

ОБЗОРЫ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ОРИЕНТАЦИЯ: ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

К. А. БОГАТЫРЕВА, Г. В. ШИРОКОВА

Институт «Высшая школа менеджмента» СПбГУ

Статья посвящена анализу развития исследований в области предпринимательской ориентации (ПО), факторов ее формирования и ее роли в фирме с целью разработки оригинальной периодизации развития концепции предпринимательской ориентации. Проведенный анализ литературы по основным направлениям исследований ПО позволил выделить четыре основных этапа развития данной концепции в управленческих исследованиях, что составляет основной теоретический вклад данной работы. Выявленные характеристики современного этапа дали возможность сформулировать дальнейшие направления научных исследований, развитие которых будет способствовать прогрессу в рассматриваемой области.

Ключевые слова: предпринимательская ориентация, инновационность, проактивность, готовность к риску, направления исследований, этапы развития.

В условиях современной рыночной экономики, характеризующейся динамичностью изменений, интенсивностью конкуренции и активно развивающимися процессами глобализации, предпринимательское поведение является важным компонентом успешной стратегии роста и развития фирмы [Moruku, 2013]. Предпринимательское поведение предполагает вовлечение в инновационную деятельность и развитие проактивности, что позволяет получать и использовать важную информацию о ситуации на рынке за счет постоянного мониторинга внешней среды, своевременно реагиро-

вать на появляющиеся нужды потребителей, реализовывать преимущество «первого хода», задавать тенденции на рынке [Hult, Hurley, Knight, 2004]. Кроме того, предпринимательское поведение связано с готовностью участвовать в высокорисковых проектах, что, помимо получения отдачи от инвестиций в случае успеха, позволяет фирмам развивать фокус на использовании возможностей, а не на нивелировании угроз [Neck, Manz, 1996]. Кроме того, адаптация предпринимательского поведения в условиях враждебной и динамичной внешней среды позволяет компаниям отслеживать

и использовать возникающие предпринимательские возможности, оставляя позади конкурентов и повышая собственные результаты деятельности [Kreiser, Davis, 2010; McGee et al., 2012].

Активные предпринимательские действия связаны с развитием высокого уровня предпринимательской ориентации фирмы. Концепция предпринимательской ориентации (ПО) с момента своего появления более 30 лет назад остается одним из самых популярных предметов исследований в предпринимательстве и стратегическом менеджменте [Широкова, 2012; Wales, Gupta, Mousa, 2013].¹ Так, в течение последнего десятилетия было опубликовано немногим менее 600 статей, посвященных данной тематике, в изданиях, индексируемых в базе данных Web of Science (см. рис. 1). Фирма, обладающая высоким уровнем ПО, будет активно осуществлять *инновации*, участвовать в *рисковых* проектах и вести себя *проактивно* по отношению к конкурентам [Miller, 1983]. Концепция предпринимательской ориентации зародилась как попытка предложить ответ на основные вопросы теории стратегического управления: «Почему фирмы различаются?», «Почему одни фирмы более успешны, чем другие?» и «Как сделать фирму более успешной?» [Каткало, 2006; Nelson, 1991; Rumelt, Schendel, Teece, 1994]. Данная концепция позволяет объяснить различия в успешности фирм и обосновать механизмы повышения их результативности.

Роль предпринимательской ориентации в фирме может быть объяснена с точки

¹ Следует также отметить ряд смежных направлений исследований, развивающихся в России: эффектуационная и каузативная логика студентов-предпринимателей [Широкова, Богатырева, Галкина, 2014]; предпринимательские фирмы и создание новых рабочих мест [Верховская, Дорохина, 2013]; роль контекста в теории предпринимательства [Чепуренко, Яковлев, 2013], предпринимательская активность в России [Верховская, Дорохина, 2011; Алимова, Ченина, Чепуренко, 2011] и др.

зрения отраслевого и ресурсного подходов. В рамках отраслевого подхода и концепции позиционирования ПО рассматривается как особый механизм, позволяющий фирме адаптироваться к условиям внешней и внутренней среды, что способствует повышению результатов ее деятельности [Minzberg, 1973; Khandwalla, 1976; 1977; Miles, Snow, 1978; Miller, Friesen, 1977, 1978; Miller, 1983; Covin, Slevin, 1988; 1989; Lumpkin, Dess, 1996]. Согласно ресурсному подходу ПО рассматривается как уникальный ресурс, который напрямую или опосредованно способствует улучшению результатов деятельности фирмы [Richard et al., 2004; Wiklund, Shepherd, 2005; Martins, Rialp, 2011; Alegre, Chiva, 2013]. В исследованиях предпринимательской ориентации выделяется несколько ведущих тем, в частности изучение факторов формирования ПО, взаимосвязь ПО и результатов деятельности фирмы, изучение трехсторонних связей ПО, результатов деятельности фирмы и других факторов внешней и внутренней среды организации [Rauch et al., 2009].

Данная статья посвящена анализу существующей литературы по проблематике предпринимательской ориентации, факторов ее формирования и ее роли в фирме с целью разработки оригинальной периодизации развития концепции ПО. Поиск литературы для анализа проводился среди изданий, индексируемых в базе данных EBSCO, за период с момента зарождения концепции ПО (в 1973 г.) по 2014 г. Поиск велся путем комбинирования следующих ключевых слов: “*entrepreneurial orientation*” («предпринимательская ориентация»), “*firm performance*” («результаты деятельности фирмы»), “*antecedents*” («факторы формирования»), “*innovativeness*” («инновационность»), “*proactiveness*” («проактивность»), “*risk taking*” («готовность к риску»). Материал, отобранный для обзора, был дополнен русскоязычными статьями по данной тематике, опубликованными

в «Российском журнале менеджмента» и «Вестнике Санкт-Петербургского государственного университета. Серия „Менеджмент“».

Статья имеет следующую структуру: в первом разделе освещается становление концепции ПО; второй раздел раскрывает основные направления исследований предпринимательской ориентации; третий посвящен обсуждению выделенных на основании проведенного анализа этапов развития концепции ПО. В заключении подводятся итоги проведенного анализа, а также обсуждаются возможные направления дальнейших исследований.

Становление концепции предпринимательской ориентации

Идея о внедрении элементов предпринимательства на уровне фирмы изначально развивалась в рамках отраслевого подхода и концепции позиционирования, доминировавших в теории стратегического управления в период с середины 1970-х по конец 1980-х гг. прошлого столетия (см.: [Катъкало, 2006]). Концепция предпринимательской ориентации берет свое начало в трудах Г. Минцберга [Mintzberg, 1973], который говорит об основных подходах к разработке стратегий и выделяет *предпринимательский подход* (entrepreneurial mode), предполагающий наличие сильного лидера и готовность к рискованным действиям. Данный подход характеризуется непрерывающимся поиском новых возможностей; централизацией власти в руках лидера, который зачастую является личностью, склонной к риску; активными и смелыми действиями в условиях неопределенности; ориентацией на рост фирмы при принятии стратегических решений. При этом важно отметить, что предпринимательский подход может быть применен не только на этапе создания нового предприятия, но и при управлении уже существующей фирмой.

Дальнейшее развитие идея о предпринимательстве на уровне фирмы получила в исследованиях [Khandwalla, 1976; 1977; Miles, Snow, 1978]. П. Кандвалла рассуждает с позиции *ситуационного подхода* и концепции стратегического выбора² и утверждает, что одним из способов реакции фирмы на условия внешней среды может быть выбор определенного стиля управления. В частности, автор отмечает, что в условиях враждебной и динамичной внешней среды наибольший успех фирме принесет выбор высшим менеджментом предпринимательского стиля управления. Данный стиль подразумевает готовность к принятию рискованных, смелых и агрессивных решений, акцент на административную гибкость, интуитивный поиск решений вместо следования советам экспертов [Khandwalla, 1977].

В работе [Miles, Snow, 1978] приводится классификация стратегических типов организаций. Среди прочих, авторы выделяют стратегический тип «разведчиков»: фирм, делающих в своей деятельности акцент на поиске и выявлении предпринимательских возможностей и инновационности. Такие организации работают в нестабильной внешней среде, находятся в процессе постоянного расширения и совершенствования поля своей деятельности, развивают продукты и покоряют новые рынки, активно отслеживают изменения, происходящие во внешней среде, зачастую являются инициаторами таких изменений, редко бывают длительное время отвержены одной технологии производства, выстраивают организационную структуру с низкой степенью формализации и высоким уровнем децентрализации, обычно растут «рывками» [Miles, Snow, 1978]. Таким образом, склонность к предпринимательскому образу действий на уровне фирмы может рассматриваться как тип

² Данная концепция была предложена в работе [Child, 1972].

стратегического поведения, являющийся реакцией фирмы на определенную конфигурацию элементов внешней и внутренней среды фирмы, отличающий одни фирмы от других, даже при условии работы в одной и той же отрасли.

Дальнейшее развитие идея о предпринимательской фирме получила в работах [Miller, Friesen, 1977; 1978]. Авторы отмечают, что в рамках ситуационного подхода обычно рассматриваются отдельно взятые двумерные отношения между отраслевыми и организационными переменными, что не всегда позволяет всесторонне осветить роль предпринимательских инициатив на уровне фирмы. Рассуждая с точки зрения *конфигурационного подхода*, позволяющего рассматривать более сложные системы взаимосвязей, авторы анализируют так называемые архетипы организаций, представляющие собой конфигурации ряда элементов, связанных с условиями, в которых действует фирма, внутренними процессами и подходами к организации деятельности и ее результативностью. К таким элементам относятся внешняя среда, структура и способы организации процессов, методы принятия стратегических решений и успех фирмы. Важно отметить, что среди переменных, связанных с процессом принятия стратегических решений, авторы выделяют уровень вовлеченности в осуществление продуктовых инноваций, проактивность и готовность к риску [Miller, Friesen, 1977, p. 277–278; 1978, p. 922–923], которые впоследствии будут определены как основные составляющие предпринимательской ориентации.

Достаточно четкие очертания концепция предпринимательской ориентации приобрела в 1983 г. после выхода в свет работы [Miller, 1983], в которой Д. Миллер рассматривает предпринимательский процесс и выделяет организационные факторы, которые способствуют или, наоборот, препятствуют его развитию в разных типах фирм. К факторам формирования пред-

принимательского подхода можно отнести влияние лидера, четкость и степень интеграции продуктивно-рыночных стратегий, динамизм и враждебность внешней среды, структурную децентрализацию, делегирование полномочий и открытость внутренних коммуникаций. Помимо этого, Миллер определяет различия между предпринимательской и непредпринимательской фирмами. Согласно его подходу предпринимательская фирма будет активно осуществлять *инновации*, участвовать в *рисковых проектах*, а также проявлять *проактивность* в своих действиях, отесняя таким образом конкурентов. Соответственно, непредпринимательская фирма не является инновационной, избегает риска и имитирует действия конкурентов вместо того, чтобы самой задавать тенденции в отрасли [Miller, 1983, p. 771].

В продолжение этой идеи Дж. Ковин и Д. Слевин в 1988 г. сформулировали определение предпринимательской ориентации, согласно которому данный тип стратегической ориентации фирмы определяется степенью, в которой высший менеджмент фирмы склонен принимать риски, связанные с ведением бизнеса (*готовность к риску*), поощрять изменения и внедрение инноваций с целью получения конкурентного преимущества (*инновационность*), вести агрессивную конкурентную борьбу с другими фирмами (*проактивность*) [Covin, Slevin, 1988, p. 218]. В работе [Covin, Slevin, 1989] авторы предлагают шкалу для измерения предпринимательской ориентации, состоящую из девяти вопросов. Данная шкала станет наиболее широко применяться в эмпирических исследованиях ПО.

Дальнейшее развитие концепция предпринимательской ориентации получила в работе Дж. Лампкина и Г. Десса [Lumpkin, Dess, 1996], рассматривающей ситуационную модель взаимосвязи ПО и результатов деятельности фирмы. Авторы определяют ПО как процессы, практики и решения,

ведущие к получению нового результата, добавляя при этом автономию и конкурентную агрессивность к классическому набору компонентов ПО [Lumpkin, Dess, 1996, p. 136], и отмечают, что составляющие предпринимательской ориентации могут изменяться независимо друг от друга в соответствии с условиями деловой среды организации. Помимо этого, они рассматривают взаимосвязь ПО и результатов деятельности фирмы, отмечая, что при моделировании данной связи необходимо учитывать роль ситуационных переменных. В частности, на связь между ПО и результативностью бизнеса могут оказывать влияние факторы внешней среды (динамизм, благоприятность, сложность, особенности отрасли, в которой работает фирма) и факторы внутренней среды (размер, структура, процесс принятия стратегических решений, ресурсы фирмы, характеристики высшего менеджмента).

В продолжение идеи о зависимости силы влияния ПО на результативность бизнеса от факторов деловой среды фирмы, оставаясь в рамках отраслевого подхода, в [Dess, Lumpkin, Covin, 1997] предпринимательская ориентация фирмы анализируется с точки зрения как ситуационного, так и конфигурационного подходов. В рамках ситуационного подхода авторы рассматривают модулирующие эффекты неопределенности, гетерогенности внешней среды, использования стратегии лидерства по издержкам и дифференциации. Таким образом, в рамках этого подхода модулирующие эффекты факторов внешней и внутренней среды организации на взаимосвязь ПО и результатов деятельности фирмы изучаются по отдельности. В рамках конфигурационного подхода авторы предлагают рассматривать комбинации факторов внешней и внутренней среды и их влияние на взаимосвязь ПО и результатов деятельности фирмы (например, сочетание гетерогенной внешней среды и использования стратегии дифференциации имеет положи-

тельный эффект на взаимосвязь ПО и результативности бизнеса). Представляется, что конфигурационный подход способен лучше объяснить роль предпринимательской ориентации как механизма адаптации фирмы к условиям ее деловой среды, поскольку позволяет рассматривать более полную картину взаимодействия ПО и результатов деятельности фирмы [Dess, Lumpkin, Covin, 1997, p. 691].

Таким образом, ведя речь о причинах возникновения концепции ПО, необходимо отметить, что она появилась на стыке теорий предпринимательства и стратегического управления как попытка обосновать различия в поведении фирм в процессе адаптации к условиям деловой среды. Предпринимательство и стратегическое управление являются динамическими процессами, в центре которых поведение и результаты деятельности фирмы [Gupta, Pandit, 2012]. Идея о предпринимательстве на уровне фирмы зародилась и развивалась в рамках отраслевого подхода и концепции позиционирования, предполагающих наличие существенного влияния внешней среды на позицию фирмы в отрасли [Porter, 1976; 1981]. Предпринимательство внутри фирмы рассматривалось как особый механизм, позволяющий ей приспособиться к условиям деловой среды, повышая за счет этого результаты собственной деятельности. Такой взгляд на ПО фирмы согласуется с подходом к определению причин различий в поведении и уровне успешности фирм, основанным на предположении об определяющей роли особенностей рынков, на которых фирмы конкурируют [Nelson, 1991, p. 64]. Исследователи, работающие в области стратегического управления, отмечают, что предпринимательские подходы к менеджменту приобрели особую важность для повышения результатов деятельности фирмы [Murray, 1984; Wales, Gupta, Mousa, 2013]. Итак, концепция ПО неразрывно связана с идеей о «предпринимательском менеджменте», описывающей

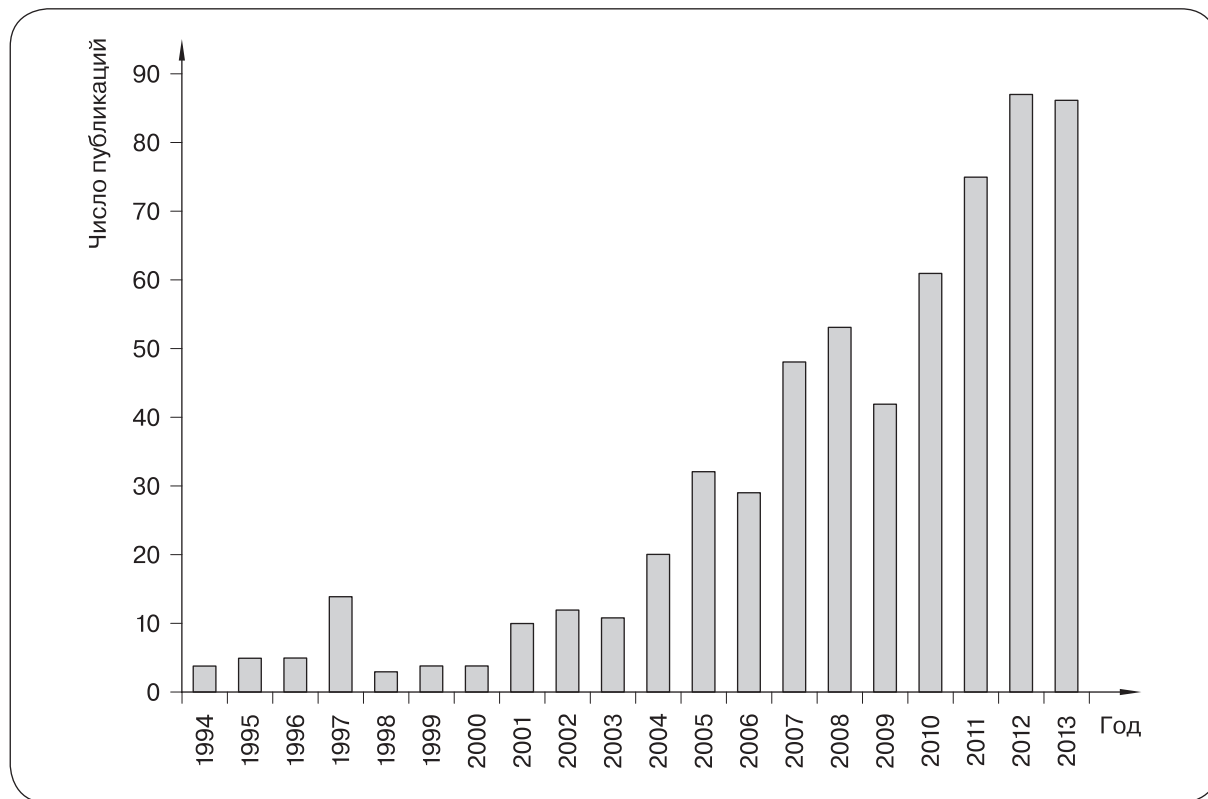


Рис. 1. Число публикаций по тематике «предпринимательская ориентация» за 1994–2013 гг. в изданиях, индексируемых в Web of Science

Источник: Web of Science Citation Report.

Примечание: данные за 2014 г. не отражены на гистограмме, так как на момент написания статьи не все публикации, вышедшие в 2014 г., проиндексированы в базе данных Web of Science.

предпринимательские по своей природе практики управления фирмой (см., напр.: [Stevenson, Jarillo, 1990]).

Основные направления исследований предпринимательской ориентации

Интерес к исследованиям предпринимательской ориентации в последние годы неуклонно растет. На рис. 1 представлен график, отражающий количество публикаций по данной теме в изданиях, индексируемых в базе данных Web of Science, за последние 20 лет. Поиск публикаций велся по ключевым словам “*entrepreneurial orientation*” («предпринимательская ориентация»), “*entrepreneurially oriented*” («предпринимательски ориентированный»)

и “*entrepreneurial firm(s)*” («предпринимательская фирма(-ы)»)³.

На графике видно, что в целом, несмотря на некоторую нестабильность, общей тенденцией развития данной области исследований является рост числа опубликованных работ начиная со второй половины 2000-х гг. Необходимо отметить их разнонаправленный характер: активно развивались как исследования, нацеленные на уточнение концепции ПО и способов ее измерения и операционализации, так и

³ Данные ключевые слова и указанный временной период были выбраны с целью проиллюстрировать динамику публикаций по предпринимательской ориентации. Отбор статей для содержательного анализа проводился согласно процедуре, описанной во введении.



Рис. 2. Концепция предпринимательской ориентации в теории стратегического управления

работы, изучающие связь ПО с особенностями внутренней и внешней среды фирмы, а также ее влияние на результаты деятельности. Возросший интерес к изучению ПО и активный рост публикаций в ведущих академических журналах привели к формированию отдельного направления в области исследований предпринимательства в целом. Кроме того, в рассматриваемый период в таких журналах, как *Entrepreneurship Theory & Practice* и *Journal of Business Venturing*, вышли специальные выпуски, посвященные проблематике предпринимательской ориентации и корпоративному предпринимательству.

Постепенно, развиваясь в рамках теории стратегического управления, предпринимательская ориентация начинает все чаще рассматриваться с точки зрения ресурсной концепции (рис. 2). Такой подход может быть связан с ростом значимости этой концепции в процессе эволюции теории стратегического управления при условии увеличения важности предпринимательского аспекта стратегий (см.: [Катькало, 2006]). Ресурсная концепция предполагает, что основными источниками конкурентных преимуществ фирмы являются внутренние факторы: ресурсы фирмы и организационные способности (см., напр.: [Wernerfelt, 1984; Barney, 1991]). Следует отметить, что для того, чтобы ресурсы и способности фирмы стали источником ее конкурентного преимущества, они должны обладать

такими характеристиками, как редкость, ценность, невозможность копирования и незаменимость [Barney, 1991]. Кроме того, значимую роль в достижении конкурентного преимущества играют особые связи между этими характеристиками, формирующиеся внутри организации [Grant, 1991]. Предпринимательская ориентация, а также стратегии и поведение, являющиеся ее следствием, могут рассматриваться как ресурс или как особая способность фирмы, позволяющая получать преимущество, основываясь на своей ресурсной базе, улучшая, таким образом, результаты деятельности бизнеса [Aloulou, Fayolle, 2005; Madsen, 2007; Wiklund, Shepherd, 2011; Grande, Madsen, Borch, 2011].

Существует мнение, что ПО помогает организации структурировать свои ресурсы и управлять ими, достигая в результате стабильного конкурентного преимущества [Wiklund, Shepherd, 2003]. При этом в рамках ресурсной концепции стратегическая роль предпринимательской ориентации также может рассматриваться с точки зрения ситуационного и конфигурационного подходов. Ситуационный подход в рамках ресурсной концепции применяется для оценки связи ПО как особой организационной способности и результатов деятельности фирмы с учетом факторов внутренней среды, например уровня децентрализации организационной структуры [Wales, Lumpkin, Ensley, 2006], организационной

способности к обучению [Alegre, Chiva, 2013], рыночной ориентации фирмы [Matsuno, Mentzer, Ozsomer, 2002; Baker, Sinkula, 2009; Boso, Story, Cadogan, 2013], культурного разнообразия среди сотрудников организации [Richard et al., 2004], наличия предпринимательских сетей [Parida et al., 2010] и др., тогда как конфигурационный подход позволяет рассматривать целые системы таких взаимосвязей (см., напр.: [Wiklund, Shepherd, 2005; Moreno, Casillas, 2008; Wang, 2008]).

Следует также отметить, что в последнее десятилетие ученые все чаще поднимают вопрос о способе операционализации предпринимательской ориентации для проведения эмпирических исследований. Несмотря на то что шкала, представленная в работе [Covin, Slevin, 1989], является наиболее широко используемой, разработана и апробирована она была применительно к контексту англосаксонских стран. Таким образом, ее использование в исследованиях, проводимых в контексте, отличном от оригинального, может привести к определенным проблемам в измерении ПО. В работе [Hansen et al., 2011] предложен анализ кросскультурной инвариантности шкалы измерения предпринимательской ориентации Ковина и Слевина. На примере 1279 фирм малого и среднего бизнеса из семи стран (США, Австралия, Швеция, Мексика, Индонезия, Нидерланды и Греция) авторы приходят к выводу о том, что наиболее устойчивой к различиям в международном контексте является готовность к риску. Что касается инновационности и проактивности, то использование стандартных шкал их измерения сталкивается с проблемами в кросскультурном контексте, что может быть связано с особенностями внешней среды, экономическими, политическими и социальными факторами, а также с влиянием национальной культуры на развитие предпринимательских характеристик индивидов в разных странах [Hansen et al., 2011]. Необходимо

отметить, что существует ряд исследований, выявивших низкую статистическую надежность шкалы измерения инновационности (см., напр.: [Kreiser, Marino, Weaver, 2002; Weaver et al., 2002; Tang, Tang, Zhang, 2007]). В частности, в работе [Tang et al., 2008] используется шкала измерения ПО, состоящая из восьми, а не девяти элементов. Незадействованный элемент шкалы также связан с измерением инновационности. Авторы отмечают, что изначально, в работе [Miller, 1983], он использовался для измерения проактивности. Таким образом, его применение для измерения инновационности может привести к низкой надежности шкалы.

Дискуссия относительно надежности шкалы измерения предпринимательской ориентации привела к возникновению вопросов о контекстуальной инвариантности самого конструкта ПО. Был проведен ряд исследований, показавших, что структура конструкта ПО не всегда оказывается трехфакторной, как это предполагается в рамках многомерного подхода с использованием оригинальной шкалы Ковина и Слевина. В частности, в работе [Richard et al., 2004] измерялась предпринимательская ориентация американских банков с многонациональным составом менеджеров. Объясняющий и подтверждающий факторный анализ продемонстрировал двухфакторную структуру предпринимательской ориентации, исключив проактивность как отдельную составляющую. В работе [Soininen et al., 2012] на данных финских компаний с применением анализа главных компонент удалось выделить только двухкомпонентную структуру предпринимательской ориентации: проактивность и инновационность объединились в одну составляющую, готовность к риску выступила отдельным компонентом. В работе [Anderson et al., 2014] также рассматривается двухкомпонентная структура предпринимательской ориентации: с «отношенческой» и «поведенческой» состав-

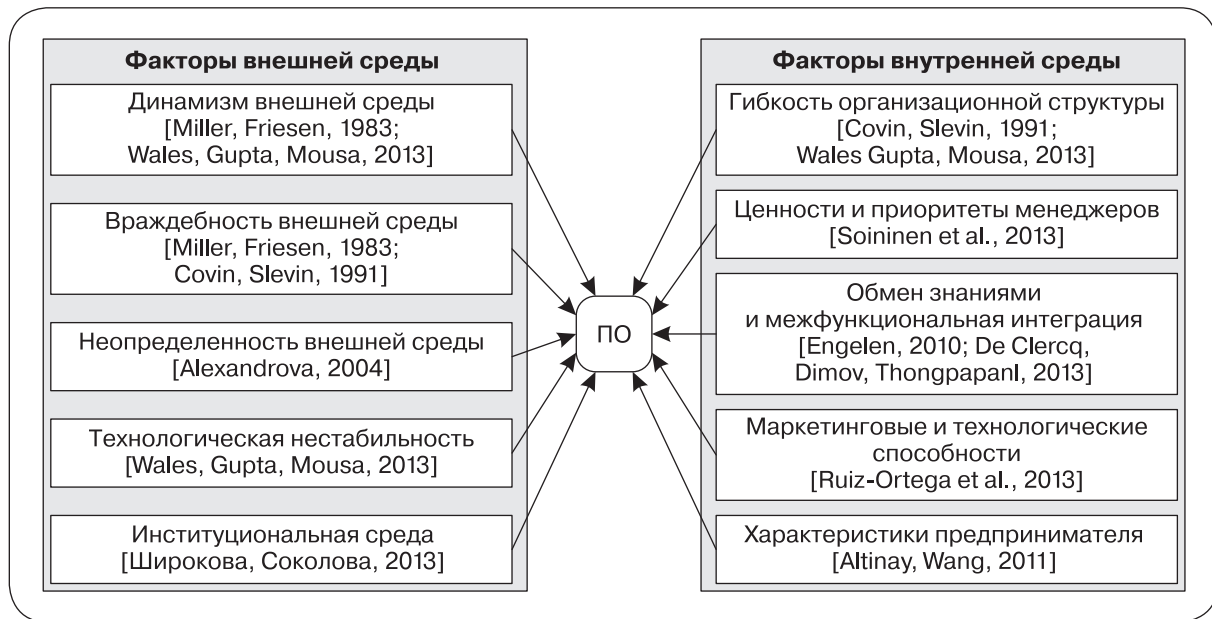


Рис. 3. Факторы формирования предпринимательской ориентации

ляющими. Первый компонент связан с готовностью к риску, тогда как второй объединяет инновационность и проактивность. Необходимо отметить, что попытка определить структуру ПО в российском контексте также привела к необходимости рассматривать только две ее составляющие (проактивность и готовность к риску): потенциальный компонент «инновационность» продемонстрировал низкую надежность измерения [Широкова, Богатырева, 2014].

Таким образом, существование абсолютной межстрановой инвариантности ПО как многомерного конструкта, состоящего из инновационности, проактивности и готовности к риску, не является доказанным фактом. Следовательно, применение трехкомпонентного подхода к концептуализации и операционализации ПО в различных контекстах требует детального анализа полученной структуры ПО на предмет надежности измерения.

Несмотря на указанные аспекты, связанные с измерением ПО, эмпирические исследования в данной области активно

развиваются. Среди основных направлений исследований предпринимательской ориентации можно выделить следующие:

- 1) исследования факторов формирования ПО;
- 2) исследования взаимосвязи ПО и результатов деятельности фирмы;
- 3) исследования трехсторонней взаимосвязи ПО, результатов деятельности фирмы и ряда других переменных (т. е. ПО как медиатор или как фактор формирования организационных способностей).

Рассмотрим каждое из данных направлений более подробно.

Исследования факторов формирования предпринимательской ориентации

Среди факторов, способных оказывать влияние на формирование ПО, традиционно выделяют особенности внешней и внутренней среды фирмы [Covin, Slevin, 1991]. Основные из них представлены на рис. 3.

Такие характеристики внешней среды, как ее динамизм, враждебность, неопределенность и технологическая нестабильность, способны оказать непосредственное

влияние на формирование ПО, так как именно в этих условиях особую важность приобретает способность фирмы брать на себя риск, проявлять проактивность в действиях и развивать инновационные решения [Alexandrova, 2004; Wales, Gupta, Mousa, 2013]. Динамичная внешняя среда также может усиливать воздействие внутренних характеристик фирмы на формирование ПО. Так, в работе [Ruiz-Ortega et al., 2013] рассматривается роль динамики внешней среды, маркетинговых и технологических способностей фирмы в развитии ПО.

Под технологическими способностями понимается способность фирмы развивать технологии, разрабатывать новые продукты и внедрять процессы, стимулирующие эффективность операций (технологические знания, ноу-хау, проведение исследований и внедрение разработок). Под маркетинговыми способностями подразумевается способность фирмы получать преимущество во взаимоотношениях с потребителями и конкурентами. Отмечается, что технологические способности фирмы оказывают более сильное влияние на ее ПО в высокодинамичной среде [Ruiz-Ortega et al., 2013]. Такой результат может быть объяснен тем, что динамичная среда требует от фирмы активного развития инновационного и проактивного поведения. В подобной ситуации технологические способности, позволяющие разрабатывать новые продукты и выводить их на рынок раньше конкурентов, становятся особенно важными.

В работе [Широкова, Соколова, 2013] рассматривается роль институциональной среды в формировании предпринимательской ориентации российских фирм малого и среднего бизнеса. Исследование показало, что враждебная и динамичная внешняя среда положительно связана с уровнем ПО фирм. Кроме того, позитивное восприятие таких институтов, как уровень защиты прав частной собственности, соблюдение административных норм и доступность

госконтрактов, также положительным образом связано с уровнем предпринимательской ориентации.

Процессы и параметры внутренней среды фирмы тоже способны оказать влияние на формирование предпринимательской ориентации. В частности, для формирования ПО важное значение имеет хорошо развитая межфункциональная интеграция [Engelen, 2010], означающая взаимодействие, отлаженные коммуникации, обмен информацией между подразделениями. Формированию ПО также способствует организационная культура, поддерживающая внедрение изменений и ориентированная на развитие. В то же время уровень структурной централизации в компании негативно отражается на развитии ПО, так как централизация обычно влечет за собой низкий уровень гибкости, что замедляет процесс принятия решений и не содействует развитию и внедрению новых предпринимательских идей.

На формирование предпринимательской ориентации фирмы также могут повлиять социокультурные характеристики предпринимателя (см., напр.: [Altinay, Wang, 2011]). К ним относятся высокий уровень образования и предыдущий опыт ведения бизнеса. Образование способствует развитию аналитических и коммуникационных способностей предпринимателя, что позволяет ему системно подходить к мониторингу внешней среды, выстраиванию отношений с клиентами и внедрению проактивных стратегий. Наличие предпринимательского опыта способствует развитию ПО в силу непосредственной связи с «базой предпринимательских знаний» [Altinay, Wang, 2011, p. 676], сформированной за счет понимания функционирования рынка, участия в предпринимательских сетях, развитых управленческих способностей. Приоритеты менеджмента фирм также играют важную роль в развитии ПО. В частности, ориентация менеджеров на рост ведет к активному развитию инно-

вационности и проактивности, тогда как ориентация на выживание отрицательно влияет на формирование готовности к риску [Soininen et al., 2013]. Помимо этого, такие ценности менеджеров, как стремление к саморазвитию внутри фирмы, интерес к решению разнообразных непростых задач, стремление к карьерным достижениям, положительно влияют на формирование ПО. Наличие у команды менеджеров большого управленческого опыта, а также высокий уровень терпимости к неопределенности (uncertainty tolerance) также могут положительно повлиять на формирование предпринимательской ориентации фирмы [Wales, Gupta, Mousa, 2013].

Кроме того, важными факторами формирования ПО может выступать интенсивность мониторинга внешней среды, направленного на выявление новых предпринимательских возможностей, а также общая ориентация фирмы на знания [Wales, Gupta, Mousa, 2013]. В исследовании [De Clercq, Dimov, Thongpapanl, 2013] рассматривается влияние обмена знаниями внутри фирмы на формирование предпринимательской ориентации. Полученные результаты свидетельствуют о положительном влиянии наличия отлаженных процессов внутриорганизационного обмена знаниями на развитие ПО. Такой эффект связан в первую очередь с многогранностью предпринимательских возможностей, распознавание которых требует применения знаний и опыта представителей различных функциональных подразделений фирмы.

Исследования взаимосвязи ПО и результатов деятельности фирмы

Данное направление исследований можно считать наиболее обширным. Авторы такого рода работ довольно часто приходят к выводу о том, что высокий уровень предпринимательской ориентации является преимуществом фирмы и положительно влияет на ее деятельность (см., напр.: [Wiklund, Shepherd, 2005; Li et al., 2008;

Martins, Rialp, 2011; Van Doorn et al., 2013]). Подчеркнем, однако, что взаимосвязь между ПО и результатами деятельности фирмы не может рассматриваться в отрыве от характеристик внутренней и внешней среды фирмы. В работе [Covin, Slevin, 1991] приводится концептуальная модель предпринимательства как ориентира, вокруг которого выстраивается поведение фирмы. Среди факторов, оказывающих влияние на формирование ПО и опосредующих ее связь с результатами фирмы, отмечаются уровень развития технологий в отрасли, динамизм и враждебность внешней среды, стадия жизненного цикла отрасли, конкурентные стратегии и бизнес-практики, ценности и философия высшего менеджмента, организационные ресурсы и компетенции, корпоративная культура, организационная структура [Covin, Slevin, 1991, p. 10]. Эти и другие факторы традиционно учитываются в исследованиях связи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы (рис. 4).

При рассмотрении факторов внешней среды, способных усилить влияние ПО на результаты деятельности фирмы, исследователи традиционно выделяют стадию жизненного цикла отрасли, динамизм и враждебность внешней среды, факторы институциональной среды и культурные особенности. В частности, стадия жизненного цикла отрасли определяет, какие составляющие ПО необходимо развивать на определенном этапе с целью повышения результатов деятельности. Так, на ранних стадиях жизненного цикла положительное влияние проактивности на результаты деятельности фирм является более сильным, тогда как на последующих этапах большую значимость приобретает конкурентная агрессивность [Lumpkin, Dess, 2001]. Кроме того, важное влияние на взаимосвязь ПО и результатов деятельности могут оказывать динамизм и враждебность внешней среды, а также их комбинации с разным уровнем доступа к финансовым

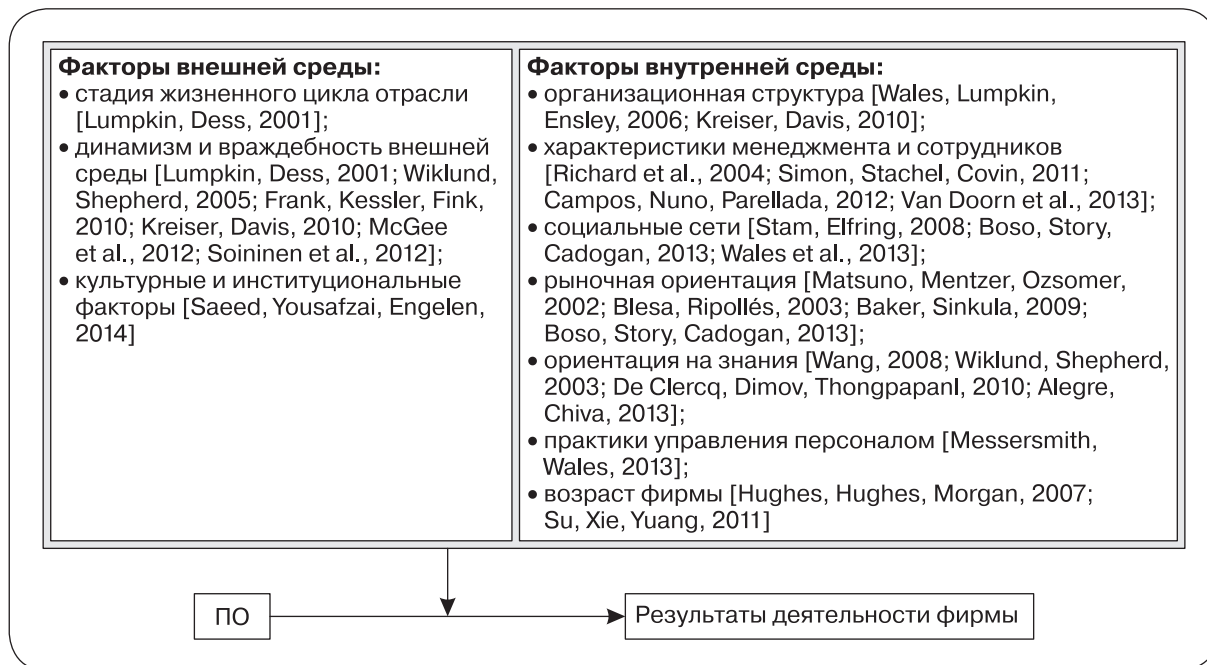


Рис. 4. Основные модераторы связи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы

ресурсам [Wiklund, Shepherd, 2005; Frank, Kessler, Fink, 2010; Kreiser, Davis, 2010; McGee et al., 2012; Soininen et al., 2012].

Что касается культурной и институциональной среды, то влияние ПО на результативность бизнеса более выражено в странах, культура которых характеризуется низкой склонностью индивидов к избеганию неопределенности, низким уровнем дистанцированности от власти, высокой склонностью к коллективизму [Saeed, Yousafzai, Engelen, 2014]. Помимо этого, связь ПО и результатов деятельности сильнее для фирм, работающих на развивающихся рынках, но при условии высокого уровня политической стабильности.

Помимо факторов внешней среды, влияние предпринимательской ориентации на результаты деятельности фирмы может опосредоваться особенностями ее внутренней среды. В частности, органическая структура, характеризующаяся большей гибкостью и неформальностью, будет усиливать влияние инновационности, про-

активности и готовности к риску на результативность бизнеса [Wales, Lumpkin, Ensley, 2006; Kreiser, Davis, 2010]. Кроме того, эффект ПО может существенно усиливаться при наличии высокого уровня развития других стратегических ориентаций фирмы: рыночной ориентации [Matsuno, Mentzer, Ozsomer, 2002; Blesa, Ripollés, 2003; Baker, Sinkula, 2009; Boso, Story, Cadogan, 2013] и ориентации на знания [Wang, 2008; Wiklund, Shepherd, 2003; De Clercq, Dimov, Thongpapanl, 2010; Alegre, Chiva, 2013].

Важную роль во взаимосвязи ПО и результатов деятельности может играть включенность фирмы в предпринимательские сети. Центральная позиция фирмы в сети и наличие большого количества связей усиливают положительный эффект ПО, поскольку позволяют ей быстро находить нужные ресурсы и получать к ним доступ, а также отслеживать новые тенденции на рынке [Stam, Elfring, 2008; Boso, Story, Cadogan, 2013].

Еще одним фактором, оказывающим влияние на усиление роли ПО, является гетерогенность управленческой команды (расовое, гендерное разнообразие, вариации предыдущего опыта и профессиональных компетенций) [Richard et al., 2004]. Однако если фирма ведет свою деятельность в динамичной среде, фактор согласованности взглядов внутри управляющей команды становится важным условием, необходимым для усиления положительной связи ПО и результатов деятельности [Van Doorn et al., 2013]. На связь ПО и результатов фирмы могут также влиять практики управления персоналом, применяемые в фирме. Так, в исследовании [Messersmith, Wales, 2013] отмечается, что результативно-ориентированные системы организации трудовой деятельности и философия партнерства определяют положительное влияние ПО на рост продаж фирм. Помимо этого, в работе [Simon, Stachel, Covin, 2011] выявлено, что в фирмах с высоким уровнем приверженности сотрудников целям организации связь ПО и результатов деятельности является более сильной за счет присутствия разделяемых ценностей в таких организациях.

Особое место в изучении взаимосвязи предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы занимают лонгитюдные исследования, предполагающие, что поскольку ПО — высокочатная стратегическая ориентация с точки зрения материальных и временных ресурсов, то положительный эффект от ее развития может проявляться не сразу. Так, в работе [Wiklund, 1999] на примере шведских предприятий показано, что предпринимательская ориентация положительно связана с результатами деятельности фирмы, при этом сила этой связи увеличивается с течением времени. В работе [Madsen, 2007] отмечается, что растущий уровень предпринимательской ориентации с течением времени позволяет улучшить результаты деятельности фирмы. В работе [Ya-

mada, Eshima, 2009] на примере высокотехнологичных японских фирм малого и среднего бизнеса показано, что предпринимательская ориентация в момент времени 1 (2000 г.) положительно связана с результатами деятельности фирмы в момент времени 2 (2002 г.), при этом фирмы, развивающие свою предпринимательскую ориентацию с течением времени, демонстрировали более высокие результаты. Аналогичные результаты были получены в работе [Grande, Madsen, Borch, 2011] на примере норвежских сельскохозяйственных предприятий.

Несмотря на то что в большинстве исследований влияния предпринимательской ориентации на результаты деятельности фирмы демонстрируется положительный эффект ПО, существует ряд работ, не выявивших значимой связи между ПО и результативностью бизнеса либо охарактеризовавших ее как отрицательную. Так, в исследовании [Hughes, Hughes, Morgan, 2007] на примере молодых высокотехнологичных фирм показано, что из составляющих ПО только инновационность и проактивность оказывают положительное влияние на результаты деятельности. Готовность к риску на ранних этапах развития фирмы продемонстрировала отрицательное влияние на результаты, тогда как автономия и конкурентная агрессивность не проявили значимой связи. Предпринимательская ориентация в целом важна для новых фирм, так как позволяет находить новые возможности во внешней среде. Однако слишком высокая предпринимательская ориентация в силу ряда причин может создавать проблемы для таких компаний. Во-первых, она предполагает высокие затраты ресурсов. Во-вторых, ПО может привести к чрезмерному вовлечению фирмы в процесс разработки и внедрения инноваций и сформировать ошибочное представление о собственном технологическом превосходстве (в данном случае фирма может стремиться к изменению и обновлению



Рис. 5. Предпринимательская ориентация как медиатор между факторами деловой среды и результатами деятельности фирмы

продукта без учета реального рыночного спроса). В-третьих, в погоне за новыми возможностями фирмы могут оставить без внимания другие важные аспекты своей деятельности, от чего пострадает общий результат деятельности. И наконец, в-четвертых, новые фирмы могут потерять контроль над высокорисковыми видами деятельности. Кроме того, существуют исследования, выявившие наличие нелинейной связи между ПО и результатами деятельности (см., напр.: [Tang et al., 2008; Su, Xie, Yuang, 2011; Wales et al., 2013]). Такой эффект может быть связан с тем, что при слишком высоком уровне ПО фирмы осуществляют значительные инвестиции в развитие большого количества инновационных проектов, перераспределяют ресурсы, необходимые для поддержания основных направлений развития бизнеса, в пользу поиска новых возможностей и рискованных проектов.

Изучение влияния ПО на результаты деятельности фирм в российском контексте также не позволяет однозначно предполагать именно положительное влияние предпринимательской ориентации. В работе [Куликов, Широкова, 2010] рассматривается влияние ПО на рост фирмы на примере 500 фирм, зарегистрированных в Москве и Санкт-Петербурге, представляющих отрасли оптовой и розничной тор-

говли, гостиницы, рестораны и кафе и информационные технологии. Результаты исследования показали, что, вопреки предположению о положительном эффекте ПО, темпы роста фирм снижались с расширением процессов, связанных с генерированием новых идей и принятием риска. Подобный результат объясняется тем, что ПО может не оказывать положительного влияния на результаты деятельности компании в краткосрочной перспективе. Это связано с тем, что на освоение и введение в активное использование тех или иных предпринимательских инициатив необходимо время. При этом в долгосрочной перспективе фиксируется положительная связь предпринимательской ориентации с результатами деятельности фирмы [Широкова, Богатырева, 2014]. Таким образом, при анализе влияния ПО на результаты деятельности фирмы необходимо иметь в виду временной фактор.

Исследования трехсторонних связей (ПО как медиатор)

Еще одним направлением анализа является одновременное изучение факторов формирования ПО и ее влияния на результаты деятельности фирмы. В подобных исследованиях предпринимательская ориентация выступает медиатором связи определенных факторов внешней и внутренней

среды фирмы и результатов ее деятельности (рис. 5).

В работе [Caruana, Ewing, Ramaseshan, 2002] на примере организаций, предоставляющих государственные услуги, отмечается, что формированию предпринимательской ориентации способствуют благоприятность и гетерогенность внешней среды, а также отсутствие структурной централизации. При этом предпринимательская ориентация положительно связана с результатами деятельности таких организаций. В работе [Rosenbusch, Rausch, Bausch, 2013] выявлен положительный эффект динамизма, гетерогенности и благоприятности внешней среды на формирование ПО, которая, в свою очередь, способна повысить результаты деятельности. В работе [Roxas, Chadee, 2013] предпринимательская ориентация рассматривается в качестве медиатора связи институциональной среды и результатов деятельности фирмы. В частности, авторы фокусируют внимание на таких элементах институциональной среды, как правовая защита аспектов деятельности фирм, простота и прозрачность бюрократических процедур, четкость и стабильность правительственных программ на уровне экономики в целом и отдельных отраслей, государственная поддержка бизнеса. Исследование показало, что все указанные элементы институциональной среды способны положительно повлиять на формирование предпринимательской ориентации, что, в свою очередь, ведет к улучшению результатов деятельности фирм.

Авторы работы [Parida et al., 2010] рассматривают влияние предпринимательских сетей на формирование ПО и ее влияние на результаты деятельности фирмы. Они показывают, что для фирм малого и среднего бизнеса предпринимательская ориентация действительно выступает медиатором влияния участия в предпринимательских сетях на результаты деятельности. В частности, разнообразие сети контактов положительно влияет на формирование пред-

принимательской ориентации, тогда как тесные и стабильные связи с клиентами и поставщиками могут замедлить ее развитие. Такой результат может быть объяснен тем, что стабильные связи в рамках одной цепи создания ценности могут ограничивать способности фирмы распознавать новые возможности для своего развития за пределами этой цепи.

Помимо этого, предпринимательская ориентация может выступать медиатором взаимосвязи между доступом к финансовым ресурсам и ростом фирм. В работе [Filser et al., 2014] такая взаимосвязь была протестирована на примере малых и средних предприятий Венгрии и Австрии. Авторами установлено положительное влияние доступности финансовых ресурсов на формирование ПО, которая, в свою очередь, положительно связана с ростом фирм в случае как развитого, так и развивающегося рынка.

Этапы развития концепции предпринимательской ориентации

Проведенный анализ позволяет выделить несколько основных этапов развития концепции предпринимательской ориентации (см. таблицу). Основными критериями такой периодизации послужили центральная проблематика проводимых исследований, доминирующие методы и характеристики исследований, соотношение отраслевого и ресурсного подхода к определению роли предпринимательской ориентации в фирме. Рассмотрим этапы развития концепции ПО более подробно.

1. Этап формирования предпосылок развития концепции ПО:

1970-е — начало 1980-х гг.

На данном этапе основным исследовательским вопросом работ, затрагивающих феномен предпринимательства на уровне фирмы, является определение факторов формирования «стратегических типов» фирм и характеристик таких стратегических

Таблица

Этапы развития концепции предпринимательской ориентации

Этап	Период	Центральная проблема исследований	Доминирующие методы и характеристики исследований	Соотношение подходов	Краткая характеристика этапа
1	2	3	4	5	6
Этап формирования предпосылок	1970-е — начало 1980-х гг.	Каковы факторы, определяющие стратегический тип фирмы?	Анализ кейсов, корреляционный анализ, синтез результатов предыдущих исследований	Доминирование отраслевого подхода	Выделение стратегического типа предпринимательской фирмы, характеризующейся акцентом на поиск и выявление предпринимательских возможностей и инновационную деятельность, работающей в условиях динамичной внешней среды
Этап концептуализации	Начало 1980-х — середина 1990-х гг.	Каковы атрибуты предпринимательской фирмы?	Анализ кейсов, регрессионный анализ с использованием кросс-секционных данных, синтез результатов предыдущих исследований	Доминирование отраслевого подхода при сопутствии ресурсного	Появление определения ПО Миллера/Ковина — Слевина, разработка шкалы измерения ПО; развитие дискуссии о составляющих ПО; становление одномерного и многомерного подходов к концептуализации ПО
Этап институционализации	Конец 1990-х — середина 2000-х гг.	Каково влияние ПО на результаты деятельности фирмы? Каковы antecedents ПО? Что влияет на взаимосвязь ПО и уровня результативности?	Регрессионный анализ с использованием кросс-секционных данных, моделирование структурными уравнениями, появление лонгитюдных исследований	Доминирование ресурсного подхода при сопутствии отраслевого	Выделение разнотипных исследовательских вопросов, формирование основных направлений исследований: бурный рост эмпирических исследований взаимосвязи ПО и результатов деятельности фирмы, а также условий внешней и внутренней среды, способных повлиять на силу и направление этой взаимосвязи; изучение факторов формирования ПО

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6
Этап концептуализации	Конец 2000-х гг. — настоящее время	Универсальна ли концепция ПО в условиях различных контекстов?	Подтверждающий и объясняющий факторный анализ, регрессионный анализ с использованием кроссекционных данных, моделирование структурными уравнениями, развитие лонгитюдных исследований	Доминирование ресурсного подхода при соупутствии отраслевого	Рост числа межстрановых сравнительных исследований и исследований в рамках контекста развивающихся рынков; вопрос о межстрановой инвариантности конструкта ПО

типов. Выходят работы [Minzberg, 1973; Khandwalla, 1977; Miller, Friesen, 1977; 1978; Miles, Snow, 1978], в которых с применением ситуационного и конфигурационного подходов представлены отличительные черты предпринимательской фирмы, выделяются основные характеристики стратегий, которым такие фирмы следуют, а также ключевые ориентиры их деятельности. На данном этапе доминирует отраслевой подход к объяснению роли предпринимательства на уровне фирмы: предпринимательство рассматривается как механизм приспособления организации к условиям внешней и внутренней среды; подчеркивается его особая роль в случае высокого уровня гетерогенности и динамизма внешней среды. Превалируют исследования, проведенные с использованием анализа кейсов, корреляционного анализа, а также работы, основанные на анализе, обобщении и структурировании результатов предыдущих исследований.

2. Этап концептуализации: начало 1980-х — середина 1990-х гг.

Основным исследовательским вопросом данного этапа можно считать вопрос об атрибутах предпринимательской фирмы. Общие черты такой фирмы были выделены на этапе формирования предпосылок, и на этапе концептуализации исследователи сконцентрировались на выявлении ее конкрет-

ных характеристик с целью выработки набора четких критериев для определения того, является ли фирма предпринимательской по своей природе. На этом этапе появляется определение предпринимательской ориентации Миллера/Ковина — Слевина [Miller, 1983; Covin, Slevin, 1988; 1989]. В работе [Covin, Slevin, 1989] предлагается инструмент для операционализации предпринимательской ориентации как конструкта, состоящего из трех компонентов: инновационности, проактивности и готовности к риску. Шкала измерения ПО Ковина и Слевина начинает активно использоваться в исследованиях феномена предпринимательства на уровне фирмы и со временем становится наиболее широко применяемым инструментом.

С появлением работы [Lumpkin, Dess, 1996] набор характеристик предпринимательской фирмы расширяется: к нему добавляются автономия и конкурентная агрессивность. Разворачивается дискуссия относительно подхода к концептуализации предпринимательской ориентации: формируются одномерный подход, предполагающий, что фирма является предпринимательской только в случае, если она развивает все компоненты ПО на одинаково высоком уровне, и многомерный подход, в рамках которого считается, что составляющие предпринимательской ориентации

могут быть развиты в разной степени и изменяться независимо друг от друга. На данном этапе доминирует отраслевой подход к объяснению роли ПО в фирме, однако появляются работы, основанные на ресурсном подходе. Среди основных методов исследований можно выделить анализ кейсов, синтез, обобщение и структурирование результатов предыдущих исследований, регрессионный анализ с использованием кроссекционных данных.

3. *Этап институционализации*: конец 1990-х — середина 2000-х гг.

На данном этапе происходит выделение разнонаправленных исследовательских вопросов, связанных с предпринимательской ориентацией: каковы факторы формирования ПО; каково ее влияние на результаты деятельности фирмы; какие обстоятельства способны повлиять на связь ПО и результатов деятельности? В соответствии с данными вопросами формируются отдельные направления исследований предпринимательской ориентации, в рамках которых изучаются прямые и модулирующие эффекты ПО, а также условия, в которых ПО может выступать медиатором связи результативности бизнеса и других переменных либо являться фактором формирования организационных способностей, ведущих к успеху фирмы.

При этом наиболее активно развиваются исследования влияния предпринимательской ориентации фирмы на результаты ее деятельности. На данном этапе доминирует ресурсный подход к определению роли ПО внутри организации, что может быть связано с возросшей общей важностью данного подхода в исследованиях стратегического менеджмента [Катькало, 2006]. При этом по-прежнему развиваются исследования, применяющие отраслевой подход (см., напр.: [Miles, Covin, Heeley, 2000; Lumpkin, Dess, 2001]). Основными методами исследований являются регрессионный анализ с использованием кроссекционных данных и моделирование

структурными уравнениями. Несмотря на преобладание работ, рассматривающих взаимосвязь ПО и результатов деятельности фирмы в краткосрочной перспективе, на данном этапе появляются лонгитюдные исследования, в которых предпринимательская ориентация и результаты деятельности фирмы измеряются в разные моменты времени с целью отследить «отложенный» эффект ПО на результативность (см., напр.: [Wiklund, 1999; Madsen, 2007]).

4. *Этап контекстуализации*: конец 2000-х гг. — по настоящее время.

На современном этапе развития концепции предпринимательской ориентации на первый план выходит вопрос об универсальности использования концепции ПО в ее существующем виде в контекстах, различных с точки зрения уровня экономического и институционального развития, а также отличающихся по своим культурным характеристикам. Дискуссия по данной проблематике начинает активно развиваться с выходом в свет работы [Tang et al., 2008], поставившей под вопрос трехкомпонентную структуру конструкта предпринимательской ориентации в условиях развивающегося рынка. Важнейшей тенденцией современного этапа изучения предпринимательской ориентации выступает появление большого количества контекстуальных исследований ПО, а также межстрановых сравнительных исследований (см., напр.: [Tang et al., 2008; Runyan et al., 2012; Saeed, Yousafzai, Engelen, 2014; Широкова, Богатырева, 2014]). В определенной степени формирование данной тенденции связано с вопросами о межстрановой инвариантности конструкта ПО, о различиях в восприятии и адаптации ПО в разных контекстах. Основная задача подобных исследований — не только выявление роли ПО в организации, но и рассмотрение контекстуальных факторов, определяющих эту роль (например, факторов институциональной среды).

Таким образом, исследования ПО в странах, находящихся на разных уровнях развития макроэкономической и институциональной среды, являются наиболее актуальными на современном этапе изучения предпринимательской ориентации фирм. Помимо этого, продолжают развиваться лонгитюдные исследования взаимосвязи ПО и результатов деятельности фирмы, предполагающие, что эффект предпринимательской ориентации на результаты деятельности фирмы проявляется только по прошествии определенного периода времени (см., напр.: [Yamada, Eshima, 2009; Grande, Madsen, Borch, 2011; Широкова, Богатырева, 2014]). Это объясняется тем, что предпринимательская ориентация является ресурсозатратной стратегической ориентацией фирмы. Соответственно, инвестиции в развитие ПО окупаются только по истечении определенного периода времени. На данном этапе также доминирует ресурсный подход к объяснению роли ПО в фирме, при этом встречаются исследования, применяющие отраслевой подход. Среди методов исследований по-прежнему преобладают регрессионный анализ кросссекционных данных, моделирование структурными уравнениями. В связи с необходимостью верификации трехкомпонентной структуры конструкта ПО применяется объясняющий и подтверждающий факторный анализ.

Заключение

В статье был проведен анализ эволюции исследований предпринимательской ориентации фирмы, рассмотрены вопросы ее становления и развития как теоретического конструкта. Среди основных направлений изучения предпринимательской ориентации можно выделить анализ факторов формирования ПО, исследования влияния ПО на результаты деятельности фирмы с учетом модерирующих эффектов факторов внешней и внутренней среды, а также исследования трехсторонних связей ПО, ре-

зультатов деятельности фирмы и других переменных с рассмотрением эффектов медиации. К факторам, оказывающим влияние на связь ПО и результатов деятельности фирмы, можно отнести динамизм, враждебность и гетерогенность внешней среды, уровень централизации и формализации организационной структуры, характеристики команды менеджеров и сотрудников фирмы, вовлеченность фирмы в социальные предпринимательские сети, уровень развития рыночной ориентации, ориентации на знания, межфункциональной интеграции. Подробное рассмотрение процесса становления области исследований, а также основных направлений изысканий по данному предмету позволило выделить ряд периодов развития концепции ПО.

1. *Этап формирования предпосылок развития концепции ПО (1970-е — начало 1980-х гг.)*. Он ознаменован выделением стратегического типа предпринимательской фирмы как такового. Такая фирма характеризуется акцентом на поиск и выявление предпринимательских возможностей и инновационную деятельность в условиях динамичной внешней среды.
2. *Этап концептуализации (начало 1980-х — середина 1990-х гг.)*. Он связан с появлением определения ПО Миллера/Ковина — Слевина, разработкой шкалы измерения ПО, развитием оживленной дискуссии о наборе составляющих ПО и становлением одномерного и многомерного подходов к концептуализации ПО.
3. *Этап институционализации (конец 1990-х — середина 2000-х гг.)*. Этот этап характеризуется формированием разнонаправленных исследовательских вопросов, выделением основных направлений исследований ПО, появлением лонгитюдных исследований связи ПО и результатов деятельности фирмы.
4. *Этап контекстуализации (конец 2000-х гг. — по настоящее время)*. Современный этап развития концепции

ПО ознаменован развитием контекстуальных и межстрановых сравнительных исследований предпринимательской ориентации. Возникновение данной проблематики связано с вопросами о межстрановой инвариантности конструкта предпринимательской ориентации, о различиях в восприятии и адаптации ПО в разных контекстах. Основной задачей подобных исследований является не только выявление роли ПО в организации, но и рассмотрение контекстуальных факторов, определяющих эту роль и различия в проявлении ПО. Помимо этого, на данном этапе продолжают развиваться лонгитюдные исследования ПО.

В отношении дальнейших направлений исследований в данной области необходимо отметить важнейшую роль контекста в анализе ПО [Welter, 2011; Zahra, Wright, Abdelgawad, 2014]. При этом важнейшими характеристиками современного этапа изучения предпринимательской ориентации фирм являются развитие исследований, связанных с оценкой инвариантности конструкта ПО в различных контекстах, развитие кросскультурных сравнительных исследований, а также рост количества лонгитюдных исследований, в рамках которых предпринимательская ориентация рассматривается как особый дорогостоящий ресурс, способный положительно повлиять на результаты деятельности фирмы в долгосрочной перспективе. Соответственно, представляется возможным выделить следующие направления дальнейших исследований ПО:

1. Изучение роли предпринимательской ориентации с учетом различных контек-

стуальных аспектов (пространственного, временного, отраслевого, организационного). В частности, особый интерес вызывают сравнительные исследования взаимосвязи ПО и результатов деятельности фирмы в условиях разных институциональных контекстов (например, развитого и развивающегося рынков).

2. Разработка и верификация способов оптимизации ПО, учитывающих особенности восприятия данного конструкта в условиях развивающихся рынков.
3. Проведение лонгитюдных исследований роли предпринимательской ориентации, позволяющих установить причинно-следственные связи между развитием ПО и изменением результатов деятельности фирмы.
4. Проведение исследований, основанных на качественных методах и рассматривающих процесс развития предпринимательской ориентации в отличных друг от друга типах организаций, действующих в разных условиях внешней среды.
5. Использование конфигурационного подхода к рассмотрению совместного влияния предпринимательской ориентации, рыночной ориентации, а также ориентации на знания на результативность бизнеса.

Таким образом, исследования взаимосвязи ПО и результатов деятельности, учитывающие различия контекстов, в которых действуют фирмы, и уделяющие внимание временному аспекту, остаются актуальными на современном этапе изучения предпринимательской ориентации фирмы.

ЛИТЕРАТУРА

Алимова Т.А., Ченина А.В., Чепуренко А.Ю. 2011. Экономический кризис и предпринимательская активность населения России: открывать свое дело или выходить

из бизнеса? *Мир России: Социология, этнология* 20 (2): 142–160.

Верховская О.Р., Дорохина М.В. 2011. Предпринимательская активность и потенциал

- предпринимательства в России (по материалам проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства», 2006–2010). *Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент* (4): 68–99.
- Верховская О.Р., Дорохина М.В. 2013. Предпринимательские фирмы и создание новых рабочих мест в России: эмпирические свидетельства. *Российский журнал менеджмента* 11 (1): 19–40.
- Катькало В.С. 2006. *Эволюция теории стратегического управления: монография*. СПб.: Издат. дом С.-Петерб. ун-та.
- Куликов А.В., Широкова Г.В. 2010. Внутрифирменные ориентации и их влияние на рост: опыт российских малых и средних предприятий. *Российский журнал менеджмента* 8 (3): 3–34.
- Чепуренко А.Ю., Яковлев А.А. 2013. Теория предпринимательства: важность контекста. *Российский журнал менеджмента* 11 (2): 51–60.
- Широкова Г.В. 2012. Предпринимательская ориентация: истоки концепции и основные подходы к исследованию. *Российский журнал менеджмента* 10 (3): 55–72.
- Широкова Г.В., Богатырева К.А. 2014. Взаимосвязь предпринимательской ориентации и результатов деятельности фирмы: результаты исследования российских фирм малого и среднего бизнеса. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент* (1): 3–27.
- Широкова Г.В., Богатырева К.А., Галкина Т.А. 2014. Эффектуация и каузация: взаимосвязь между университетской инфраструктурой и выбором типа поведения в процессе создания бизнеса студентами-предпринимателями. *Российский журнал менеджмента* 12 (3): 59–86.
- Широкова Г.В., Соколова Л.С. 2013. Формирование предпринимательской ориентации в российских фирмах малого и среднего бизнеса: роль институциональной среды. *Российский журнал менеджмента* 11 (2): 25–50.
- Alegre J., Chiva R. 2013. Linking entrepreneurial orientation and firm performance: The role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of Small Business Management* 51 (4): 491–507.
- Alexandrova M. 2004. Entrepreneurship in transition economy: The impact of environment on entrepreneurial orientation. *Problems and Perspectives in Management* 2: 140–148.
- Aloulou W., Fayolle A. 2005. A conceptual approach of entrepreneurial orientation within small business context. *Journal of Enterprising Culture* 13 (1): 21–45.
- Altinay L., Wang C. 2011. The influence of an entrepreneur's socio-cultural characteristics on the entrepreneurial orientation of small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 18 (4): 673–694.
- Anderson B.S., Kreiser P.M., Kuratko D., Hornsby J., Eshima Y. 2014. Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*. In press. DOI: 10.1002/smj.2298.
- Baker W.E., Sinkula J.M. 2009. The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses. *Journal of Small Business Management* 47 (4): 443–464.
- Barney J. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17 (1): 99–120.
- Blesa A., Ripollés M. 2003. The role of market orientation in the relationship between entrepreneurial proactiveness and performance. *Journal of Entrepreneurship* 12 (1): 1–19.
- Boso N., Story V.M., Cadogan J.M. 2013. Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing* 28 (6): 708–727.
- Campos H., Nuno J., Parellada F. 2012. The entrepreneurial orientation-dominant logic performance relationship in new ventures: An explanatory quantitative study. *Brazilian Administration Review* 9: 60–77.
- Caruana A., Ewing M.T., Ramaseshan B. 2002. Effects of some environmental challenges and centralization on the entrepreneurial

- orientation and performance of public sector entities. *Service Industries Journal* **22** (2): 43–58.
- Child J. 1972. Organisation structure, environment and performance: The role of strategic choice. *Sociology* **6**: 1–22.
- Covin J.G., Slevin D.P. 1988. The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of Management Studies* **25** (3): 217–234.
- Covin J.G., Slevin D.P. 1989. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal* **10** (1): 75–87. (Русск. пер.: Ковин Дж., Слевин Д. 2012. Стратегический менеджмент в малых фирмах в условиях враждебной и благоприятной внешней среды. *Российский журнал менеджмента* **10** (3): 73–90.)
- Covin J.G., Slevin D.P. 1991. A conceptual model of entrepreneurship as firm's behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice* **16** (1): 7–25.
- De Clercq D., Dimov D., Thongpapanl N. 2013. Organizational social capital, formalization, and internal knowledge sharing in entrepreneurial orientation formation. *Entrepreneurship Theory and Practice* **37** (3): 505–537.
- Dess G.G., Lumpkin G.T., Covin J.G. 1997. Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models. *Strategic Management Journal* **18** (9): 677–695.
- Engelen A. 2010. Entrepreneurial orientation as a function of national cultural variations in two countries. *Journal of International Management* **16** (4): 354–368.
- Filser M., Eggers F., Craus S., Malovics E. 2014. The effect of financial resource availability on entrepreneurial orientation, customer orientation and firm performance in an international context: An empirical analysis from Austria and Hungary. *Journal for East European Management Studies* **19** (1): 7–30.
- Frank H., Kessler A., Fink M. 2010. Entrepreneurial orientation and business performance — a replication study. *Schmalenbach Business Review* **62** (2): 175–198.
- Grande J., Madsen E., Borch O. 2011. The relationship between resources, entrepreneurial orientation and performance in farm-based ventures. *Entrepreneurship & Regional Development* **23** (3–4): 89–111.
- Grant R.M. 1991. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review* **33** (3): 114–135. (Русск. пер.: Грант Р.М. 2003. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент* (3): 47–76.)
- Gupta R., Pandit A. 2012. Strategic entrepreneurial orientation — Development of a multi-dimensional construct based on literature review. *South Asian Journal of Management* **19** (4): 88–110.
- Hansen J.D., Deitz G.D., Tokman M., Marino L.D., Weaver K.M. 2011. Cross-national invariance of the entrepreneurial orientation scale. *Journal of Business Venturing* **26** (1): 61–78.
- Hughes M., Hughes P., Morgan R.E. 2007. Exploitative learning and entrepreneurial orientation alignment in emerging young firms: Implications for market and response performance. *British Journal of Management* **18** (4): 359–375.
- Hult G.T.M., Hurley R.F., Knight G.A. 2004. Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing and Management* **33**: 429–438.
- Khandwalla P.N. 1976–77. Some top management styles, their context and performance. *Organization and Administrative Sciences* **7** (4): 21–51.
- Khandwalla P.N. 1977. The design of effective top management style. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers* **1** (2): 41–55.
- Kreiser P.M., Davis J. 2010. Entrepreneurial orientation and firm performance: The unique impact of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. *Journal of Small Business and Entrepreneurship* **23** (1): 56–71.
- Kreiser P.M., Marino L.D., Weaver K.M. 2002. Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A mul-

- ticountry analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice* **26** (4): 71–94.
- Li Y., Zhao Y., Tan J., Liu Y. 2008. Moderating effects of entrepreneurial orientation on market orientation-performance linkage: Evidence from Chinese small firms. *Journal of Small Business Management* **46** (1): 113–133.
- Lumpkin G. T., Dess G. G. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review* **21** (1): 135–172. (Русск. пер.: Лампкин Дж. Т., Десс Г. Дж. 2012. Уточнение концепции предпринимательской ориентации и ее связи с результативностью. *Российский журнал менеджмента* **10** (3): 91–120.)
- Lumpkin G. T., Dess G. G. 2001. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing* **16** (5): 429–451.
- Madsen E. 2007. The significance of sustained entrepreneurial orientation on performance of firms – A longitudinal analysis. *Entrepreneurship & Regional Development* **19** (2): 185–204.
- Martins I., Rialp A. 2011. Entrepreneurial orientation, environmental hostility and SME profitability: A contingency approach. *Cuadernos de Gestión* **13** (2): 67–88.
- Matsuno K., Mentzer J. T., Ozsomer A. 2002. The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on firm performance. *Journal of Marketing* **66** (3): 18–32.
- McGee J., Khavul S., Harrison D., Perez-Nordtvest L. 2012. When the going gets tough, the tough get going entrepreneurially: The relationship between environmental hostility, entrepreneurial orientation, entrepreneurial self-efficacy and firm performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research* **32** (5), article 16.
- Messersmith J. G., Wales W. 2013. Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management. *International Small Business Journal* **31** (2): 115–136.
- Miles M., Covin J., Heeley M. 2000. The relationship between environmental dynamism and small firm structure, strategy, and performance. *Journal of Marketing Theory and Practice* **8**: 63–78.
- Miles R. E., Snow C. C. 1978. *Organizational Strategy, Structure and Process*. McGraw-Hill: N. Y.
- Miller D. 1983. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* **29** (7): 770–791.
- Miller D., Friesen P. H. 1977. Strategy making in context: Ten empirical archetypes. *Journal of Management Studies* **14** (3): 253–280.
- Miller D., Friesen P. H. 1978. Archetypes of strategy formulation. *Management Science* **24** (9): 921–933.
- Miller D., Friesen P. 1983. Strategy making and environment: The third link. *Strategic Management Journal* **4** (3): 221–235.
- Mintzberg H. 1973. Strategy-making in three modes. *California Management Review* **16** (2): 44–53.
- Moreno A., Casillas J. 2008. Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. *Entrepreneurship Theory and Practice* **32** (3): 507–528.
- Moruku R. 2013. Does entrepreneurial orientation predict entrepreneurial behaviour? *International Journal of Entrepreneurship* **17**: 41–60.
- Murray J. A. 1984. A concept of entrepreneurial strategy. *Strategic Management Journal* **5** (1): 1–13.
- Neck C. P., Manz C. C. 1996. Thought self-leadership: The impact of mental strategies training on employee behavior, cognition, and emotion. *Journal of Organizational Behavior* **17** (5): 445–467.
- Nelson R. R. 1991. Why do firms differ and how does it matter? *Strategic Management Journal* **12** (S2): 61–74. (Нельсон Р. 1994. Почему фирмы отличаются друг от друга и какое это имеет значение? В кн.: Демин А. А., Катъкало В. С. (ред.). *Уроки организации бизнеса*. СПб.: Лениздат; 63–89.)
- Parida V., Westerberg M., Ylinenpää H., Roininen S. 2010. Exploring the effects of network configurations on entrepreneurial orientation and firm performance: An empirical study of new ventures and small

- firms. *Annals of Innovation & Entrepreneurship* 1: 1–13.
- Porter M.E. 1976. *Interbrand Choice, Strategy, and Bilateral Market Power*. Harvard University Press: Cambridge, MA.
- Porter M.E. 1981. The contributions of industrial organization to strategic management. *Academy of Management Review* 6 (4): 609–620.
- Rauch A., Wirklund J., Lumpkin G.T., Frese M. 2009. Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice* 33 (3): 761–787.
- Richard O.C., Barnett T., Dwyer S., Chadwick K. 2004. Cultural diversity in management, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation dimensions. *Academy of Management Journal* 47 (2): 255–268.
- Rosenbusch N., Rausch A., Bausch A. 2013. The mediating role of entrepreneurial orientation in the task environment-performance relationship: A meta-analysis. *Journal of Management* 39 (3): 633–659.
- Roxas B., Chadee D. 2013. Effects of formal institutions on the performance of the tourism sector in the Philippines: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Tourism Management* 37: 1–12.
- Ruiz-Ortega M., Parra-Requena G., Rodrigo-Alarcon J., Garcia-Villaverde P. 2013. Environmental dynamism and entrepreneurial orientation. The moderating role of firm's capabilities. *Journal of Organizational Change Management* 26 (3): 475–493.
- Runyan R., Ge B., Dong B., Droge C., Swinney J. 2012. Entrepreneurial orientation in cross-cultural research: Assessing measurement invariance in the construct. *Entrepreneurship Theory and Practice* 36 (4): 819–836.
- Rumelt R.P., Schendel D.E., Teece D.J. 1994. Fundamental issues in strategy. In: Rumelt R.P., Schendel D.E., Teece D.J. (eds). *Fundamental Issues in Strategy: A Research Agenda*. Harvard Business School Press: Boston, MA; 9–47.
- Saeed S., Yousafzai S., Engelen A. 2014. On cultural and macroeconomic contingencies of the entrepreneurial orientation–performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 38 (2): 255–290.
- Simon M., Stachel C., Covin J. 2011. The effects of entrepreneurial orientation and commitment to objectives on performance. *New England Journal of Entrepreneurship* 14 (2): 9–17.
- Soininen J., Puumalainen K., Sjogren H., Syrja P. 2012. The impact of global economic crisis on SMEs: Does entrepreneurial orientation matter? *Management Research Review* 35 (10): 927–944.
- Soininen J., Puumalainen K., Sjogren H., Syrja P. 2013. Entrepreneurial orientation in small firms — values-attitudes-behavior approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 19 (6): 611–632.
- Stam W., Elfring T. 2008. Entrepreneurial orientation and new venture performance: The moderating role of intra- and extraindustry social capital. *Academy of Management Journal* 51 (1): 97–111.
- Stevenson H., Jarillo J.C. 1990. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal* 11 (Special issue: Corporate Entrepreneurship): 17–27.
- Su Z., Xie E., Yuang L. 2011. Entrepreneurial orientation and firm performance in new ventures and established firms. *Journal of Small Business Management* 49 (4): 558–577.
- Tang J., Tang Z., Marino L.D., Zhang Y., Li Q. 2008. Exploring and inverted u-shape relationship between entrepreneurial orientation and performance in Chinese ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice* 32 (1): 219–239.
- Tang J., Tang Z., Zhang Y., Li Q. 2007. The impact of entrepreneurial orientation and ownership type on firm performance in the emerging region in China. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 12 (4): 383–397.
- Van Doorn S., Jansen J.J., Van den Bosch F.A., Volberda H.W. 2013. Entrepreneurial orientation and firm performance: Drawing

- attention to the senior team. *Journal of Product Innovation Management* **30** (5): 821–836.
- Wales W. J., Gupta V. K., Mousa F. T. 2013. Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal* **31** (4): 357–383.
- Wales W. J., Lumpkin G. T., Ensley M. D. 2006. Linking new venture entrepreneurial orientation to firm performance: A multidimensional model of organizational structure moderation. *Frontiers of Entrepreneurship Research* **26** (15), article 8.
- Wales W. J., Patel P. C., Parida V., Kreiser P. M. 2013. Nonlinear effects of entrepreneurial orientation on small firm performance: The moderating role of resource orchestration capabilities. *Strategic Entrepreneurship Journal* **7** (2): 93–121.
- Wang C. L. 2008. Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice* **32** (4): 635–657.
- Weaver K. M., Dickson P. H., Gibson B., Turner A. 2002. Being uncertain: The relationship between entrepreneurial orientation and environmental uncertainty. *Journal of Enterprising Culture* **10** (2): 87–105.
- Welter F. 2011. Contextualizing entrepreneurship: Conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice* **35** (1): 165–184. (Вельтер Ф. 2013. Контекстуализация предпринимательства — концептуальные задачи и пути их решения. *Российский журнал менеджмента* **11** (2): 85–106.)
- Wernerfelt B. 1984. The resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* **5** (2): 171–180. (Русск. пер.: Вернерфельт Б. 2006. Ресурсная трактовка фирмы. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент* (1): 103–118.)
- Wiklund J. 1999. The sustainability of the entrepreneurial orientation — performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice* **24** (1): 37–48.
- Wiklund J., Shepherd D. 2003. Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium sized businesses. *Strategic Management Journal* **24** (12): 1307–1314.
- Wiklund J., Shepherd D. 2005. Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing* **20** (1): 71–91.
- Wiklund J., Shepherd D. 2011. Where to from here? EO-as-experimentation, failure, and distribution of outcomes. *Entrepreneurship Theory and Practice* **35** (5): 925–946.
- Yamada K., Eshima Y. 2009. Impact of entrepreneurial orientation: Longitudinal analysis of small technology firms in Japan. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*: 1–6.
- Zahra S. A., Wright M., Abdelgawad S. G. 2014. Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal* **32** (5): 479–500.

Латинская транслитерация литературы, набранной на кириллице

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

- Alimova T. A., Chenina A. V., Chepurenskiy A. Yu. 2011. Ekonomicheskij krizis i predprinimatel'skaya aktivnost' naseleniya Rossii: otkryvat' svoe delo ili vykhodit' iz biznesa? *Mir Rossii: Sotsiologiya, ehnologiya* **20** (2): 142–160.
- Verkhovskaya O. R., Dorokhina M. V. 2011. Predprinimatel'skaya aktivnost' i potentsial predprinimatel'stva v Rossii (po materialam proekta «Global'nyj monitoring predprinimatel'stva», 2006–2010). *Vestnik S.-Peterburgskogo un-ta. Seriya Menedzhment* (4): 68–99.
- Verkhovskaya O. R., Dorokhina M. V. 2013. Predprinimatel'skie firmy i sozdanie novykh rabochikh mest v Rossii: empiricheskie svidetel'stva. *Rossiiskij zhurnal menedzhmenta* **11** (1): 19–40.

- Katkalo V.S. 2006. *Evolyutsiya teorii strategicheskogo upravleniya: monografiya*. SPb.: Izdat. dom S.-Peterb. gos. un-ta.
- Kulikov A.V., Shirokova G.V. 2010. Vnutrifirmennye orientatsii i ikh vliyanie na rost: opyt rossijskikh малыkh i srednikh predpriyatij. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta* **8** (3): 3–34.
- Chepurenko A. Yu., Yakovlev A. A. 2013. Teoriya predprinimatel'stva: vazhnost' konteksta. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta* **11** (2): 51–60.
- Shirokova G.V. 2012. Predprinimatel'skaya orientatsiya: istoki kontseptsii i osnovnye podkhody k issledovaniyu. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta* **10** (3): 55–72.
- Shirokova G.V., Bogatyreva K.A. 2014. Vzaimosvyaz' predprinimatel'skoj orientatsii i rezul'tatov deyatel'nosti firmy: rezul'taty issledovaniya rossijskikh firm malogo i srednego biznesa. *Vestnik S.-Peterburgskogo un-ta. Seriya Menedzhment* (1): 3–27.
- Shirokova G.V., Bogatyreva K.A., Galkina T.A. 2014. Effektivatsiya i kauzatsiya: vzaimosvyaz' mezhdru universitetskoj infrastrukturoj i vyborom tipa povedeniya v protsesse sozdaniya biznesa studentami-predprinimatel'yami. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta* **12** (3): 59–86.
- Shirokova G.V., Sokolova L.S. 2013. Formirovanie predprinimatel'skoj orientatsii v rossijskikh firmakh malogo i srednego biznesa: rol' institutsional'noj sredy. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta* **11** (2): 25–50.

*Статья поступила в редакцию
9 декабря 2014 г.*