

## **ЭФФЕКТУАЦИЯ И КАУЗАЦИЯ: ВЗАИМОСВЯЗЬ УНИВЕРСИТЕТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ И ВЫБОРА ТИПА ПОВЕДЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ БИЗНЕСА СТУДЕНТАМИ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ**

**Г. В. ШИРОКОВА, К. А. БОГАТЫРЕВА**

*Высшая школа менеджмента СПбГУ*

**Т. А. ГАЛКИНА**

*Академия Або, Финляндия*

В данной статье рассматривается университетская предпринимательская инфраструктура как важная составляющая предпринимательской среды, которая в значительной степени связана с поведением и особенностями процесса принятия решений студентами-предпринимателями. Теоретическая значимость данного исследования заключается в расширении теории эффектуации и изучении взаимосвязи университетской предпринимательской инфраструктуры и логики принятия решений студентами-предпринимателями. В результате исследования было установлено, что благоприятная предпринимательская среда в университете положительно связана с формированием каузативного типа поведения студентов-предпринимателей, в то время как финансовая поддержка со стороны университета связана с развитием обоих типов предпринимательского поведения. Наличие связи между развитием социальных предпринимательских сетей и систем наставничества и формированием эффектуационного и каузативного поведения студентов-предпринимателей, а также между количеством курсов по предпринимательству, преподаваемых в университете, и каузативным поведением подтвердить не удалось. Данные взаимосвязи были установлены только при учете фактора активного участия студентов в процессе обучения предпринимательству и развития социальных сетей и систем наставничества. Исследование базируется на данных международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов». В выборку вошли 2324 студента-предпринимателя из 26 стран, принимавших участие в этом проекте в 2011 г.

*Ключевые слова:* эффектуация, каузация, студенты-предприниматели, университетская инфраструктура, «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов».

На современном этапе своего развития теория предпринимательства охватывает целый ряд направлений, различающихся в первую очередь предметом исследования и научных дискуссий. Работы, посвященные рассмотрению проблем предпринимательского поведения, предпринимательских намерений и предпринимательской ориентации, занимают в области исследований предпринимательства отдельную нишу (см., напр.: [Shane, Venkataraman, 2000; Carter et al., 2003; Welter, Smallbone, 2011; Schlaegel, He, Engle, 2013; Clercq, Dimov, Thongpapanl, 2013; Wales, Gupta, Mousa, 2013; Широкова, Соколова, 2013]). Современные исследования предпринимательского поведения и механизмов принятия решений зачастую основываются на неоклассической и поведенческой теориях, а также на предпосылках, разработанных в рамках австрийской экономической школы [Endres, Woods, 2006]. Тем не менее исследователи также предпринимают попытки выявить предпосылки и детерминанты предпринимательского поведения, рассматривая их сквозь призму иных теорий и подходов. Например, в работе [Kuechle, 2013] данный феномен изучается с точки зрения теории игр и на уровне предпринимателя как индивида; в работе [Eddleston, Kellermanns, Zellweger, 2012] предпринимательское поведение рассматривается с позиции организационной теории на уровне фирмы; в работе [Welter, Smallbone, 2011] изучается зависимость предпринимательского поведения от определенного контекста согласно институциональной теории. В то же время необходимо отметить недостаточную изученность данного феномена и растущий интерес к разнонаправленным исследованиям в этой области (см., напр.: [Endres, Woods, 2006; Sundqvist et al., 2012]).

*Теория эффектуации* (effectuation theory), впервые наиболее полно представленная в работе [Sarasvathy, 2001], дает новое понимание логики, лежащей в основе

тех или иных действий предпринимателя, предлагая альтернативу традиционной *каузативной логике* предпринимательского поведения (causation). Некоторые исследователи утверждают, что данная теория ведет к значительным изменениям подходов к пониманию процессов принятия предпринимательских решений на стадии запуска нового бизнес-проекта в условиях неопределенности [Perry, Chandler, Markova, 2012]. Будучи перспективной и быстрорастущей областью исследования, теория эффектуации с точки зрения принятия решений предпринимателями все же остается недостаточно изученной [Perry, Chandler, Markova, 2012; Svensrud, Åsvoll, 2012]. Ученые пытаются ответить на вопросы о наличии зависимостей между различными компонентами эффектуации как в рамках теории предпринимательства, так и без привязки к ней. Кроме того, теория эффектуации подвергается критике в связи с тем, что она была разработана на основе эмпирических исследований поведения опытных предпринимателей, т. е. только представителей определенной группы, и не содержит анализа поведения потенциальных предпринимателей и нарождающихся предпринимателей без опыта предпринимательской деятельности. Вполне возможно, что начинающий предприниматель такой логике может и не следовать [Perry, Chandler, Markova, 2012]. Таким образом, исследования эффектуационного поведения начинающих или нарождающихся предпринимателей являются востребованными.

Наличие системы, которая позволяет формировать и развивать способности образованных и высококвалифицированных предпринимателей, имеет большое значение для создания сильной экономики в современном мире [Scott, Twomey, 1988]. В частности, идея стать предпринимателем становится все более привлекательной для многих студентов, поскольку данная карьерная перспектива рассматривается как

способ участия на рынке труда без потери личной свободы [Martinez, Mora, Vila, 2007]. Кроме того, целесообразность создания собственного бизнеса также связана с уровнем безработицы в стране [Reynolds, Miller, Maki, 1995; Reynolds, Storey, Westhead, 1994] и государственной политикой (например, обеспечение необходимой инфраструктуры для новых предприятий, предоставление налоговых льгот и программ поддержки), направленной на поощрение предпринимательства и развитие инновационных отраслей [Lee et al., 2006]. Помимо этого, рост разочарования в работе на крупных предприятиях [Kolvereid, 1996] является еще одной причиной интереса к предпринимательству как карьерному выбору [Jackson, Vitberg, 1987]. Те ценности, которые люди получают в результате самостоятельной занятости (независимость, решение сложных задач и самореализация), становятся для многих все более важными [Lüthje, Franke, 2003].

Вопрос о том, почему выпускники университетов выбирают или, напротив, не выбирают карьеру предпринимателя, занимает внимание ученых, работающих в области исследований предпринимательства, на протяжении нескольких последних десятилетий [Autio et al., 2001; Iakovleva, Kolvereid, Stephan, 2011; Kolvereid, 1996; Krueger, Reilly, Carsrud, 2000]. Есть несколько теорий, стремящихся объяснить основные факторы, способствующие трансформации намерений в реальные действия по созданию бизнеса. Среди них можно отметить теорию запланированного поведения (theory of planned behavior — TPB) [Ajzen, 1991], теорию предпринимательских событий (theory of the entrepreneurial events) [Shapiro, Sokol, 1982], модель реализации предпринимательских идей (model of implementing entrepreneurial ideas) [Bird, 1988] и модель максимизации ожидаемой полезности (maximization of the expected utility model) [Douglas, Shepherd,

2002]. Кроме того, в некоторых работах указывается на то, что такие концепции, как автономия [Van Gelderen, Jansen, 2006], ролевые модели [Van Auken, Fry, Stephens, 2006] и импровизация [Hmieleski, Corbett, 2006], могут быть использованы для объяснения формирования предпринимательских намерений индивидуума. Значимое влияние оказывают также личностные характеристики, такие как локус контроля [Bonnett, Furnham, 1991], готовность к риску [Hisrich, Peters, 1995] и потребность в достижении.

Помимо индивидуальных характеристик внимание исследователей в этой области направлено на изучение внешних факторов (контекстуальные факторы, или факторы окружающей среды) [Autio et al., 1997; Franke, Lüthje, 2004; Lüthje, Franke, 2003]. Эмпирическое исследование [Lüthje, Franke, 2003] показало, что восприятие внешних факторов (воспринимаемые контекстуальные барьеры и поддержка) напрямую влияет на формирование предпринимательских намерений студентов. Кроме того, было выявлено, что разница в намерениях во многом объясняется различиями в восприятии студентами предпринимательской среды, которая их окружает и в которой они проводят значительную часть своего времени [Franke, Lüthje, 2004]. Частью этой предпринимательской среды является университетская инфраструктура.

Целью данной статьи является изучение взаимосвязи между университетской инфраструктурой и эффектуационным и каузативным поведением студентов-предпринимателей. Статья имеет следующую структуру: в первом разделе раскрывается теоретическая основа исследования, формулируются гипотезы; второй раздел посвящен описанию методов эмпирического исследования; третий содержит основные результаты анализа; в четвертом разделе приводится обсуждение полученных результатов. В заключении сделаны основные

выводы, представлены ограничения и приведены возможные направления дальнейших исследований в рассматриваемой области.

## ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА И ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

### *Различия между эффектуацией и каузацией*

Существующие исследования в области предпринимательства выделяют два основных подхода к принятию предпринимательских решений в процессе создания нового бизнеса: *эффектуацию* (effectuation) и *каузацию* (causation).<sup>1</sup> Данные подходы предполагают разную степень вовлеченности в процессы формального анализа, планирования и прогнозирования. Каузация — это рациональный способ принятия решений, основой которого служит проведение тщательного анализа, основанного на причинно-следственной логике поведения [Perry, Chandler, Markova, 2012]. Как альтернатива этому подходу, эффектуация предполагает действия в зависимости от обстоятельств и «творческий» подход к принятию решений, с учетом имеющихся ресурсов [Sarasvathy, 1998].

Становление теории эффектуации приходится на конец 1990-х гг. — начало 2000-х гг. [Sarasvathy, Simon, Lave, 1998; Sarasvathy, 2001]. С точки зрения данной теории эффектуация представляет собой логику принятия предпринимательских решений, в которой отсутствует жесткая предопределенность по линии «цель — средства». Она является альтернативой каузативной логике, которая выстраива-

ется исходя из поставленных целей. В работе [Sarasvathy, 2001] утверждается, что в рамках каузативной логики сначала определяется желаемый результат, а затем подбираются средства для его достижения, тогда как в рамках эффектуационной логики сначала осмысливается имеющийся набор средств, а затем определяется, какие результаты могут быть достигнуты с их помощью. Автор этой теории также уточняет, что «каузативные задачи — это задачи принятия решения; эффектуационные задачи — это задачи дизайна. Каузативная логика помогает выбирать из имеющихся вариантов, тогда как эффектуационная логика позволяет эти варианты проектировать и выстраивать. Каузативные стратегии применяются, когда будущее предсказуемо, цели ясны, а условия внешней среды не зависят от наших действий; эффектуационные стратегии применяются, когда будущее непредсказуемо, цели неясны, а внешняя среда формируется самими игроками» [Sarasvathy, 2008, p. 73].

В рамках этих подходов существуют два противоположных взгляда на источник и природу бизнес-возможности (opportunity). В рамках каузации рассматривается концепция поиска и отбора бизнес-возможностей, предполагающая, что рыночная ниша так или иначе уже существует, а компании занимают ее, применяя технологические инновации, выступая с более выгодным предложением или заполняя рыночные пробелы, т. е. удовлетворяя существующий спрос. В каждом из этих случаев емкость рынка можно оценить, опираясь на результаты рыночных исследований и прежний спрос. Данный взгляд также называется «причинно-следственным». Согласно ему, создание нового предприятия начинается с исследования, итогом которого станет новая бизнес-идея или идентифицированная бизнес-возможность, а затем последует ряд шагов, необходимых для реализации этой бизнес-возможности.

<sup>1</sup> В российском переводе книги [Read et al., 2011] — [Рид и др., 2013] представлен следующий перевод этих терминов на русский язык: эвристика (effectuation) и причинность (causation). Осознавая существующие языковые ограничения, мы решили сделать транслитерацию терминов, сохранив их оригинальность.

Тактика поиска и отбора бизнес-возможностей идет рука об руку с классической теорией спроса и предложения [Рид и др., 2013].

Второй взгляд на природу и источник бизнес-возможности развивается в рамках теории эффектуации и опирается на логику трансформации и преобразования. Данная логика предполагает, что предприниматель создает новые бизнес-возможности без рассмотрения и оценки вариантов, предлагаемых рынком. Эффектуационная логика предопределена самим предпринимателем; тем, что у него есть, каков он сам и кого он знает. Важной силой в этом процессе выступают партнеры, которые решили поучаствовать в создании нового рынка. Вместе с этими заинтересованными участниками предприниматель преобразует свои и их ресурсы в новые товары и услуги. И нередко оказывается, что полученный в итоге продукт или услуга не замыслились на старте и вообще не воспринимались как цель, к которой нужно было идти [Рид и др., 2013].

В табл. 1 суммированы основные различия между каузацией и эффектуацией на основе нескольких выделенных характеристик.

### *Принципы эффектуации*

Отличительные особенности эффектуационной логики в предпринимательском поведении отражены в так называемых принципах эффектуации. Всего таких принципов пять. Первый принцип называют «принцип синицы в руке: начинай с тем, что имеешь» [Sarasvathy, 2008, p. 74] или принципом ресурсоориентированного, а не целеориентированного действия [Sarasvathy, 2001, p. 253; Wiltbank et al., 2009, p. 119; Read et al., 2009]. Вместо того чтобы действовать согласно установленным целям, предприниматели начинают с имеющихся у них средств и ресурсов. Под средствами и ресурсами в данном случае понимаются следующие категории:

(1) «Кто я» — категория, связанная с личностью предпринимателя, его чертами характера, предпочтениями и способностями; (2) «Что я знаю» — категория, связанная со знаниями и навыками; (3) «Кого я знаю» — категория, связанная с наличием социальных сетей на личном уровне, организационными ресурсами на уровне фирмы, а также с демографической ситуацией, уровнем развития технологий и социополитических институтов на уровне экономики в целом [Sarasvathy, 2001, p. 250; Sarasvathy, 2008, p. 80]. В конечном итоге эффектуация подразумевает не только наличие средств и ресурсов, но и действия предпринимателя с использованием этих средств и ресурсов [Sarasvathy, 2008, p. 81].

Второй принцип — «принцип допустимых потерь: рискуй малым, отделяйся дешево» [Рид и др., 2013]. Он подразумевает следующее: в условиях неопределенности предприниматели, вместо того чтобы заниматься оценкой потенциальных рисков и будущих доходов, определяют для себя допустимый максимум потерь в случае реализации наихудшего из возможных сценариев [Sarasvathy, 2001, p. 252]. Предприниматели, следующие данному принципу, живут сегодняшним днем, что сводит на нет фактор неопределенности [Sarasvathy, 2008, p. 81; Read et al., 2009]. Отсутствие заранее разработанной стратегии означает креативный подход к построению бизнеса и позволяет предпринимателям оставаться открытыми для новых возможностей [Sarasvathy, 2008, p. 88].

Третий принцип — «принцип лоскутного одеяла: строим партнерские связи» [Sarasvathy, 2008, p. 88], или принцип стратегических альянсов, а не конкурентного анализа [Sarasvathy, 2001, p. 252; Read, Sarasvathy, 2005, p. 52]. Если речь идет о новых рынках, которые находятся в состоянии развития или еще не существуют, предприниматели не могут тщательно проанализировать существующих



Таблица 1

## Эффектуация и каузация: основные различия

Характеристика	Эффектуация	Каузация
Отношение к будущему	<i>Творчество.</i> Эффектуационная логика рассматривает будущее (по крайней мере частично) как не поддающееся предсказанию. Предвидение, следовательно, невозможно или не имеет смысла	<i>Предсказание.</i> Каузативная логика рассматривает будущее как продолжение прошлого. Следовательно, точное предсказание является необходимым и полезным
Основа для действий	<i>Ориентация на имеющиеся средства.</i> В эффектуационной логике цели возникают из действий на основе имеющихся средств. Похожим образом выбор партнеров основан на определении возможных и необходимых действий, а не наоборот	<i>Ориентация на цель.</i> В каузативной логике цели, даже если они ограничены имеющимися средствами, определяют подцели. Цели определяют действия, включая определение индивидуумов, которые будут привлечены к реализации целей
Отношение к риску и ресурсам	<i>Допустимые потери.</i> Эффектуационная логика рассматривает проблему как реализацию адекватной бизнес-возможности без инвестирования большого объема ресурсов, чем стейкхолдеры могут себе позволить потерять. Основной фокус — снижение возможных ресурсов для инвестирования	<i>Ожидаемая доходность.</i> Каузативная логика рассматривает процесс создания нового предприятия с точки зрения максимизации бизнес-возможности (с учетом рисков) и необходимых для этого ресурсов. Основной фокус — получение потенциальной выгоды
Отношение к другим участникам рынка	<i>Партнерство.</i> Эффектуация предусматривает процесс поиска сторонников и формирования партнерских отношений для создания новых рынков. Взаимоотношения, особенно партнерство в долевой собственности, определяют форму и траекторию будущего предприятия	<i>Конкурентный анализ.</i> Каузативная логика пропагандирует конкурентное отношение к другим участникам рынка. В основе взаимоотношений лежат конкурентный анализ и желание ограничить уменьшение доли собственности, насколько это возможно (не делить собственность между другими участниками бизнеса)
Отношение к непредвиденным ситуациям	<i>Контроль.</i> Избегать предсказаний и прогнозов, творческий подход к реализации возможностей и постоянная трансформация целей формируют основные отличительные характеристики концепции эффектуации. Непредвиденные обстоятельства (случайности), следовательно, воспринимаются как бизнес-возможности для создания нового — и значит, контролируемы	<i>Избегание.</i> Точное предвидение, детальное планирование и решительный фокус на целях формируют основные отличия концепции каузации. Непредвиденные обстоятельства (случайности), следовательно, воспринимаются как препятствия, которых следует избегать

Составлено по: [Sarasvathy, 2001; Dew et al., 2009].

или потенциальных конкурентов. Вместо этого они фокусируются на создании партнерств с любыми стейкхолдерами, предварительно определяя взаимные обязательства [Sarasvathy, 2008, p. 89; Dew et al., 2011].

Четвертый принцип — «принцип лимонада: используйте случай» [Sarasvathy,

2008, p. 89]. Идею, лежащую в его основе, можно выразить метафорически: «Когда жизнь дает вам лимоны, делайте лимонад, а не говорите, что вы лимоны не едите». Вместо того чтобы пользоваться уже существующим знанием (например, определенной технологией или существующим источником конкурентного преимущества),

предприниматели-эффектуаторы стараются извлечь выгоду из неожиданных ситуаций [Sarasvathy, 2001, p. 252]. Неопределенность рассматривается как возможность, как источник новых ресурсов, а не как проблема или препятствие. Таким образом, предприниматели-эффектуаторы не боятся неожиданностей и воспринимают их с интересом.

Пятый принцип — «принцип пилота и самолета: контроль, а не предвидение» [Sarasvathy, 2008; Рид и др., 2013]. В ситуации, когда предприниматели могут реализовать планы, используя ресурсы, которые они контролируют, и работая с людьми, готовыми помочь в их реализации, отсутствует необходимость прогнозирования будущего, установления сроков или поиска оптимальной возможности. Набор ресурсов, которые предприниматель старается контролировать, зависит от того, насколько они поддаются контролю и насколько он об этом осведомлен. Таким образом, стратегии выбираются в зависимости от ситуации:

- контролировать то, что можно контролировать;
- выбирать момент установления контроля с точки зрения наибольшей отдачи;
- повышать контролируемость ситуации, активно работая с ресурсами в зоне контроля, что снижает необходимость прогнозирования и уменьшает степень неопределенности.

Предприниматели осознанно или неосознанно предполагают, что в любой сфере целенаправленные действия человека способны привести к установлению контроля над процессами и результатами. Эффектуаторы считают себя людьми, способными напрямую влиять на ситуацию, а не просто полагаться на стечение обстоятельств [Read, Sarasvathy, 2005].

Необходимо отметить, что эффектуация и каузация не являются взаимоисключающими подходами. Предприниматель может попеременно следовать обеим логикам

в зависимости от ситуации [Sarasvathy, 2008]. Предприниматели используют эффектуационную или каузативную логику с учетом обстоятельств и личных предпочтений [Gabrielsson, Politis, 2011]. Теория эффектуации не утверждает, что эффектуационная логика является наиболее предпочтительной. Ее целью является демонстрация многогранности концепции рациональности с помощью описания не-предикативных и неадаптивных способов принятия решений [Sarasvathy, 2001, p. 249; Wiltbank et al., 2009].

#### *Университетская инфраструктура и предпринимательское поведение*

Исследования в области предпринимательства подтверждают, что различные факторы внешней среды способны оказать влияние на предпринимательское поведение и деятельность молодых предпринимательских фирм. В работе [Tan, Tan, Young, 2000, p. 1] приводится термин «предпринимательская инфраструктура», который определяется как «мощности и услуги, имеющиеся в определенной географической области, способствующие созданию новых предприятий и развитию малого и среднего бизнеса». В работе [Galkina, Kock, 2011] утверждается, что предпринимательская инфраструктура оказывает влияние на формирование социальных сетей начинающими предпринимателями.

Университетская среда является важным компонентом предпринимательской инфраструктуры. Такие элементы университетской среды, как учебные курсы или образовательные программы по предпринимательству, семинары для начинающих предпринимателей [Pruett, 2012; Kuehn, 2008], а также содействие развитию технопарков и бизнес-инкубаторов [McAdam, McAdam, 2008; Mian, 1997], способны повлиять на предпринимательскую деятельность. Кроме того, университетская среда способствует развитию социальных сетей (например, через ассоциации выпускников),

что может быть полезно для предпринимателей [Skurczyński, 2008; McAdam, McAdam, 2006].

Основное предположение теории эффектуации может быть сформулировано следующим образом: предприниматели имеют разное представление о том, насколько предсказуемым является будущее и в какой степени они могут его контролировать, что, в свою очередь, влияет на процесс принятия решений [Sarasvathy, 2001]. Таким образом, огромное значение будет иметь контекст, в котором работают предприниматели, так как именно он будет оказывать влияние на восприятия и предпочтения [Gabrielsson, Politis, 2011]. Следовательно, можно предположить, что университетская предпринимательская среда будет иметь взаимосвязь с логикой принятия решений студентами-предпринимателями [Dey, 1997; Hastie, 2007; Politis, Winborg, Dahlstrand, 2012]. Существует большое количество источников формирования такой взаимосвязи: взаимоотношения с другими студентами и преподавателями, допущения и предположения, когнитивные парадигмы, нормативные установки. В процессе социализации студенты усваивают нормы, стандарты, ценности и знания, а также приобретают навыки и вырабатывают определенные поведенческие модели, связанные с теми или иными социальными ролями [Zuckerman, 1977]. К основным университетским инициативам по развитию предпринимательства среди студентов можно отнести разработку программ и курсов по предпринимательству [Finkle, Deeds, 2001; Pittaway, Core, 2007], организацию конкурсов бизнес-планов и создание бизнес-инкубаторов [Cooper, Park, 2008; McAdam, McAdam, 2006]. Результатом реализации подобных инициатив является растущее число студентов-предпринимателей, поведение которых в значительной степени сформировано университетской средой.

На выбор эффектуационной логики влияют такие факторы, как воспринимаемая

степень неопределенности внешней среды и наличие опыта [Harms, Schiele, 2012]. Опытные предприниматели со склонностью к эффектуационной логике тем не менее в условиях предсказуемой среды выбирают каузативный подход, осознавая преимущества формального планирования в данной ситуации [Gruber, 2007]. В условиях непредсказуемой среды эти же предприниматели следуют логике эффектуации, сознавая тщетность попыток спрогнозировать будущее. Неопытные предприниматели (например, студенты) в условиях благоприятной среды, вероятнее всего, при создании нового бизнеса будут следовать понятной для них со студенческой скамьи академичной каузативной логике. Студенты-предприниматели способны понять ограниченность горизонтов прогнозирования и возможностей рационального планирования в условиях неблагоприятной среды, однако в силу отсутствия опыта они, вероятнее всего, не станут следовать эффектуационной логике. Согласно некоторым исследованиям (см., напр., [Honig, 2004; Karlsson, Honig, 2009]), студентам-предпринимателям навязывается подход детального планирования при открытии предприятия. Таким образом, у них развивается предрасположенность к выработке определенных и конкретных целей, формальному бизнес-планированию и ориентации на обеспечение ресурсов, необходимых для достижения этих целей. Таким образом, первая гипотеза данного исследования может быть сформулирована следующим образом.

*Гипотеза Н1. Благоприятная университетская среда, направленная на развитие студенческого предпринимательства, положительно связана с применением каузативной логики студентами-предпринимателями.*

Опыт работы в определенной области формирует набор стандартных когнитивных процессов при решении задач [Chi, Glaser, Rees, 1982]. К стандартному на-



бору бизнес-навыков обычно относят навыки исследования рынка, стратегическое управление и бизнес-планирование. Теория эффектуации предлагает более широкий арсенал инструментов принятия решений [Dew et al., 2011]. Если лица, принимающие решения, считают, что они способны оценить будущие события с достаточной точностью и предсказать результаты, то они, вероятнее всего, будут затрачивать усилия на систематический сбор и анализ информации. Соответственно, если они оказываются в относительно непредсказуемой ситуации, то они будут пытаться получить информацию путем экспериментального обучения с целью уменьшения степени неопределенности в будущем.

Опыт, связанный с решением конкретных задач, определяет выбор между эффектуационным и каузативным поведением в процессе создания нового предприятия [Dew et al., 2009; Read et al., 2009]. В работе [Dew et al., 2011], в частности, показано, что более опытные предприниматели чаще следуют логике эффектуации, чем каузации. Предприниматели-эксперты обладают скорее аналоговым (analogical), чем аналитическим (analytical) мышлением [Sloman, 1996], смотрят на вещи концептуально, критически оценивают прогнозную информацию. Аналоговое мышление основано на ассоциациях, выстраиваемых на основе знаний из личного опыта. Оно непосредственно связано с креативностью и воображением [Harms, Schiele, 2012]. В свою очередь, аналитическое мышление основано на поиске причинно-следственных связей, их объяснении и формальном анализе [Sloman, 1996; Harms, Schiele, 2012].

Студенты бизнес-школ и факультетов менеджмента более склонны к аналитическому мышлению даже в случае, если они уже имеют опыт открытия предприятий. Известный эксперимент, основанный на протоколе «мыслей вслух», продемонстрировал, что студенты МВА, в отличие от опытных предпринимателей, чаще исполь-

зовали каузативную, а не эффектуационную логику в процессе принятия решений [Dew et al., 2009; Dew et al., 2011]. Традиционное бизнес-образование, в том числе в области предпринимательства, обычно основывается на бизнес-планировании, анализе рынка, формировании определенной логики при поиске новых возможностей [Barringer, Ireland, 2010]. Результаты исследований эффективности бизнес-планирования являются противоречивыми [Honig, Karlsson, 2004; Liao, Gartner, 2006]. Однако пошаговая разработка хорошо продуманного бизнес-плана является обязательным компонентом программ по предпринимательству большинства университетов [Honig, 2004; Politis, Winborg, Dahlstrand, 2012]. Такой подход к образованию в области предпринимательства направлен на формирование аналитического мышления при создании предприятия. В работе [Roininen, 2006] показано, что начинающие предприниматели из академической среды значительно более склонны к формальному бизнес-планированию, чем их коллеги, не связанные с академической средой. В исследовании [Politis, Winborg, Dahlstrand, 2012] утверждается, что у студентов-предпринимателей, проходящих обучение в области предпринимательства, в ходе обучения формируется определенный склад ума и приверженность стандартным моделям каузативного поведения в процессе открытия нового предприятия и управления им. Таким образом, вторая гипотеза данного исследования может быть сформулирована следующим образом.

*Гипотеза H2. Количество курсов по предпринимательству в университете положительно связано с применением каузативной логики студентами-предпринимателями.*

Ситуация, в которой оказываются студенты-предприниматели, в значительной степени отличается от ситуации опытных предпринимателей, на основе изучения которой была разработана теория эффектуации

[Sarasvathy, 1998]. Студенты-предприниматели обычно не обладают необходимыми знаниями о ведении бизнеса, не имеют развитой сети контактов и обладают небольшим опытом формирования и управления предпринимательскими процессами [Nielsen, Lassen, 2012].

Преыдущие исследования показали, что социальные сети значительно влияют на формирование намерения индивида стать предпринимателем и на осуществление действий по реализации этого намерения [Davidsson, Honig, 2003; Morales-Gualdron, Roig, 2005; De Clercq, Arenius, 2006; Sequeira, Mueller, McGee, 2007; Широкова, Арепьева, Молодцова, 2009]. Исследователи подтвердили, что люди, в окружении которых есть предприниматели, чаще проявляют желание открыть собственный бизнес.

Развитие системы наставничества и проведение мероприятий, направленных на создание социальных сетей в университетах, способствует формированию аналогового, а не аналитического мышления. Согласно [Nielsen, Lassen, 2012], пытаясь определить для себя, что значит быть предпринимателем, некоторые студенты ищут информацию в Интернете, читают статьи о предпринимателях, ходят на лекции, смотрят телепрограммы; однако большинство из них для этого общаются с реальными предпринимателями. Они стараются получить какую-либо информацию от людей с предпринимательским опытом, чтобы понять, кем они могут стать в мире предпринимательства. Кроме того, студенты могут обращаться за советом и помощью в свои учебные заведения, так как они играют важную роль в выборе будущей карьеры [Lannegrand-Willems, Vosma, 2006]. Студенты пытаются вовлечь преподавателей и научных руководителей в свою предпринимательскую деятельность, они участвуют в тренингах и программах наставничества, организуемых учебными заведениями, а также в конкурсах бизнес-планов и по

возможности пытаются связаться с потенциальными инвесторами с целью обсуждения своих предпринимательских идей. Студенты общаются с разными людьми, так или иначе связанными с их вузом. Таким образом они пытаются понять, что значит быть предпринимателем и подходит ли им это [Nielsen, Lassen, 2012].

В результате процесс вовлечения студента в предпринимательскую деятельность часто развивается по неожиданным направлениям в зависимости от активности социализации студента в предпринимательской среде, высокий уровень которой позволяет открывать новые возможности и избегать непредвиденных обстоятельств. Кооперация с другими и заключение партнерских соглашений с целью создания новых возможностей («принцип лоскутного одеяла») являются еще одним аспектом логики эффектуации [Witlbank et al., 2009]. Таким образом, предпринимательские социальные сети являются стартовой точкой эффектуационного подхода и определяют ресурсы, связанные с личными знакомствами. Кроме того, наличие подобных контактов важно для развития эффектуации, так как они лежат в основе второго принципа — принципа партнерств и сотрудничества вместо конкурентного анализа [Sarasvathy, 2001; Read et al., 2009].

Одновременно с этим исследование [Chandler et al., 2011] демонстрирует, что наличие стратегических альянсов и предварительных обязательств не влияет на выбор между эффектуацией и каузацией и в равной мере используется в обоих подходах. В работе [Geh, 2011] утверждается, что формирование стратегических альянсов присуще как крупным и устоявшимся предприятиям, следующим каузативной логике, так и небольшим предпринимательским фирмам, придерживающимся непредикативной эффектуационной логики. Этот результат послужил основой для критики теории эффектуации, так как сетевые отношения и стратегические альян-

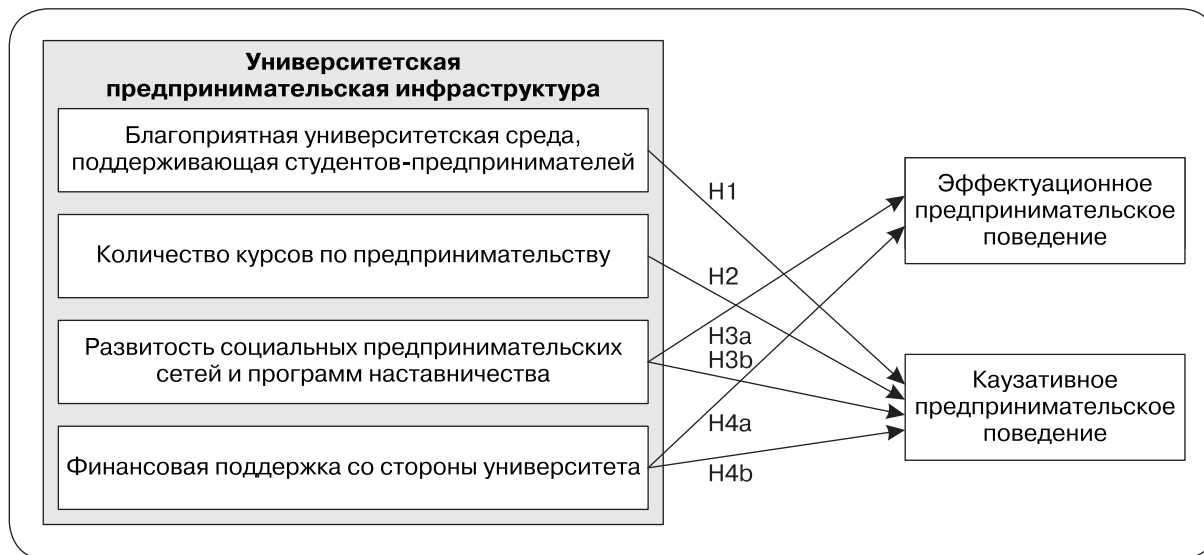


Рисунок. Теоретическая модель исследования

сы не обязательно определяют тип предпринимательского поведения [Chandler et al., 2011]. С учетом вышеизложенного мы предполагаем следующее.

*Гипотеза Н3а. Участие университетов в развитии социальных предпринимательских сетей и систем наставничества положительно связано с формированием эффектуационной логики студентов-предпринимателей.*

*Гипотеза Н3б. Участие университетов в развитии социальных предпринимательских сетей и систем наставничества положительно связано с формированием каузативной логики студентов-предпринимателей.*

Смысл эффектуации заключается в использовании непредикативных стратегий, включая «принцип допустимых потерь». В свою очередь, каузативная логика предполагает расчет инвестиций, необходимых для получения определенного уровня прибыли, разработку бюджетов и их реализацию. Предприниматели, использующие эффектуацию, инвестируют только то, что могут позволить себе потерять. Обычно это происходит, когда инвестиции недоступны потенциальным предпринимателям [Dew

et al., 2011]. Таким образом, наличие финансовой поддержки со стороны университета, вероятнее всего, будет способствовать развитию каузативной логики студентов-предпринимателей. Одновременно, в ситуации ограниченного доступа к ресурсам, в которой может оказаться студент-предприниматель, высока вероятность использования именно эффектуационной логики, ведь ресурсы, необходимые для применения каузативной логики, могут быть недоступны [Read, Sarasvathy, 2005], так как финансирование со стороны университета, чаще всего, окажется недостаточным для создания нового предприятия. Таким образом, мы выдвигаем следующие гипотезы.

*Гипотеза Н4а. Финансовая поддержка со стороны университета положительно связана с формированием эффектуационной логики у студентов-предпринимателей.*

*Гипотеза Н4б. Финансовая поддержка со стороны университета положительно связана с формированием каузативной логики у студентов-предпринимателей.*

Теоретическая модель исследования представлена на рисунке.

## МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

### Описание выборки

Данное исследование основывается на данных проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey — GUESSSS) 2011 г.<sup>2</sup> Впервые данное исследование было проведено в 2003 г. Швейцарским институтом исследований малого бизнеса и предпринимательства университета Сент-Галлена. В России проект реализуется Институтом «Высшая школа менеджмента» СПбГУ (ВШМ СПбГУ) совместно с Национальной ассоциацией обучения предпринимательству при поддержке Центра предпринимательства и Благотворительного фонда развития ВШМ СПбГУ.<sup>3</sup> В рамках данного международного проекта изучаются предпринимательские намерения, отношение к предпринимательству и предпринимательская деятельность студентов.

Данное исследование строится вокруг факторов, влияющих на будущий карьерный выбор с особым акцентом на карьере предпринимателя. Среди таких факторов можно выделить отношение к определенным типам поведения, субъективные нормы и воспринимаемый поведенческий контроль. Основной целью исследования является изучение готовности студентов к предпринимательской карьере, их намерений относительно будущего выбора карьеры, а также университетской среды и ее влияния на развитие предпринимательского духа студентов. Помимо университетской среды данное исследование изучает мотивацию студентов, а также их вовлеченность в семейный бизнес.

<sup>2</sup> Официальный сайт проекта: <http://www.guesssurvey.org>.

<sup>3</sup> Информацию о российской части проекта GUESSSS см.: <http://www.gsom.spbu.ru/research/eship/projects/guesss13>.

В 2011 г. в данном исследовании приняли участие 26 стран и 489 университетов. В ходе исследования было опрошено 1 374 678 студентов. Ответы были получены от 93 265 студентов, что составило 6,3% от первоначальной выборки. Первоначальная выборка студентов, участвовавших в опросе, может быть разделена на три категории: студенты, не имеющие намерений открывать свой бизнес; студенты, имеющие такие намерения; студенты, уже являющиеся предпринимателями. Исходя из целей нашего исследования, мы сформировали подвыборку, которая включает в себя группу студентов, уже открывших свое предприятие и работающих на нем. Данная группа включает в себя 2324 студента-предпринимателя.

### Переменные

#### *Зависимые переменные*

*Эффектуация.* Данная переменная измерена по 7-балльной шкале Лайкерта, предложенной в работе [Chandler et al., 2011]. Эта шкала предполагает существование четырех составляющих эффектуации: экспериментирование, допустимые потери, гибкость и предварительные соглашения. Надежность шкалы соответствует требуемому уровню (см. Приложение). Для подтверждения шкалы был использован объясняющий факторный анализ. Мы операционализируем эффектуацию как индекс суммы значений факторов (factor scores), согласно логике [Harms, Schiele, 2012].

*Каузация.* Данная переменная измерена по 7-балльной шкале Лайкерта, предложенной в работе [Chandler et al., 2011]. Надежность шкалы соответствует требуемому уровню (см. Приложение). Для подтверждения шкалы был использован объясняющий факторный анализ. Мы операционализируем каузацию как значение фактора (factor score), согласно логике [Harms, Schiele, 2012].



*Независимые переменные*

*Университетская среда.* Данная переменная измерена по 7-балльной шкале Лайкерта, включающей в себя 8 пунктов. Данная шкала была предложена в работе [Souitaris, Zerbinati, Al-Laham, 2007] и использована в проекте «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» с изменениями и дополнениями. Надежность шкалы соответствует требуемому уровню (см. Приложение). Для подтверждения шкалы был использован объясняющий факторный анализ. Мы операционализируем университетскую среду как среднюю оценку по указанной шкале, рассчитанную на основе ответов всех респондентов из данного университета, включая как студентов-предпринимателей, так и студентов-непредпринимателей.

*Количество курсов по предпринимательству.* Данная переменная операционализована как количество курсов, посвященных предпринимательству, предлагаемых в вузе в качестве основных курсов или курсов по выбору. К числу таких курсов относятся, к примеру, «Предпринимательство», «Семейный бизнес», «Финансирование предпринимательских фирм», «Предпринимательство и технологии», «Социальное предпринимательство», «Предпринимательский маркетинг», «Инновации и новые идеи», «Бизнес-планирование».

*Социальные предпринимательские сети и системы наставничества.* Данная переменная отражает активность университета в проведении мероприятий с привлечением опытных предпринимателей, а также в поддержке платформ для установления связей с опытными предпринимателями и осуществления информационной поддержки. Мы операционализируем данную переменную как количество разновидностей подобных мероприятий, предлагаемых университетом. К данным разновидностям относятся семинары, проводимые опытными предпринимателями,

помощь в установлении связей с потенциальными инвесторами, конкурсы бизнес-планов, реализация программ наставничества и проведение тренингов, а также работа информационных центров по предпринимательству.

*Финансовая поддержка со стороны университета.* Данная переменная принимает значение 1, если университет предлагает финансовую поддержку студентам-предпринимателям, и 0, если такая поддержка не оказывается.

*Контрольные переменные*

*Возраст студента.* Индивидуальное предпринимательское поведение, намерения и отношение к предпринимательству могут меняться с возрастом предпринимателя [Laspita et al., 2012]. По этой причине мы используем возраст студентов в 2011 г. в качестве контрольной переменной.

*Пол студента.* В работе [Carter et al., 2003] утверждается, что существуют различия в отношении к разным аспектам предпринимательской деятельности в зависимости от пола предпринимателя. Мы полагаем, что психометрические различия между мужчинами и женщинами в определенной степени определяют их предпринимательское поведение. Поэтому мы включаем данную переменную как контрольную в модель. Данная переменная принимает значение 1, если студент женского пола, и 0, если студент мужского пола.

*Специализация студента.* В зависимости от области специализации, могут меняться как предпринимательские намерения студентов [Laspita et al., 2012; Kristiansen, Indarti, 2004], так и их отношение к предпринимательству. Как отмечалось, традиционное бизнес-образование способствует развитию рационального аналитического мышления у студентов [Honig, 2004; Barringer, Ireland, 2010; Politis, Winborg, Dahlstrand, 2012]. Следовательно, студенты, обучающиеся по направлению «Бизнес и менеджмент», вероятнее всего,



будут более склонны к каузативному поведению. Таким образом, мы вводим контрольную переменную, отражающую вовлеченность студентов в данную сферу обучения. Данная переменная принимает значение 1, если студент обучается по направлению «Бизнес и менеджмент», и 0 — в случае другой специализации.

*Страна.* Эффектуационное поведение реализуется при взаимодействии с динамичной внешней средой с высоким уровнем неопределенности [Fisher, 2012; Sarasvathy, 2001]. Такой тип внешней среды часто присущ развивающимся экономикам, поэтому мы включаем уровень экономического развития базовой страны университета в модель в качестве контрольной переменной. Данная переменная принимает значение 1, если университет расположен в стране с развитой рыночной экономикой, и значение 0, если университет расположен в стране с развивающейся экономикой с учетом классификации МВФ.

*Предыдущий опыт.* Согласно работе [Gabrielsson, Politis, 2009], выбор предпринимателя между эффектуационным и каузативным поведением может зависеть от наличия опыта в сфере, связанной с его бизнесом. Таким образом, мы контролируем наличие такого опыта у студентов. Эта переменная принимает значение 1, если у студента есть подобный профессиональный опыт, и 0, если такого опыта нет.

*Наличие семейного бизнеса.* Данный фактор способен повлиять на отношение студентов к предпринимательству [Zellweger, Sieger, Halter, 2011]. Студенты-предприниматели могут быть склонны к копированию моделей предпринимательского поведения их родителей. Таким образом, мы включаем данную переменную в модель в качестве контрольной. Она принимает значение 1, если семья студента владеет бизнесом, и значение 0, если не владеет.

*Мотивация студентов.* Желание стать предпринимателем и тип предпринимательского поведения могут в значительной сте-

пени зависеть от изначального уровня мотивации студентов, их стремления к личным достижениям [Collins, Hanges, Locke, 2004]. Таким образом, мы контролируем наличие у студентов мотивации, способствующей вовлечению в предпринимательский процесс. В качестве контрольных переменных мы вводим в модель такие мотивы, как стремление к самореализации и стремление к независимости. Данные переменные измерены по шкалам, предложенным в работе [Carter et al., 2003] и использованным в проекте GUESSS с незначительными изменениями (см. Приложение). Мы операционализируем данные переменные как значения соответствующих факторов (factor scores), согласно логике [Harms, Schiele, 2012].

Описательная статистика и корреляционная матрица приведены в табл. 2 и 3.

## РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Для тестирования гипотез был применен регрессионный анализ (табл. 4). Результаты свидетельствуют о наличии положительной взаимосвязи между благоприятной предпринимательской средой в университете и каузативной логикой студентов-предпринимателей ( $b = 0,169$  при уровне значимости 10%)<sup>4</sup>. Таким образом, мы принимаем гипотезу 1. Результаты анализа также свидетельствуют о наличии положительной связи между финансовой поддержкой со стороны университета и каузацией и эффектуацией ( $b = 0,233$  при уровне значимости 5% и  $b = 0,824$  при уровне значимости 1%, соответственно). Данный результат позволяет принять гипотезы H4a и H4b. При этом необходимо отметить отсутствие статистически значимой связи между количеством курсов по предприни-

<sup>4</sup> Здесь и далее  $b$  — оценка соответствующего коэффициента регрессии.

Таблица 2

## Описательная статистика

Переменная	Среднее значение	Стандартное отклонение	Минимальное значение	Максимальное значение
Эффектуация*	4,674	1,014	1	7
Каузация*	4,294	1,641	1	7
Количество курсов по предпринимательству	4,525	2,821	0	8
Университетская среда	3,819	0,561	1,938	6,143
Социальные предпринимательские сети и программы наставничества	2,459	2,044	0	5
Возраст студента	26,398	4,319	17	36
Стремление к самореализации*	6,081	1,062	1	7
Стремление к независимости*	5,724	1,218	1	7
Финансовая поддержка	—	—	0	1
Пол студента	—	—	0	1
Специализация студента	—	—	0	1
Страна	—	—	0	1
Предыдущий опыт	—	—	0	1
Наличие семейного бизнеса	—	—	0	1

Примечание: \* — по данным переменным приведена описательная статистика значений шкал, использованных для их оценки; в целях проведения эмпирического анализа эти переменные операционализированы как сумма значений факторов (для эффектуации) и значения факторов (для каузации, стремления к самореализации и стремления к независимости) [Harms, Schiele, 2012; DiStefano, Zhu, Mindrilă, 2009].

мательству и каузацией, а также между развитием мероприятий, направленных на создание социальных предпринимательских сетей и систем наставничества, и обоими типами логики принятия предпринимательских решений. Таким образом, данный результат не позволяет принять гипотезы Н2, Н3а и Н3б.

Как отмечалось, результаты регрессионного анализа не подтвердили наличия положительной взаимосвязи между количеством курсов по предпринимательству, предлагаемых в университете, и каузативной логикой студентов-предпринимателей. Можно предположить, что для того, чтобы уровень развития учебных инициатив в области предпринимательства оказал влияние на формирование определенного типа предпринимательского поведения, одного факта наличия курсов по предпринимательству в университете будет

недостаточно. Необходимым условием установления такой взаимосвязи будет активное участие студентов в образовательном процессе. Таким образом, следующим шагом регрессионного анализа является тестирование взаимосвязи количества курсов по предпринимательству, прослушанных студентом, и каузативной логики принятия предпринимательских решений (табл. 5). Результаты свидетельствуют о наличии положительной связи между количеством курсов по предпринимательству, в которых студент принимал участие, и каузацией ( $b = 0,055$  при уровне значимости 10%).

Результаты основного регрессионного анализа также не подтвердили наличия положительной связи между развитием мероприятий, направленных на создание социальных предпринимательских сетей и систем наставничества, и обоими типами логики принятия предпринимательских

Таблица 3

## Корреляционная матрица

Переменная	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Каузация	1													
Эффектуация	0,596* (N = 2098)	1												
Университетская среда	0,275* (N = 2217)	0,158* (N = 2134)	1											
Количество курсов по предпринимательству	0,203* (N = 649)	0,174* (N = 631)	0,314* (N = 678)	1										
Социальные предпринимательские сети и программы наставничества	0,123* (N = 795)	0,144* (N = 774)	0,273* (N = 836)	0,719* (N = 517)	1									
Финансовая поддержка со стороны университета	0,001* (N = 1135)	0,157* (N = 1086)	0,164* (N = 1190)	0,414* (N = 537)	0,578* (N = 676)	1								
Стремление к самореализации	0,208* (N = 2191)	0,221* (N = 2110)	0,087* (N = 2288)	0,145* (N = 668)	0,097* (N = 825)	0,039 (N = 1168)	1							
Стремление к независимости	0,275* (N = 2189)	0,237* (N = 2109)	0,180* (N = 2284)	0,059 (N = 664)	0,028 (N = 820)	0,052 (N = 1168)	0,439* (N = 2268)	1						
Возраст студента	-0,053** (N = 1672)	-0,027 (N = 1603)	-0,008* (N = 1751)	-0,146* (N = 535)	-0,174* (N = 683)	-0,101* (N = 963)	-0,037 (N = 1727)	0,017 (N = 1722)	1					
Пол студента	-0,039 (N = 2218)	-0,040 (N = 2135)	-0,003 (N = 2322)	-0,075 (N = 679)	-0,017 (N = 836)	0,016 (N = 1191)	0,038 (N = 2289)	-0,019 (N = 2285)	0,041 (N = 1753)	1				
Специализация студента	0,138* (N = 2218)	0,094* (N = 2135)	0,240* (N = 2322)	0,227* (N = 679)	0,156* (N = 836)	-0,032 (N = 1191)	0,067* (N = 2289)	0,061* (N = 2285)	-0,075* (N = 1753)	-0,065* (N = 2324)	1			
Страна	0,093* (N = 2218)	0,016 (N = 2135)	0,182* (N = 2322)	-0,015 (N = 679)	-0,008 (N = 836)	0,058** (N = 1191)	-0,005 (N = 2289)	0,059* (N = 2285)	-0,072* (N = 1753)	0,028 (N = 2324)	0,003 (N = 2324)	1		
Предыдущий опыт	0,027 (N = 2218)	0,059* (N = 2135)	-0,027 (N = 2322)	0,018 (N = 679)	0,056 (N = 836)	-0,082* (N = 1191)	0,064* (N = 2289)	0,058* (N = 2285)	0,218* (N = 1753)	-0,011 (N = 2324)	-0,045** (N = 2324)	-0,036 (N = 2324)	1	
Наличие семейного бизнеса	0,090* (N = 2218)	0,067* (N = 2135)	0,087* (N = 2322)	0,061 (N = 679)	0,050 (N = 836)	0,026 (N = 1191)	0,027 (N = 2289)	0,055* (N = 2285)	-0,146* (N = 1753)	-0,004 (N = 2324)	0,032 (N = 2324)	-0,023 (N = 2324)	-0,077* (N = 2324)	1

Примечания: \* —  $p < 0,01$ ; \*\* —  $p < 0,05$ .

Таблица 4

## Взаимосвязь факторов университетской среды и типов предпринимательской логики студентов

Переменная	Каузация	Эффектуация
Университетская среда	0,169* (0,101)	
Количество курсов по предпринимательству	0,008 (0,026)	
Социальные предпринимательские сети и системы наставничества	0,019 (0,035)	0,081 (0,052)
Финансовая поддержка	0,233** (0,115)	0,824*** (0,218)
Возраст студента	-0,001 (0,013)	-0,030 (0,023)
Пол студента	-0,167 (0,109)	-0,249 (0,211)
Страна	0,168 (0,131)	0,140 (0,246)
Предыдущий опыт	0,265** (0,105)	0,534** (0,186)
Специализация студента	0,114 (0,101)	0,088 (0,180)
Наличие семейного бизнеса	0,181* (0,098)	0,349** (0,177)
Стремление к самореализации	0,069 (0,065)	0,247** (0,123)
Стремление к независимости	0,219*** (0,060)	0,392** (0,114)
F-статистика	7,17***	8,37***
Коэффициент детерминации	0,18	0,16
Число наблюдений	344	497

Примечание: здесь и далее в таблицах в скобках указаны значения стандартных ошибок.

\* —  $p < 0,10$ ; \*\* —  $p < 0,05$ ; \*\*\* —  $p < 0,0001$ .

решений. Однако в данном случае факт непосредственного участия студентов в подобных мероприятиях также может играть важную роль в установлении такой взаимосвязи. Таким образом, мы тестируем наличие взаимосвязи между количеством посещений подобных мероприятий студентами и каузацией и эффектуацией (табл. 6). Результаты регрессионного анализа демонстрируют наличие положительной связи между участием студентов в таких мероприятиях и формированием обоих типов логики принятия предпринимательских

решений ( $b = 0,135$  при уровне значимости 1% и  $b = 0,311$  при уровне значимости 1%, соответственно).

## ОБСУЖДЕНИЕ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Большинство исследований процесса принятия решений предпринимателями сосредоточено на микроуровне, где единицей анализа является индивид и его когнитивные способности и эмоции. При этом вопрос

Таблица 5

**Взаимосвязь уровня вовлеченности студентов в процесс образования  
в области предпринимательства и каузативной логики  
предпринимательского поведения**

Переменная	Каузация
Количество курсов по предпринимательству, взятых студентом	0,055* (0,032)
Возраст студента	-0,008 (0,019)
Пол студента	-0,045 (0,205)
Страна	0,059 (0,206)
Предыдущий опыт	0,774*** (0,170)
Специализация студента	0,048 (0,163)
Наличие семейного бизнеса	0,525** (0,164)
Стремление к самореализации	0,285** (0,123)
Стремление к независимости	0,400** (0,139)
F-статистика	9,15***
Коэффициент детерминации	0,43
Число наблюдений	99

Примечание: \* —  $p < 0,10$ ; \*\* —  $p < 0,05$ ; \*\*\* —  $p < 0,0001$ .

о том, как внешняя среда связана с предпринимательским поведением, остается малоизученным [Welter, Smallbone, 2011]. Данное исследование выступает ответом на признание необходимости изучения предпринимательского поведения с учетом условий, в которых оно формируется. Предпринимательская инфраструктура является сложным, составным конструктом [Tan, Tan, Young, 2000]. В данном исследовании мы изучаем только одну ее сторону — университетскую предпринимательскую инфраструктуру и ее взаимосвязь с предпринимательским поведением студентов. Для этого мы используем конфигурационный подход (configuration approach) в исследованиях предпринимательства, который позволяет изучать взаимосвязи меж-

ду элементами, в отличие от ситуационного подхода (contingency approach), направленного на изучение влияния одного элемента на другой [Harms, Kraus, Schwarz, 2009].

Несмотря на то что появляется все больше и больше студентов-предпринимателей [Kolvereid, Amo, 2007; Scott, Twomey, 1988], изучению взаимосвязи университетской среды и поведения студентов в процессе открытия нового бизнеса было посвящено небольшое количество исследований (см., напр.: [Roininen, 2006; Politis, Winborg, Dahlstrand, 2012; Pruett, 2012]). Теоретическая значимость данного исследования заключается в изучении предпринимательского поведения с точки зрения контекста, в котором происходит процесс



Таблица 6

**Взаимосвязь участия в программах, связанных с развитием социальных предпринимательских сетей и систем наставничества, и типов логики предпринимательского поведения студентов**

Переменная	Каузация	Эффектуация
Участие в программах, связанных с развитием социальных предпринимательских сетей и систем наставничества	0,135*** (0,032)	0,311*** (0,078)
Возраст студента	-0,004 (0,017)	-0,063* (0,037)
Пол студента	-0,002 (0,165)	-0,221 (0,394)
Страна	0,389** (0,173)	0,627 (0,437)
Предыдущий опыт	0,292** (0,130)	0,801** (0,302)
Специализация студента	0,082 (0,121)	-0,233 (0,291)
Наличие семейного бизнеса	0,147 (0,026)	-0,001 (0,295)
Стремление к самореализации	-0,025 (0,088)	0,178 (0,237)
Стремление к независимости	0,296*** (0,075)	0,413** (0,192)
F-статистика	7,63***	5,10***
Коэффициент детерминации	0,22	0,20
Число наблюдений	205	198

Примечание: \* —  $p < 0,10$ ; \*\* —  $p < 0,05$ ; \*\*\* —  $p < 0,0001$ .

принятия решения о создании нового предприятия. В результате данного исследования было выявлено, что благоприятная университетская среда и финансовая поддержка со стороны университета связаны с выбором подхода к принятию решений студентами-предпринимателями и их поведением в процессе создания бизнеса. Количество курсов по предпринимательству, социальные предпринимательские сети и программы наставничества демонстрируют положительную связь с различными типами логики принятия предпринимательских решений только в случае учета вовлеченности студентов в образовательный процесс и инициативы по созданию и развитию социальных сетей и программ наставничества.

Одновременно мы рассматриваем предпринимательское поведение с точки зрения теории эффектуации и изучаем взаимосвязь между университетской предпринимательской инфраструктурой и использованием эффектуационного или каузативного поведения студентов-предпринимателей. В данном исследовании студенты-предприниматели представляют собой категорию неопытных предпринимателей. Результаты свидетельствуют о том, что их предпринимательское поведение может быть не только каузативным, как показали предыдущие исследования, сравнивающие поведение опытных и неопытных предпринимателей [Read, Sarasvathy, 2005], но и эффектуационным. Такой тип поведения может формироваться благодаря вовлеченности

в социальные предпринимательские сети и наличие финансовой поддержки, предоставляемой университетом. Таким образом, теория эффектуации была рассмотрена в новом эмпирическом контексте. Кроме того, данное исследование является ответом на критику теории эффектуации, связанную с тем, что она была разработана, основываясь на исследованиях поведения предпринимателей-экспертов, т. е. только представителей определенной группы [Perry, Chandler, Markova, 2012].

Результаты данного исследования свидетельствуют о том, что благоприятная университетская предпринимательская среда, а также вовлеченность студентов в учебные инициативы по предпринимательству положительно связаны с формированием каузативного предпринимательского поведения. Каузация представляет собой процесс принятия решений, при котором во внимание принимаются заранее установленные цели и доступные средства для их достижения, а также проводится тщательный анализ существующих и потенциальных возможностей и рынков [Sarasvathy, 2001]. Каузативное поведение подразумевает прогнозирование в условиях предсказуемой бизнес-среды. Таким образом, выводы проведенного исследования не противоречат результатам предыдущих исследований: студенты-предприниматели, будучи вовлеченными в университетскую среду, развивают особый тип логики принятия решений, характеризующийся ориентацией на заданные конкретные цели, на формальное бизнес-планирование и на получение ресурсов для достижения этих целей (см., напр.: [Honig, 2004; Politis, Winborg, Dahlstrand, 2010]). Предыдущие исследования (см., напр.: [Kuratko, Hodgetts, 2004; Timmons, Spinelli, 2004; Karlsson, 2005; Barringer, Ireland, 2010]) утверждают, что программы по предпринимательству и бизнес-инкубаторы институционализируют стандарт написания формального бизнес-плана, таким образом формируя у студентов рацио-

нальное предикативное мышление, что, в свою очередь, влияет на их поведение: они приобретают склонность к поиску средств для достижения определенных целей, привлечению внешнего финансирования, ориентации на достижение заданных целей и установлению контроля над ресурсами в процессе создания нового бизнеса [Dew et al., 2009].

В литературе по теории эффектуации активно обсуждается, являются ли каузация и эффектуация прямо противоположными конструктами. В работе [Perry, Chandler, Markova, 2012] утверждается, что эти конструкты не противоположны и эффектуация по своей сути не является обратной стороной каузации. Результаты нашего исследования демонстрируют, что вовлеченность в социальные предпринимательские сети и программы наставничества, а также финансовая поддержка со стороны университета положительно связаны с развитием как эффектуационного, так и каузативного поведения студентов-предпринимателей. Данный результат подтверждает, что эффектуация и каузация являются ортогональными конструктами [Perry, Chandler, Markova, 2012] и данные подходы могут в разной ситуации применяться одним и тем же предпринимателем [Sarasvathy, 2001].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование свидетельствует о том, что университетская предпринимательская инфраструктура составляет важную часть предпринимательской среды и связана с выбором предпринимательского поведения и подхода к процессу принятия решений студентами-предпринимателями. В ходе анализа было выявлено, что вовлеченность студентов в образовательные инициативы по предпринимательству, благоприятная университетская предпринимательская среда, участие в социальных предпринимательских сетях и системах

наставничества, а также финансовая поддержка со стороны университета взаимосвязаны со склонностью студента-предпринимателя к эффектуационному или каузативному поведению.

Теоретический вклад данной работы связан с изучением поведения студентов-предпринимателей в рамках теории эффектуации. В работе эмпирически подтверждается, что студенты-предприниматели могут следовать разной логике в процессе принятия предпринимательских решений. При этом университетская среда связана с формированием склонности к тому или иному выбору. Таким образом, развитие системы поддержки предпринимательства в университетах способно не только увеличить количество студентов-предпринимателей, но и развить склонность либо к эффектуационному, либо к каузативному подходу. Помимо этого в исследовании показано, что в определенных условиях неопытные предприниматели могут следовать эффектуационной логике в процессе принятия решений. Кроме того, в данном исследовании было выявлено, что эффектуация и каузация являются ортогональными конструктами и могут применяться одним и тем же предпринимателем в зависимости от ситуации.

Что касается практической значимости данного исследования, то необходимо отметить, что его результаты свидетельствуют о том, что университетская предпринимательская среда существенным образом связана с формированием типа поведения предпринимателей, начинающих свой бизнес будучи студентами. В частности, университетская предпринимательская среда скорее способствует развитию каузативной логики студентов. Формированию эффектуационной логики принятия предпринимательских решений может способствовать финансовая поддержка предпринимательских начинаний со стороны университета, а также развитие социальных предпринимательских сетей и программ наставничества при усло-

вии активного вовлечения студентов в деятельность площадок для общения с опытными предпринимателями.

Безусловно, результаты данного исследования должны рассматриваться в контексте существующих ограничений. Первое ограничение связано с тем, что объектом исследования являются студенты-предприниматели, большинство из которых не имеют опыта в создании бизнеса. Это ограничивает возможность распространения выводов на всю категорию студентов-предпринимателей, так как среди них могут быть опытные предприниматели. Второе ограничение объясняется невозможностью сравнения поведения студентов-предпринимателей в условиях институциональных различий разных стран и экономик. Изучение и сравнение предпринимательской деятельности студентов в разных странах (развитых и развивающихся) может рассматриваться как одно из направлений дальнейших исследований. В частности, изучения требует вопрос о том, как внешняя среда (динамичная или стабильная), степень развития отрасли (зарождающаяся или развитая), способ организации производства товаров и услуг (например, работа через торгового агента или приобретение собственных производственных мощностей), а также уровень развития институтов влияют на склонность предпринимателей к эффектуационному или каузативному поведению. Еще одно направление исследований в данной области связано с изучением того, отличается ли поведение предпринимателей-эффектуаторов из разных стран в зависимости от особенностей национальной культуры. Интерес представляет также изучение того, как меняется эффектуационное поведение предпринимателей, выходящих на международные рынки, в зависимости от страны интернационализации. Изучение исследовательских вопросов, упомянутых выше, на наш взгляд, может поспособствовать развитию данной области.

## Приложение

## ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ЛАТЕНТНЫХ ПЕРЕМЕННЫХ

Элемент шкалы	Факторная нагрузка
1	2
<b>Каузация</b> (альфа Кронбаха = 0,898; процент объясненной дисперсии (одна компонента) = 71,26; КМО = 0,877; критерий сферичности Бартлетта: $p < 0,000$ )	
Я проанализировал возможности в долгосрочной перспективе и выбрал то, что, на мой взгляд, принесет наибольшую выгоду	0,625
Я разрабатывал и планировал бизнес-стратегии	0,774
Я организовал и запустил системы контроля над процессами, направленными на достижение целей компании	0,750
Я отбирал и исследовал целевые рынки и провел глубокий конкурентный анализ	0,737
Я разработал и спланировал все, что касается производства и маркетинга	0,678
<b>Эффектуация</b> (альфа Кронбаха = 0,816; процент объясненной дисперсии (4 компоненты) = 67,52; КМО = 0,815; критерий сферичности Бартлетта: $p < 0,000$ )	
<i>Составляющая «экспериментирование»</i>	
Я экспериментировал с различными продуктами и/или бизнес-моделями	0,659
Продукт (услуга), который производит моя фирма сейчас, мало отличается от того, как он был изначально задуман	-0,484
Продукт (услуга), который производит моя фирма сейчас, значительно отличается от того, как он был изначально задуман	0,844
Я попробовал много разных вариантов до того, как нашел бизнес-модель, которая заработала	0,787
<i>Составляющая «допустимые потери»</i>	
Я старался не затрачивать ресурсов больше, чем мог позволить себе потерять	0,849
В свою первоначальную идею я инвестировал не более, чем мог позволить себе потерять	0,902
Я планировал инвестиции так, чтобы не поставить компанию под угрозу финансовой несостоятельности в случае низкой отдачи	0,823
<i>Составляющая «гибкость»</i>	
Я развивал свой бизнес, не упуская новые возможности	0,787
Я адаптировал наши действия к имеющимся ресурсам	0,717
Я проявлял гибкость и извлекал выгоду из появляющихся возможностей	0,829
Я не предпринимал действий, которые ограничили бы нашу гибкость и способность к адаптации	0,537
<i>Составляющая «предварительные соглашения»</i>	
Я заключил большое количество соглашений с клиентами, поставщиками и другими организациями с целью уменьшения степени неопределенности	0,783
Я заключал предварительные соглашения с клиентами и поставщиками так часто, как это было возможно	0,802

## Окончание Приложения

1	2
<i>Университетская среда</i> (альфа Кронбаха = 0,923; процент объясненной дисперсии (1 компонента) = 65,40; КМО = 0,916; критерий сферичности Бартлетта: $p < 0,000$ )	
Мероприятия и курсы, которые я посетил, помогли мне лучше понять ценности и мотивацию предпринимателей	0,837
Мероприятия и курсы, которые я посетил, помогли мне лучше понять, что нужно делать для того, чтобы открыть бизнес	0,860
Мероприятия и курсы, которые я посетил, помогли мне развить практические управленческие навыки, необходимые для открытия собственного бизнеса	0,862
Мероприятия и курсы, которые я посетил, помогли мне развить способности по выстроению сетей контактов	0,825
Мероприятия и курсы, которые я посетил, помогли мне научиться выявлять возможности	0,862
Университетская среда в целом поощряет желающих стать предпринимателями	0,792
В моем университете много студентов, желающих стать предпринимателями	0,699
Курсы по предпринимательству, которые Вы прослушали, в основном имели целью передачу знаний (1) или работу над Вашими собственными предпринимательскими идеями (7)?	0,714
<i>Стремление к самореализации</i> (альфа Кронбаха = 0,785; процент объясненной дисперсии (1 компонента) = 70,35; КМО = 0,703; критерий сферичности Бартлетта: $p < 0,000$ )	
Оцените важность следующих мотивов при выборе Вашей будущей карьеры	
Бросать вызов самому себе	0,822
Осуществить свою мечту	0,838
Расти и развиваться как личность	0,856
<i>Стремление к независимости</i> (альфа Кронбаха = 0,671; процент объясненной дисперсии (1 компонента) = 60,49; КМО = 0,641; критерий сферичности Бартлетта: $p < 0,000$ )	
Оцените важность следующих мотивов при выборе Вашей будущей карьеры	
Приобрести более высокое положение в обществе	0,733
Получить большую гибкость для личной жизни	0,828
Быть собственным начальником	0,769

Примечание: респондентам предлагалось оценить указанные утверждения по шкале от 1 до 7, где 1 — «абсолютно не согласен», 7 — «полностью согласен».

## ЛИТЕРАТУРА

- Рид С., Сарасвати С., Дью Н., Уилтбэнк Р., Олссон Э.-В. 2013. *Пошаговое руководство по созданию бизнеса*. Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер.
- Широкова Г.В., Арепьева М.А., Молодцова М.Ю. 2009. Влияние социальных сетей на разных этапах развития предпринимательской фирмы: результаты анализа

данных глобального мониторинга предпринимательства в России. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент* (3): 3–31.

- Широкова Г.В., Соколова Л.С. 2013. Формирование предпринимательской ориентации в российских фирмах малого и среднего бизнеса: роль институциональной



- среды исследованию. *Российский журнал менеджмента* 11 (2): 25–50.
- Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50: 179–211.
- Autio E., Keeley R. H., Klofsten M., Ulfstedt T. 1997. Entrepreneurial intent among students: Testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA. *Babson College Frontiers of Entrepreneurship Research*. <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/autio/aut1.htm>, accessed 20 March 2009
- Autio E., Keeley R., Klofsten M., Parker G. C., Hay M. 2001. Entrepreneurial Intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies* 2: 145–160.
- Barringer B. R., Ireland R. D. 2010. *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Pearson Education: NJ.
- Bird B. 1988. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review* 13 (3): 442–453.
- Bonnett C., Furnham A. 1991. Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology* 12 (3): 465–477.
- Carter N. M., Gartner W. B., Shaver K. G., Gatewood E. J. 2003. The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 18 (1): 13–39.
- Chandler G., DeTienne D., McKelvie A., Mumford T. 2011. Causation and effectuation processes: A validation study. *Journal of Business Venturing* 3: 375–390.
- Chi M. T., Glaser R., Rees E. 1982. Expertise in problem solving. In: Sternberg R. S. (ed.). *Advances in the Psychology of Human Intelligence, Vol 1*. Erlbaum: NJ; 1–75.
- Clercq D. D., Dimov D., Thongpapanl N. 2013. Organizational social capital, formalization, and internal knowledge sharing in entrepreneurial orientation formation. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 37 (3): 505–537.
- Collins C. J., Hanges P. J., Locke E. A. 2004. The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance* 17 (1): 95–117.
- Cooper S. Y., Park J. S. 2008. The impact of ‘incubator’ organization on opportunity recognition and technology innovation in new, entrepreneurial high-technology ventures. *International Small Business Journal* 26 (1): 27–56.
- Davidsson P., Honig B. 2003. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 18 (3): 301–331.
- De Clercq D., Arenius P. 2006. The role of knowledge in business start-up activities. *International Small Business Journal* 24 (4): 339–358.
- Dey E. L. 1997. Undergraduate political attitudes: Peer influence in changing social context. *Journal of Higher Education* 68 (4): 398–413.
- Dew N., Read S., Sarasvathy S. D., Wiltbank R. 2009. Effectual versus predictive logic in entrepreneurial decision-making: Differences between experts and novices. *Journal of Business Venturing* 24: 287–309.
- Dew N., Read S., Sarasvathy S. D., Wiltbank R. 2011. On the entrepreneurial genesis of new markets: Effectual transformations versus causal search and selection. *Journal of Evolutionary Economics* 21: 231–253.
- DiStefano C., Zhu M., Míndrilă D. 2009. Understanding and using factor scores: Considerations for the applied researcher. *Practical Assessment, Research and Evaluation* 14 (20): 1–11.
- Douglas E., Shepherd D. 2002. Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurial Theory and Practice* 26 (3): 81–90.
- Eddleston K., Kellermanns F., Zellweger T. 2012. Exploring entrepreneurial behavior of family firms: Does the stewardship perspective explain differences? *Entrepreneurship: Theory and Practice* 36 (2): 347–367.
- Endres A., Woods C. 2006. Modern theories of entrepreneurial behavior: A comparison

- and appraisal. *Small Business Economics* 26 (2): 189–202.
- Finkle T., Deeds D. 2001. Trends in the market for entrepreneurship faculty 1989–1998. *Journal of Business Venturing* 16 (6): 613–630.
- Fisher G. 2012. Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice* 36 (5): 1019–1051.
- Franke N., Lüthje C. 2004. Entrepreneurial intentions of business students — A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management* 1 (3): 269–288.
- Gabrielsson J., Politis D. 2011. Career motives and entrepreneurial decision-making: Examining preferences for causal and effectual logics in the early stage of new ventures. *Small Business Economics* 36: 281–298.
- Galkina T., Kock S. 2011. The influence of Entrepreneurial Infrastructure on entrepreneur networking: A comparative case study of Russian and Finnish founding teams. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 13 (3): 238–254.
- Geh E. 2011. Understanding strategic alliances from the effectual entrepreneurial firm's perspective — An organization theory perspective. *SAM Advanced Management Journal* 76 (4): 27–36.
- Gruber M. 2007. Uncovering the value of planning in new venture creation: A process and contingency perspective. *Journal of Business Venturing* 22 (6): 782–807.
- Hastie B. 2007. Higher education and sociopolitical orientation: The role of social influence in the liberalisation of students. *European Journal of Psychology of Education* 22: 259–274.
- Harms R., Schiele H. 2012. Antecedents and consequences of effectuation and causation in the international new venture creation process. *Journal of International Entrepreneurship* 10: 95–116.
- Harms R., Kraus S., Schwarz E. 2009. The suitability of the configuration approach in entrepreneurship research. *Entrepreneurship & Regional Development* 21 (1): 25–49.
- Hisrich R.D., Peters M.P. 1995. *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. 3rd ed. Irwin: Boston.
- Hmieleski K.M., Corbett A.C. 2006. Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management* 44 (1): 45–63.
- Honig B. 2004. Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education* 3: 258–273.
- Honig B., Karlsson T. 2004. Institutional forces and the written business plan. *Journal of Management* 30 (1): 29–48.
- Iakovleva T., Kolvereid L., Stephan U. 2011. Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education + Training* 53 (5): 353–370.
- Jackson T., Vitberg A. 1987. Career development, Part I: Careers and entrepreneurship. *Personnel* 64 (2): 12–17.
- Karlsson T. 2005. *Business Plans In New Ventures: An Institutional Perspective*. JIBS Dissertation Series No. 030. Jönköping International Business School.
- Karlsson T., Honig B. 2009. Judging a business by its cover: An institutional perspective on new ventures and business plan. *Journal of Business Venturing* 24 (1): 27–45.
- Kolvereid L. 1996. Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 20 (3): 23–31.
- Kolvereid L., Amo B.W. 2007. Entrepreneurship among graduates from business schools: A Norwegian case. In: Fayolle A. (ed.). *Handbook of Research in Entrepreneurship Education. Vol. 2: Contextual Perspectives*. Edward Elgar: Cheltenham; 207–218.
- Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L. 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* 15: 411–432.
- Kristiansen S., Indarti N. 2004. Entrepreneurial intention among Indonesian and

- Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture* **12** (1): 55–78.
- Kuechle G. 2013. The determinants of effective entrepreneurial behaviour: An evolutionary game theory critique. *International Journal of Management* **13** (2): 507–521.
- Kuehn K. 2008. Entrepreneurial intentions research: Implications for entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education* **11**: 87–98.
- Kuratko D.F., Hodgetts R.M. 2004. *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. Thomson South-Western: Mason, OH.
- Lannegrand-Willems L., Bosma H.A. 2006. Identity development-in-context: The school as an importance context for identity development. *Identity: An International Journal of Theory and Research* **6** (1): 85–113.
- Laspita S., Breugst N., Heblich S., Patzelt H. 2012. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* **27**: 414–435.
- Lee S., Lim S., Pathak R., Chang D., Li W. 2006. Influences on attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study. *Entrepreneurship Management* **2**: 351–366.
- Liao J., Gartner W. 2006. The effects of pre-venture plan timing and perceived environmental uncertainty on the persistence of emerging firms. *Small Business Economics* **27** (1): 23–40.
- Lüthje C., Franke N. 2003. The “making” of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management* **33** (2): 135–147.
- Martinez D., Mora J.G., Vila L. 2007. Entrepreneurs, the self-employed and employees amongst young European higher education graduates. *European Journal of Education* **42** (1): 99–117.
- McAdam M., McAdam R. 2008. High tech start-ups in university science park incubators: The relationship between the start-up’s lifecycle progression and the use of incubator’s resources. *Technovation* **28** (5): 277–290.
- McAdam M., McAdam R. 2006. The networked incubator: The role and operation of entrepreneurial networking with the university science park incubator (USI). *International Journal of Entrepreneurship and Innovation* **7** (2): 87–97.
- Mian S. 1997. Assessing and managing the university technology business incubator: An integrative framework. *Journal of Business Venturing* **12** (4): 251–286.
- Morales-Gualdrón S.T., Roig S. 2005. The new venture decision: An analysis based on the GEM project database. *International Entrepreneurship and Management Journal* **1** (4): 479–499.
- Nielsen S.L., Lassen A.H. 2012. Identity in entrepreneurship effectuation theory: A supplementary framework. *International Entrepreneurship Management Journal* **8**: 373–389.
- Perry J.T., Chandler G., Markova G. 2012. Entrepreneurial effectuation: A review and suggestions for future research. *Entrepreneurship Theory and Practice* **36** (4): 836–861.
- Pittaway L., Cope J. 2007. Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal* **25** (5): 479–510.
- Politis D., Winborg J., Dahlstrand A.L. 2012. Exploring the resource logic of student entrepreneurs. *International Small Business Journal* **30** (6): 659–683.
- Pruett M. 2012. Entrepreneurship education: Workshops and entrepreneurial intentions. *Journal of Education for Business* **87** (2): 94–101.
- Read S., Dew N., Sarasvathy S.D., Song M., Wiltbank R. 2009. Marketing under uncertainty: The logic of an effectual approach. *Journal of Marketing* **73**: 1–18.
- Read S., Sarasvathy S. 2005. Knowing what to do and doing what you know: Effectuation as a form of entrepreneurial expertise. *Journal of Private Equity* (Winter 2005): 45–62.
- Read S., Sarasvathy S., Dew N., Wiltbank R., Ohlsson A-V. 2011. *Effectual Entrepreneurship*. Routledge: London; N.Y.
- Reynolds P., Miller B., Maki W.R. 1995. Explaining regional variation in business births and deaths: U.S. *Small Business Economics* **7** (5): 389–707.

- Reynolds P., Storey D. J., Westhead P. 1994. Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies* **28** (4): 443–456.
- Roininen S. 2006. *The Start-Up Process of Academic Spin-Offs and Non-Academic Ventures*. Licentiate thesis. Lulea University of Technology, Sweden.
- Sarasvathy S. D. 1998. *How Do Firms Come to Be? Towards a Theory Of the Prefirm*. Doctoral dissertation, Carnegie Mellon University, Pittsburg.
- Sarasvathy S. D. 2001. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review* **26**: 243–263.
- Sarasvathy S. D. 2008. *Effectuation: Elements Of Entrepreneurial Expertise*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Sarasvathy S. D., Simon H. A., Lave L. 1998. Perceiving and managing business risks: Differences between entrepreneurs and bankers. *Journal of Economic Behavior and Organization* **33**: 207–225.
- Schlaegel C., He X., Engle R. 2013. The direct and indirect influences of national culture on entrepreneurial intentions: A fourteen nation study. *International Journal of Management* **30** (2): 597–609.
- Scott M. G., Twomey D. F. 1988. The long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management* **26** (4): 5–12.
- Sequeira S., Mueller S., McGee J. 2007. The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship* **12** (3): 275–293.
- Shane S., Venkataraman S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review* **25** (1): 217–226.
- Shapiro A., Sokol L. 1982. The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent C., Sexton D., Vesper K. (eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice Hall: Englewood Cliffs, NJ; 72–90.
- Skurczyński M. 2008. Academic entrepreneurship incubators network in Poland. *European Integration Studies* **2**: 115–120.
- Slooman S. A. 1996. The empirical case for two systems of reasoning. *Psychological Bulletin* **119** (1): 3–22.
- Souitaris V., Zerbini S., Al-Laham A. 2007. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing* **22** (4): 566–591.
- Sundqvist S., Kyläheiko K., Kuivalainen O., Codogan J. 2012. Kirznerian and Schumpeterian entrepreneurial-oriented behavior in turbulent export markets. *International Marketing Review* **29** (2): 203–219.
- Svensrud E., Åsvoll H. 2012. Innovation in large corporations: A development of the rudimentary theory of effectuation. *Academy of Strategic Management Journal* **11** (1): 59–89.
- Tan T.-M., Tan W.-L., Young J. L. 2000. Entrepreneurial infrastructure in Singapore: Developing a model and mapping participation. *Journal of Entrepreneurship* **9** (1): 1–33.
- Timmons J. A., Spinelli S. 2004. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw Hill/Irwin: N. Y.
- Van Auken H., Fry F. L., Stephens P. 2006. The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Journal of Developmental Entrepreneurship* **11** (2): 157–167.
- Van Gelderen M., Jansen P. 2006. Autonomy as a start-up motive. *Journal of Small Business and Enterprise Development* **13** (1): 23–32.
- Wales W., Gupta V., Mousa F. 2013. Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal* **31** (4): 357–383.
- Welter F., Smallbone D. 2011. Institutional perspective on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management* **49** (1): 107–125.
- Wiltbank R., Dew N., Read S., Sarasvathy S. D. 2006. What to do next? The case for non-predictive strategy. *Strategic Management Journal* **27**: 981–998.



- Wiltbank R., Read S., Dew N., Sarasvathy S.D. 2009. Prediction and control under uncertainty: Outcomes in angel investing. *Journal of Business Venturing* **24**: 116–133.
- Zellweger T., Sieger P., Halter F. 2011. Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing* **26**: 521–536.
- Zuckerman H. 1977. *Scientific Elite: Nobel Laureates in the United States*. Free Press: N.Y.

**Латинская транслитерация литературы, набранной на кириллице**  
**The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet**

- Read S., Sarasvathy S., Dew N., Wiltbank R., Ohlsson A-V. 2013. *Poshagovoe rukovodstvo po sozdaniyu biznesa*. Per. s angl. M.: Al'pina Publisher.
- Shirokova G.V., Arep'eva M.A., Molodtsova M.Yu. 2009. Vliyanie sotsial'nykh setej na raznykh etapakh razvitiya predprinimatel'skoj firmy: rezul'taty analiza dannykh global'nogo monitoringa predprinimatel'stva v Rossii. *Vestnik S.-Peterburgskogo un-ta. Seriya Menedzhment* (3): 3–31.
- Shirokova G.V., Sokolova L.S. 2013. Formirovanie predprinimatel'skoj orientatsii v rossijskikh firmakh malogo i srednego biznesa: rol' institutsional'noj sredy issledovaniyu. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta* **11** (2): 25–50.

*Статья поступила в редакцию  
18 марта 2014 г.*