

УДК: 338.2

JEL: 190

Л. А. Иввонен, Г. В. Широкова

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034,
Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

В статье представлен анализ основных исследований стратегического предпринимательства (СП), опубликованных в международных научных рецензируемых журналах по менеджменту и предпринимательству за 2001–2016 гг. В результате анализа 70 публикаций показаны ключевые подходы к определению стратегического предпринимательства, выявлены этапы развития концепции, основные направления проведенных и дальнейших исследований. Выделены три подхода к изучению стратегического предпринимательства, в рамках которых рассматриваются: 1) факторы формирования стратегического предпринимательства; 2) влияние СП на результаты деятельности фирмы; 3) трехстороннее взаимодействие факторов формирования СП и результатов деятельности фирмы.

Ключевые слова: стратегическое предпринимательство, поиск бизнес-возможностей, поиск стратегических преимуществ, анализ литературы.

STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP: ESSENCE AND MAIN RESEARCH DIRECTIONS

L. A. Ivvonen, G. V. Shirokova

St. Petersburg State University, 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034,
Russian Federation

The purpose of this article is to present the analysis of main research directions on strategic entrepreneurship (SE) published in international peer-reviewed journals on management and entrepreneurship in 2001–2016. In order to achieve the purpose, a systematic literature review was conducted. The analysis of 70 publications identified main approaches to strategic entrepreneurship definition, the stages of development, main research directions and suggested possible themes for future studies. There were identified three approaches to the study of strategic entrepreneurship: 1) antecedents of strategic entrepreneurship; 2) impact of SE on firm's performance; and 3) three-way interaction of antecedents of SE and firm's performance. The mentioned areas of research were evaluated from the perspective of resource-based view which assumes that the competitive advantage and value creation depend on the resources that are created or acquired by a company to implement its strategy, and strategic fit concept that implies a need to align a company strategy with the conditions of external environment. A possible direction for future research in this field is the use of configurational approach to the study of strategic entrepreneurship in order to understand which combination of entrepreneurial and strategic action enables strategic entrepreneurship to be beneficial for the company.

Keywords: strategic entrepreneurship, exploration, exploitation, literature review.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2016

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время внешняя среда становится многообразнее, динамичнее и сложнее, чем когда-либо ранее, в том числе менее предсказуемой, более нестабильной и изменчивой [Фелештин, 2014; Wright et al., 2005; Marino et al., 2008]. Глобализация и стремительное развитие технологий, с одной стороны, способствуют появлению новых рынков и бизнес-возможностей, а с другой — значительно ужесточают конкурентную среду и наполняют ее неопределенностью [Тараненко, 2010; Лаптев, 2016; Fischer, Lee, Johns, 2004]. Компании исчезают быстрее, чем прежде, независимо от их размера, возраста или сектора, к которому они относятся. Лидеры бизнеса сегодняшнего дня уже не могут быть уверены в удержании своих позиций завтра [Катькало, 2006]. Основной причиной этого является их неспособность адаптироваться к растущей сложности внешней среды. Поэтому, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке, компаниям необходимо постоянно приспосабливаться к происходящим изменениям, становиться все в большей степени предпринимательскими [Широкова, Соколова, 2011], быть готовыми принять на себя весь риск по осуществлению нового проекта или улучшению существующего положения [Иваненко, Петров, 2012; Ireland et al., 2001].

Предпринимательство играет огромную роль в развитии региональных рынков и экономик стран в целом [Козырева, 2015; Acs, 2006], является основой инновационного, продуктивного характера экономики [Малышев, 2010]. Необходимо отметить, что малые предпринимательские фирмы более эффективны в выявлении бизнес-возможностей, но менее успешны в развитии конкурентных преимуществ. Напротив, крупные, устоявшиеся компании часто гораздо более эффективны в поиске и развитии конкурентных преимуществ, но в меньшей степени способны выявлять новые бизнес-возможности. Таким образом, способность компании одновременно сочетать предпринимательские действия по обнаружению новых бизнес-возможностей и стратегические действия по развитию конкурентных преимуществ выступает одним из основных условий повышения ее конкурентоспособности.

Стратегическое предпринимательство (СП) было впервые официально представлено в исследованиях по менеджменту и предпринимательству М. А. Хиттом с соавторами [Hitt et al., 2001] в 2001 г. в специальном выпуске журнала *Strategic Management Journal*, посвященном стратегическому предпринимательству. Концепт «стратегическое управление» был охарактеризован как научная дисциплина, объединяющая предпринимательство и стратегический менеджмент. Одновременно возникли вопросы и дискуссия относительно обоснованности сочетания стратегического менеджмента и предпринимательства, а также понимания того, как отличить стратегическое предпринимательство от других концептов, связанных с предпринимательством, таких как внутрифирменное предпринимательство (corporate entrepreneurship), предпринимательская ориентация (entrepreneurial orientation) и предпринимательская стратегия (entrepreneurial strategy). До сих пор

нет единого мнения относительно того, что представляет собой стратегическое предпринимательство: модель, теорию, парадигму, концепт или просто комбинацию существующих теорий [Schindehutte, Morris, 2009]. Согласно исследованию [Watt, Van Den Berg, 2002], любой научный концепт суть словесная абстракция, созданная на основе наблюдений за рядом конкретных случаев, включающая название и теоретическое определение, которое специфицирует вербальное значение названия. Мы полагаем, что стратегическое предпринимательство (strategic entrepreneurship) может быть классифицировано как научная концепция, которая представляет собой «интеграцию предпринимательской (поведения, направленного на поиск бизнес-возможностей) и стратегической (поведения, направленного на поиск конкурентных преимуществ) перспектив в разработке и принятии мер по созданию ценности» [Hitt et al., 2001, p. 481].

Трудности операционализации концепции стратегического предпринимательства и ее теоретическая неоднозначность накладывают определенные ограничения на развитие эмпирических исследований в этой области. Исследователи до сих пор не пришли к согласию по поводу элементов, составляющих стратегическое предпринимательство, и в отношении того, каким образом они могут быть измерены. Эффективное внедрение практик стратегического предпринимательства позволяет фирме устанавливать и поддерживать баланс между поведением, направленным на поиск бизнес-возможностей, и поведением, направленным на выявление источников конкурентного преимущества, что оказывает положительное влияние на результаты деятельности компании.

Учитывая относительную новизну концепта стратегического предпринимательства, отсутствие консенсуса относительно его определения и подходов к его изучению, становится очевидной важность систематического анализа имеющихся разработок. Цель статьи — выделить основные направления исследований стратегического предпринимательства и определить потенциально актуальные темы для будущих исследований в данной области на основе систематического анализа литературы. Для анализа отобраны статьи, опубликованные в ведущих международных научных журналах в 2001–2016 гг., посвященные стратегическому предпринимательству.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ

С момента появления понятия стратегического предпринимательства в 2001 г. были предложены разные подходы к его интерпретации. Например, Хитт с соавторами [Hitt et al., 2001] определяют стратегическое предпринимательство как интеграцию предпринимательской и стратегической перспектив в действиях, направленных на создание ценности, и отмечают, что создание ценности является основной идеей как предпринимательства, так и стратегического менеджмента. При этом результаты от создания новых бизнес-возможностей и использования текущих преимуществ, наряду с поиском новых, могут быть как материальными

(например, создание ценности), так и нематериальными (например, улучшение интеллектуального и социального капитала компании) [Hitt et al., 2001].

Авторы работы [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003] указывают на необходимость одновременного осуществления поведения, направленного на поиск бизнес-возможностей (opportunity-seeking), и поведения, направленного на поиск конкурентных преимуществ (advantage-seeking), так как ни одно из них по отдельности не является достаточным для создания ценности.

Согласно исследованию [Ireland, Webb, 2007b], стратегическое предпринимательство описывает усилия фирмы по использованию конкурентных преимуществ и поиску инноваций, причем акцент делается на их одномоментность; авторы отмечают необходимость поиска баланса между данными усилиями. В работе [Bratnicki, Ząbkowska, 2009] подчеркивается, что предпринимательство по сути является частным случаем стратегического менеджмента, включающим поиск соответствия между бизнес-возможностями и ресурсами. Кроме того, стратегическое предпринимательство определяется с позиции стратегического принятия решений и осуществления действий стратегически. Авторы исследования [Kyrgidou, Hughes, 2010] учитывают динамические способности фирмы в качестве фактора, позволяющего компаниям рекомбинировать имеющиеся ресурсы в новые источники ценности, и определяют стратегическое предпринимательство как процесс, который облегчает усилия компании по поиску возможностей и их дальнейшему использованию.

В работе [Mathews, 2010] в основе изучения стратегического предпринимательства лежат радикальный субъективизм и неравновесные структуры Л. Лахманна [Lachmann, 1976]. Автор рассматривает стратегическое предпринимательство с позиции ресурсов компании, ее действий и связывающих их рутин. В [Agarwal, Audretsch, Sarkar, 2010] указывается, что стратегическое предпринимательство присуще как устоявшимся, так и новым компаниям на рынке, и акцентируется внимание на поиске преимуществ, ведущих к новым продуктам, рынкам или технологическим инновациям. Авторы [Luke, Kearins, Verreynne, 2011] определяют стратегическое предпринимательство как процесс, основанный на привнесении чего-то нового на рынок (продукта, услуги и т. д.). Кроме того, они полагают, что такие элементы, как инновации, идентификация бизнес-возможностей и рост, являющиеся центральными для предпринимательства, также важны и в стратегическом контексте. В исследовании [Klein, Barney, Foss, 2012] стратегическое предпринимательство определяется с учетом предположений о том, что создание ценности не происходит автоматически, а выступает результатом творческих действий индивидуумов, причем эти действия осуществляются в условиях неопределенности по Найту, когда процесс принятия решений слабо описывается основными моделями максимизации полезности, заимствованными из экономической теории.

В табл. 1 представлены основные подходы к определению стратегического предпринимательства.

Таблица 1. Подходы к определению стратегического предпринимательства

Авторы	Определение
[Hitt et al., 2001, p. 2]	«Стратегическое предпринимательство — это интеграция предпринимательской перспективы (поведения, направленного на поиск бизнес-возможностей) и стратегической перспективы (поведения, направленного на поиск конкурентных преимуществ) в разработке и принятии мер по созданию ценности»
[Ireland, Hitt, Sirmon, 2003, p. 963]	«Стратегическое предпринимательство включает в себя поведение, направленное на поиск бизнес-возможностей с одновременным поведением, направленным на поиск конкурентных преимуществ, и приводит к превосходным результатам деятельности фирмы»
[Ireland, Webb, 2007b, p. 50]	«Стратегическое предпринимательство — это термин, используемый для описания усилий фирм по одновременному использованию сегодняшних конкурентных преимуществ и поиску инноваций, которые станут основой для завтрашних конкурентных преимуществ»
[Bratnicki, Ząbkowska, 2009, p. 62]	«...Стратегическое предпринимательство связано с тем, как думать и принимать решения стратегически (определяя, в отношении каких возможностей и компетенций принимать решения, какой тип информации стоит учесть) и как действовать стратегически (создавая прецеденты для последующих предпринимательских решений, такие как убеждения, принципы, процедуры и критерии оценки)»
[Kyrgidou, Hughes, 2010, p. 47]	«...Стратегическое предпринимательство может быть определено как процесс, который облегчает усилия фирмы по поиску бизнес-возможностей с высоким потенциалом создания ценности с помощью предпринимательского компонента и затем использованию этих бизнес-возможностей с помощью стратегических действий, основанных на ее ресурсной базе»
[Mathews, 2010, p. 224]	«...Мы можем определить стратегическое предпринимательство как деятельность, которая приводит к новым направлениям в экономике с помощью рекомбинации ресурсов, действий и рутин фирмами»
[Agarwal, Audretsch, Sarkar, 2010, p. 271]	«Стратегическое предпринимательство относится к инициативам, основанным на поиске конкурентных преимуществ и ведущим к выходу на новые рынки, созданию новых продуктов и процессов или технологическим инновациям как действующими, так и новыми компаниями»
[Luke, Kearins, Verreynne, 2011, p. 319]	«Стратегическое предпринимательство является особым процессом, основанным на привнесении чего-то нового на рынок; сочетание инноваций, идентификации возможностей и роста»
[Klein, Barney, Foss, 2012, p. 3–4]	«...Стратегическое предпринимательство может быть представлено как наука об индивидуумах, основывающих экономические институты для создания богатства в условиях неопределенности по Найту, где традиционные, максимизирующие прибыль критерии принятия решений могут быть заменены другими видами правил принятия решений»

В более поздних работах авторы демонстрируют схожие подходы к трактовке стратегического предпринимательства. Они широко цитируют и используют определение, предложенное М. Хиттом с соавторами в 2001 г. [Hitt et al., 2001], но при этом не приводят своих интерпретаций (см., напр.: [Boone, Wezel, Witteloostuijn, 2013; Mihalache et al., 2014; Yiu, et al., 2014; Zhang, 2014; Bendickson et al., 2016; Kantur, 2016]). Это объясняется в том числе и тем, что в современных динамичных условиях фирмам необходимо быть не только предпринимательски-ориентированными, но и нацеленными на поиск и реализацию конкурентных преимуществ.

Таким образом, с учетом имеющихся подходов к определению стратегического предпринимательства его можно трактовать как одновременное осуществление действий, направленных, с одной стороны, на поиск бизнес-возможностей, а с другой — на поиск и реализацию конкурентных преимуществ, которые в совокупности приводят к созданию ценности фирмой.

МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Важным аспектом стратегического предпринимательства являются его элементы, образующие модель стратегического предпринимательства. Главная цель концептуальной модели — передача фундаментальных принципов и основ функциональности системы, которую она представляет [Loucoroulos, Zicari, 1992]. В работе [Ireland et al., 2001] авторы определили шесть основных элементов, составляющих модель стратегического предпринимательства: инновации (создание и реализация идей); наличие сетей (обеспечение доступа к ресурсам); интернационализацию (быстрая адаптация и расширение); организационное обучение (передача знаний и развитие ресурсов); рост (стимулирование успеха и изменений); команду топ-менеджеров и лидерство (обеспечение эффективного отбора и реализации стратегий). Деятельность компаний в данных областях, по их мнению, может быть одновременно классифицирована как предпринимательская и стратегическая. Однако главный акцент при этом сделан на стратегическое управление, которое превалирует над предпринимательством. Необходимо отметить, что составные элементы стратегического предпринимательства были пересмотрены Хиттом с соавторами [Hitt et al., 2001]. По их мнению, стратегическое предпринимательство включает в себя внешние сети и альянсы, ресурсы и организационное обучение, инновации и интернационализацию. Несмотря на то что обе упомянутые модели имеют сходство (к примеру, сосредоточены на сети и росте), в модели [Hitt et al., 2001] дополнительное внимание уделяется ресурсам, знаниям и возможностям, т. е. усиливается ее стратегический аспект. Тем не менее в указанных моделях недостаточно отражена предпринимательская составляющая, что вызывает вопросы о целесообразности их использования.

Модель стратегического предпринимательства была существенно пересмотрена в работе [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003]. Авторы включили в нее предприни-

мательское мышление, предпринимательское лидерство и предпринимательскую культуру, стратегический менеджмент ресурсов, а также развитие инноваций через творчество (рис. 1). Объединение этих составляющих, по мнению авторов, приводит к созданию ценности. Следует отметить, что в рассматриваемом исследовании представлена модель, отражающая более сбалансированный взгляд на стратегическое предпринимательство, охватывающий как предпринимательские, так и стратегические основы. Однако она не содержит информации о том, как организации могут использовать стратегическое предпринимательство на практике, каким образом комбинировать ресурсы фирмы для использования предпринимательских возможностей, а также о том, каким образом стратегическое предпринимательство может быть реализовано в управлении бизнесом.

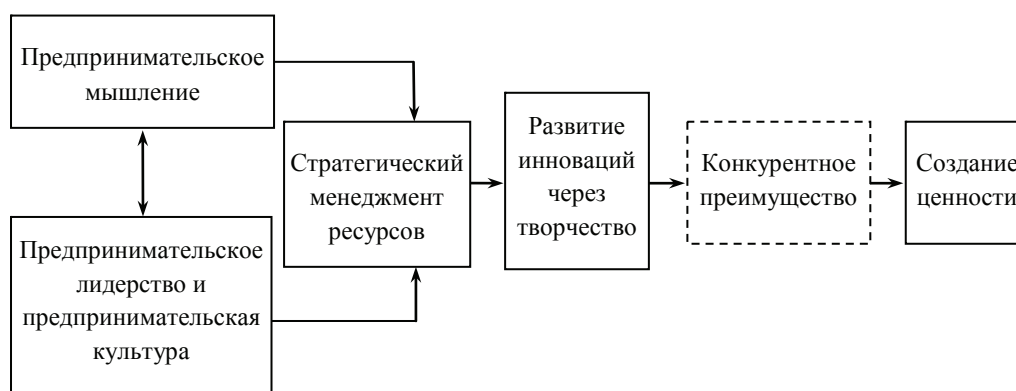


Рис. 1. Модель стратегического предпринимательства по Айленду, Хитту и Сирмону

И с т о ч н и к: [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003, p. 967].

Элементы модели, предложенной в [Luke, Verreynne, 2006], установленные в рамках исследования трех компаний, дополнили основные элементы стратегического предпринимательства, приведенные в [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003]. По мнению авторов, модель стратегического предпринимательства включает в себя идентификацию бизнес-возможностей, инновации, принятие риска, гибкость, видение и рост. Они также указали, что процессы создания стратегии, культура, брендинг, операционная эффективность, эффективность затрат, трансфер и использование знаний способствуют стратегическому предпринимательству, устанавливая стратегический контекст для предпринимательской деятельности.

В статье [Ireland, Webb, 2007b] отмечается, что для успешной реализации стратегического предпринимательства важно найти баланс между поведением, направленным на поиск, с одной стороны, бизнес-возможностей, а с другой — на развитие конкурентных преимуществ. Компании могут успешно реализовать стратегическое предпринимательство путем разделения действий по поиску биз-

нес-возможностей и поиску конкурентных преимуществ, поддерживая данные действия различными операционными, структурными и культурными механизмами и переходя от одного типа действий к другому. При этом меры, направленные на поиск бизнес-возможностей, присущи компаниям, которые изучают и эффективно интегрируют разнообразные области знаний, характеризуются децентрализацией управления, частично стандартизированными рутинными и инструкциями, а также признают необходимость экспериментов, готовы принять риск и неопределенность, связанные с радикальными инновациями. В свою очередь, принятие мер, направленных на поиск конкурентных преимуществ, характерно для компаний с высоким уровнем централизации и формализации процессов управления, которые сфокусированы на создании новых знаний, ориентированы на рынок и склонны к установке краткосрочных целей [Ireland, Webb, 2007b].

Авторы исследования [Kyrgidou, Hughes, 2010] подвергли критике модель, предложенную в [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003]. По их мнению, несмотря на то, что фирма стремится к одновременному поиску возможностей и преимуществ, модель имеет линейную структуру и не предусматривает обратной связи. Кроме того, она не учитывает внутренних условий и динамических способностей фирмы накапливать и трансформировать знания для улучшения своей деятельности. Представленная квазилинейная модель [Kyrgidou, Hughes, 2010] основана на модели [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003], в которую внесена обратная связь для детализации и повышения эффективности отдельных этапов процессов СП в течение долгого времени. В ней перечислены шесть элементов внутренней среды, влияющих на успешное практическое применение стратегического предпринимательства: автономность, кооперация, вовлеченность сотрудников, поддержка высшего руководства, стратегический контроль и система вознаграждений.

В работе [Kraus, Kauranen, Reschke, 2011] использован конфигурационный подход к созданию модели стратегического предпринимательства, при этом основное внимание сосредоточено на идентификации взаимосвязанных областей, составляющих стратегическое предпринимательство. По мнению авторов, модель стратегического предпринимательства состоит из таких областей (доменов), как ресурсы, возможности, стратегия, предприниматель, окружающая среда, организационная структура.

М. А. Хитт с соавторами [Hitt et al., 2011] отметили, что для дальнейшего развития молодой области исследований стратегического предпринимательства необходима более полная, комплексная, модель стратегического предпринимательства. При этом основной упор сделан на исходную модель [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003] с привнесением в нее идеи из предыдущих исследований для представления многоуровневой модели «ресурсы — процесс — результат». Предложенная ими модель (рис. 2) включает уровни внешней среды, организационный и индивидуальный уровни в динамическом процессе одновременного осуществления действий по поиску как бизнес-возможностей, так и конкурентных преимуществ. В процессе эффективного использования эти действия создают ценность для

общества, организаций и частных лиц [Hitt et al., 2011]. Данная модель стратегического предпринимательства содержит три части: ресурсы на входе, процесс оркестрирования ресурсов (resource orchestration) и результаты деятельности фирмы. Первая ее часть определяет ресурсы/факторы, выступающие в качестве входных ресурсов в процессе стратегического предпринимательства на разных уровнях, включая в себя факторы окружающей среды, организационные факторы и индивидуальные ресурсы, в том числе индивидуальные знания и навыки. Вторая охватывает процесс оркестрирования ресурсов совместно с предпринимательскими действиями по защите и использованию текущих ресурсов и одновременному поиску новых ресурсов, который осуществляется на уровне фирмы. Третья часть модели представляет результаты процесса, которые изменяются по уровням. Так, отмечено создание ценности для общества, организаций и частных лиц. Ценность может создаваться посредством социальных улучшений, увеличения богатства, знаний и возможностей.

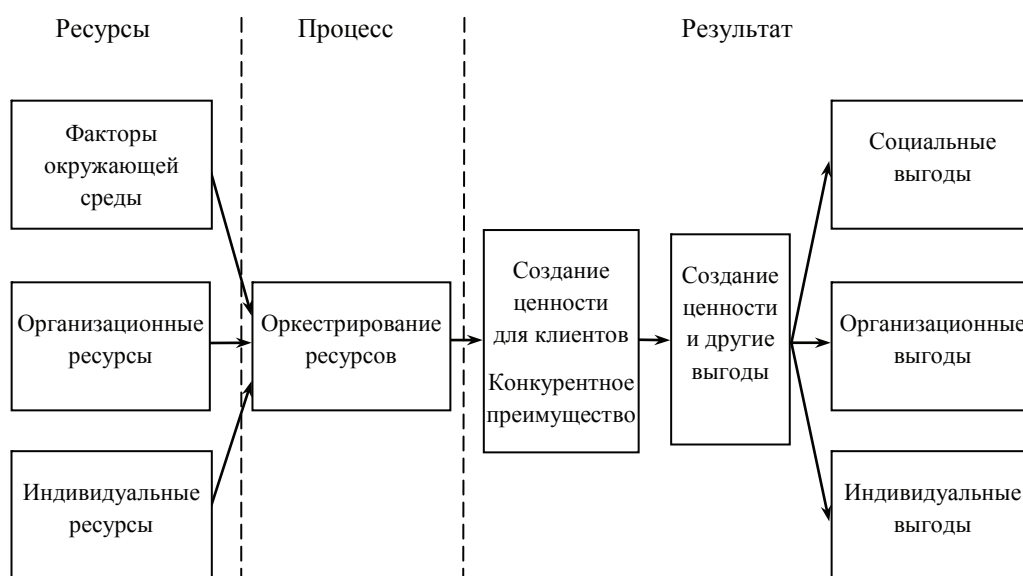


Рис. 2. Модель стратегического предпринимательства по Хитту с соавторами
Источники: [Hitt et al., 2011, p. 60].

Модель стратегического предпринимательства, предложенная в исследовании [Shirokova, Vega, Sokolova, 2013], включает два укрупненных компонента: поиск нового (exploration) и использование существующего (exploitation), которые приводят к повышению результатов деятельности фирмы. При этом поиск нового сфокусирован на поиске новых бизнес-возможностей, экспериментировании и вариации, которые достигаются посредством предпринимательской ориента-

ции и предпринимательской культуры. Для активного осуществления деятельности по поиску нового компании необходимо быть инновационной, проактивной и готовой к принятию риска. Использование существующего охватывает такие элементы, как инвестиции во внутренние ресурсы, оценка ресурсов, связанных со знаниями, организационное обучение и переходные (transitional) организационные изменения, а также организационные изменения, связанные с развитием.

Таким образом, можно отметить отсутствие консенсуса среди исследователей относительно составных частей стратегического предпринимательства и их взаимодействия между собой.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

Отбор статей для исследования. Исследования стратегического предпринимательства широко представлены в области как стратегического менеджмента, так и предпринимательства. В каждой из них — большое количество академических журналов, поэтому поиск и отбор статей для систематического анализа было решено провести в два этапа, что позволило выделить основные публикации, касающиеся стратегического предпринимательства.

На первом этапе отбор статей производился из наиболее авторитетных баз журналов — Web of Science, Scopus, а также РИНЦ. Поиск статей проходил с помощью ввода в поисковую строку запроса *strategic entrepreneurship (стратегическое предпринимательство* в базе РИНЦ) и осуществлялся по следующим разделам: название, аннотация и ключевые слова. Временной период поиска не был ограничен. В процессе отбора были исключены повторяющиеся статьи, а также статьи, не соответствующие общей тематике исследования. В результате на первом этапе для анализа было отобрано 87 статей.

На втором этапе отбора статьи были более детально изучены и классифицированы по научным журналам с целью более точной оценки их соответствия исследуемой теме, а также определения их качества на основе рейтингов ведущих журналов. Для целей исследования были отобраны только те статьи, в которых стратегическое предпринимательство было одной из главных тем исследования либо одним из ключевых вопросов. Качество журналов определялось в соответствии с рейтингом журналов ABS (Association of Business Schools), составленным Ассоциацией бизнес-школ Соединенного Королевства в 2015 г. В результате в рассмотрение было включено 70 статей, опубликованных в период с 2001 по 2016 г.

Распределение статей по научным журналам приведено в табл. 2. Статьи, используемые для анализа, были опубликованы в 41 академическом журнале, 10 из которых принадлежат к категории А и В списка журналов ABS. При этом в них опубликовано 35 статей из отобранных 70: в журналах категории А — 30 статей, категории В — 5 статей. Данные журналы относятся к таким областям менеджмента, как общий и стратегический менеджмент и предпринимательство.

Таблица 2. Распределение статей по научным журналам

Категория и название журнала	Количество статей в журнале
Журналы категории А и В рейтинга научных журналов ABS, в том числе:	35
Strategic Entrepreneurship Journal	14
Entrepreneurship Theory and Practice	9
Strategic Management Journal, Journal of Business Venturing, Journal of Management, International Small Business Journal	2
Organization Studies, Academy of Management Perspectives, Small Business Economics, Technovation	1
Журналы категории С и D рейтинга научных журналов ABS и другие журналы	35
Всего	70

При анализе статей особое внимание уделялось таким разделам, как цели и вопросы исследования, теоретические основы исследования, используемая методология и полученные результаты.

Группировка статей по исследовательским направлениям. Систематический анализ публикаций включал в себя изучение контента с использованием кодирования. Применены коды, описывающие следующие характеристики публикаций: цели и вопросы исследования, теоретические концепции, методология исследования, полученные результаты. Результаты кодирования были сведены в таблицу, где каждой публикации соответствовала отдельная строка. Далее полученные коды были пересмотрены и уточнены, что позволило выделить подкатегории с учетом анализа данных. В итоге были определены следующие направления исследований стратегического предпринимательства:

- теоретические основы и факторы формирования стратегического предпринимательства (27 публикаций);
- влияние стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы (34 публикации);
- трехсторонние связи стратегического предпринимательства, результатов деятельности фирмы и других переменных (стратегическое предпринимательство как медиатор) (9 публикаций).

Каждая публикация была соотнесена с одним из перечисленных направлений исследований. Необходимо отметить, что выделенные направления не являются взаимоисключающими и в случае соответствия работы нескольким направлениям приоритет отдавался доминирующему.

Таким образом, в настоящее время особое внимание уделяется исследованию влияния стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы. Следует отметить, что основная часть статей по данной тематике опубликована позднее, чем работы, в которых изучаются факторы формирования стратегического предпринимательства.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ПУБЛИКАЦИЙ

Теоретические основы и факторы формирования стратегического предпринимательства. Большинство работ в рамках данного направления — это концептуальные исследования, изучающие формирование стратегического предпринимательства с позиции интеграции стратегического менеджмента и предпринимательства [Ireland, Webb, 2009; Kraus, Kauranen, 2009; Kuratko, Audretsch, 2009; Phan et al., 2009; Schindehutte, Morris, 2009; Kyrgidou, Hughes, 2010; Kraus, Kauranen, Reschke, 2011; Klein, Barney, Foss, 2012; Kuratko, Audretsch, 2013; Rensburg, 2013; Hilb, 2015; Kuratko, Hornsby, Hayton, 2015]. В исследовании [Kraus, Kauranen, 2009] отмечается, что интеграция предпринимательских и стратегических действий в стратегическом предпринимательстве позволяет фирме справляться с влиянием конкурентной среды. Авторы работы [Schindehutte, Morris, 2009] рассматривают стратегическое предпринимательство с позиции сложных систем. По их мнению, стратегическое предпринимательство состоит из сложного комплекса явлений, которые не могут быть просто сгруппированы в соответствии с дисциплинарными границами стратегического менеджмента и предпринимательства. Оно базируется на «пространстве возможностей» и парадигме, состоящей из форм, потоков и функций.

В исследовании [Kraus, Kauranen, Reschke, 2011] на базе конфигурационного подхода определяются основные области, составляющие концептуальную модель стратегического предпринимательства. По мнению авторов, они включают в себя такие понятия, как ресурсы, возможности, стратегия, предприниматель, окружающая среда и организационная структура. В работе [Klein, Barney, Foss, 2012] рассматриваются специфические связи между стратегическим менеджментом и предпринимательством и отмечается, что в рамках стратегического предпринимательства предпринимается попытка объединить в одном понятии поиск бизнес-возможностей и развитие конкурентных преимуществ. Автор исследования [Rensburg, 2013] подчеркивает, что стратегическое предпринимательство до сих пор не может быть четко объяснено в соответствии с дисциплинарными границами предпринимательства и стратегического менеджмента.

Среди факторов, которые способны оказать влияние на становление стратегического предпринимательства, можно выделить особенности внешней среды фирмы [Foss, Lyngsie, Zahra, 2013; Garri, Konstantopoulou, 2013]. Например, в работе [Foss, Lyngsie, Zahra, 2013] исследуется влияние внешних источников знаний на реализацию бизнес-возможностей фирмы, а также организационного дизайна — на взаимодействие фирмы с данными источниками знаний и на координа-

цию деятельности сотрудников компании в процессе использования обнаруженных возможностей. Авторы пришли к выводу, что комбинация высокого уровня координации, децентрализации и использования внешних источников знаний позитивно сказывается на реализации выявленных ранее возможностей.

Также среди факторов, которые оказывают влияние на становление стратегического предпринимательства, можно выделить особенности внутренней среды фирмы [Droege, Dong, 2008; Kyrgidou, Hughes, 2010; Kyrgidou, Petridou, 2011; Zhang, 2014; Demil et al., 2015]. В исследовании [Kyrgidou, Hughes, 2010] отмечается, что влияние внутренней среды компании на стратегическое предпринимательство связано с необходимостью развития разнообразных организационных структур для реализации действий, направленных, с одной стороны, на поиск бизнес-возможностей, а с другой — на развитие конкурентных преимуществ. Для одновременного осуществления этих действий условия внутренней среды должны способствовать появлению в компании амбидекстрии, т. е. возможности переключаться между противоречащими друг другу действиями.

В работе [Demil et al., 2015] указывается, что выбор определенных бизнес-моделей позволяет компании объединить стратегические действия с предпринимательскими. Авторы исследования [Kyrgidou, Petridou, 2011] рассмотрели влияние поиска и развития компетенций на стратегическое предпринимательство. Предполагается, что предпринимательские компоненты стратегического предпринимательства (предпринимательское мышление и создание инноваций) должны усиливаться благодаря *поиску* компетенций, а его стратегические компоненты (стратегическое управление ресурсами и создание конкурентных преимуществ) — посредством *развития* компетенций. Однако результаты данного исследования показали, что и поиск, и развитие компетенций положительно влияют на все компоненты стратегического предпринимательства.

Часть работ посвящена изучению формирования стратегического предпринимательства в условиях семейного бизнеса (см., напр.: [Webb, Ketchen, Ireland, 2010; Cassia, De Massis, Pizzurno, 2012; Kansikas et al., 2012]). Так, в исследовании [Kansikas et al., 2012] рассматривается влияние семейственности (*familiness*) на формирование и развитие предпринимательского лидерства, одного из основных элементов стратегического предпринимательства. В работе [Cassia, De Massis, Pizzurno, 2012] показано, как семейный бизнес влияет на успешность процесса создания нового продукта, т. е. инноваций как одной из составляющих частей стратегического предпринимательства. Согласно авторам [Webb, Ketchen, Ireland, 2010], такие понятия, как идентичность, справедливость, кумовство и конфликтность, отождествляемые с семейным бизнесом, объясняют разницу в формировании стратегического предпринимательства в семейном бизнесе и в рамках обычной, несемейной, компании.

В некоторых работах рассматривается влияние факта принадлежности компании к государственному сектору на формирование стратегического предпринимательства [Luke, Verreynne, 2006; Yiu et al., 2014]. Так, авторы [Luke, Verreynne, 2006] установили, что осуществление СП возможно и в государственных компа-

ниях, однако для этого необходимо развитие предпринимательского компонента, обычно им несвойственного.

Ряд исследователей изучают стратегическое предпринимательство сквозь призму агентской теории (см., напр.: [Schulze, 2007; Audretsch, Lehmann, Plummer, 2009; Bendickson, Muldoon, Liguori, Davis, 2016]). Так, авторы работы [Audretsch, Lehmann, Plummer, 2009] полагают, что фирма стремится получить контроль над активами, находящимися в собственности топ-менеджеров, чтобы совместить свой и их интересы. Данная ситуация положительно влияет на реализацию фирмой стратегического предпринимательства, потому что фирма получает контроль над ресурсами, принадлежащими топ-менеджеру, включая человеческий капитал и знания, важные для поиска бизнес-возможностей, а также управленческий опыт, необходимый для успешного поиска преимуществ. Кроме того, в исследовании [Knudsen, Lien, 2015] обнаружено, что чем в большей степени фирма ориентирована на поиск бизнес-возможностей, тем больше ресурсов она вкладывает в обучение сотрудников и тем быстрее она аккумулирует человеческий капитал посредством активного найма и новых сотрудников. Результаты исследований теоретических основ и факторов формирования СП представлены в табл. 3.

Таблица 3. Теоретические основы и факторы формирования стратегического предпринимательства: основные результаты

Проблематика/ исследовательский вопрос	Основные результаты	Авторы
1	2	3
Теоретические основы стратегического предпринимательства	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегическое предпринимательство является интеграцией предпринимательских и стратегических действий, поиском бизнес-возможностей с одновременным развитием конкурентных преимуществ • Стратегическое предпринимательство до сих пор не может быть четко объяснено в соответствии с дисциплинарными границами предпринимательства и стратегического менеджмента • Агентская теория позволяет объяснить, как организации получают контроль над ресурсами для использования их в стратегическом предпринимательстве 	[Schulze, 2007; Audretsch, Lehmann, Plummer, 2009; Ireland, Webb, 2009; Kraus, Kauranen, 2009; Kuratko, Audretsch, 2009; Schindehutte, Morris, 2009; Phan et al., 2009; Kraus, Kauranen, Reschke, 2011; Klein, Barney, Foss, 2012; Kuratko, Audretsch, 2013; Rensburg, 2013; Hilb, 2015; Kuratko, Hornsby, Hayton, 2015; Bendickson et al., 2016]

1	2	3
<p>Влияние факторов внутренней среды на формирование стратегического предпринимательства в фирме</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Потребность в формировании разных организационных структур для реализации действий, направленных на поиск возможностей, и действий, направленных на поиск преимуществ • Динамические способности, поиск и развитие компетенций положительно влияют на стратегическое предпринимательство • Развитие стратегического предпринимательства возможно в компаниях как государственного, так и частного сектора • Семейные фирмы более долгосрочно ориентированы, в них сильнее проявляется предпринимательское лидерство. Идентичность, справедливость, семейственность и конфликтность влияют на интерпретацию знаний и принятие управленческих решений, а соответственно, и на формирование стратегического предпринимательства в семейных фирмах 	<p>[Luke, Verreyne, 2006; Droege, Dong, 2008; Webb, Ketchen, Ireland, 2010; Kyrgidou, Hughes, 2010; Kyrgidou, Petridou, 2011; Cassia, De Massis, Pizzurno, 2012; Kansikas et al., 2012; Yiu, Hoskisson, Bruton, Lu, 2014; Zhang, 2014; Demil, Lecocq, Ricart, Zott, 2015; Knudsen, Lien, 2015]</p>
<p>Влияние факторов внешней среды на формирование стратегического предпринимательства в фирме</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Использование внешних источников знаний и оценивание рыночного потенциала положительно влияют на поиск и развитие возможностей, но сила данной связи в значительной степени зависит от организационного дизайна, который позволяет фирме получить доступ к данным источникам знаний 	<p>[Foss, Lyngsie, Zahra, 2013; Garria, Konstantopoulou, 2013]</p>

Итак, на формирование стратегического предпринимательства могут влиять различные факторы внешней и внутренней среды фирмы. С позиции ресурсного подхода [Alvarez, Barney, 2002] для успешного формирования и развития стратегического предпринимательства на уровне фирмы необходимо не просто наличие ресурсов — требуется стратегическое управление данными ресурсами, включающее в себя структурирование портфеля ресурсов, их группировку и использование с максимальной отдачей [Ireland, Hitt, Sirmon, 2003]. По нашему мнению,

особую значимость имеет формирование внутренней структуры компании, способствующей эффективному стратегическому управлению ресурсами.

Согласно концепции стратегического соответствия, стратегическое предпринимательство можно представить как механизм адаптации к условиям внешней среды, что позволяет достичь лучших результатов деятельности фирмы. Эффективность поиска бизнес-возможностей, равно как и развития конкурентных преимуществ, зависит от условий внешней среды, в которой фирма осуществляет свою деятельность [Katila, Shane, 2005; Jansen, Van Den Bosch, Volberda, 2006]. Следовательно, посредством стратегического предпринимательства (т. е. поиска бизнес-возможностей с одновременным поиском конкурентных преимуществ) компании эффективнее реагируют на изменяющийся рыночный спрос и появляющиеся бизнес-возможности, максимально используя свои организационные способности и компетенции в динамичной, высококонкурентной внешней среде.

Влияние стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы. Данное направление исследований представлено целым рядом публикаций (см., напр.: [Hitt et al., 2001; Ireland et al., 2001; Ireland, Hitt, Sirmon, 2003; Ireland, Webb, 2007b; Kuratko, 2007; Hitt et al., 2011; Lichtenthaler, 2012; Corbett et al., 2013; Djordjevic, 2013; Folta, 2014; Paloniemi, Piispanen, 2015]).

Необходимо отметить, что связь между стратегическим предпринимательством и результатами деятельности фирмы часто рассматривается с учетом условий ее внутренней и внешней среды. Предметом исследования роли внешней среды во взаимосвязи стратегического предпринимательства и результатов деятельности фирмы выступают такие факторы, как культурные характеристики [Yu, Hu, 2015], уровень развития институтов в стране [Широкова, Соколова, 2011; Bjørnskov, Foss, 2013; Bruton et al., 2013; Shirokova, Vega, Sokolova, 2013; Obeng, Robson, Naugh, 2014; Awang et al., 2015]. Например, характеристики малайзийских предпринимателей — способность рисковать, стремление к достижению успеха, способность к эффективному решению проблем, желание учиться новому и т. д. — положительно влияют на результаты деятельности компании [Yu, Hu, 2015]. Что касается факторов внешней среды, то результаты исследований фирм в Гане [Obeng, Robson, Naugh, 2014] показали: стратегическое предпринимательство положительно связано с результатами деятельности фирмы в контексте развивающегося рынка. Согласно анализу фирм в России [Shirokova, Vega, Sokolova, 2013], также в контексте развивающегося рынка, существенного влияния стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы выявлено не было, однако авторы обнаружили положительное раздельное влияние поиска возможностей и использования преимуществ.

Кроме того, в качестве факторов внешней среды рассматриваются совместные инновации [Ketchen, Ireland, Snow, 2007; Meuleman et al., 2009; Löfgren, 2014]. Авторы исследования [Ketchen, Ireland, Snow, 2007] отмечают, что совместные инновации позволяют малым и крупным компаниям преодолевать проблемы,

связанные с успешным участием в стратегическом предпринимательстве, и способствуют повышению результатов деятельности фирмы. В работе [Löfgren, 2014] подчеркивается, что проведение успешных совместных инноваций в рамках сотрудничества с ключевыми международными клиентами увеличивает вероятность доступа компании к новым клиентам и поставщикам на зарубежных рынках, что также способствует росту результативности ее деятельности.

Влияние стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы может опосредоваться особенностями ее внутренней среды (см., напр.: [Ireland, Webb, 2007a; Monsen, Wayne Boss, 2009; Steffens, Davidsson, Fitzsimmons, 2009; Boone, Wezel, Witteloostuijn, 2013; Dhliwayo, 2014; Mihalache et al., 2014]). В частности, в исследовании [Mihalache et al., 2014] обнаружено положительное влияние команды топ-менеджеров компании на связь стратегического предпринимательства и результатов деятельности фирмы. Автор работы [Dhliwayo, 2014] полагает, что предпринимательская инициативность, принятие риска, стратегическое обновление и конкурентная агрессивность являются ключевыми элементами в создании успешного конкурентного преимущества и приводят к высоким результатам деятельности фирмы.

Согласно исследованию [Sirén, Kohtamäki, Kuckertz, 2012], стратегическое обучение полностью опосредует и усиливает положительное влияние стратегий поиска возможностей и поиска преимуществ на результаты деятельности фирмы. Кроме того, в работе [Steffens, Davidsson, Fitzsimmons, 2009] продемонстрировано, что результаты применения стратегического предпринимательства быть оценены с позиции как роста, так и прибыльности компании, причем оценка этих результатов деятельности зависит от ее возраста.

Следует отметить, что на связь стратегического предпринимательства и результатов деятельности компании может влиять ее принадлежность к определенному сектору экономики [Patzelt, Shepherd, 2009; Luke, Kearins, Verreynne, 2011; Wright, Clarysse, Mosey, 2012; Klein et al., 2013]. Так, авторы работы [Luke, Kearins, Verreynne, 2011] показали, что развитие стратегического предпринимательства в компаниях государственного сектора ведет к повышению их прибыльности, как и в частных компаниях. Что касается сферы образования, то, согласно [Patzelt, Shepherd, 2009], комбинация внутренних предпринимательских политик, предоставляющих в том числе и финансовую поддержку, может увеличивать ожидаемые результаты от стратегического предпринимательства в университетах.

В исследовании [Carlbäck, 2012] изучено влияние принадлежности компании (в данном случае гостиницы) к известной сети отелей на ее способность увеличивать прибыльность за счет эффективного применения в своей деятельности стратегического предпринимательства, а в работе [Wright, Stigliani, 2013] показано влияние когнитивных процессов предпринимателей на распознавание возможностей и рост компании. Результаты исследований данного направления представлены в табл. 4.

Таблица 4. Влияние стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы: основные результаты

Проблематика/ исследовательский вопрос	Основные результаты	Авторы
1	2	3
Влияние стратегического предпринимательства и его составляющих на результаты деятельности фирмы	<ul style="list-style-type: none"> Стратегическое предпринимательство, объединяющее стратегический менеджмент с предпринимательством, положительно влияет на результаты деятельности фирмы 	[Hitt et al., 2001; Ireland et al., 2001; Ireland, Hitt, Sirmon, 2003; Ireland, Webb, 2007a; Kuratko, 2007; Hitt et al., 2011; Lichtenthaler, 2012; Corbett et al., 2013; Djordjevic, 2013; Folta, 2014; Paloniemi, Piispanen, 2015]
Влияние стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы с учетом факторов внутренней среды	<ul style="list-style-type: none"> Предпринимательская инициативность, принятие риска, стратегическое обновление и конкурентная агрессивность, использование операционного, структурного и культурного механизмов, разделение права руководства среди команды топ-менеджеров, организационное обучение приводят к повышению результатов деятельности фирмы. Полученные результаты могут быть оценены с позиции как роста, так и прибыльности компании Развитие стратегического предпринимательства в компаниях государственного сектора ведет к повышению их прибыльности Комбинация внутренних предпринимательских политик, предоставляющих в том числе и финансовую поддержку, увеличивает ожидаемые результаты от стратегического предпринимательства в университетах Когнитивные процессы предпринимателей (процесс принятия решений, оценка возможностей) способствуют распознаванию возможностей и оказывают влияние на рост компании 	[Ireland, Webb, 2007b; Monsen, Wayne Boss, 2009; Patzelt, Shepherd, 2009; Steffens, Davidsson, Fitzsimmons, 2009; Luke, Kearins, Verreynne, 2011; Carlbäck, 2012; Sirén, Kohtamäki, Kuckertz, 2012; Wright, Clarysse, Mosey, 2012; Boone, Wezel, Witteloostuijn, 2013; Klein et al., 2013; Wright, Stigliani, 2013; Dhliwayo, 2014; Mihalache et al., 2014]

1	2	3
<p>Влияние стратегического предпринимательства на результаты деятельности фирмы с учетом факторов внешней среды</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегическое предпринимательство положительно влияет на результаты деятельности компании в контексте развивающихся рынков; либеральная экономическая политика усиливает данное влияние • Объединение совместных инноваций и стратегического предпринимательства ведет к повышению результатов деятельности фирмы • Культурные характеристики предпринимателей, такие как способность рисковать, стремление к достижению успеха, способность к эффективному решению проблем и желание учиться новому, положительно влияют на связь стратегического предпринимательства с результатами деятельности компании 	<p>[Широкова, Соколова, 2011; Ketchen, Ireland, Snow, 2007; Meuleman et al., 2009; Bjørnskov, Foss, 2013; Bruton et al., 2013; Shirokova, Vega, Sokolova, 2013; Löfgren, 2014; Obeng, Robson, Haugh, 2014; Awang et al., 2015; Yu, Hu, 2015]</p>

Таким образом, основной акцент в исследованиях сделан на изучении связи стратегического предпринимательства и результатов деятельности фирмы с учетом характеристик внешней и внутренней среды организации.

С позиции ресурсного подхода в рамках данного направления анализируется то, насколько эффективно используются ресурсы в процессе стратегического предпринимательства для создания ценности и роста компании, в том числе каким образом принимаются решения по распределению ресурсов, в каком соотношении они используются в процессах поиска бизнес-возможностей и конкурентных преимуществ (например, как характеристики команды топ-менеджеров влияют на процесс принятия решений [Mihalache et al., 2014], какое влияние на это оказывают культурные и когнитивные характеристики предпринимателей [Wright, Stigliani, 2013; Yu, Hu, 2015]).

Можно отметить, что с точки зрения стратегического соответствия в указанных исследованиях изучается то, насколько эффективно компании смогли приспособиться к условиям динамичной высококонкурентной внешней среды с помощью стратегического предпринимательства и какое влияние на это оказали различные факторы внутренней и внешней среды (например, как этому способствовали совместные инновации с другими компаниями [Ketchen, Ireland, Snow, 2007; Löfgren, 2014; Meuleman et al., 2009], а также стратегическое обучение, осуществляемое в компании [Sirén, Kohtamäki, Kuckertz, 2012]).

Трехсторонние связи стратегического предпринимательства, результатов деятельности фирмы и других переменных (стратегическое предпринимательство как медиатор). В ходе данных исследований одновременно изучаются факторы формирования стратегического предпринимательства и его влияние на результаты деятельности фирмы. СП выступает здесь медиатором связи факторов внешней и внутренней среды фирмы и результатов ее деятельности.

Работы, изучающие данный тип связи, часто фокусируются на эффектах характеристик внешней среды, на формировании стратегического предпринимательства одновременно с рассмотрением его влияния на результаты деятельности фирмы [Agarwal, Audretsch, Sarkar, 2010; Kotha, 2010]. Например, в исследовании [Agarwal, Audretsch, Sarkar, 2010] в качестве фактора внешней среды рассматривается обмен знаниями (*knowledge spillover*), который оказывает влияние на формирование стратегического предпринимательства, т. е. на способность фирмы определять новые возможности на рынке и развивать свои конкурентные преимущества. По мнению авторов, обмен знаниями и стратегическое предпринимательство способствуют возникновению различий в способностях и темпах роста фирм, отраслей, регионов и экономик в целом.

При этом отмечается, что ценность знаний характеризуется неопределенностью, связанной с их применением, и данная неопределенность ценности знаний может быть нивелирована только путем осуществления последующих предпринимательских действий, которые обозначат непредвиденные до сих пор возможности, генерируемые данными знаниями. Согласно работе [Kotha, 2010], процесс обмена знаниями повышает инновационную деятельность компаний, способствует использованию текущих преимуществ и приводит к улучшению результатов деятельности как компании — создателя знаний, так и компании — получателя знаний.

К другим особенностям внешней среды фирмы, рассматриваемым в рамках связи стратегического предпринимательства, факторов его формирования и результатов деятельности, можно отнести характеристики общественных институтов. Так, в работе [Sun, 2015] вводится понятие «предпринимательское государство» (*entrepreneurial state*). Государство такого типа сфокусировано на повышенном внимании к возможностям и стратегическом использовании ресурсов. По мнению автора, влияние «предпринимательского государства» на формирование

стратегического предпринимательства выражается в развитии технологических инноваций вместо имитации технологий, а соответственно, способствует повышению результатов деятельности фирмы.

Часть исследований посвящена изучению стратегического предпринимательства как медиатора связи факторов внутренней среды фирмы и результатов ее деятельности. В исследовании [Kantur, 2016] продемонстрировано, что стратегическое предпринимательство полностью опосредует связь между предпринимательской ориентацией и финансовыми, а также нефинансовыми результатами деятельности компании.

Кроме того, бизнес-модели рассматриваются как фактор внутренней среды, влияющий и на стратегическое предпринимательство, и на создание ценности [Schneider, Spieth, 2013; Andersén, Ljungkvist, Svensson, 2015]. К примеру, авторы концептуальной работы [Schneider, Spieth, 2013] описывают такое влияние инноваций бизнес-моделей на стратегическое предпринимательство, при котором в процессе поиска возможностей инновации помогают фирмам решить проблему изменения количества ресурсов, необходимых для создания ценности, что приводит к росту результативности деятельности фирмы.

Авторы работы [Lumpkin, Steier, Wright, 2011] рассматривают семью в качестве фактора внутренней среды. Способ аккумуляции и использования ресурсов семейными компаниями в процессе создания ценностей отличается от такового в несемейном бизнесе. Кроме того, семейные компании нацелены не только на получение дохода, но и на создание социоэмоциональной ценности.

В исследовании [Bratnicki, Ząbkowska, 2009] показано воздействие диалектической динамики (взаимодействия противоположностей) на стратегическое предпринимательство и его результаты. Авторы полагают, что сочетание противоположностей влияет на появление и развитие бизнес-возможностей. Выделяются три типа противоположностей: запланированный поиск возможностей и возникающий поиск возможностей; анализ и интуиция в принятии решений; инвестирование в компанию интеллектуального и физического капитала. По мнению исследователей, диалектическая динамика позволяет сгладить данные противоречия между предпринимательскими и стратегическими действиями, составляющими стратегическое предпринимательство, что приводит к повышению результатов деятельности фирмы.

Целесообразно отметить работу [Mathews, 2010]. В ней стратегическое предпринимательство представлено с позиции радикального субъективизма Лахмана в виде ресурсов, действий и соединяющих их рутин, посредством рекомбинации которых фирмы извлекают прибыль.

Результаты исследований данного направления приведены в табл. 5.

Таким образом, исследователи концентрируются на одновременном изучении факторов формирования стратегического предпринимательства и его связи с результатами деятельности фирмы.

Таблица 5. Трехсторонние связи стратегического предпринимательства, результатов деятельности фирмы и других переменных: основные результаты

Проблематика/ исследовательский вопрос	Основные результаты	Авторы
Влияние факторов внутренней среды на формирование стратегического предпринимательства одновременно с рассмотрением его воздействия на результаты деятельности фирмы	<ul style="list-style-type: none"> • Бизнес-модели, а также их инновации могут быть использованы фирмой в процессе поиска бизнес-возможностей и позволяют решить проблему изменения количества ресурсов, требуемых для создания ценности, что приводит к повышению результатов деятельности фирмы • Процесс создания ценности в семейных компаниях может отличаться от других компаний способом аккумулирования и использования ресурсов, а также особым вниманием на создание социоэмоциональной ценности, а не только на получении прибыли • Стратегическое предпринимательство полностью опосредует взаимосвязь между предпринимательской ориентацией и результатами деятельности организации • Стратегическое предпринимательство может быть представлено в виде ресурсов, действий и соединяющих их рутин, через реконфигурацию которых фирмы в состоянии извлекать прибыль в условиях неравновесия на рынке 	[Bratnicki, Ząbkowska, 2009; Mathews, 2010; Lumpkin, Steier, Wright, 2011; Schneider, Spieth, 2013; Andersén, Ljungkvist, Svensson, 2015; Kantur, 2016]
Влияние факторов внешней среды на формирование стратегического предпринимательства одновременно с рассмотрением его воздействия на результаты деятельности фирмы	<ul style="list-style-type: none"> • «Предпринимательское государство» влияет на формирование стратегического предпринимательства, приводя к развитию в компаниях процесса технологических инноваций вместо имитации технологий, а соответственно, и к повышению результатов деятельности фирмы • Процесс обмена знаниями (knowledge spillover) увеличивает способность фирмы определять новые возможности на рынке, развивать свои конкурентные преимущества и приводит к повышению результатов ее деятельности 	[Agarwal, Audretsch, Sarkar, 2010; Kotha, 2010; Sun, 2015]

С позиции ресурсного подхода происходит одновременное изучение факторов, оказывающих влияние как на формирование структуры, необходимой для стратегического управления ресурсами компании, так и на достижение эффективности их применения. Например, инновации бизнес-моделей могут быть использованы в процессе поиска бизнес-возможностей в качестве решения проблемы изменения количества ресурсов, необходимых компании для создания ценности, и таким образом повышать результаты ее деятельности [Schneider, Spieth, 2013]. С точки зрения концепции стратегического соответствия в работах, относящихся к данному направлению исследований, изучается влияние различных факторов внутренней и внешней среды фирмы на формирование стратегического предпринимательства. Кроме того, в них показано, насколько эффективно компании с помощью него смогли приспособиться к условиям динамичной высококонкурентной внешней среды (например, как на это влияют выбранная компанией бизнес-модель [Schneider, Spieth, 2013; Andersén, Ljungkvist, Svensson, 2015], процесс обмена знаниями [Agarwal, Audretsch, Sarkar, 2010; Kotha, 2010]).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей статье были представлены основные исследования стратегического предпринимательства, опубликованные в ведущих международных научных журналах по менеджменту и предпринимательству в 2001–2016 гг. Проведенный анализ основных направлений исследований стратегического предпринимательства позволяет систематизировать различные взгляды на формирование стратегического предпринимательства в компании и его успешную реализацию в зависимости от характеристик ее внешней и внутренней среды. В исследованиях первого направления изучаются процесс и факторы формирования стратегического предпринимательства в компании, а второго — связь между стратегическим предпринимательством и результатами ее деятельности. Третье направление исследований посвящено изучению процесса и факторов формирования стратегического предпринимательства с одновременным рассмотрением его влияния на результаты деятельности фирмы.

Указанные направления исследований стратегического предпринимательства оценены с позиции ресурсного подхода и концепции стратегического соответствия. В рамках стратегического предпринимательства важным является не просто наличие ресурсов у компании, а стратегическое управление ими. Стратегическое управление ресурсами подразумевает структурирование портфеля ресурсов, их группировку и дальнейшее использование с максимальной эффективностью. При этом, в терминах стратегического предпринимательства, ресурсы управляются компанией стратегически тогда, когда они способствуют одновременному поиску бизнес-возможностей и конкурентных преимуществ. Согласно нашей оценке, в работах первого направления изучается формирование структу-

ры, способствующей стратегическому управлению ресурсами, а второго — то, насколько эффективно компания управляет стратегическими ресурсами в рамках данной структуры. Третье направление включает в себя интеграцию двух предыдущих направлений для более полного анализа влияния отдельных компонентов СП на результаты деятельности фирмы в определенных условиях внутренней и внешней среды.

Согласно проведенной оценке исследований процесса и факторов формирования стратегического предпринимательства с точки зрения концепции стратегического соответствия, стратегическое предпринимательство может быть представлено как механизм адаптации к условиям внешней среды, с помощью которого компании эффективнее реагируют на изменяющийся рыночный спрос и появляющиеся бизнес-возможности, максимально используя свои организационные способности и компетенции в динамичной высококонкурентной внешней среде, что позволяет достигать лучших результатов деятельности фирмы.

Необходимо отметить, что к настоящему времени опубликовано относительно небольшое количество работ в области стратегического предпринимательства. Среди авторов до сих пор нет единого мнения относительно элементов, составляющих стратегическое предпринимательство, причем эмпирические работы демонстрируют разные и неоднозначные результаты. В качестве будущих направлений исследований можно предложить использование конфигурационного подхода к изучению стратегического предпринимательства, который позволит понять, при каких сочетаниях предпринимательских и стратегических действий стратегическое предпринимательство будет наиболее выгодным для компании. Безусловно, одним из наиболее актуальных направлений изучения СП является разработка надежной шкалы для измерения его основных компонентов, что даст возможность проводить количественные исследования в данной области. Кроме того, необходимо изучение стратегического предпринимательства применительно к фирмам разных размеров, в том числе в условиях экономического кризиса.

Литература

- Иваненко Л. В., Петров С. М. Проблемы внедрения инноваций в деятельность малых и средних строительных предприятий // Основы экономики, управления и права. 2012. № 2. С. 41–47.
- Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления: монография. СПб.: Издат. дом. С.-Петербург. гос. ун-та, 2006.
- Козырева П. М. Малое предпринимательство в России: повседневные проблемы и трудности развития // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. № 1 (37). С. 43–58.
- Лаптев Г. Д. Предпринимательский менеджмент в создании инновационных продуктов и развитии бизнеса // Управленческие науки. 2016. № 2. С. 48–55.
- Мальшиев О. М., Соломонов А. П. Развитие предпринимательства в современной России: проблемы и перспективы // Социально-экономические явления и процессы. 2010. № 6. С. 135–140.

- Тараненко И. В.* Особенности инновационной конкуренции в условиях глобализации мировой экономики // Вопросы регулирования экономики. 2010. Т. 1. № 4. С. 89–99.
- Тихонова Н. Е.* Ресурсный подход как новая теоретическая парадигма в стратификационных исследованиях // Экономическая социология. 2006. № 3. С. 11–26.
- Фелештин В. И.* Современные тенденции развития теории конкуренции // Экономический журнал. 2014. № 2 (34). С. 47–57.
- Широкова Г. В., Соколова Л. С.* Стратегическое предпринимательство: подходы к исследованию и российская практика // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2011. № 3. С. 32–59.
- Acs Z.* How is Entrepreneurship Good for Economic Growth? // Innovations. 2006. Vol. 1, N 1. P. 97–107.
- Agarwal R., Audretsch D., Sarkar M. B.* Knowledge Spillovers and Strategic Entrepreneurship // Strategic Entrepreneurship Journal. 2010. Vol. 4, N 4. P. 271–283.
- Alvarez S. A., Barney J. B.* Resource-based Theory and the Entrepreneurial Firm. In Hitt M. A., Ireland R. D., Camp S. M., Sexton D. L. Strategic entrepreneurship: Creating a New Mindset. Oxford: Blackwell, 2002.
- Andersén J., Ljungkvist T., Svensson L.* Entrepreneurially Oriented in What? A Business Model Approach to Entrepreneurship // Journal of Small Business and Enterprise Development. 2015. Vol. 22, N 3. P. 433–449.
- Audretsch D. B., Lehmann E. E., Plummer L. A.* Agency and Governance in Strategic Entrepreneurship // Entrepreneurship Theory and Practice. 2009. Vol. 33, N 1. P. 149–166.
- Awang A., Kassim A., Noor A. M., Shukor N., Shaari A. Z., Amran S., Selamat S. M., Khalid S. A.* Strategic Entrepreneurship Model for Economic Transformation: Malaysian Evidence // Asian Social Science. 2015. Vol. 11, N 7. P. 19–34.
- Bendickson J., Muldoon J., Liguori E., Davis F. D.* Agency Theory: The Times They Are a-Changin' // Management Decision. 2016. Vol. 54, N 1. P. 174–193.
- Bjørnskov C., Foss N.* How Strategic Entrepreneurship and the Institutional Context Drive Economic Growth // Strategic Entrepreneurship Journal. 2013. Vol. 7, N 1. P. 50–69.
- Boone C., Wezel F. C., van Witteloostuijn A.* Joining the Pack or Going Solo? A Dynamic Theory of New Firm Positioning // Journal of Business Venturing. 2013. Vol. 28, N 4. P. 511–527.
- Bratnicki M., Ząbkowska B.* Conceptual Reflections on Strategic Entrepreneurship: Intellectual Capital and the Framework of Dialectical Dynamics // Argumenta Oeconomica. 2009. Vol. 2, N 23. P. 59–74.
- Bruton G. D., Filatotchev I., Si S., Wright M.* Entrepreneurship and Strategy in Emerging Economies // Strategic Entrepreneurship Journal. 2013. Vol. 7, N 3. P. 169–180.
- Carlbäck M.* Strategic Entrepreneurship in the Hotel Industry: The Role of Chain Affiliation // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2012. Vol. 12, N 4. P. 349–372.
- Cassia L., De Massis A., Pizzurno E.* Strategic Innovation and New Product Development in Family Firms: An Empirically Grounded Theoretical Framework // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2012. Vol. 18, N 2. P. 198–232.
- Chorn N. H.* The “Alignment” Theory: Creating Strategic Fit // Management Decision. 1991. Vol. 29, N 1. P. 20–24.
- Corbett A., Covin J. G., O'Connor G. C., Tucci C. L.* Corporate Entrepreneurship: State-of-the-Art Research and a Future Research Agenda // Journal of Product Innovation Management. 2013. Vol. 30, N 5. P. 812–820.
- Demil B., Lecocq X., Ricart J. E., Zott C.* Introduction to the SEJ Special Issue on Business Models: Business Models within the Domain of Strategic Entrepreneurship // Strategic Entrepreneurship Journal. 2015. Vol. 9, N 1. P. 1–11.
- Dhliwayo S.* Entrepreneurship and Competitive Strategy: An Integrative Approach // Journal of Entrepreneurship. 2014. Vol. 23, N 1. P. 115–135.
- Djordjevic B.* Strategic Entrepreneurship: Issues and Challenges // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2013. Vol. 4, N 7. P. 155–163.

- Droege S. B., Dong L. C.* Strategic Entrepreneurship: Imitation versus Substitution // *Journal of Small Business Strategy*. 2008. Vol. 19, N 1. P. 51–62.
- Fischer G., Lee J., Johns L.* An Exploratory Study of Firm Turnaround in Australia and Singapore following the Asia Crisis // *Asia Pacific Journal of Management*. 2004. Vol. 21, N 1–2. P. 149–170.
- Folta T. B.* A Model Scholar and Preeminent Contributor to Our Understanding of Strategic Entrepreneurship: Arnold C. Cooper (1933–2012) // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2014. Vol. 8, N 4. P. 349–360.
- Foss N. J., Lyngsie J., Zahra S. A.* The Role of External Knowledge Sources and Organizational Design in the Process of Opportunity Exploitation // *Strategic Management Journal*. 2013. Vol. 34, N 12. P. 1453–1471.
- Garri M., Konstantopoulos N.* Market Information Acquisition: A Prerequisite for Successful Strategic Entrepreneurship // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2013. Vol. 73. P. 643–651.
- Hilb M., Casas T.* Towards a Construct of Entrepreneurial Strategising: The Case of Private Equity // *International Journal of Entrepreneurial Venturing*. 2015. Vol. 7, N 1. P. 84–101.
- Hitt M. A., Ireland R. D., Camp S. M., Sexton D. L.* Guest Editors' Introduction to the Special Issue. Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation // *Strategic Management Journal*. 2001. Vol. 22, N 6/7. P. 479–491.
- Hitt M. A., Ireland R. D., Sirmon D. G., Trahms C. A.* Strategic Entrepreneurship: Creating Value for Individuals, Organizations, and Society // *The Academy of Management Perspectives*. 2011. Vol. 25, N 2. P. 57–75.
- Ireland R. D., Hitt M. A., Camp S. M., Sexton D. L.* Integrating Entrepreneurship and Strategic Management Actions to Create Firm Wealth // *The Academy of Management Executive*. 2001. Vol. 15, N 1. P. 49–63.
- 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, N 6. P. 963–989.
- Ireland R. D., Webb J. W.* A Cross-disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research // *Journal of Management*. 2007a. Vol. 33, N 6. P. 891–927.
- Ireland R. D., Webb J. W.* Strategic Entrepreneurship: Creating Competitive Advantage through Streams of Innovation // *Business Horizons*. 2007b. Vol. 50, N 1. P. 49–59.
- Ireland R. D., Webb J. W.* Crossing the Great Divide of Strategic Entrepreneurship: Transitioning between Exploration and Exploitation // *Business Horizons*. 2009. Vol. 52, N 5. P. 469–479.
- Jansen J. J. P., Van Den Bosch F. A. J., Volberda H. W.* Exploratory Innovation, Exploitative Innovation, and Performance: Effects of Organizational Antecedents and Environmental Moderators // *Management Science*. 2006. Vol. 52, N 11. P. 1661–1674.
- Kansikas J., Laakkonen A., Sarpo V., Kontinen T.* Entrepreneurial Leadership and Familiness as Resources for Strategic Entrepreneurship // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2012. Vol. 18, N 2. P. 141–158.
- Kantur D.* Strategic Entrepreneurship: Mediating the Entrepreneurial Orientation-performance Link // *Management Decision*. 2016. Vol. 54, N 1. P. 24–43.
- Katila R., Shane S.* When Does Lack of Resources Make New Firms Innovative? // *Academy of Management Journal*. 2005. Vol. 48, N 5. P. 814–829.
- Ketchen D. J., Ireland R. D., Snow C. C.* Strategic Entrepreneurship, Collaborative Innovation, and Wealth Creation // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2007. Vol. 1, N 3–4. P. 371–385.
- Klein P. G., Barney J. B., Foss N. J.* Strategic Entrepreneurship. SMG Working Paper. 2002. N 3/2012.
- Klein P. G., Mahoney J. T., McGahan A. M., Pitelis C. N.* Capabilities and Strategic Entrepreneurship in Public Organizations // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2013. Vol. 7, N 1. P. 70–91.
- Knudsen E. S., Lien L. B.* Hire, Fire, or Train: Innovation and Human Capital Responses to Recessions // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2015. Vol. 9, N 4. P. 313–330.
- Kotha S.* Spillovers, Spill-ins, and Strategic Entrepreneurship: America's First Commercial Jet Airplane and Boeing's Ascendancy in Commercial Aviation // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2010. Vol. 4, N 4. P. 284–306.

- Kraus S., Kauranen I.* Strategic Management and Entrepreneurship: Friends or Foes // *International Journal of Business Science and Applied Management*. 2009. Vol. 4, N 1. P. 37–50.
- Kraus S., Kauranen I., Reschke C.* Identification of Domains for a New Conceptual Model of Strategic Entrepreneurship Using the Configuration Approach // *Management Research Review*. 2011. Vol. 34, N 1. P. 58–74.
- Kuratko D. F.* Entrepreneurial Leadership in the 21st Century // *Journal of Leadership and Organizational Studies*. 2007. Vol. 13, N 4. P. 1–11.
- Kuratko D. F., Audretsch D. B.* Clarifying the Domains of Corporate Entrepreneurship // *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2013. Vol. 9, N 3. P. 323–335.
- Kuratko D. F., Audretsch D. B.* Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of an Emerging Concept // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33, N 1. P. 1–17.
- Kuratko D. F., Hornsby J. S., Hayton J.* Corporate Entrepreneurship: The Innovative Challenge for a New Global Economic Reality // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 45, N 2. P. 245–253.
- Kyrgidou L. P., Hughes M.* Strategic Entrepreneurship: Origins, Core Elements and Research Directions // *European Business Review*. 2010. Vol. 22, N 1. P. 43–63.
- Kyrgidou L. P., Petridou E.* The Effect of Competence Exploration and Competence Exploitation on Strategic Entrepreneurship // *Technology Analysis & Strategic Management*. 2011. Vol. 23, N 6. P. 697–713.
- Lachmann L. M.* From Mises to Shackle: An Essay on Austrian Economics and the Kaleidic Society // *Journal of Economic Literature*. 1976. Vol. 14, N 1. P. 54–62.
- Lichtenthaler U.* Technological Turbulence and the Impact of Exploration and Exploitation Within and Across Organizations on Product Development Performance // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2012. Vol. 15, N 3. P. 1–23.
- Löfgren A.* International Network Management for the Purpose of Host Market Expansion: The Mediating Effect of Co-innovation in the Networks of SMEs // *Journal of International Entrepreneurship*. 2014. Vol. 12, N 2. P. 162–182.
- Loucopoulos P., Zicari R.* Conceptual Modeling, Databases, and CASE: An Integrated View of Information Systems Development. N. Y.: John Wiley & Sons, Inc., 1992.
- Luke B., Kearins K., Verreynne M. L.* Developing a Conceptual Framework of Strategic Entrepreneurship // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2011. Vol. 17, N 3. P. 314–337.
- Luke B., Verreynne M. L.* Exploring Strategic Entrepreneurship in the Public Sector // *Qualitative Research in Accounting & Management*. 2006. Vol. 3, N 1. P. 4–26.
- Lumpkin G. T., Steier L., Wright M.* Strategic Entrepreneurship in Family Business // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2011. Vol. 5, N 4. P. 285–306.
- Marino L. D., Lohrke F. T., Hill J. S., Weaver K. M., Tambunan T.* Environmental Shocks and SME Alliance Formation Intentions in an Emerging Economy: Evidence from the Asian Financial Crisis in Indonesia // *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2008. Vol. 32, N 1. P. 57–183.
- Mathews J. A.* Lachmannian Insights into Strategic Entrepreneurship: Resources, Activities and Routines in a Disequilibrium World // *Organization Studies*. 2010. Vol. 31, N 2. P. 219–244.
- Meuleman M., Amess K., Wright M., Scholes L.* Agency, Strategic Entrepreneurship, and the Performance of Private Equity-backed Buyouts // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33, N 1. P. 213–239.
- Mihalache O. R., Jansen J. J. P., Van den Bosch F. A. J., Volberda H. W.* Top Management Team Shared Leadership and Organizational Ambidexterity: A Moderated Mediation Framework // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2014. Vol. 8, N 2. P. 128–148.
- Monsen E., Wayne Boss R.* The Impact of Strategic Entrepreneurship Inside the Organization: Examining Job Stress and Employee Retention // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33, N 1. P. 71–104.
- Obeng B. A., Robson P., Haugh H.* Strategic Entrepreneurship and Small Firm Growth in Ghana // *International Small Business Journal*. 2014. Vol. 32, N 5. P. 501–524.

- Paloniemi K., Piispanen V. V.* An Alternative Construction of Opportunity-seeking Action for Strategic Entrepreneurship // *International Journal of Human Resources Development and Management*. 2015. Vol. 15, N 2–4. P. 221–232.
- Patzelt H., Shepherd D. A.* Strategic Entrepreneurship at Universities: Academic Entrepreneurs' Assessment of Policy Programs // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33, N 1. P. 319–340.
- Phan P. H., Wright M., Ucbasaran D., Tan W. L.* Corporate Entrepreneurship: Current Research and Future Directions // *Journal of Business Venturing*. 2009. Vol. 24, N 3. P. 197–205.
- Rensburg D. J.* Is Strategic Entrepreneurship a Pleonasm? // *Journal of Management and Strategy*. 2013. Vol. 4, N 1. P. 15–27.
- Schindehutte M., Morris M. H.* Advancing Strategic Entrepreneurship Research: The Role of Complexity Science in Shifting the Paradigm // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33, N 1. P. 241–276.
- Schneider S., Spieth P.* Business Model Innovation: Towards an Integrated Future Research Agenda // *International Journal of Innovation Management*. 2013. Vol. 17, N 1. P. 1340001–1–134001–34.
- Schulze W.* Networks and Strategic Entrepreneurship: Comments on Comparing Alliance Network Structure across Industries: Observations and Explanations and Strategic Networks and Entrepreneurial Ventures // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2007. Vol. 1, N 3–4. P. 229–231.
- Shirokova G., Vega G., Sokolova L.* Performance of Russian SMEs: Exploration, Exploitation and Strategic Entrepreneurship // *Critical Perspectives on International Business*. 2013. Vol. 9, N 1/2. P. 173–203.
- Sirén C. A., Kohtamäki M., Kuckertz A.* Exploration and Exploitation Strategies, Profit Performance, and the Mediating Role of Strategic Learning: Escaping the Exploitation Trap // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2012. Vol. 6, N 1. P. 18–41.
- Steffens P., Davidsson P., Fitzsimmons J.* Performance Configurations over Time: Implications for Growth-and Profit-Oriented Strategies // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33, N 1. P. 125–148.
- Sun Z.* Technology Innovation and Entrepreneurial State: The Development of China's High-speed Rail Industry // *Technology Analysis & Strategic Management*. 2015. Vol. 27, N 6. P. 646–659.
- Watt J. H., Van Den Berg S. A.* *Research Methods for Communication Science*. Boston: Allyn & Bacon, 1995.
- Webb J. W., Ketchen D. J., Ireland R. D.* Strategic Entrepreneurship within Family-controlled Firms: Opportunities and Challenges // *Journal of Family Business Strategy*. 2010. Vol. 1, N 2. P. 67–77.
- Wernerfelt B.* A Resource-based View of the Firm // *Strategic Management Journal*. 1984. Vol. 5, N 2. P. 171–180.
- Wright M., Clarysse B., Mosey S.* Strategic Entrepreneurship, Resource Orchestration and Growing Spin-offs from Universities // *Technology Analysis & Strategic Management*. 2012. Vol. 24, N 9. P. 911–927.
- Wright M., Filatotchev I., Hoskisson R., Peng M.* Strategy Research in Emerging Economies: Challenging the Conventional Wisdom // *Journal of Management Studies*. 2005. Vol. 42, N 1. P. 1–33.
- Wright M., Stigliani I.* Entrepreneurship and Growth // *International Small Business Journal*. 2013. Vol. 31, N 1. P. 3–22.
- Yiu D. W., Hoskisson R. E., Bruton G. D., Lu Y.* Dueling Institutional Logics and the Effect on Strategic Entrepreneurship in Chinese Business Groups // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2014. Vol. 8, N 3. P. 195–213.
- Yu F. L. T., Hu M. W.* Strategic Entrepreneurship in Taiwan's Food and Catering Industries: The Case of 85° C Café Shop // *Global Business Review*. 2015. Vol. 16, N 5. P. 891–902.
- Zhang Z.* Hierarchical Dynamic Capabilities and Strategic Entrepreneurship in Changing Industrial Environments // *Frontiers of Business Research in China*. 2014. Vol. 8, N 3. P. 388–410.

Для цитирования: Иввонен Л. А., Широкова Г.В. Стратегическое предпринимательство: сущность и основные направления исследований // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2016. Вып. 4. С. 21–53. DOI: 10.21638/11701/spbu08.2016.402

References

- Ivanenko L. V., Petrov S. M. Problemy vnedreniia innovatsii v deiatel'nost' malykh i srednikh stroitel'nykh predpriatii [Issues of the Innovation Realization in Small and Medium-Sized Construction Enterprises Activities]. *Osnovy ekonomiki, upravleniia i prava*, 2012, no. 2, pp. 41–47.
- Kač'kalo V. S. *Evolutsiia teorii strategicheskogo upravleniia: monografiia* [Evolution of Strategic Management Theory: Monograph]. St. Petersburg, Izdat. dom. S.-Peterb. gos. un-ta, 2006.
- Kozyreva P. M. Maloe predprinimatel'stvo v Rossii: povsednevnye problemy i trudnosti razvitiia [Small Business in Russia: Everyday Issues and Development Constraints]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, 2015, no. 1 (37), pp. 43–58.
- Lapteva G. D. Predprinimatel'skii menedzhment v sozdanii innovatsionnykh produktov i razvitiia biznesa [Entrepreneurial Management in Innovative Product and Business Development]. *Upravlencheskie nauki*, 2016, no. 2, pp. 48–55.
- Malyshev O. M., Solomonov A. P. Razvitiie predprinimatel'stva v sovremennoi Rossii: problemy i perspektivy [Business Development in Present-day Russia: Problems and Prospects]. *Sotsial'no-ekonomicheskie iavleniia i protsessy*, 2010, no. 6, pp. 135–140.
- Taranenko I. V. Osobennosti innovatsionnoi konkurentsii v usloviakh globalizatsii mirovoi ekonomiki [The Specific Features of Innovative Competition under the Condition of Globalization of the World Economy]. *Voprosy regulirovaniia ekonomiki*, 2010, vol. 1, no. 4, pp. 89–99.
- Tikhonova N. E. Resursnyi podkhod kak novaia teoreticheskaia paradigma v stratifikatsionnykh issledovaniakh [Resources Approach as a New Paradigm in Stratification Studies]. *Ekonomicheskaiia sotsiologiia*, 2006, no. 3, pp. 11–26.
- Feleshtin V. I. Sovremennye tendentsii razvitiia teorii konkurentsii [The Current Trends in the Development of Competition Theory]. *Ekonomicheskii zhurnal*, 2014, no. 2 (34), pp. 47–57.
- Shirokova G. V., Sokolova L. S. Strategicheskoe predprinimatel'stvo: podkhody k issledovaniu i rossiiskaia praktika [Strategic Entrepreneurship: Research Approaches and Russian Practice]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seria Menedzhment*, 2011, no. 3, pp. 32–59.
- Acz Z. How is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovations*, 2006, vol. 1, no. 1, pp. 97–107.
- Agarwal R., Audretsch D., Sarkar M. B. Knowledge Spillovers and Strategic Entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2010, vol. 4, no. 4, pp. 271–283.
- Alvarez S. A., Barney J. B. Resource-based Theory and the Entrepreneurial Firm. In Hitt M. A., Ireland R. D., Camp S. M., Sexton D. L. *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*. Oxford: Blackwell, 2002.
- Andersén J., Ljungkvist T., Svensson L. Entrepreneurially Oriented in What? A Business Model Approach to Entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2015, vol. 22, no. 3, pp. 433–449.
- Audretsch D. B., Lehmann E. E., Plummer L. A. Agency and Governance in Strategic Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 149–166.
- Awang A., Kassim A., Noor A. M., Shukor N., Shaari A. Z., Amran S., Selamat S. M., Khalid S. A. Strategic Entrepreneurship Model for Economic Transformation: Malaysian Evidence. *Asian Social Science*, 2015, vol. 11, no. 7, pp. 19–34.
- Bendickson J., Muldoon J., Liguori E., Davis F.D. Agency Theory: The Times They Are a-Changin'. *Management Decision*, 2016, vol. 54, no. 1, pp. 174–193.
- Bjørnskov C., Foss N. How Strategic Entrepreneurship and the Institutional Context Drive Economic Growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2013, vol. 7, no. 1, pp. 50–69.

- Boone C., Wezel F. C., van Witteloostuijn A. Joining the Pack or Going Solo? A Dynamic Theory of New Firm Positioning. *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 4, pp. 511–527.
- Bratnicki M., Ząbkowska B. Conceptual Reflections on Strategic Entrepreneurship: Intellectual Capital and the Framework of Dialectical Dynamics. *Argumenta Oeconomica*, 2009, vol. 2, no. 23, pp. 59–74.
- Bruton G. D., Filatotchev I., Si S., Wright M. Entrepreneurship and Strategy in Emerging Economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2013, vol. 7, no. 3, pp. 169–180.
- Carlbäck M. Strategic Entrepreneurship in the Hotel Industry: The Role of Chain Affiliation. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2012, vol. 12, no. 4, pp. 349–372.
- Cassia L., De Massis A., Pizzurno E. Strategic Innovation and New Product Development in Family Firms: An Empirically Grounded Theoretical Framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2012, vol. 18, no. 2, pp. 198–232.
- Chorn N. H. The “Alignment” Theory: Creating Strategic Fit. *Management Decision*. 1991, vol. 29, no. 1, pp. 20–24.
- Corbett A., Covin J. G., O'Connor G. C., Tucci C. L. Corporate Entrepreneurship: State-of-the-Art Research and a Future Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 2013, vol. 30, no. 5, pp. 812–820.
- Demil B., Lecocq X., Ricart J. E., Zott C. Introduction to the SEJ Special Issue on Business Models: Business Models within the Domain of Strategic Entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2015, vol. 9, no. 1, pp. 1–11.
- Dhliwayo S. Entrepreneurship and Competitive Strategy: An Integrative Approach. *Journal of Entrepreneurship*, 2014, vol. 23, no. 1, pp. 115–135.
- Djordjevic B. Strategic Entrepreneurship: Issues and Challenges. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2013, vol. 4, no. 7, pp. 155–163.
- Droege S. B., Dong L. C. Strategic Entrepreneurship: Imitation versus Substitution. *Journal of Small Business Strategy*, 2008, vol. 19, no. 1, pp. 51–62.
- Fischer G., Lee J., Johns L. An Exploratory Study of Firm Turnaround in Australia and Singapore following the Asia Crisis. *Asia Pacific Journal of Management*, 2004, vol. 21, no. 1–2, pp. 149–170.
- Folta T. B. A Model Scholar and Preeminent Contributor to Our Understanding of Strategic Entrepreneurship: Arnold C. Cooper (1933–2012). *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2014, vol. 8, no. 4, pp. 349–360.
- Foss N. J., Lyngsie J., Zahra S. A. The Role of External Knowledge Sources and Organizational Design in the Process of Opportunity Exploitation. *Strategic Management Journal*, 2013, vol. 34, no. 12, pp. 1453–1471.
- Garri M., Konstantopoulos N. Market Information Acquisition: A Prerequisite for Successful Strategic Entrepreneurship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2013, vol. 73, pp. 643–651.
- Hilb M., Casas T. Towards a Construct of Entrepreneurial Strategising: The Case of Private Equity. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 2015, vol. 7, no. 1, pp. 84–101.
- Hitt M. A., Ireland R. D., Camp S. M., Sexton D. L. Guest Editors' Introduction to the Special Issue. Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. *Strategic Management Journal*, 2001, vol. 22, no. 6/7, pp. 479–491.
- Hitt M. A., Ireland R. D., Sirmon D. G., Trahms C. A. Strategic Entrepreneurship: Creating Value for Individuals, Organizations, and Society. *The Academy of Management Perspectives*, 2011, vol. 25, no. 2, pp. 57–75.
- Ireland R. D., Hitt M. A., Camp S. M., Sexton D. L. Integrating Entrepreneurship and Strategic Management Actions to Create Firm Wealth. *The Academy of Management Executive*, 2001, vol. 15, no. 1, pp. 49–63.
- 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, pp. 963–989.
- Ireland R. D., Webb J. W. A Cross-disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research. *Journal of Management*, 2007a, vol. 33, no. 6, pp. 891–927.

- Ireland R. D., Webb J. W. Strategic Entrepreneurship: Creating Competitive Advantage through Streams of Innovation. *Business Horizons*, 2007b, vol. 50, no. 1, pp. 49–59.
- Ireland R. D., Webb J. W. Crossing the Great Divide of Strategic Entrepreneurship: Transitioning between Exploration and Exploitation. *Business Horizons*, 2009, vol. 52, no. 5, pp. 469–479.
- Jansen J. J. P., Van Den Bosch F. A. J., Volberda H. W. Exploratory Innovation, Exploitative Innovation, and Performance: Effects of Organizational Antecedents and Environmental Moderators. *Management Science*, 2006, vol. 52, no. 11, pp. 1661–1674.
- Kansikas, J., A. Laakkonen, V. Sarpo, and T. Kontinen. Entrepreneurial Leadership and Familiness as Resources for Strategic Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2012, vol. 18, no. 2, pp. 141–158.
- Kantur D. Strategic Entrepreneurship: Mediating the Entrepreneurial Orientation-performance Link. *Management Decision*, 2016, vol. 54, no. 1, pp. 24–43.
- Katila R., Shane S. When Does Lack of Resources Make New Firms Innovative? *Academy of Management Journal*, 2005, vol. 48, no. 5, pp. 814–829.
- Ketchen D. J., Ireland R. D., Snow C. C. Strategic Entrepreneurship, Collaborative Innovation, and Wealth Creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2007, vol. 1, no. 3–4, pp. 371–385.
- Klein P. G., Barney J. B., Foss N. J. *Strategic Entrepreneurship*. SMG Working Paper. 2002, no. 3/2012.
- Klein P. G., Mahoney J. T., McGahan A. M., Pitelis C. N. Capabilities and Strategic Entrepreneurship in Public Organizations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2013, vol. 7, no. 1, pp. 70–91.
- Knudsen E. S., Lien L. B. Hire, Fire, or Train: Innovation and Human Capital Responses to Recessions. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2015, vol. 9, no. 4, pp. 313–330.
- Kotha S. Spillovers, Spillins, and Strategic Entrepreneurship: America's First Commercial Jet Airplane and Boeing's Ascendancy in Commercial Aviation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2010, vol. 4, no. 4, pp. 284–306.
- Kraus S., Kauranen I. Strategic Management and Entrepreneurship: Friends or Foes. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 2009, vol. 4, no. 1, pp. 37–50.
- Kraus S., Kauranen I., Reschke C. Identification of Domains for a New Conceptual Model of Strategic Entrepreneurship Using the Configuration Approach. *Management Research Review*, 2011, vol. 34, no. 1, pp. 58–74.
- Kuratko D. F. Entrepreneurial Leadership in the 21st Century. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 2007, vol. 13, no. 4, pp. 1–11.
- Kuratko D. F., Audretsch D. B. Clarifying the Domains of Corporate Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2013, vol. 9, no. 3, pp. 323–335.
- Kuratko D. F., Audretsch D. B. Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of an Emerging Concept. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 1–17.
- Kuratko D. F., Hornsby J. S., Hayton J. Corporate Entrepreneurship: The Innovative Challenge for a New Global Economic Reality. *Small Business Economics*, 2015, vol. 45, no. 2, pp. 245–253.
- Kyrgidou L. P., Hughes M. Strategic Entrepreneurship: Origins, Core Elements and Research Directions. *European Business Review*. 2010, vol. 22, no. 1, pp. 43–63.
- Kyrgidou L. P., Petridou E. The Effect of Competence Exploration and Competence Exploitation on Strategic Entrepreneurship. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2011, vol. 23, no. 6, pp. 697–713.
- Lachmann L. M. From Mises to Shackle: An Essay on Austrian Economics and the Kaleidic Society. *Journal of Economic Literature*, 1976, vol. 14, no. 1, pp. 54–62.
- Lichtenthaler U. Technological Turbulence and the Impact of Exploration and Exploitation Within and Across Organizations on Product Development Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012. Vol. 15, no. 3, pp. 1–23.
- Löfgren A. International Network Management for the Purpose of Host Market Expansion: The Mediating Effect of Co-innovation in the Networks of SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 2014, vol. 12, no. 2, pp. 162–182.

- Loucopoulos P., Zicari R. *Conceptual Modeling, Databases, and CASE: An Integrated View of Information Systems Development*. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1992.
- Luke B., Kearins K., Verreynne M. L. Developing a Conceptual Framework of Strategic Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2011, vol. 17, no. 3, pp. 314–337.
- Luke B., Verreynne M. L. Exploring Strategic Entrepreneurship in the Public Sector. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 2006, vol. 3, no. 1, pp. 4–26.
- Lumpkin G. T., Steier L., Wright M. Strategic Entrepreneurship in Family Business. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, vol. 5, no. 4, pp. 285–306.
- Marino L. D., Lohrke F. T., Hill J. S., Weaver K. M., Tambunan T. Environmental Shocks and SME Alliance Formation Intentions in an Emerging Economy: Evidence from the Asian Financial Crisis in Indonesia. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 2008, vol. 32, no. 1, pp. 57–183.
- Mathews J. A. Lachmannian Insights into Strategic Entrepreneurship: Resources, Activities and Routines in a Disequilibrium World. *Organization Studies*, 2010, vol. 31, no. 2, pp. 219–244.
- Meuleman M., Amess K., Wright M., Scholes L. Agency, Strategic Entrepreneurship, and the Performance of Private Equity-backed Buyouts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 213–239.
- Mihalache O. R., Jansen J. J. P., Van den Bosch F. A. J., Volberda H. W. Top Management Team Shared Leadership and Organizational Ambidexterity: A Moderated Mediation Framework. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2014, vol. 8, no. 2, pp. 128–148.
- Monsen E., Wayne Boss R. The Impact of Strategic Entrepreneurship Inside the Organization: Examining Job Stress and Employee Retention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 71–104.
- Obeng B. A., Robson P., Haugh H. Strategic Entrepreneurship and Small Firm Growth in Ghana. *International Small Business Journal*, 2014, vol. 32, no. 5, pp. 501–524.
- Paloniemi K., Piispanen V. V. An Alternative Construction of Opportunity-seeking Action for Strategic Entrepreneurship. *International Journal of Human Resources Development and Management*, 2015, vol. 15, no. 2–4, pp. 221–232.
- Patzelt H., Shepherd D. A. Strategic Entrepreneurship at Universities: Academic Entrepreneurs' Assessment of Policy Programs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 319–340.
- Phan P. H., Wright M., Ucbasaran D., Tan W. L. Corporate Entrepreneurship: Current Research and Future Directions. *Journal of Business Venturing*, 2009, vol. 24, no. 3, pp. 197–205.
- Rensburg D. J. Is Strategic Entrepreneurship a Pleonasm? *Journal of Management and Strategy*, 2013, vol. 4, no. 1, pp. 15–27.
- Schindehutte M., Morris M. H. Advancing Strategic Entrepreneurship Research: The Role of Complexity Science in Shifting the Paradigm. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 241–276.
- Schneider S., Spieth P. Business Model Innovation: Towards an Integrated Future Research Agenda. *International Journal of Innovation Management*, 2013, vol. 17, no. 1, pp. 1340001–1–134001–34.
- Schulze W. Networks and Strategic Entrepreneurship: Comments on Comparing Alliance Network Structure across Industries: Observations and Explanations and Strategic Networks and Entrepreneurial Ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2007, vol. 1, no. 3–4, pp. 229–231.
- Shirokova G., Vega G., Sokolova L. Performance of Russian SMEs: Exploration, Exploitation and Strategic Entrepreneurship. *Critical Perspectives on International Business*, 2013, vol. 9, no. ½, pp. 173–203.
- Sirén C. A., Kohtamäki M., Kuckertz A. Exploration and Exploitation Strategies, Profit Performance, and the Mediating Role of Strategic Learning: Escaping the Exploitation Trap. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2012, vol. 6, no. 1, pp. 18–41.
- Steffens P., Davidsson P., Fitzsimmons J. Performance Configurations over Time: Implications for Growth and Profit Oriented Strategies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 125–148.

- Sun Z. Technology Innovation and Entrepreneurial State: The Development of China's High-speed Rail Industry. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2015, vol. 27, no. 6, pp. 646–659.
- Watt J. H., Van Den Berg S. A. *Research Methods for Communication Science*. Boston, Allyn & Bacon, 1995.
- Webb J. W., Ketchen D. J., Ireland R. D. Strategic Entrepreneurship within Family-controlled Firms: Opportunities and Challenges. *Journal of Family Business Strategy*, 2010, vol. 1, no. 2, pp. 67–77.
- Wernerfelt B. A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 1984, vol. 5, no. 2, pp. 171–180.
- Wright M., Clarysse B., Mosey S. Strategic Entrepreneurship, Resource Orchestration and Growing Spin-offs from Universities. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2012, vol. 24, no. 9, pp. 911–927.
- Wright M., Filatotchev I., Hoskisson R., Peng M. Strategy Research in Emerging Economies: Challenging the Conventional Wisdom. *Journal of Management Studies*, 2005, vol. 42, no. 1, pp. 1–33.
- Wright M., Stigliani I. Entrepreneurship and Growth. *International Small Business Journal*, 2013, vol. 31, no. 1, pp. 3–22.
- Yiu D. W., Hoskisson R. E., Bruton G. D., Lu Y. Dueling Institutional Logics and the Effect on Strategic Entrepreneurship in Chinese Business Groups. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2014, vol. 8, no. 3, pp. 195–213.
- Yu F. L. T., Hu M. W. Strategic Entrepreneurship in Taiwan's Food and Catering Industries: The Case of 85 C Café Shop. *Global Business Review*, 2015, vol. 16, no. 5, pp. 891–902.
- Zhang Z. Hierarchical Dynamic Capabilities and Strategic Entrepreneurship in Changing Industrial Environments. *Frontiers of Business Research in China*, 2014, vol. 8, no. 3, pp. 388–410.
- For citation:** Iivonen L. A., Shirokova G. V. Strategic Entrepreneurship: Essence and Main Research Directions. *Vestnik of Saint Petersburg University. Ser. 8. Management*, 2016, issue 4, pp. 21–53. DOI: 10.21638/11701/spbu08.2016.402

Статья поступила в редакцию 24 апреля 2016 г.; принята к печати 9 ноября 2016 г.

Контактная информация

Ивонен Людмила Александровна — аспирант; iivonen@gmail.com

Широкова Галина Викторовна — доктор экономических наук, профессор; shirokova@gsom.spbu.ru

Iivonen Liudmila A. — PhD Student; iivonen@gmail.com

Shirokova Galina V. — Doctor of Economics, Professor; shirokova@gsom.spbu.ru