-index-2013-9781849808446.html>; <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>.
48. G. Hofstede. Culture's consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills: Sage, 1980.
49. D. Isenberg. The big idea: how to start an entrepreneurial revolution//Harv. Bus. Rev. 2010, 88 (6), 41-50.
50. Isenbergs model of an entrepreneurship ecosystem Source. [https://www.researchgate.net/figure/Isenbergs-model-of-an-entrepreneurship-ecosystem-Source-Regh-Fuer-GmbH-2018\\_fig3\\_329015267](https://www.researchgate.net/figure/Isenbergs-model-of-an-entrepreneurship-ecosystem-Source-Regh-Fuer-GmbH-2018_fig3_329015267).
51. N. Z. Jaber. An analysis of the Palestinian culture using Hofstede's cultural framework and its' implication on teachers' classroom practices and student's cultural identity//Procedia — Social and Behavioral Sciences. 205, 2015, 292-295.
52. T. Kostova. Country institutional profiles: concept and measurement. Academy of Management Best Paper Proceedings. 1997.
53. C. Mason, R. Brown. Entrepreneurial ecosystem and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic. Netherlands, 2013.
54. M. H. Meyer, Ch. Lee, D. Kelley, G. Collier. An Assessment and Planning Methodology for University-Based: Entrepreneurship Ecosystems//The Journal of Entrepreneurship. June 2020, 1-34. doi: 10.1177/0971355720930571.
55. M. H. Morris, G. Shirokova, T. Tsukanova. Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration//European Journal of International Management. 2016. Vol. 11. № 1. P. 65-85.
56. M. Queirós, V. Braga, A. Correia. Cross-country analysis to high-growth business: Unveiling its determinants//Journal of Innovation & KnowledgeVolume. 2019. № 4. Iss. 3. July-September. P. 146-153.
57. Yi Zhang. Religion and unproductive entrepreneurship: The role of risk aversion//European Journal of Political Economy. Vol. 70. December 2021, 102038.
58. P. Барт. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1989. С. 39.
59. «Газпром нефть» предложила новые формы сотрудничества крупного бизнеса с молодыми предпринимателям. <https://life.ru/p/1495669>.
60. Сбер привлечет «Точки кипения» к масштабированию молодежных акселераторов. [https://news.rambler.ru/education/47117715/?utm\\_content=news\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://news.rambler.ru/education/47117715/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).
61. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. <https://minobnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/21801>.

## References

1. S. Beugelsdijk, R. Maseland. Kul'tura jekonomicheskoy nauke: istoriya, metodologicheskie rassuzhdeniya i oblasti prakticheskogo primeneniya v sovremennosti [Culture in economics: history, methodological reasoning and areas of practical application in modern times]. Moscow, Izd-vo Instituta Gajdara; Izd-vo «Mezhdunarodnye otnosheniya»; Fakultet svobodnykh iskusstv i nauk, 2016, 464 p. (Serija «Novoe jekonomicheskoe myshlenie».)
2. F. Braudel. Material'naja civilizacija, jekonomika i kapitalizm XV-XVIII vv. [Material civilization, economics and capitalism of the XV-XVIII centuries]. Vol. 1. Struktury povsednevnosti. Vozmozhnoe i nevozmozhnoe [Structures of everyday life. Possible and impossible]. Moscow: Progress, 1986. 624 p.
3. O. V. Burgonov, M. A. Sarygulov. Macroeconomic factors and the global entrepreneurship index//Problems of modern Economics [Problemy sovremennoj jekonomiki]. 2019. № 3 (71). P. 205-211.
4. M. Veber. Izbrannye proizvedeniya [Selected works]. Moscow: Progress, 1990. 808 p.
5. G. V. F. Hegel. Lekcii po filosofii istorii [Lectures on the philosophy of history]. Saint-Petersburg: Nauka, 1993, 2000. 480 p.
6. A. G. Glinchikova. Individualizacija lichnosti v predveri sovremennosti [Individualization of personality in the run-up to modernity]. M.: IFRAN, 2012. 163 p.
7. J. Goldstone. Pochemu Evropa? Vozvysenie Zapada v mirovoj istorii, 1500-1850 [Why Europe? The Rise of the West in World history, 1500-1850]. M.: Izd-vo Instituta Gajdara, 2014. 224 p.
8. A. Grejf. Instituty i put' k sovremennoj jekonomike [Institutes and the path to a modern economy]. M.: Izd. dom. Vyshej shkoly jekonomiki [Higher School of Economics], 2013. 536 p.
9. A. A. Davydov. Innovative potential of Russia: the present and the future. Federal State Budgetary Institution Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. [http://www.isras.ru/blog/modern\\_3.html](http://www.isras.ru/blog/modern_3.html).
10. A. A. Davydov. Dimensions of culture and innovative development. [https://ssars.ru/files/File/info/Cultural\\_Dimensions.pdf](https://ssars.ru/files/File/info/Cultural_Dimensions.pdf).
11. N. V. Derina. The university ecosystem as an ecological vector of higher education//Mir nauki. Pedagogika i psihologija [The world of science. Pedagogy and psychology]. 2020. № 3. Vol. 8. P. 1-10.
12. I. V. Zabaev. Protestant ethics and the spirit of capitalism: «critics» of the Weber hypothesis of the 30-60s of the XX century//Vestnik. PSTGU. Series I: Bogoslovie. Filosofija [Vestnik PSTGU. Series I: Theology. Philosophy]. 2008. Iss. 1 (21). P. 61-79.
13. V. Sombart. Bourgeois: towards the history of the development of modern economic man [Burzhua: k istorii razvitiya sovremennogo jekonomicheskogo cheloveka]. In 3 vols. Vol. 3. SPb.: Vladimir Dahl, 2005. 638 p.
14. G. Clark. Goodbye, poverty! A brief economic history of the world [Proshhaj, nisheta! Kratkaja jekonomicheskaja istorija mira.]. M.: Publishing House of the Gaidar Institute, 2012. 544 p.
15. L. A. Krokmal. Assessment of the entrepreneurial potential of the university. Dal'nevostochnyj agrarnyj vestnik [Far Eastern Agrarian Bulletin]. 2016. № 2 (38). P. 103-113.
16. Yu. Kuznetsov. The thesis about Weber. <http://www.libertynews.ru/node/1132.html>.
17. Kul'tura imeet značenje. Kakim obrazom čennosti sposobstvujut obshhestvennomu progressu [Culture Matters: How Values Shape Human Progress]/Edited by L. Harrison and S. Huntington. New York: Basic Books, 2000. 320 p.
18. The course of Sh. Schwartz's «Using the basic values of personality to understand individual behavior». <https://scr.hse.ru/news/35424235.html>.
19. N. Latova, Yu. Latov. Ethnometric approaches to the comparative analysis of economic and cultural values//Voprosy jekonomiki [Economic issues]. 2008. № 5. P. 80-102.
20. N. V. Latova, Yu. V. Latov. Do you have the mental health of molodykh rossijan? (Based on method G. Hofstede.) <https://dmee.ru/docs/100/index-6659.html>.
21. N. M. Lebedeva. Values of culture and attitude to innovations in Russia and China//Al'manah sovremennoj nauki i obrazovanija [Almanac of modern science and education]. № 11 (30). In 2 parts. Part II/ Tambov, Diploma, 2009. P. 188-192.
22. N. M. Lebedeva. Cross-cultural features of the attitude of Russian youth to innovation. <https://publications.hse.ru/chapters/66134896>.
23. N. M. Lebedeva. Values and attitude to innovations of Russian, Canadian and Chinese students//Psihologija i jekonomika v upravlenii [Psychology and Economics in management]. 2010. № 2. P. 59-68.
24. A. S. Akhiezer. Rossiya: Kritika istoricheskogo opyta. Ot proshlogo k budushhemu [Russia: criticism of historical experience. From the past to the future]. Vol. II. Sociocultural Dictionary, Novosibirsk: Siberian Chronograph, 1998. 600 p.
25. D. North. Ponimanie processa jekonomicheskikh izmenenij [Understanding the process of economic change]. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2010. 256 p.
26. M. G. Osipova. Singapur: jekonomicheskaja istorija [Singapore: Economic History]. Moscow: Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences, 2019. 176 p.
27. V. V. Radaev. Once again on the subject of economic sociology//Jekonomicheskaja sociologija [Economic sociology]. 2002. № 3. P. 21-34
28. E. Reinert. Kak bogatye strany stali bogatymi i pochemu bednye strany ostajutsja bednymi [How rich countries became rich and why poor countries remain poor], Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2016. 384 p.
29. D. E. Raskov. «Selective affinity» of economics and religion: interpretation by M. Weber. <https://cyberleninka.ru/article/n/izbiratelnoe-srodstvo-ekonomiki-i-religii-traktovka-m-vebera>.
30. M. S. Ulanov. Buddhism and modern business//Vestnik Kalmyckogo universiteta [Bulletin of the Kalmyk University]. 2016. № 2 (30). P. 164-171.
31. J. Huerto de Soto. Social'no-jekonomicheskaja teorija dinamičeskoj jeffektivnosti [Socio-economic theory of dynamic efficiency]. Moscow, Chelyabinsk: Socium, 2020, 427 p.
32. V. G. Khalin, G. V. Chernova, S. A. Kalayda. Economic ecosystems and their classification//Upravlencheskoe konsul'tirovanie [Managerial consulting]. 2021. № 27. P. 38-54.

33. N. V. Kharseeva. Duhovno-nravstvennye osnovy rossijskogo predprinimatel'stva. Dis. doct. philos. nauk [Spiritual and moral foundations of Russian entrepreneurship. Dr. phil. sci. diss.]. Krasnodar, 2015. 336 p.
34. T. V. Tsukanova. The role of the university in the formation of entrepreneurial intentions of students: the Russian context//Sovremennaja konkurencija [Modern competition]. 2017. Vol. 11. № 1 (161). P. 69-83.
35. G. V. Shirokova, T. V. Tsukanova, K. A. Bogatyreva. Factors of formation of entrepreneurial intentions of Russian students//Vestnik SPb. un-ta. Ser. «Menedzhment» [Bulletin of St. Petersburg University. Ser. «Management»]. 2015. Iss. 3. P. 21-46.
36. J. A. Schumpeter. Teorija jekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, socializm i demokratija [Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy]. Moscow: Eksmo, 2008. 864 p.
37. V. P. Shcherbakov. Anthropotechnologies of Modern times: the production of an «economic man»//Vestnik torgovo-tehnologicheskogo institute [Bulletin of the Trade and Technological Institute]. 2011. № 1 (4). P. 233-239.
38. O. Amat, M. A. Renart, M. J. Garcia-Lopez. Factors that determine the evolution of high-growth businesses//Intangible Capital. 2013. № 9 (2). P. 379-391.
39. Bakry Dana Sami. An Evaluation of the Effectiveness of Innovation Ecosystems in Facilitating the Adoption of Sustainable Entrepreneurship, Portland State University 2023. 190 p.
40. J. Bercovitz, M. Feldman. Fishing upstream: firm innovation strategy and university research alliances//Research Policy. Amsterdam. 2007. Vol. 36. № 7. P. 930- 948.
41. S. Beugelsdijk. Entrepreneurial culture, regional innovativeness and economic growth//Journal of Evolutionary Economics. 2007. 17.2. 187-210.
42. B. R. Smith, J. S. McMullen, M. S. Cardon. Toward a theological turn in entrepreneurship: How religion could enable transformative research in our field//Journal of Business Venturing. 36 (2021). 106139.
43. B. Smith, A. A. Gümüşay, D. M. Townsend. Bridging worlds: The intersection of religion and entrepreneurship as meaningful heterodoxy//Journal of Business Venturing Insights, 20 (2023).
44. C. L. Contiu, M. R. Gabor, D. Stefanescu. Hofstede's Cultural Dimensions and Student's Ability to Develop an Entrepreneurial Spirit//Procedia — Social and Behavioral Sciences, 46 (2012), 5553-5557.
45. M. Cohen. Strategies for Developing University Innovation Ecosystems: An Analysis, Segmentation, and Strategic Framework Based on Somewhat Non-Intuitive and Slightly Controversial Findings. <https://ipira.berkeley.edu/sites/default/files/shared/docs/Strategies%20For%20Developing%20University%20Innovation%20Ecosystems%202016%20Sept%20les%20Nouvelles.pdf>.
46. M. C. Flores, R. Grimaldi, S. Poli, E. Villani. Entrepreneurial universities and intrapreneurship: A process model on the emergence of an intrapreneurial university//Technovation. 2024. Vol. 129. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102906>.
47. Global Entrepreneurship and Development Institute (Global Entrepreneurship and Development Institute) 2013-2023. <https://www.e-elgar.com/shop/gbp/global-entrepreneurship-and-development-index-2013-9781849808446.html>; <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>.
48. G. Hofstede. Culture's consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills: Sage, 1980.
49. D. Isenberg. The big idea: how to start an entrepreneurial revolution//Harv. Bus. Rev. 2010, 88 (6), 41-50.
50. Isenbergs model of an entrepreneurship ecosystem Source. [https://www.researchgate.net/figure/Isenbergs-model-of-an-entrepreneurship-ecosystem-Source-Regh-Fuer-GmbH-2018\\_fig3\\_329015267](https://www.researchgate.net/figure/Isenbergs-model-of-an-entrepreneurship-ecosystem-Source-Regh-Fuer-GmbH-2018_fig3_329015267).
51. N. Z. Jaber. An analysis of the Palestinian culture using Hofstede's cultural framework and its' implication on teachers' classroom practices and student's cultural identity//Procedia — Social and Behavioral Sciences. 205, 2015, 292-295.
52. T. Kostova. Country institutional profiles: concept and measurement. Academy of Management Best Paper Proceedings. 1997.
53. C. Mason, R. Brown. Entrepreneurial ecosystem and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic. Netherlands, 2013.
54. M. H. Meyer, Ch. Lee, D. Kelley, G. Collier. An Assessment and Planning Methodology for University-Based: Entrepreneurship Ecosystems//The Journal of Entrepreneurship. June 2020, 1-34. doi: 10.1177/0971355720930571.
55. M. H. Morris, G. Shirokova, T. Tsukanova. Student entrepreneurship and the unviersity ecosystem: a multi-country empirical exploration//European Journal of International Management. 2016. Vol. 11. № 1. P. 65-85.
56. M. Queirós, V. Braga, A. Correia. Cross-country analysis to high-growth business: Unveiling its determinants//Journal of Innovation & KnowledgeVolume. 2019. № 4. Iss. 3. July-September. P. 146-153.
57. Yi Zhang. Religion and unproductive entrepreneurship: The role of risk aversion//European Journal of Political Economy. Vol. 70. December 2021, 102038.
58. R. Bart. Selected works. Semiotics. Poetics. M., 1989. P. 39.
59. Gazprom Neft proposed new forms of cooperation between large businesses and young entrepreneurs. <https://life.ru/p/1495669>.
60. Sber will involve Boiling Points in scaling youth accelerators. [https://news.rambler.ru/education/47117715/?utm\\_content=news\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://news.rambler.ru/education/47117715/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).
61. Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation. <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/21801>.