Концептуальная модель механизма развития стратегического предпринимательства организации с учётом инновационного фактора

Бурков Антон Геннадьевич
аспирант, кафедра предпринимательства и конкуренции, Московский университет «Синергия», burkov.a.g@yandex.ru

В статье предложена концептуальная модель механизма развития стратегического предпринимательства организации с учётом инновационного фактора. Показано, что, несмотря на более чем двадцатилетнее развитие концепции, сохраняется разрыв между теоретическим описанием стратегического предпринимательства и его прикладной реализацией: недостаточно конкретизированы условия, последовательность управленческих действий, порядок работы с неопределённостью, ресурсами и портфелем инициатив. Механизм определён как система, соединяющая встроенность стратегического предпринимательства в систему функционирования организации и организационно-управленческие условия предпринимательского поиска, последовательность действий по переводу выявленной возможности в инновационное решение и цикл диагностики уровня развития стратегического предпринимательства. Научная новизна состоит в разработке целостного прикладного механизма, объединяющего организационный, функционально-процессный и управленческий уровни в единый воспроизводимый контур, в котором инновационный фактор выступает сквозным условием каждого этапа. Показано отличие предлагаемого контура от моделей поэтапного отбора инновационных проектов. Результаты задают целевую конфигурацию элементов и условий стратегического предпринимательства, сопоставление с которой позволяет выявлять дефициты его развития в конкретной организации.

Ключевые слова: стратегическое предпринимательство, механизм развития стратегического предпринимательства, инновационный фактор, конкурентные преимущества, поиск возможностей, организационно-управленческие условия, цикл диагностики.

Введение

Теория предпринимательства, восходящая к Й. Шумпетеру, связывает экономическое развитие с осуществлением новых комбинаций [1] и созидательным разрушением сложившихся структур [2]. Она объясняет, откуда возникает новое, но не отвечает на вопрос, как организация превращает его в устойчивое преимущество. Стратегическое управление, напротив, раскрывает источники устойчивых конкурентных преимуществ, однако слабее описывает механизм их обновления и предпринимательского поиска. На пересечении этих линий в начале 2000-х годов сформировалась концепция стратегического предпринимательства — интеграции предпринимательских и стратегических действий, направленных на создание богатства [3]. Р. Айрленд, М. Хитт и Д. Сирмон предложили модель стратегического предпринимательства как конструкта, включающего предпринимательское мышление, предпринимательскую культуру и лидерство, стратегическое управление ресурсами, применение креативности и развитие инноваций, которые в совокупности ведут к формированию конкурентных преимуществ [4]. Современные работы подтверждают взаимную обусловленность двух логик: предпринимательство без стратегии лишено направления, а стратегия без предпринимательства — способности к обновлению [20]. Результативность стратегического предпринимательства в российских организациях зависит от кризисной среды и организационного контекста [21].

Актуальность такой интеграции подтверждается также приоритетами государственной политики: среди факторов, определяющих научно-технологическое развитие, отмечаются восприимчивость экономики к технологическим инновациям и целостность инновационного цикла, повышение которых отнесено к приоритетным задачам [22]. Рост уровня инновационной активности организаций в 2,3 раза к 2030 году определён в качестве одного из целевых показателей [23]. У российских организаций данный показатель составляет около 12%, что заметно ниже показателей ведущих экономик [23], при этом за 2021—2024 годы он оставался практически неизменным, тогда как затраты на инновационную деятельность выросли примерно в 1,4 раза в сопоставимых ценах [24]. Такое соотношение позволяет предположить, что резервы роста связаны не только с объёмом ресурсов, но и с организацией самого процесса. Государственная политика формирует цели и внешние условия [25], тогда как внутренний механизм, обеспечивающий переход от возможностей к инновационным решениям и подтверждённому эффекту, создаётся на уровне самой организации.

Настоящая статья развивает эту линию исследований. Цель статьи — предложить концептуальную модель механизма развития стратегического предпринимательства организации, в которой инновационный фактор встроен в каждый элемент, а сама модель пригодна для последующей операционализации и диагностики.

Сущность стратегического предпринимательства

Стратегическое предпринимательство понимается как одновременная реализация поведения, ориентированного на поиск возможностей, и поведения, ориентированного на формирование конкурентных преимуществ [3; 4]. Первая составляющая опирается на линию исследований выявления и использования возможностей [5], вторая — на линию исследований объяснения устойчивых преимуществ, прежде всего ресурсный подход [6] и концепцию динамических способностей [7]. Соединение двух типов поведения воспроизводит фундаментальную дилемму организационного обучения — баланс использования существующего и исследования нового [8; 14].

В рамках настоящего исследования стратегическое предпринимательство понимается следующим образом: организация рассматривает поиск возможностей и их инновационную реализацию как часть своей стратегии и один из источников создания ценности, конкурентоспособности и долгосрочного развития. Она задаёт приоритетные направления поиска, позволяющие создавать ценность в краткосрочной и долгосрочной перспективе, выявляет, формирует и проверяет возможности, отбирает наиболее перспективные из них, обеспечивает ресурсами и осуществляет стратегический контроль за их использованием. Для сохранения управляемости, эффективности и гибкости этапы поиска, проверки и предварительной реализации возможностей до их полноценного внедрения должны строиться с использованием логики реальных опционов и минимально необходимой административной нагрузки. Инновационная реализация возможности предполагает её воплощение в новом или существенно улучшенном продукте, технологии, бизнес-процессе, бизнес-модели либо организационном решении, способном дать значимый результат [13]. Такое понимание согласуется с законодательными определениями инновации через факт внедрения и получаемый результат, а не через новизну как таковую [25; 26; 27]. В результате стратегическое предпринимательство направлено как на укрепление и развитие уже имеющихся преимуществ, так и на формирование новых преимуществ за счёт преобразования изменений внешней и внутренней среды в источники ценности, конкурентоспособности, текущей результативности и долгосрочного развития [3; 4; 9—16].

Вместе с тем современный обзор области фиксирует сохраняющиеся ограничения: недостаточную операционализацию конструкта, слабую эмпирическую проверку целостных моделей и размытость границ исследовательского домена [11]. Продолжается уточнение конструкта [12] и дискуссия о самостоятельности категории [17]. Существующие процессные трактовки раскрывают отдельные элементы и взаимосвязи стратегического предпринимательства, но не предлагают целостного прикладного механизма его развития в организации [15]. Именно этот разрыв восполняет предлагаемая далее концептуальная модель.

Определение и структура механизма

Под механизмом развития стратегического предпринимательства организации с учётом инновационного фактора понимается система, соединяющая три элемента: встроенность стратегического предпринимательства в систему функционирования организации и организационно-управленческие условия, при которых возможна реализация предпринимательских подходов (рисунок 1), последовательность действий по переводу выявленной возможности в инновационное решение (рисунок 2), цикл диагностики уровня развития стратегического предпринимательства (рисунок 3). Инновационный фактор при этом встроен во все три элемента: возможности реализуются через выбор способа их инновационного воплощения, результат фиксируется как подтверждённый инновационный эффект, а накопленный опыт обновляет стратегию, ресурсы и компетенции организации. Названным элементам соответствуют три взаимодополняющих уровня рассмотрения механизма: организационный, функционально-процессный и управленческий.

На организационном уровне стратегическое предпринимательство является органичным звеном между стратегическим контуром организации и её операционной деятельностью (рисунок 1). Стратегический контур задаёт приоритеты поиска, ресурсные рамки, допустимый уровень неопределённости и критерии отбора инициатив. Операционная деятельность служит источником проблем, данных и инициатив сотрудников, средой тестирования и пространством внедрения подтверждённых инновационных решений. Обратные связи возвращают в стратегический контур эффекты инициатив и организационное обучение, а в операционную деятельность — обучение и инновационные решения. Необходимую среду для этого задают организационно-управленческие условия — от стратегии, допускающей предпринимательский поиск, доступности данных, ресурсов и компетенций, предпринимательской культуры и управленческой поддержки до гибкости структуры, межфункционального взаимодействия, процедур экспериментальной проверки, внешних связей, адаптивной мотивации и управления балансом текущей эффективности и будущего развития.



Рисунок 1 — Место стратегического предпринимательства в системе взаимодействия стратегического контура и операционной деятельности организации. Источник: составлено автором

Функционально-процессный уровень раскрывает последовательность работы со стратегически значимой возможностью (рисунок 2): выявление, оценка и приоритизация возможностей; поиск, оценка и выбор способов инновационной реализации; прототипирование, тестирование и доработка решения; подтверждение его ценности и перспективности внедрения; ресурсное обеспечение внедрения и масштабирования; создание полноценного решения, его внедрение, тиражирование и поддержка; фиксация эффекта и созданной ценности; обратная связь, ведущая к обновлению стратегии, ресурсов и организационно-управленческих условий. Сквозной функцией выступает стратегическое управление ресурсами и портфелем инициатив — ресурсы предоставляются поэтапно, по мере подтверждения значимости возможности, реализуемости решения и перспективности ожидаемого эффекта, что соответствует логике реальных опционов при работе с неопределённостью [16] и закреплённому в законодательстве праву на обоснованный риск при реализации технологических проектов [25].

Выделение ресурсов по мере подтверждения результатов, прекращение неперспективных способов и решений внешне сближают предлагаемый контур с моделями поэтапного отбора инновационных проектов с контрольными точками [18], поэтому необходимо уточнить их соотношение. Такие модели упорядочивают продвижение отдельной идеи до вывода нового продукта на рынок и по охвату сопоставимы со средней частью предлагаемого контура — от оценки возможности до внедрения решения. Отличие механизма состоит в строении контура в целом: он начинается с направлений поиска, задаваемых стратегией организации, и завершается подтверждением и фиксацией созданной ценности, а каждый последующий цикл учитывает результаты предыдущего, что придаёт функционированию механизма развивающий характер. Процессная логика модели согласуется с идеями конкуренции на грани порядка и хаоса, связывающими развитие предпринимательской стратегии с экспериментированием и ритмичным обновлением [19]. Рамка стратегического предпринимательства применяется также к управлению трансформацией действующих компаний, где ключевой задачей становится сочетание поиска новых возможностей с сохранением текущих преимуществ [28], при этом практика внутреннего и корпоративного предпринимательства показывает, что устойчивость таких инициатив определяется не отдельными проектами, а организационными условиями и процедурами их поддержки [29; 30].

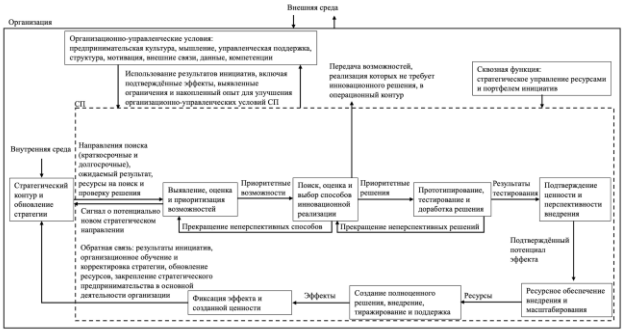


Рисунок 2 — Концептуальная модель функционирования стратегического предпринимательства организации с учётом инновационного фактора. Источник: составлено автором

Управленческий уровень представлен циклом диагностики и совершенствования (рисунок 3): интегральная оценка зрелости стратегического предпринимательства дополняется оценкой стратегической согласованности, ресурсной обеспеченности, организационно-управленческих условий, результативности механизма, охвата подразделений и сбалансированности портфеля инициатив. Выявленные дефициты становятся основанием адресных мероприятий, внедрение которых изменяет условия следующего цикла.



Рисунок 3 — Цикл диагностики и совершенствования стратегического предпринимательства в организации. Источник: составлено автором

Заключение

Предложенная концептуальная модель восполняет разрыв между теоретическим описанием стратегического предпринимательства и его прикладной реализацией: она объединяет организационный, функционально-процессный и управленческий уровни в единый воспроизводимый механизм, в котором инновационный фактор выступает сквозным условием — от выбора способа инновационной реализации возможности до фиксации инновационного эффекта и обратной связи, обновляющей стратегию, ресурсы и компетенции организации. Отличие модели от существующих процессных подходов состоит в стратегическом начале контура, завершении его фиксацией созданной ценности и развивающем характере цикла.

Практическое значение результатов определяется тем, что модель задаёт целевую конфигурацию элементов, условий и связей стратегического предпринимательства, сопоставление с которой позволяет выявлять дефициты его развития в конкретной организации. Дальнейшее исследование предполагает операционализацию модели: разработку методики и показателей диагностики уровня развития стратегического предпринимательства и инновационной активности организаций, эмпирическую проверку на выборке организаций и формирование на этой основе адресных мероприятий по развитию стратегического предпринимательства в организации.

Литература
1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — Cambridge: Harvard University Press, 1934 (ориг. 1911). — 255 с.
2. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. — New York: Harper & Brothers, 1942. — 381 с.
3. Хитт М. А., Айрленд Р. Д., Кэмп С. М., Секстон Д. Л. Стратегическое предпринимательство: предпринимательские стратегии создания богатства // Strategic Management Journal. — 2001. — Т. 22, № 6—7. — С. 479—491. — DOI: 10.1002/smj.196.
4. Айрленд Р. Д., Хитт М. А., Сирмон Д. Г. Модель стратегического предпринимательства: конструкт и его измерения // Journal of Management. — 2003. — Т. 29, № 6. — С. 963—989. — DOI: 10.1016/S0149-2063(03)00086-2.
5. Шейн С., Венкатараман С. Перспективы предпринимательства как области исследований // Academy of Management Review. — 2000. — Т. 25, № 1. — С. 217—226. — DOI: 10.5465/amr.2000.2791611.
6. Барни Дж. Ресурсы фирмы и устойчивое конкурентное преимущество // Journal of Management. — 1991. — Т. 17, № 1. — С. 99—120. — DOI: 10.1177/014920639101700108.
7. Тис Д., Пизано Г., Шуэн Э. Динамические способности и стратегическое управление // Strategic Management Journal. — 1997. — Т. 18, № 7. — С. 509—533. — DOI: 10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z.
8. Марч Дж. Г. Исследование нового и использование существующего в организационном обучении // Organization Science. — 1991. — Т. 2, № 1. — С. 71—87. — DOI: 10.1287/orsc.2.1.71.
9. Хитт М. А., Айрленд Р. Д., Сирмон Д. Г., Трамс К. А. Стратегическое предпринимательство: создание ценности для индивидов, организаций и общества // Academy of Management Perspectives. — 2011. — Т. 25, № 2. — С. 57—75. — DOI: 10.5465/amp.25.2.57.
10. Люк Б., Киринс К., Веррейн М.-Л. Разработка концептуальной рамки стратегического предпринимательства // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. — 2011. — Т. 17, № 3. — С. 314—337. — DOI: 10.1108/13552551111130736.
11. Айрленд Р. Д., Уизерс М. К., Харрисон Дж. С., Босс Д. С., Скорсби Р. Стратегическое предпринимательство: обзор и исследовательская повестка // Entrepreneurship Theory and Practice. — 2023. — Т. 47, № 2. — С. 495—523. — DOI: 10.1177/10422587221111727.
12. Симсек З., Хиви К., Фокс Б. К. Мета-фрейминг стратегического предпринимательства // Strategic Organization. — 2017. — Т. 15, № 4. — С. 504—518. — DOI: 10.1177/1476127017711720.
13. Айрленд Р. Д., Уэбб Дж. У. Стратегическое предпринимательство: создание конкурентного преимущества через потоки инноваций // Business Horizons. — 2007. — Т. 50, № 1. — С. 49—59. — DOI: 10.1016/j.bushor.2006.06.002.
14. Айрленд Р. Д., Уэбб Дж. У. Преодоление большого разрыва стратегического предпринимательства: переход между исследованием нового и использованием текущих преимуществ // Business Horizons. — 2009. — Т. 52, № 5. — С. 469—479. — DOI: 10.1016/j.bushor.2009.05.002.
15. Киргиду Л. П., Хьюз М. Стратегическое предпринимательство: истоки, ключевые элементы и направления исследований // European Business Review. — 2010. — Т. 22, № 1. — С. 43—63. — DOI: 10.1108/09555341011009007.
16. Макграт Р. Г. Движение вперёд через неудачу: логика реальных опционов и предпринимательская неудача // Academy of Management Review. — 1999. — Т. 24, № 1. — С. 13—30. — DOI: 10.5465/amr.1999.1580438.
17. ван Ренсбург Д. Дж. Является ли стратегическое предпринимательство плеоназмом? // Journal of Management & Strategy. — 2013. — Т. 4, № 1. — С. 15—27. — DOI: 10.5430/jms.v4n1p15.
18. Купер Р. Г. Система Stage-Gate: новый инструмент управления новыми продуктами // Business Horizons. — 1990. — Т. 33, № 3. — С. 44—54. — DOI: 10.1016/0007-6813(90)90040-I.
19. Браун Ш. Л., Айзенхардт К. М. Конкуренция на грани: стратегия как структурированный хаос. — Boston: Harvard Business School Press, 1998. — 299 с.
20. Кейхани М. Логика стратегического предпринимательства // Strategic Organization. — 2023. — Т. 21, № 2. — С. 460—475. — DOI: 10.1177/14761270211057571.
21. Широкова Г. В., Иввонен Л. А., Гаффорова Е. Б. Стратегическое предпринимательство в России в период экономического кризиса // Форсайт. — 2019. — Т. 13, № 3. — С. 62—76. — DOI: 10.17323/2500-2597.2019.3.62.76.
22. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 28 февраля 2024 г. № 145 // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2024. — № 10. — Ст. 1373.
23. Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 мая 2023 г. № 1315-р (ред. от 21 октября 2024 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2023. — № 22. — Ст. 3964.
24. Индикаторы инновационной деятельности: 2026: статистический сборник / В. В. Власова, Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева [и др.]; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2026. — 216 с. — ISBN 978-5-7598-3049-8. — DOI: 10.17323/978-5-7598-3049-8.
25. О технологической политике в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 28 декабря 2024 г. № 523-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2024. — № 53 (ч. I). — Ст. 8533.
26. О науке и государственной научно-технической политике: Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ (ред. от 31 июля 2025 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1996. — № 35. — Ст. 4137.
27. Экономика инноваций: учебник / под ред. Н. П. Иващенко. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2024. — 502 с. — ISBN 978-5-907690-72-1.
28. Симсек З., Хиви К., Кёниг А., Стам В. Руководство цифровой трансформацией в действующих компаниях: рамка стратегического предпринимательства // Strategic Entrepreneurship Journal. — 2024. — Т. 18, № 1. — С. 91—102. — DOI: 10.1002/sej.1499.
29. Бернс П. Корпоративное предпринимательство и инновации. — 4-е изд. — London: Red Globe Press, 2020. — 502 с. — ISBN 978-1-352-00879-1.
30. Батрименко А. Внутреннее предпринимательство: как задействовать потенциал сотрудников для развития бизнеса. Практическое руководство. — М.: Олимп-Бизнес, 2023. — 383 с. — ISBN 978-5-9693-0534-2.

Conceptual model of an organization's strategic entrepreneurship development mechanism taking into account the innovation factor

Burkov A.G.
Synergy University

JEL classification: D24, D41, D84, D92, O11, O12, O31, O32, O34

The article proposes a conceptual model of the mechanism for developing an organization's strategic entrepreneurship that incorporates the innovation factor. Despite over two decades of the concept's development, a gap persists between the theoretical description of strategic entrepreneurship and its practical implementation: the enabling conditions, the sequence of managerial actions, and the procedures for handling uncertainty, resources, and the initiative portfolio remain insufficiently specified. The mechanism is defined as a system that combines three elements: the embeddedness of strategic entrepreneurship in the organization's functioning together with the organizational and managerial conditions for entrepreneurial search, a sequence of actions that transforms an identified opportunity into an innovative solution, and a cycle for diagnosing the level of strategic entrepreneurship development. The scientific novelty lies in the design of a holistic, application-oriented mechanism that integrates the organizational, functional-process, and managerial levels into a single reproducible contour, in which the innovation factor serves as a cross-cutting condition of every stage. The paper also shows how the proposed contour differs from stage-gate models of innovation project selection. The results define a target configuration of the elements and conditions of strategic entrepreneurship, comparison with which helps an organization identify deficits in its strategic entrepreneurship development.

Keywords: strategic entrepreneurship, mechanism for developing strategic entrepreneurship, innovation factor, competitive advantages, opportunity seeking, organizational and managerial conditions, diagnostic cycle.

References
1. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development. — Cambridge: Harvard University Press, 1934. — 255 p.
2. Schumpeter J.A. Capitalism, Socialism and Democracy. — New York: Harper & Brothers, 1942. — 381 p.
3. Hitt M.A., Ireland R.D., Camp S.M., Sexton D.L. Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation // Strategic Management Journal. — 2001. — Vol. 22, No. 6—7. — P. 479—491. — DOI: 10.1002/smj.196.
4. Ireland R.D., Hitt M.A., Sirmon D.G. A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions // Journal of Management. — 2003. — Vol. 29, No. 6. — P. 963—989. — DOI: 10.1016/S0149-2063(03)00086-2.
5. Shane S., Venkataraman S. The promise of entrepreneurship as a field of research // Academy of Management Review. — 2000. — Vol. 25, No. 1. — P. 217—226. — DOI: 10.5465/amr.2000.2791611.
6. Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage // Journal of Management. — 1991. — Vol. 17, No. 1. — P. 99—120. — DOI: 10.1177/014920639101700108.
7. Teece D.J., Pisano G., Shuen A. Dynamic capabilities and strategic management // Strategic Management Journal. — 1997. — Vol. 18, No. 7. — P. 509—533. — DOI: 10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z.
8. March J.G. Exploration and exploitation in organizational learning // Organization Science. — 1991. — Vol. 2, No. 1. — P. 71—87. — DOI: 10.1287/orsc.2.1.71.
9. Hitt M.A., Ireland R.D., Sirmon D.G., Trahms C.A. Strategic entrepreneurship: Creating value for individuals, organizations, and society // Academy of Management Perspectives. — 2011. — Vol. 25, No. 2. — P. 57—75. — DOI: 10.5465/amp.25.2.57.
10. Luke B., Kearins K., Verreynne M.-L. Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. — 2011. — Vol. 17, No. 3. — P. 314—337. — DOI: 10.1108/13552551111130736.