



NATIONAL RESEARCH  
UNIVERSITY

# **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ БИЗНЕСА: НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЙ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

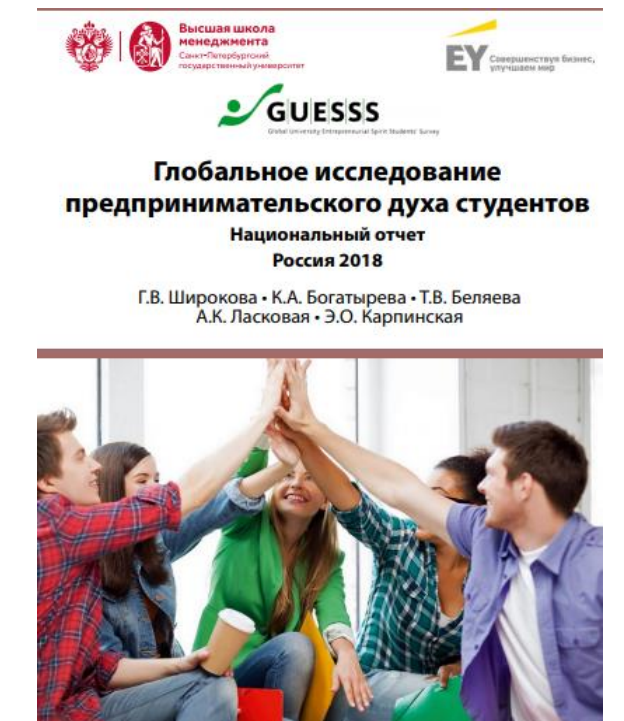
**Широкова Г.В., НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург**



# Коротко о себе...

## Руководство научными проектами (2018-2023)

- «От стартапа до глобальной инновационной компании: формирование источников конкурентных преимуществ российских предпринимательских фирм», грант РФФ (2019-2023 гг).
- «Проактивное поведение на уровне фирмы: мотивация, возможности, барьеры и эффекты на личностном и организационном уровнях» грант РФФ (2023-2025 гг.);
- «Международный проект GUESS – Глобальное исследование предпринимательского духа студентов – с 2011 г. каждые 2 года
- «Самостоятельность человека: теоретическое моделирование проактивного (агентного) действия в контексте открывающихся новых возможностей, рисков и углубленный эмпирический анализ на примере вопросов студенческого предпринимательства в сравнительной перспективе» (проект ЦФИ на 2023 г.).



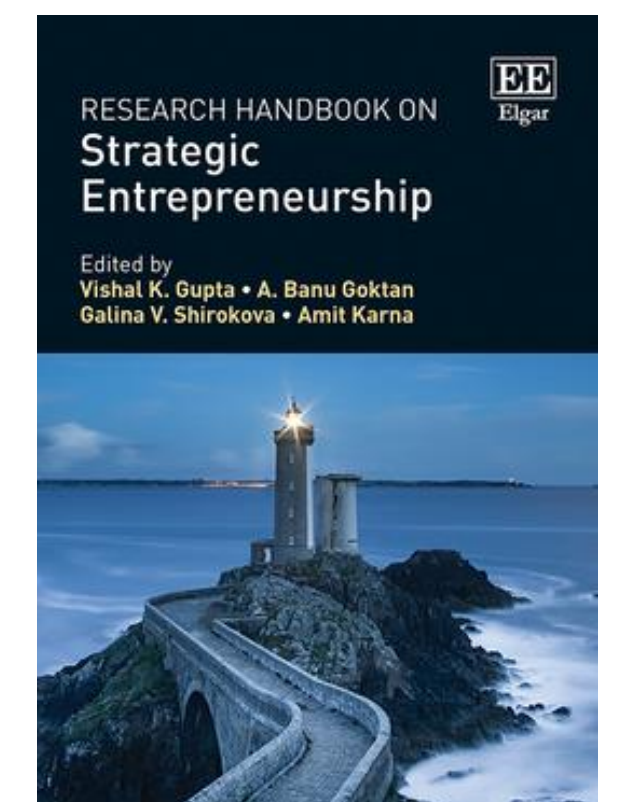
## Достижения

- Более 50 публикаций в ведущих международных журналах, 66 – в российских журналах.
- Индекс Хирша: WoS- 20, Scopus – 21, РИНЦ – 29.
- 2023 – Best paper Award, Международная конференция AIB MENA, Марокко.
- 2021 – награда «Выдающийся рецензент» журнала Journal of Small Business Management
- 2020 – награда «За лучшее эмпирическое исследование» Американской ассоциации малого бизнеса и предпринимательства (USASBE) 2020 года в г. Новый Орлеан, США (3-6 января)
- 2018 – награда Scopus Awards Russia 2018 как значимый в международном контексте российский ученый на основании таких показателей как публикационная активность, цитируемость работ и активность в научной деятельности
- 2018 – награда «За лучшее эмпирическое исследование» Американской ассоциации малого бизнеса и предпринимательства (USASBE) на Ежегодной конференции 2018 года в Лос-Анджелесе, США (11-14 января)
- Подготовлено к защите 7 кандидатов экономических наук



## Экспертная деятельность

- Членство в редакционных коллегиях рецензентов журналов Academy of Management Perspectives, Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of Developmental Entrepreneurship
- 2019 – 2023: член Экспертного совета Российского научного фонда (секция социальных и гуманитарных наук)
- 2014 – 2022: член Экспертного совета Научного фонда НИУ ВШЭ





# ПЛАН СЕМИНАРА

---

1. Роль контекста в развитии теории: пример исследований предпринимательства в России
2. Классификация контекстно-зависимых исследований
3. Как российские ученые могут внести вклад в развитие теории предпринимательства (менеджмента)
4. Нужна ли нам теория российского предпринимательства (менеджмента, маркетинга и т.д.)?
5. Пример исследования универсальной концепции менеджмента в российском контексте
6. Роль встроенных в контекст исследований в развитии российского бизнес-образования

Original Article

---

# The Role of Context for Theory Development: Evidence From Entrepreneurship Research on Russia

Galina Shirokova<sup>1</sup> , Tatiana Beliaeva<sup>2,3</sup> ,  
and Tatiana S. Manolova<sup>4</sup>

Entrepreneurship Theory and  
Practice

2023, Vol. 47(6) 2384–2418

© The Author(s) 2022

Article reuse guidelines:

[sagepub.com/journals-permissions](https://sagepub.com/journals-permissions)

DOI: 10.1177/10422587221138226

[journals.sagepub.com/home/etp](https://journals.sagepub.com/home/etp)





# МОТИВАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

---

- Предпринимательство и менеджмент встроены в определенный контекст. Необходимость и способы контекстуализации исследований движущих сил, результатов, форм и процессов предпринимательства все чаще признаются учеными (**Baker & Welter, 2018; Welter, 2011**).
- Использованию теорий, разработанных в контексте стран с развитой рыночной экономикой (преимущественно США и Западной Европы), часто не хватает точности или объясняющей силы в отношении предпринимательских явлений, происходящих в других странах (**Filatotchev, Ireland, & Stahl, 2021**)



# ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ВОПРОС

---

Большинство исследований, проводимых в контексте трансформирующейся экономики, по-прежнему “в значительной степени используют существующие теории менеджмента и редко предлагают новые теории” (Jia, You, & Du, 2012, стр. 174).

В результате мы до сих пор не имеем полного представления о том, как и в какой степени такие исследования обогащают наше понимание “многообразия организаций” (Welter et al., 2019, стр. 327).

Как исследования в области предпринимательства в определенном контексте способствуют развитию теории предпринимательства?



# ЧТО ТАКОЕ «КОНТЕКСТ»?

---

- Контекст может быть широко определен как “обстоятельства, условия, ситуации или окружающая среда, которые являются внешними по отношению к соответствующему явлению и влияют на него” (Welter, 2011, стр. 167).
- Можно выделить бесконтекстные (context-free), контекстно-чувствительные (context-sensitive) и контекстно-специфические (context-specific) управленческие знания (Tsui, 2004).
- Контекстуализация означает “привязку наблюдений к набору релевантных фактов, событий или точек зрения, которые делают возможными исследования и теории, формирующие часть большего целого” (Rousseau & Fried, 2001, стр. 1).



# ТИПОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

	Универсальный феномен	Российский феномен
Универсальные конструкты или теории	<p>Квадрант 1</p> <p>Валидация существующих теорий</p> $X_W \rightarrow Y_{WR}$	<p>Квадрант 3</p> <p>Переосмысление и привязка к существующим конструктам/теориям</p> $X_W \rightarrow Y_{WR} \rightarrow X_{WR}$ $X'_{WR} \rightarrow Y_{WR} \rightarrow X'_{WR}$
Специфичные для России конструкты или теории	<p>Квадрант 2</p> <p>Добавление новых конструктов/концепций к существующим теориям (пограничные исследования, модераторы/медиаторы)</p> $X_W \times \text{Mod}_T \rightarrow Y_{WR}$ $Y_R \rightarrow X_W + X_R \rightarrow Y_{WR}$	<p>Квадрант 4</p> <p>Создание новой теории</p> $Y_R \rightarrow X_R$





# КРИТЕРИИ ПОИСКА

---

- Список 50 ведущих журналов Financial Times (FT) и список журналов Chartered Association of Business Schools (CABS), Scopus и Web of Science
- термины (и их производные): “Russia” и “entrepreneur” или “small business”, или “founder\*”, или “venture\*”, или “enterprise\*”, или “family business\*”, или “new firm\*”.
- “Business, Management and Accounting” предметная область
- мы ограничили наш поиск журналами, занявшими 3, 4 и 4\* места в списке CABS
- Результат: 120 статьи в 54 журналах.
- Итоговая выборка – 66 статей



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СТАТЕЙ

	Наружу изнутри Универсальный феномен	Изнутри наружу Российский феномен
Универсальные конструкты или теории	Квадрант 1 Валидация существующих теорий <b>13</b>	Квадрант 3 Переосмысление и привязка к существующим конструктам/теориям <b>16</b>
Специфичные для России конструкты или теории	Квадрант 2 Добавление новых конструктов/концепций к существующим теориям <b>28</b>	Квадрант 4 Создание новой теории <b>9</b>



## КВАДРАНТ 1 (13 СТАТЕЙ): ПОДТВЕРЖДЕНИЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ ТЕОРИЙ

### *Три типа исследований*

- **1 группа** – проверялась применимость устоявшихся теорий предпринимательства, разработанных и апробированных в западном контексте
- **2 группа** – разрабатывались гипотезы и проверялись на выборках российских предпринимателей и владельцев малого бизнеса, не вникая в специфику контекста
- **3 группа** – Россия была частью межстранового набора данных, используемого для изучения проблем на макроуровне, региональном или индивидуальном уровне

Мы рассматриваем этот тип исследований как квазирепликационные исследования (Bettis, Helfat, & Shaver, 2016), которые фокусируются на оценке надежности и/или обобщаемости существующих теоретических предположений в различном контексте с различным дизайном исследования (Bettis et al., 2016).



## КВАДРАНТ 2 (28 СТАТЕЙ): ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ И ПРИВЯЗКА К СУЩЕСТВУЮЩИМ КОНСТРУКТАМ/ТЕОРИЯМ

---

- В исследованиях использовался российский контекст для добавления новых конструкций или концепций к существующим теориям с помощью **модератора/медиатора, зависящего от контекста.**
- Точность и прогностическая сила теорий были повышены за счет установления граничных условий или более детального объяснения формы или паттерна предпринимательского феномена в российском контексте.
- Исследования квадранта 2 аналогичны исследованиям **обобщения и концептуального расширения**, или “контекстуализации общих знаний” (*Whetten, 2002*). По сравнению с квадрантом 1, исследования, отнесенные к квадранту 2, теоретизируют контекст, расширяя существующие концептуальные модели и/или идеи, чтобы лучше понять частично объясненные явления в российском контексте, или то, что Фишер и Агинис (2017) называют “разработкой теории” (*Fisher & Aguinis, 2017*).



## КВАДРАНТ 3 (16 СТАТЕЙ): ДОБАВЛЕНИЕ НОВЫХ КОНСТРУКТОВ/КОНЦЕПЦИЙ К СУЩЕСТВУЮЩИМ ТЕОРИЯМ

---

- Все статьи в квадранте 3 переосмысливают существующие теории с помощью подхода “изнутри наружу”, основанного на наблюдаемых явлениях в России, тем самым обогащая существующие знания в области теории предпринимательства.
- Ученые начинают свои исследования феномена предпринимательства в новом контексте, используя определение из существующей литературы, однако в процессе исследования они могут обнаружить другое значение феномена или несколько новых измерений в дополнение к существующим, а затем разработать модель, включив переосмысленный конструкт в существующую теорию.
- Таким образом, они заставляют **знакомое казаться новым**, начиная со знакомой конструкции, и расширяют существующие знания с помощью контекстуализированного исследовательского процесса (Tsui, 2004).



## КВАДРАНТ 4 (9 СТАТЕЙ): ПОСТРОЕНИЕ НОВОЙ ТЕОРИИ

- Статьи в квадранте 4 представляют собой пример исследований с "наивысшим уровнем контекстуализации", которые следуют подходу "сделать новое знакомым" (Tsui, 2004). Авторы этих исследований анализируют предпринимательские феномены в том виде, в каком они существуют в местном контексте, используя индуктивный подход для генерации теории. Они учитывают роль культуры, институтов и политической ситуации при анализе предпринимательского поведения и действий отдельных лиц и фирм в российском контексте.'
- Новые теории, разработанные во всех девяти исследованиях, можно было бы обозначить как теории среднего уровня (Bruton et al., 2021; Merton, 1968) или "пропозициональные теории", а не "парадигматические теории' (Whetten, 2009). Другими словами, теории формулируются как пропозиции, объясняющие взаимосвязь между конструкциями.
- Все предлагаемые новые теории ограничены контекстом или/и зависят от контекста, даже если в некоторых случаях контекстуальные допущения теории явно не определены.



# РЕЗУЛЬТАТЫ

---

- **Первый подход** (представленный в квадрантах 1 и 2) либо не зависит от контекста, либо фокусируется на "контекстуализирующей теории" (Welter, 2011), опираясь на существующие модели и включая некоторые контекстуальные факторы для тестирования, валидации или модификации теорий предпринимательства, разработанных в западном контексте. Основная ценность таких исследований заключается в том, что они могут расширить знания о предпринимательстве за счет расширения граничных условий и выявления новых непредвиденных обстоятельств для существующих теорий предпринимательских явлений
- **Второй подход** (представленный в квадрантах 3 и 4) зависит от контекста и фокусируется на "теоретизировании контекста" (Welter, 2011), а также на понимании местных предпринимательских явлений и влиянии местного контекста на природу предпринимательства. Главная ценность такого рода исследований заключается в том, что они могут существенно продвинуть накопленные знания о предпринимательстве за счет переосмысления существующих концепций и построения новых теорий.



# ДИСКУССИЯ

---

- Отсутствие парадигмальных теорий, разработанных с помощью контекстного теоретизирования.
- Нам нужно больше исследований, которые используют новый контекст для изучения как новых, так и знакомых явлений и фокусируются на построении новой теории с помощью процесса контекстного теоретизирования (Zahra et al., 2014).





# ЧТО ДЕЛАТЬ?

---

1. Квазирепликационные количественные исследования
2. Реконцептуализация универсальных феноменов
3. Встраивание российских феноменов в общую теорию
4. Создание теории российского предпринимательства

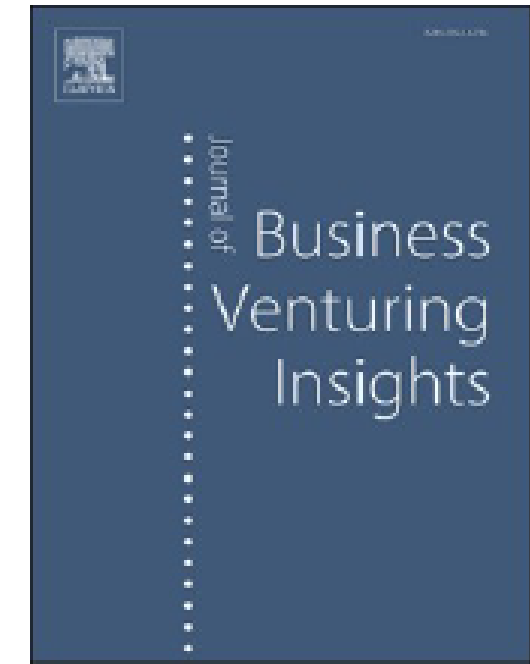


ELSEVIER

Contents lists available at [ScienceDirect](#)

## Journal of Business Venturing Insights

journal homepage: [www.elsevier.com/locate/jbvi](http://www.elsevier.com/locate/jbvi)



# Entrepreneurial orientation as a mediator of ADHD – Performance relationship: A staged quasi-replication study

Galina Shirokova<sup>a</sup>, Elena Shakina<sup>a</sup>, Violetta Bacon-Gerasymenko<sup>b,\*</sup>,  
William Wales<sup>c</sup>

<sup>a</sup> National Research University Higher School of Economics, Department of Management, St. Petersburg, 3A Kantemirovskaya Street, St Petersburg, 194100, Russia

<sup>b</sup> Oregon State University, College of Business, 320 Austin Hall, Corvallis, OR, 97331-2603, USA

<sup>c</sup> University at Albany-SUNY, School of Business, 1400 Washington Ave, Albany, NY, 12222, USA





Гипотезы	Статья Yu et al., 2021	Статья Shirokova et al., 2022		
		Этап 1	Этап 2	Этап 3
1. Симптомы гиперактивности/импульсивности предпринимателя с СДВГ положительно связаны с предпринимательской ориентацией (ПО)	Подтверждена	<b>Отклонена</b>	Подтверждена	Подтверждена
2. ПО положительно связана с результативностью фирмы	Подтверждена	Подтверждена	Подтверждена	Подтверждена для 2 из 3 элементов ПО: проактивность и инновационность
3. ПО является медиатором между гиперактивными/импульсивными симптомами СДВГ предпринимателя и результативностью фирмы	Полная медиация	<b>Не подтверждена</b>	<b>Частичная медиация</b>	(1) <b>Частичная медиация</b> подтверждена для <b>гиперактивности-импульсивности</b> (2) <b>Полная медиация</b> подтверждена для <b>невнимательности</b>




理組  
研織  
究管

Management and  
Organization Review

*Management and Organization Review* 16:1, February 2020, 107–138  
doi: 10.1017/mor.2019.24

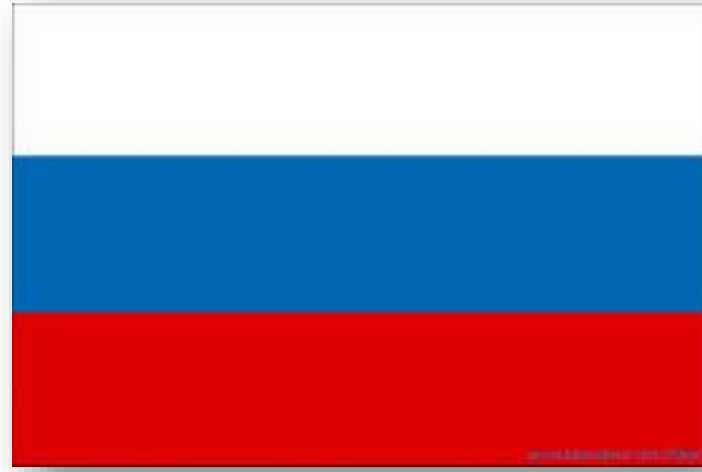
理組  
研織  
究管

## Striving for Entrepreneurial Autonomy: A Comparison of Russia and the Netherlands

Marco Van Gelderen,<sup>1</sup>  Galina Shirokova,<sup>2</sup>  
Vladimir Shchegolev,<sup>3</sup> and Tatiana Beliaeva<sup>2,4</sup>

<sup>1</sup>*Vrije Universiteit, The Netherlands*, <sup>2</sup>*St. Petersburg University, Russia*, <sup>3</sup>*Peter the Great St. Petersburg Polytechnical University, Russia*, and <sup>4</sup>*LUT University, Finland*

# Сравнение



## Выживание

Свобода **от (чего-то)**  
(негативная свобода)

Сильный & Выносливый

Голодные игры?



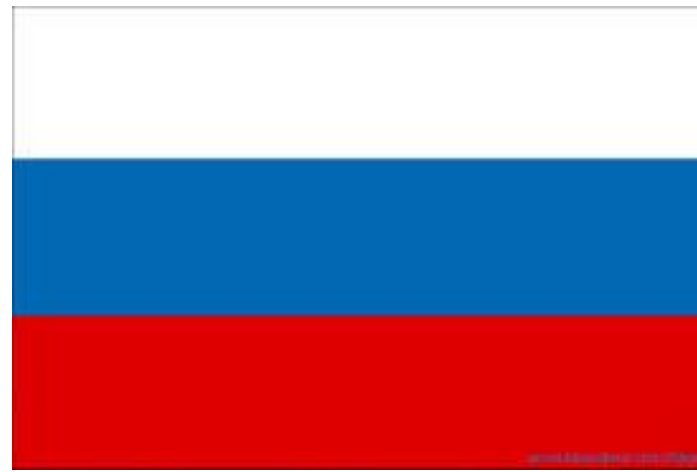
## Самовыражение

Свобода **для (чего-то)**  
(положительная свобода)

Слабый & Невинный

Покахонтас?





# A Comparison



Survival

Freedom **From**

(negative freedom)

Strong & Tough



Hunger G

Self-Expression

Freedom **To**

(positive freedom)

Weak & Innocent



Pocahontas?



NATIONAL RESEARCH  
UNIVERSITY

# **ПРОЯВЛЕНИЕ ФЕНОМЕНА ПРОАКТИВНОСТИ В РОССИЙСКИХ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМАХ: РОЛЬ КОНТЕКСТА**

**Широкова Г.В., НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург**

**Артамошина П.С., НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург**

**Карпинская Э.О., НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург**

**Манолова Т. С., Университет Бентли (Bentley University),  
США**



- Как **российский контекст** влияет на проявление **феномена проактивности** в российских малых и средних фирмах на трех уровнях – топ-менеджмента, сотрудников и фирмы?





# ПРОАКТИВНОСТЬ: ЧТО ЭТО?

---

- **Проактивность** – поведение, характеризующееся **действиями**, направленными на **предупреждение проблем** (acting in advance) и фокусирующимися на **достижение будущих целей** (focus on intended future outcomes) (Grant, Ashford, 2008).
- Концептуализация проактивности включает три типа поведения: **поиск обратной связи** (feedback-seeking), **построение сети контактов** (network-building), и **решение проблем** (problem-solving) (Parker et al., 2006; Kiss et al., 2022).



# АСПЕКТЫ ПРОАКТИВНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИОННОМ КОНТЕКСТЕ

Конструкт	Ключевые измерения	Источники
Проактивность руководителей	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Инициирование изменений/ улучшений во внешней среде/ отрасли/ организации/ самом себе</li> <li>- Принятие упреждающих мер</li> <li>- Осознание возможностей/ будущих неопределенностей/ будущих проблем</li> <li>- Создание и использование сетей с заинтересованными сторонами/ потенциальными партнерами/ конкурентами со стратегической направленностью</li> <li>- Устойчивость, несмотря на трудности</li> <li>- Борьба с конкурентами</li> <li>- Лидерство в области инноваций на рынке</li> </ul>	<p>Kiss, Cortes, &amp; Herrmann, 2022; Lam et al., 2018; Heavey, Simsek, &amp; Fox, 2015; Doz &amp; Kosonen, 2010; Lumpkin &amp; Dess, 2001; Covin &amp; Slevin, 1986</p>
Проактивность сотрудников	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проявление инициативы и ответственности</li> <li>- Принятие упреждающих мер для инициирования изменений/ внесения улучшений / предотвращения проблем в применении к организации, коллегам, самому себе</li> <li>- Изучение нового для управления ситуационными факторами / планирование изменений / представление другого будущего</li> <li>- Осознание возможностей/ будущих неопределенностей/ будущих проблем</li> <li>- Выход за рамки ожиданий/требований/норм/рабочих ролей</li> <li>- Устойчивость, несмотря на трудности</li> <li>- Принятие рисков</li> <li>- Создание и использование сетей контактов (networks)</li> </ul>	<p>Zhang, Law, &amp; Wang, 2021; De Stobbeleir, Ashford, &amp; Zhang, 2020; Lee et al., 2019; Schilpzand, Houston, &amp; Cho, 2018; Strobel et al., 2017; Yu &amp; Davis, 2016; Ashford &amp; Black, 1996; Schmitt, Den Hartog, &amp; Belschak, 2016; Welbourne et al., 1998; Frese &amp; Fay, 2001; García-Chas, Neira-Fontela, &amp; Varela-Neira, 2015; Grant, Gino, &amp; Hofmann, 2011</p>
Проактивность фирмы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Предвидение будущего регулирования/ социальных тенденций/ новых возможностей</li> <li>- Принятие мер по содействию улучшениям/предотвращению проблем</li> <li>- Использование новых возможностей/ кризисной ситуации</li> <li>- Выход за рамки ожиданий/требований</li> <li>- Лидерство в отрасли</li> <li>- Агрессивность по отношению к конкурентам</li> </ul>	<p>Brege &amp; Kindström, 2020; Aragón-Correa &amp; Sharma, 2003; Srinivasan, Rangaswamy, &amp; Lilien, 2005; Challagalla, Venkatesh, &amp; Kohli, 2009; Darnall, Henriques &amp; Sadorsky, 2010; Cennamo et al., 2012; Brege &amp; Kindström, 2020; Korteweg, Schwert, &amp; Strebulaev, 2022; Vij &amp; Bedi, 2012, Miller, 1983</p>



- **Данные:** 18 фирм малого и среднего бизнеса
- **Сбор данных:** полуструктурированные интервью, методы прямого наблюдения, информация о компании в интернете
- **Анализ данных:** тематический анализ (Braun & Clarke, 2006; Guest et al., 2012).



- **Эквивалентность конструкта:** предвосхищение и предвидение проблем/возможностей; идеолог и инициатор перемен/ориентации на будущее; дальновидность; управление своим будущим и судьбой
- **Отличительность конструкта:** саморазвитие и самореализация; идти против правил; изменять мир к лучшему
- **Новое в конструкте:** способность убеждать партнеров и инвесторов и избегать одиночества идей.



- **Эквивалентность конструкта:** инициатива (ожидания руководителей); трудолюбие; прогнозирование и предвосхищение проблем; подача сигналов руководству своевременно; готовность превзойти ожидания; креативность; сосредоточенность на результатах.
- **Отличительность конструкта:** проактивность только в рамках прямых обязанностей и функций сотрудника (in-role only)
- **Новое в конструкте:** ожидание указаний руководства («инициатива наказуема»).



## ВЫВОДЫ ПО ПРОАКТИВНОСТИ ФИРМЫ

---

- **Эквивалентность конструкта:** лидерство в отрасли; внедрение нового; ориентация на будущее; поиск новых возможностей для бизнеса.
- **Отличительность конструкта:** проактивность тождественна инновационности
- **Новое в конструкте:** подходящий контекст (в стабильных условиях проактивность не нужна)



## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Наши результаты свидетельствуют о том, что проактивность как феномен **в значительной степени зависит от контекста** и по-разному проявляется на разных организационных уровнях. Несмотря на совпадения в некоторых случаях, мы выявили **отличительные и новые особенности проактивного поведения на разных организационных уровнях:**

- **Для руководящего уровня:** способность убеждать партнеров и инвесторов и избегать одиночества идей.
- **Для уровня сотрудников:** прямой запрос от руководства
- **Для уровня фирмы:** подходящий контекст

**Основные факторы национального контекста**, влияющие на проактивное поведение и его проявление:

- **Историческое развитие России** – коммунистическое прошлое, СССР (Estrin et al., 2009; Kickul et al., 2010).
- **Культурная специфика** – высокий уровень дистанции власти и избегания неопределенности, коллективистское общество и нацеленность на построение межличностных отношений и доверия (Hofstede et al., 2010; Welter et al., 2004).
- **Влияние религии** – стремление минимизировать риски, уменьшение социального капитала, важного для предпринимательства (Djankov & Nikolova, 2018; Tovar-García, 2022)



- Вклад в литературу в области **проактивности и ее проявлений на трех уровнях** - фирмы, руководители и сотрудники.
- Расширение и **уточнение знания о феномене проактивности**, выделяя предпосылки его возникновения и ограничения на уровне руководителей, сотрудников и фирмы.
- Дополняем дискуссию **о контекстуализации предпринимательства** и необходимости изучения и уточнения концепций и теорий в различных контекстах (**Shirokova et al., 2022**).





1. Проактивность фирмы напрямую зависит от ее текущего уровня развития, прозрачности бизнес-процессов, четкости иерархии и распределения обязанностей. Руководителям высшего звена, и в частности владельцам и генеральным директорам, чрезвычайно важно стремиться к созданию гибкой, но понятной организационной структуры и стратегии развития, чтобы обеспечить основу для плодотворной организационной культуры, которая, в свою очередь, будет стимулировать проактивность сотрудников и, следовательно, фирмы в целом.
2. В условиях развивающихся рынков руководители должны стимулировать проактивное поведение фирмы в рамках нишевых стратегий, поскольку это может дать толчок к развитию в краткосрочной перспективе и возможность для интенсивного развития в будущем.
3. Чтобы стимулировать проактивность сотрудников и линейного руководства, руководителям необходимо учитывать контекстуальные особенности в виде культуры, исторического и экономического развития.



---

# Дискуссия