

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. *Цель работы.* В статье рассматривается предпринимательская культура с точки зрения ее значимости для преодоления негативных последствий рента-сырьевой экономики и развития малого и среднего бизнеса в России. **Метод или методология проведения работы.** Проведен сравнительный контент-анализ, периодизация и структурирование взаимосвязей институциональной среды, предпринимательской культуры и потребностей организаций на разных этапах жизненного цикла. **Результаты.** Выявлены основные причины замедленного развития малого и среднего бизнеса в России. К ним, в первую очередь, можно отнести состояние институциональной среды. Проведенный анализ показывает, что институциональная среда имеет непосредственное влияние на уровень предпринимательской активности и культуры. Говоря о взаимосвязи развития предпринимательства и состояния институциональной среды, нельзя не отметить в этой связи проблемы развития культуры предпринимательской деятельности в России. В ходе рассмотрения различных подходов к определению понятия «предпринимательская культура» дается авторская формулировка. Выделены различные стадии жизненного цикла, которые проходит любой хозяйствующий субъект: рождения, роста, зрелости, спада и распада. На каждой из этих стадий хозяйствующий субъект имеет различное отношение к собственности, управлению ресурсами, к собственному и наемному человеческому капиталу, к доходу и принципам его распределения, к социальной ответственности и принципам деловой этики, т. е. различной реализации и сочетанию элементов предпринимательской культуры. **Область применения результатов.** Результаты проведенного исследования могут быть использованы при анализе стадии жизненного цикла хозяйствующего субъекта малого и среднего бизнеса, разработке конкретных инструментов его институциональной поддержки и повышения адаптивной предпринимательской культуры. **Выводы.** Делается вывод о том, что хозяйствующие субъекты на каждом этапе жизненного цикла имеют различные потребности в поддержке со стороны внешней институциональной среды, в том числе на стадии спада и распада. Следовательно, целесообразно использовать модельные принципы формирования адаптивной предпринимательской культуры в системе разработки инфраструктурных инструментов поддержки предпринимательства.

Ключевые слова: институциональная среда, предпринимательская культура, институциональный подход, стадии жизненного цикла, институциональная поддержка, уровень предпринимательской активности.

SIZOVA YULIA SERGEEVNA

Doctoral Student of the Department of "Entrepreneurship and Logistics" of the FSBEI of HE
"Plekhanov Russian University of Economics",
e-mail: ju-si@mail.ru

INSTITUTIONAL SUPPORT AS AN INSTRUMENT OF IMPROVING THE ENTREPRENEURIAL CULTURE AT DIFFERENT STAGES OF THE LIFE CYCLE OF AN ORGANIZATION

Abstract. The goal of the study. The manuscript discusses the entrepreneurial culture from the point of view of its importance to overcome the negative consequences of rental-raw material based economics and development of small and medium-sized business in Russia. **The method or methodology of performing the study.** We have performed content analysis, periodization and structuring of interactions of the institutional environment, entrepreneurial culture and needs of organizations at different stages of the life cycle. **The results.** We have found the main reasons of a decelerated development of small and medium-sized business in Russia. They, first and foremost, may include the state of the institutional environment. The analysis performed shows that the institutional environment has a direct impact on the level of entrepreneurial activity and culture. Speaking about the interaction of development of entrepreneurship and the state of the institutional environment it is important to point out in this relation the problems of development of the culture of entrepreneurial activity in Russia. In the process of discussing different approaches to determining the notion of the "entrepreneurial culture" our personal proprietary information is provided. We have distinguished different stages of the lifecycle that any economic subject goes through: birth, growth, maturity, decline and decay. At each of these stages an economic subject has a different attitude to property, management of resources, to personal and hired human capital, to income and principles of its distribution, to social responsibility and principles of business ethics, i.e. different implementation and combination of elements of entrepreneurial culture. **The area of application of the results.** The results of the study performed may be used when analyzing stages of a life cycle of an economic entity of small and medium-sized business, developing specific instruments of its institutional support and improving the adaptive entrepreneurial culture. **Conclusions.** A conclusion is made that economic subjects at every stage of a life cycle have different needs of support from the external institutional environment, including those at the decline and decay stages. Therefore, it is desirable to use model principles of forming an adaptive entrepreneurial culture in the system of developing infrastructural instruments of entrepreneurial support.

Keywords: an institutional environment, entrepreneurial culture, an institutional approach, stages of a life cycle, institutional support, the level of entrepreneurial activity.

Введение. В последнее время многие исследователи, в том числе Л. Даниленко, определяют российскую экономику как рентно-сырьевую. Данная специфика накладывает отпечаток на все процессы, протекающие в национальной социально-экономической системе. Отмечается, что рентно-ориентированное поведение экономических субъектов деформирует систему социально-экономических отношений в обществе и «отражается на состоянии и особенностях российской государственности, экономики, социокультурных и нравственных аспектах» [4].

В настоящее время в России происходят изменения в различных сферах (производственной, финансовой), а также в организационной структуре, происходят изменения не только в хозяйственном механизме, но и меняется институциональная среда.

Институциональные условия развиваются с течением времени в определенных исторических условиях, соответственно, влияют на экономическую деятельность и ее результаты, также как и экономическая деятельность оказывает влияние на развитие институтов. Поэтому некоторые исследователи предлагают в рамках трансформации рентно-сырьевой модели российской экономики уделить особое внимание формированию институтов, способных повлиять на социально-экономическое (и в том числе политическое) развитие страны. Такие исследователи, как Л. Дышаева, Е. Гонтмахер, Л. Даниленко, А. Матюхин, отмечают необходимость выхода за пределы экономикоцентризма, воззрения, «согласно которому высшей ценностью и центром общественной жизни является экономика, предопределяющая все остальные характеристики человеческой жизни» [15]. В этом контексте подчеркивается, что другие факторы общественной жизни (моральные, культурные, политические) остаются недооцененными.

Д. Норт определяет институты как совокупность формальных и неформальных норм, правил, а также механизмов их реализации, с помощью которых структурируются и упрощаются отношения и взаимодействия между людьми и организациями [12]. Он также отмечает, что институты определяют спектр альтернатив, доступных экономическим агентам, и оказывают влияние на решения, которые на деле принимают индивидуумы» [11].

Рентоискательство негативно отражается на институтах и порой добавляет в них коррупционную составляющую, поскольку позволяют получать индивидуальные доходы независимо от их вклада в национальную экономическую систему. По утверждению В. Дементьева, «становится возможным извлекать индивидуальные доходы при «отрицательном вкладе» [5]. Связанные с этим мотивы и интересы деятельности субъектов экономической системы определяют их непродуктивную деятельность. Россия оказалась в той ситуации, когда доходы национального бизнеса зависят не от наличия предпринимательских способностей, а от близости к государственному аппарату, вследствие чего предприниматели нацелены на получение доходов (ренты) от личных связей, а не обычной, классической предпринимательской прибыли [10]. Л. Васильев определяет институциональные особенности российского общества с помощью концепта «власть-собственность» [2]. Поэтому в нашей стране сложился особый вид бизнеса — административный бизнес, или теневое партнерство предпринимателей и чиновников, сутью которого является сотрудничество бизнеса с властью [4]. Что же касается развития предпринимательства в классическом понимании этой деятельности, то в институциональных условиях рентно-сырьевой экономики оно тормозится, особенно это касается малого и среднего предпринимательства (МСП), а «предпринимательский талант активно используется в теневой, а не в легальной экономике» [13]. Более того, в бытность СССР не использовался даже сам термин «предпринимательство», наблюдалось отсутствие деловой среды и инфраструктуры развития бизнеса.

Взгляды А. Кихлгрена, таким образом, обобщают вышесказанное и подтверждают, что в России развитие малого и среднего бизнеса замедлено по следующим причинам [7]:

- отсутствие предпринимательских традиций;
- исторические условия (длительный период построения коммунизма);
- специфика бизнес-среды, которая не определяет четких правил игры для предпринимателей;
- рентоискательство;
- высокий уровень коррупции;
- распространение нелегального бизнеса;
- неблагоприятная законодательная система;
- недостаток финансирования.

Говоря о взаимосвязи развития предпринимательства и состояния институциональной среды, нельзя не отметить в этой связи проблемы развития культуры предпринимательской деятельности в России. Б. Тойни и П. Уолтерз подчеркивают важность культуры бизнеса для развития и ведения предпринимательской деятельности, не отделяя национальные рынки от окружающей среды — экономической, торговой, политической и правовой. По их утверждению, культурные факторы оказывают огромное влияние на рынки и рыночное поведение субъектов [19]. Существует множество подходов к определению предпринимательской культуры. Так, например, Б. Тойни и П. Уолтерз определяют ее как «способ, посредством которого группа людей решает проблемы и согласовывает дилеммы» [19].

Е. Кузьмина считает, что предпринимательская культура складывается из материальных, духовных, личностных и институциональных элементов. Под материальными элементами понимается управленческий уровень развития предприятия и его информационной техники. Духовные элементы представляют собой совокупность профессиональных знаний, производственного опыта, экономического мышления предпринимателя. Личностными элементами являются степень экономической свободы и возможность обогащения. К институциональным элементам относятся социальные нормы и ценности, вера и убеждения [8].

По мнению Рюттингера Р., культура предпринимательства — это «система совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях [14]. Представления о ценностях позволяют понять, что является важным для предприятия, а убеждения — как должно функционировать предприятие». Данный подход к предпринимательской культуре — это симбиоз элементов коммерческого предпринимательства и внутриорганизационной культуры. Таким образом, выделяются следующие виды предпринимательской культуры:

- культура торговли;
- спекулятивная культура (выгодных сделок);

- инвестиционная культура;
- административная культура.

Лапуста М. Г. считает, что предпринимательская культура — это «определенная сложившаяся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране правовыми нормами, обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса» [9]. Под предпринимательской культурой Л. С. Леонтьева и Ю. С. Сизова понимают совокупность норм, правил, институтов поддержки предпринимательской деятельности, формирующих качество внешней и внутренней среды предпринимательских организаций на разных этапах их жизненного цикла [17]. Она постоянно претерпевает изменения, совершенствуется и формируется в течение многих лет. Что касается институциональной среды, то она также формируется непрерывно.

Роль институциональной среды и ее влияние на среду предпринимательскую исследовалась в работах В. Радаева, В. Чепуренко, Г. Широковой, Е. Соколовой, Е. Васильевой, В. Тамбовцева, Г. Клейнера, Е. Ясина, А. Шастико А. и др. Так, например, Е. Васильева рассматривает связь институциональных элементов с культурой предпринимательства и поведением предпринимателя, включая этику ведения бизнеса [2]. Это направление становится очень популярным, особенно в контексте развивающейся экономики. Впервые идеи об основополагающей роли институциональной среды получили развитие в работах таких представителей институциональной и неинституциональной теории, как Т. Веблен, Р. Коуз, Д. Норт, В. Скотт, О. Уильямсон.

Д. Норт дает следующее определение: «Институты — это "правила игры" в обществе или, выражаясь более формально, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми. Следовательно, они задают структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия — будь то в политике, социальной сфере или экономике» [6]. Таким образом, институты не только влияют на развитие бизнеса в целом и поведение отдельных субъектов предпринимательской деятельности, но и регулируют межфирменное взаимодействие и влияют на процесс принятия управленческих решений. Дж. Мейер, М. Пенг, Д. Смоллбон подчеркивают обоснованность применения институционального подхода, учитывая процессы трансформации, которые происходят в странах с развивающейся экономикой, к которым относится Россия в частности.

Институциональная среда уникальна для каждой страны. А. Шастико определяет институциональную среду как совокупность политических, социальных и экономических правил, которые оказывают влияние на зарождение бизнеса и его развития. Эти правила являются основой для производства, обмена и распределения [16]. По словам Я. Ямакава, институциональной среде отводится особая роль в странах с развивающейся экономикой благодаря скорости происходящих в ней изменений, которые могут иметь непредсказуемые последствия для развития бизнеса [20]. Следовательно, субъекты предпринимательской деятельности (организации) зависят от национальной институциональной среды, в которой они были образованы и осуществляют свою деятельность. Чем меньше организация, тем больше ее зависимость от институциональных факторов и тем меньше ее возможность оказать обратное влияние. В случае если изменения, происходящие в институциональной сфере, не соответствуют изменениям в потребностях субъектов предпринимательской деятельности, то предпринимательская активность падает.

Согласно концепции И. Адизеса, каждая организация в своем развитии проходит определенные этапы жизненного цикла, знание о которых дает возможность управлять изменениями, происходящими на каждом из этапов [1]. В практике российского бизнеса деятельность субъектов хозяйственной деятельности не принято рассматривать через призму этапов жизненного цикла. Это приводит к тому, что предприниматели, владельцы бизнеса зачастую сопротивляются закономерным изменениям, не управляя ими. Исходя из обозначенных выше концепций, можно выделить следующие стадии жизненного цикла фирмы: 1) рождения; 2) роста; 3) зрелости; 4) спада; 5) распада. На каждом из этих этапов хозяйствующий субъект имеет различное отношение к собственности, управлению ресурсами, к собственному и наемному человеческому капиталу, к доходу и принципам его распределения, к социальной ответственности и

принципам деловой этики, т. е. различная реализация и сочетание элементов предпринимательской культуры. Предпринимательская культура не является стабильной, трансформируется по мере перехода фирмы с одной стадии жизненного цикла на другую и зависит от уровня и качества институциональных элементов поддержки и их соответствия нуждам хозяйствующего субъекта.

Рассмотрим, как реализуются предпринимательские принципы культуры на разных стадиях жизненного цикла организации.

На стадии рождения происходит образование хозяйствующего субъекта и прохождение соответствующей процедуры регистрации. Центральной проблемой является выход на рынок и реализация предпринимательских принципов культуры новой организации — она приведена в табл. 1.

Таблица 1

Реализация предпринимательских принципов культуры на стадии рождения

Отношение к собственности	Управление ресурсами	Отношение к собственному и наемному человеческому капиталу	Отношение к доходу и принципам его распределения	Отношение к социальной ответственности	Реализуемые принципы деловой этики
формирование права собственности	определение объема затрат и их источников; апробация управленческих функций; контроль управленческих решений	использование интеллектуального потенциала владельцев бизнеса, его близкого окружения; выражение и формирование профессиональных компетенций членов	использование всего дохода с целью развития компании	социальная ответственность проецируется на внутреннюю среду компании	отсутствие четких норм и ценностей; руководитель является генератором организационной и корпоративной культуры

Источник: составлено автором.

Стадия роста является ответственным периодом, и поддержка со стороны институциональной среды приобретает еще большую актуальность, чем на стадии рождения. Процессы, происходящие на данном этапе жизненного цикла, рассмотрены в табл. 2.

Таблица 2

Реализация предпринимательских принципов культуры на стадии роста

Отношение к собственности	Управление ресурсами	Отношение к собственному и наемному человеческому капиталу	Отношение к доходу и принципам его распределения	Отношение к социальной ответственности	Реализуемые принципы деловой этики
возможно приобретение активов с использованием кредитных средств, для чего возможен имущественный залог одного из учредителей	увеличение основных средств; возможно использование кредитных средств; возможно использование нераспределенной прибыли по итогам предыдущего календарного года; расширение штата компании и привлечение сотрудников по совместительству/гражданско-правовому договору	база профессиональных предпринимательских компетенций сформирована; творческий и интеллектуальный потенциал наемных сотрудников используется частично; вероятность текучки персонала; возможность использования аутсорсинга на выполнение определенных функций	получение чистой прибыли; сокращение доли средств, вкладываемых в развитие бизнеса; возможно привлечение новых кредитов; возможны новые вклады собственных средств учредителей	формирование имиджа компании; занятие конкурентных позиций; проявление социальной ответственности в высоком качестве товаров/услуг	формирование горизонтальной иерархии; формирование неформальных норм; продолжение формирования организационной и корпоративной культуры

Источник: составлено автором.

На стадии зрелости фирма все больше набирает силу как в плане хозяйственной деятельности, так и в плане развития предпринимательской культуры (табл. 3).

Таблица 3

Реализация предпринимательских принципов культуры на стадии зрелости

Отношение к собственности	Управление ресурсами	Отношение к собственному и наемному человеческому капиталу	Отношение к доходу и принципам его распределения	Отношение к социальной ответственности	Реализуемые принципы деловой этики
возможен отказ от аренды помещения и его выкуп; отказ от кредитов	завершение процесса формирования коллектива; принятие или отказ от политики принятия на работу совместителей и/или фрилансеров	определение стратегических приоритетов и ценностей	завершение формирования системы оплаты труда; выплаты премий эффективным сотрудникам; возможны частичные вложения средств в развитие смежного бизнеса; увеличение прибыли учредителей	получение определенного конкурентного статуса; продолжение процесса формирования положительного имиджа компании; возможны спонсорство и благотворительность	организационная и корпоративная культура превращаются в дополнительный ресурс развития компании

Источник: составлено автором.

Вхождение фирмы в стадию спада является закономерным процессом и здесь происходит следующее (табл. 4):

Таблица 4

Реализация предпринимательских принципов культуры на стадии спада

Отношение к собственности	Управление ресурсами	Отношение к собственному и наемному человеческому капиталу	Отношение к доходу и принципам его распределения	Отношение к социальной ответственности	Реализуемые принципы деловой этики
встает вопрос о возможности сдачи в аренду неиспользованных площадей	незначительное сокращение персонала; экономия на издержках	назревает/возможен конфликт интересов между учредителями; отношение к наемному персоналу меняется в связи с необходимостью сокращений	сокращение доходов; возможны отмены дополнительных выплат персоналу	компания теряет конкурентные преимущества; стремление скрыть негативную информацию о компании от внешней среды	организационная и корпоративная культура является инструментом сохранения компании

Источник: составлено автором.

И. Адисес был единственным из исследователей, который уделял пристальное внимание стадии спада и распада. Принято считать, что «умирающие» организации не нуждаются в поддержке. Но, по мнению многих экспертов, осуществить процесс ликвидации организации сложнее, чем процесс ее регистрации. Явления, имеющие место в организации на стадии спада, отражены в табл. 5.

Реализация предпринимательских принципов культуры на стадии распада

Отношение к собственности	Управление ресурсами	Отношение к собственному и наемному человеческому капиталу	Отношение к доходу и принципам его распределения	Отношение к социальной ответственности	Реализуемые принципы деловой этики
банкротство / ликвидация бизнеса / слияние / поглощение (по ситуации)	постепенное сокращение численности сотрудников; перераспределение материальных и нематериальных ресурсов среди учредителей	управление конфликтом в кадровой сфере; своевременная выплата заработной платы и пр.; оформление прав собственности на результаты интеллектуальной деятельности	выполнение обязательств платежей и погашение задолженностей	постепенный уход с рынка; позиционирование действующей компании либо компании в стадии организации в случае обращения клиентов и контрагентов	организационная и корпоративная культура является инструментом мирной ликвидации компании; сохранение конфиденциальности и о проблемах внутри компании

Источник: составлено автором.

Результаты. Проведенное исследование показывает, что хозяйствующие субъекты на каждом этапе жизненного цикла имеют различные потребности в поддержке со стороны внешней институциональной среды, в том числе на стадии спада и распада. Каждый этап сопровождается формированием соответствующей предпринимательской культуры, уровень которой обуславливается уровнем и качеством институциональной поддержки. На каждой стадии, которую проходит хозяйствующий субъект, предпринимательская культура имеет свои особенности. По мере происходящих внутри организации изменений и оказания поддержки со стороны институциональной среды предпринимательская культура претерпевает изменения и эволюционирует.

Выводы. Целесообразно использовать модельные принципы формирования адаптивной предпринимательской культуры в системе разработки инфраструктурных инструментов поддержки предпринимательства.

Литература

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации / Пер. с англ. Под науч. ред. А. Г. Сеферяна. — СПб.: Питер, 2007. — 384 с.: ил. — (Серия «Теория менеджмента»).
2. Васильева Е. Н., Полтавская М. Б., Кирьянов В. И. Формирование культуры предпринимательства в современной России: институциональный и функциональный аспекты. — Волгоград: «Принтерра». — 2008. — 160 с.
3. Васильев Л. С. Восток и Запад в истории (основные параметры проблематики) // Альтернативные пути к цивилизации: кол. Монография. — М.: Логос. — 2000. — 386 с.
4. Даниленко Л. Н. Рентно-сырьевая модель экономики России и проблемы ее неиндустриальной трансформации: Монография. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 360 с. — (Научная мысль). — 360 с.
5. Дементьев В. Система власти и рентное поведение в переходной экономике [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sustainable-cities-net.org.ua/publicationhow.php?id=186>, свободный. — Загл. с экрана.
6. Дуглас Норт. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики // Перевод с английского А. Н. Несстеренко Предисловие и научное редактирование Б.З. Мильнера, Фонд экономической книги «НАЧАЛА» МОСКВА. — 1997. — С. 17.
7. Кононкова Н. П., Килгрэн А. Малый бизнес в России: анализ факторов, замедляющих его развитие. Kihlgren A. *small business in Russia — factors that slowed its development: an analysis* // *Communist and post-communist studies*. Los Angeles, 2003. Vol. 36. No. 2. P. 193–207 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 2: экономика. Реферативный журнал. — 2004. — № 3. — С. 164–166.
8. Кузьмина Е. Е. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие для бакалавров / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина. — М.: Юрайт, 2012. — С. 239.
9. Лапушта М. Г. Предпринимательство: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 575 с.
10. Мировая экономика / Под ред. А. С. Булатова. М.: Экономистъ, 2007. — С. 851.
11. Норт Д. Институциональные изменения // Вопросы экономики. 1997. — № 3. — С. 6.
12. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. — 1993. — Вып. 2. — 23 с.
13. Предпринимательство в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://modern-econ.ru/>

- ekonomika-rossii/osobennosti/predprinimatelstvo.html*, свободный. — Загл. с экрана.
14. Рюттингер Р. Культура предпринимательства: пер. с нем. М.: ЭКОМ, 1992. — 237 с.
15. Словарь-справочник. Журналистика, реклама, PR. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://glosspress.ru/ekonomikotsentrizm.php>, свободный. — Загл. с экрана.
16. Шаститко А. Е. Новая институциональная экономическая теория / А.Е. Шаститко. — М.: ТЕ-ИС. — 2002. — 591 с.
17. Leontjeva L. S., Sizova Y. S. *Entrepreneurial Culture: Essence and Items* // *Международный научно-исследовательский журнал*. — 2016. — № 12–5 (54). — С. 161–165.
18. North D. C. *Institutions, institutional change and economic performance: the political economy of institutions and decisions series* / Douglas C. North. Cambridge, New York and Melbourne: Cambridge University Press, 1990. 159 p.
19. Toyne B., Walters P. G. P. *Global Marketing Management: A Strategic Perspective*. Allyn and Bacon, Boston, etc., 1993. P. 224–244.
20. Yamakawa Y. *What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies?* / Y. Yamakawa, M. W. Peng, D.L. Deeds // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2008. Vol. 32. Issue 1. P. 59–83

References:

- Adizes I. *Managing the life cycle of the corporation* / Transl. from Enl. Under Scient. Sup. A.G. Sefaryan — SPb.: Piter, 2007. 384 p.: gr. (Issue «Management Theories»).
- Vasiljeva E. N., Poltavskaya M. B., Kirjanov V. I. *Entrepreneurial culture formation in modern Russia: institutional and functional aspects*. Volgograd: «Printerra». 2008. 160 p.
- Vasiljev L. S. *East and West in history (main parameters of the problem)* // *Alternative paths towards civilization: m-auth. Monograph*. M.: Logos. 2000. 386 p.
- Danilenko L. N. *Rent-and-resource economic model of Russia and problems of its neoindustrial transformation: Monograph*. M.: INFRA-M, 2014. 360 p. (Scientific thought). 360 p.
- Demenev V. *The Sysytem of power and rent behavior in transition economy*. Дементьев В. Система власти и рентное поведение в переходной экономике [An electronic resource]. Access mode: <http://www.sustainable-cities-net.org.ua/publicationhow.php?id=186>, free. Heading from the screen.
- Douglas North. *Institutions, Institutional change and economic performance* // Translation from English A.N. Nesterenko. Foreword and academic editing B.Z. Milner, *The fund of economic book «NACHALA» MOSCOW*. 1997. P. 17.
- Kononkova N. P., Kilgren A. *Small business in Russia: analysis of factors that slowed its development*. Kihlgren A. *small business in Russia — factors that slowed its development: an analysis* // *Communist and post-communist studies*. Los Angeles, 2003. Vol. 36. No. 2. P. 193–207 // *Social and humanitarian sciences. Domestic and foreign literature*. Issue 2: economics. Abstract journal. 2004. No. 3. P. 164–166.
- Kuzmina E. E. *Organization of entrepreneurial activity: study guide for bachelors* / E. E. Kuzmina, L. P. Kuzmina. M.: Yurait. 2012. P. 239.
- Lapusta M. G. *Entrepreneurship:coursebook*. M.: INFRA-M, 2007. 575 p.
- Global economy* / Edited by A.S. Bulatov. M.: Economist. 2007. 896 p.
- North D. *Institutional change* // *Economic matters*. 1997. No. 3. P. 6.
- North D. *Institutions and economic growth: historical introduction* // *THESIS*. 1993. Iss. 2. 23 p.
- Entrepreneurship in Russia* [An electronic resource]. Access mode: <http://modern-econ.ru/ekonomika-rossii/osobennosti/predprinimatelstvo.html>, free. Heading from the screen.
- Ruttinger R. *Culture of entrepreneurship: trnsl. from Germ*. M.: ECOM, 1992. 237 p.
- Dictionary-reference book. Journalism, advertising, PR*. [An electronic resource]. Access mode: <http://glosspress.ru/ekonomikotsentrizm.php>, free. Heading from the screen.
- Shastiko A. E. *New institutional economic theory* / A.E. Shastiko. M.: TEIS. 2002. 591 p.
- Leontjeva L. S., Sizova Y. S. *Entrepreneurial Culture: Essence and Items* // *International Research Journal*. 2016. No. 12–5 (54). P. 161–165.
- North D. C. *Institutions, institutional change and economic performance: the political economy of institutions and decisions series* / Douglas C. North. — Cambridge, New York and Melbourne: Cambridge University Press, 1990. — 159 p.
- Toyne B., Walters P. G. P. *Global Marketing Management: A Strategic Perspective*. Allyn and Bacon, Boston, etc., 1993. P. 224–244.
- Yamakawa Y. *What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies?* / Y. Yamakawa, M. W. Peng, D. L. Deeds // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2008. Vol. 32. Issue 1. P. 59–83