

МРНТИ 82.00.00.  
УДК 33.338

**Б.К. ТУНДИКБАЕВА,<sup>1</sup>**  
докторант.  
НАО «Университет КИМЭП»<sup>1</sup>

## **КОРПОРАТИВНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ: РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

### **Аннотация**

Концепция корпоративного предпринимательства определяется как необходимым компонент организационной культуры для усиления создания ценностей. Корпоративное предпринимательство представляет собой набор стратегий, используемых устоявшейся фирмой для содействия ее росту и развитию. В статье рассмотрены и представлены известные модели, объясняющие предпосылки и последствия корпоративного предпринимательства. В частности, предпринята попытка связать корпоративное предпринимательство с организационными показателями. В рамках критической оценки обсуждается потенциал организационного участия в смягчении этих отношений. В статье представлена концептуальная модель для ученых, изучающих корпоративное предпринимательство, и его взаимосвязь с организационными показателями. Автор обращает внимание на термин «предпринимательское поведение», которое относится как к отдельным лицам, так и к бизнесу. Предпринимательское поведение можно легко визуализировать и идентифицировать в бизнес-среде. В статье подчеркивается, что для того чтобы развивать предпринимательскую среду, бизнес требует практики предпринимательского поведения и процессов, поэтому требуется более полное понимание предпринимательского поведения. Предпринята попытка объяснить, каким образом предприятия могут потенциально способствовать организационной эффективности посредством корпоративного предпринимательства и какую роль может сыграть организационная деятельность в этом отношении.

Ключевые слова: организационные показатели, корпоративное предпринимательство, взаимодействие, регулирование, бизнес-среда, эффективность деятельности, предпринимательское поведение.

Экономические и экологические изменения заставляют предприятия развивать предпринимательскую среду, для того чтобы обеспечить глобальную конкурентоспособность, рост бизнеса [1]. Существует постоянная необходимость в исследовании и выявлении факторов, которые могут потенциально способствовать развитию и росту предпринимательских предприятий. Поддерживая данный аргумент, Magg и Schiuma [2] утверждают, что бизнес-лидерам чаще всего не удается определить факторы, которые могут способствовать эффективности бизнеса. Следовательно, для того чтобы развивать предпринимательскую среду [1], бизнес требует практики предпринимательского поведения и процессов, поэтому требуется более полное понимание предпринимательского поведения.

Корпоративное предпринимательство определяется многими исследователями как обязательство создания предпринимательской среды в организации для способствования инноваций, про активности и расчетного риска. Философия корпоративного предпринимательства заложена в организации, так что организация может более чутко реагировать на условия окружающей среды, которые быстро меняются, путем разработки уникальных решений (т. е. продуктов и услуг, процессов и организационных структур) и постоянного использования возможностей с принятием риска провала. Sogiano & Montoro-Sanchez [3] в своем исследовании сообщили, что присутствует сильная корреляция формализации и корпоративного предпринимательства. Результаты исследования показывают, что некоторая степень формализации повышает развитие корпоративного предпринимательства [4]. Независимо от того, идет ли речь о продукте, услугах, процессе, стратегии, структуре или поведении, общее в основной концепции корпоративного предпринимательства – это инновация. В результате корпоративное предпринимательство рассматривается как процесс, улучшающий способность фирмы приобретать и использовать инновационные навыки ее участников [3]. В данной статье рассматривается, каким образом предприятия могут потенциально способствовать организационной эффективности посредством корпоративного предпринимательства и какую роль может сыграть организационная деятельность в этом отношении.

В сущности, термин «предпринимательское поведение» относится как к отдельным лицам, так и к бизнесу; можно легко визуализировать и идентифицировать предпринимательское поведение в бизнес-среде. Как утверждают известные ученые, концепция корпоративного предпринимательства определяется как необходимый компонент организационной культуры для усиления создания ценностей [5]. Корпоративное предпринимательство представляет собой набор стратегий, используемых устоявшейся фирмой для содействия ее росту и развитию. Концепция корпоративного предпринимательства показана здесь как поведение фирмы, которое отражает ее ориентацию на предпринимательство, о чем свидетельствуют ее измерения, такие, как управленческая поддержка, организационные границы, вознаграждения и укрепление, наличие времени и конфиденциальность на работе. Корпоративное предпринимательство, если оно практикуется и осуществляется надлежащим образом, может потенциально влиять на оба типа деловой активности (т.е. на финансовую и нефинансовую). Более поздняя литература также поддерживает это понятие при условии, что корпоративное предпринимательство существенно дополняет эффективность бизнеса во всех формах, включая нефинансовый, финансовый или комбинированный из этих двух [6]. Помимо значительного влияния корпоративного предпринимательства на бизнес в любой его форме, вышеупомянутая литература также свидетельствует о том, что корпоративная предпринимательская деятельность внутри организации воспринимается по-другому, особенно когда речь идет об измерении корпоративного предпринимательства, идут большие споры по этому поводу [4, 8]. Сфера корпоративного предпринимательства больше не ограничивается концептуально созданием нового венчурного процесса, но включает в себя также развитие сферы компетенции фирмы и соответствующих возможностей. Эти организации называются предпринимательскими организациями (организациями с предпринимательской позицией), в которых повторяются определенные модели предпринимательского поведения, и эти модели преобладают в организации на всех уровнях, отражая предпринимательскую философию высшего руководства. Фирму не назовут предпринимательской только потому, что она изменила технологию или представила новую продуктовую линейку, таким образом имитируя конкурентов, избегая подхода к риску. Некоторая степень активности и готовности идти на риск имеет важное значение для предпринимательской деятельности.

Корпоративное предпринимательство, однако, является результатом коллективных усилий участников организации, поэтому оно не является единственным фактором, способствующим инновациям в бизнесе.

Из работ Schumpeter [7] видно, что существует консенсус среди ученых в том, что ключевым показателем работы организации, будь то в региональном или национальном предпринимательстве, является обеспечение рабочих мест, диапазон потребительских товаров и услуг, что увеличивает национальное богатство в целом и конкурентоспособность. Организационная эффективность лежит в основе каждого вида управления, поскольку бизнес-субъект не может существовать, если он не выполняет поставленные цели и задачи. Предприятия стремятся изучить различные перспективы, чтобы помочь поддерживать и/или повышать организационную эффективность. В последнее время усиливается дискуссия о предпринимательстве, подчеркивается его потенциал в повышении эффективности деятельности организации во всех областях.

Модель предпринимательства по Гуту и Гинзбергу предполагает, что идея корпоративного предпринимательства направлена на развитие новых деловых предприятий в той же организации. По сути, эта модель соединяет корпоративное предпринимательство со стратегической идеологией управления бизнесом, чтобы стимулировать инновации, развитие новых предприятий и креативное вливание в рабочие места. Рисунок 1 (стр. 226) дает дополнительную информацию по этому вопросу.

Модель Колвина и Слевина призвана связать корпоративное предпринимательство с работой фирмы. При этом внешняя среда, переменные стратегического контроля и внутренние факторы играют ключевую роль в формировании организационной культуры и отношения к определенным вещам. Эта модель также объясняет, что корпоративное предпринимательство тесно связано с результатами деятельности бизнес-субъекта, включая финансовые и нефинансовые перспективы, и может усиливаться или ослабляться в зависимости от воздействия окружающей среды.

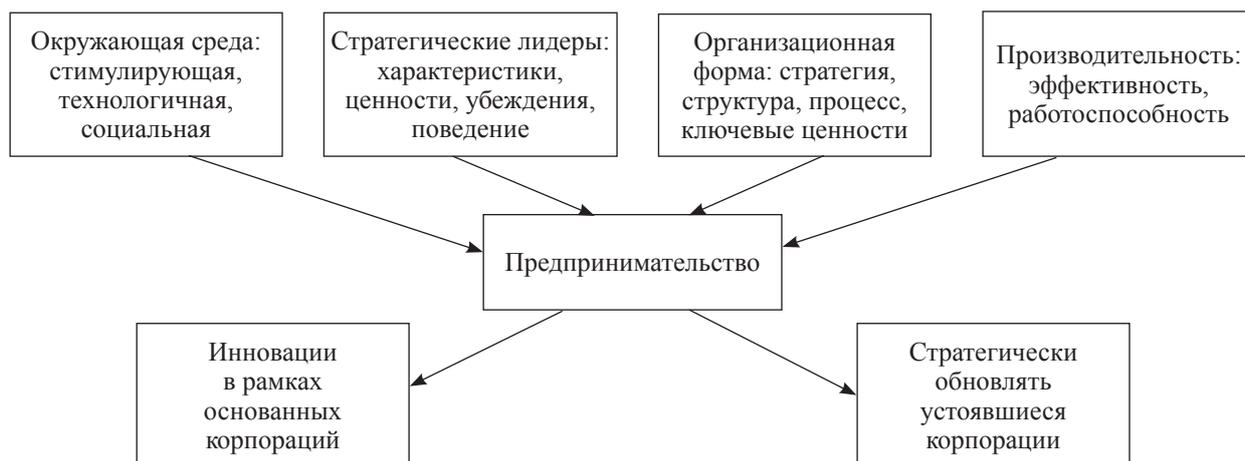


Рисунок 1 – Модель предпринимательства по Гуту и Гинсбергу

Рисунок 2 предлагает более глубокое понимание модели.

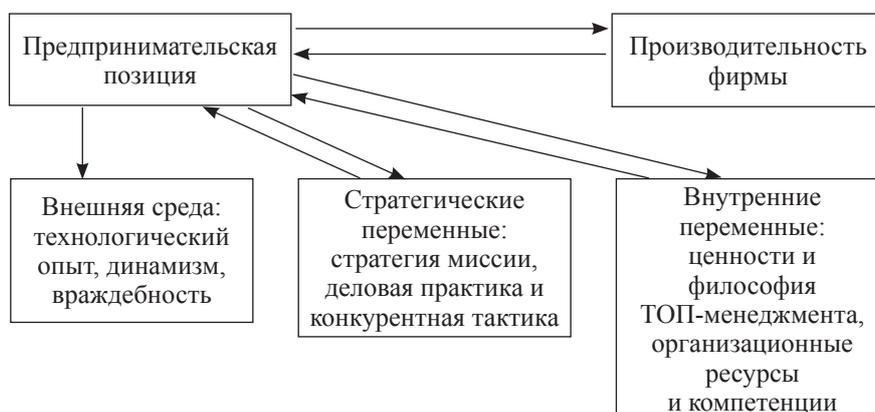


Рисунок 2 – Модель предпринимательства по Ковину и Слевину

Модель от Lumpkin and Dess [8] предлагает корпоративное предпринимательство, состоящее из пяти основных аспектов. По мнению авторов, корпоративное предпринимательство может быть лучше понято с точки зрения того, ориентирована ли организация на предпринимательство. Авторы далее предполагают, что есть пять основных элементов предпринимательской ориентации, которые являются инновациями, принятием риска, про активностью, конкурентным преимуществом и автономией. Модель далее утверждает, что на эти факторы могут дополнительно влиять факторы окружающей среды или организационные факторы (рисунок 3, стр. 227).

Вовлечение считается заметным предиктором нескольких перспектив для сотрудников и организационных результатов. Примечательно, что концепция взаимодействия также была найдена посредством нескольких предикторов к общим заметным результатам. Тем не менее ограниченные исследования рассмотрели потенциал вовлечения в качестве регулятора и подтвердили, что необходимо понять роль и сдерживающий потенциал взаимодействия для достижения дальнейших результатов сотрудников и организаций. Соответственно, некоторые ученые также утверждают возможность и необходимость эмпирического внимания к балансу взаимодействия, предполагая, что взаимодействие может дать лучшие результаты за счет усиления воздействия доступных предикторов. В этой области существует серьезный пробел и не было найдено исследования, подчеркивающего умеренность организационного участия в

корпоративном предпринимательстве и организационных отношениях эффективности. Исходя из утверждений этих ученых, можно говорить, что вовлечение сотрудников в организацию поможет им еще более усилить влияние предпринимательской деятельности корпораций на повышение эффективности деятельности организации. Проще говоря, мы попытались подчеркнуть, что наличие сотрудников, вовлеченных в организационную деятельность, может потенциально помочь бизнесу усилить влияние социально ответственных действий на быстрорастущие результаты деятельности организации.



Рисунок 3 – Модель предпринимательства по Lumpkin and Dess

Основываясь на критической оценке литературы, настоящее исследование предлагает следующие концептуальные основы (рисунок 4):

- 1) между корпоративным предпринимательством и организационной эффективностью имеется связь;
- 2) организационное участие регулирует отношения между корпоративным предпринимательством и организационной эффективностью.

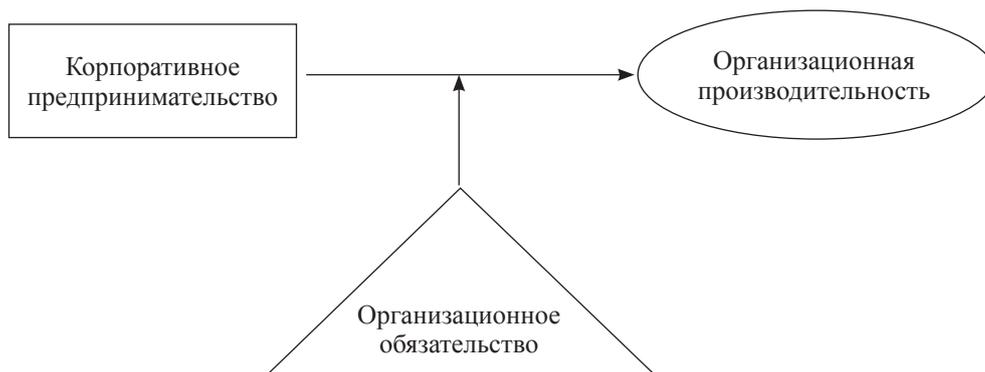


Рисунок 4 – Концептуальная модель

Исходя из вышеизложенных моделей корпоративного предпринимательства и элементов, влияющих на результат деятельности организации, можно утверждать, что полное организационное участие позитивно влияет на взаимосвязь между корпоративным предпринимательством и эффективностью организации, что может послужить источником для дальнейших исследований по данной тематике.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Bolton D. & Lane M.D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument // *Education + Training*, 54(2/3). P. 219–233.
- 2 Marr B. & Schiuma G. (2003). Business performance measurement – past, present and future // *Management Decision*, 41(8). P. 680–687.
- 3 Soriano D.R. & Montoro-Sanchez M.A. (2011). Introduction: the challenges of defining and studying contemporary entrepreneurship // *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 28(3). P. 297–301.
- 4 Umrani W.A. (2016). Moderating effect of organizational culture on the relationship between corporate entrepreneurship and business performance in Pakistan's banking sector: doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia.
- 5 Jennings D.F. & Lumpkin J.R. (1989). Functioning modeling corporate entrepreneurship: an empirical integrative analysis // *Journal of Management*, 15(3). P. 485–502.
- 6 Heavey C. & Simsek Z. (2013). Top management compositional effects on corporate entrepreneurship: the moderating role of perceived technological uncertainty // *Journal of Product Innovation Management*, 30(5). P. 837–855.
- 7 Schumpeter J.A. (1949). *Change and the entrepreneur: postulates and patterns for entrepreneurial history*. Harvard University Press.
- 8 Lumpkin G.T. & Dess G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance // *Academy of Management Review*, 21(1). P. 135–172.

### Аңдатпа

Корпоративтік кәсіпкерлік тұжырымдамасы құндылықтардың құрылуын күшейту үшін ұйымдық мәдениеттің қажетті құрамдас бөлігі ретінде анықталады. Корпоративтік кәсіпкерлік – бұл оның өсуі мен дамуына ықпал ету үшін қалыптасқан фирманың қолданатын стратегияларының жиынтығы. Мақалада корпоративтік кәсіпкерліктің алғышарттары мен салдарларын түсіндіретін танымал модельдер қарастырылып, ұсынылады. Атап айтқанда, мақала корпоративтік кәсіпкерлікті ұйымдық көрсеткіштермен байланыстыруға тырысады. Маңызды бағалау шеңберінде осы бапта сондай-ақ осы қатынастарды жеңілдетудегі ұйымдық қатысудың мүмкіндіктері талқыланады. Мақалада корпоративтік кәсіпкерлікпен оның ұйымдық көрсеткіштерге өзара әсерін зерттеуге ынталы ғалымдар үшін концептуалды модель ұсынылған. Автор «кәсіпкерлік әрекет» ұғымын жеке адамдарға да, бизнеске де қатысты екенін және кәсіпкерлік әрекет бизнес ортасында оңай танып анықтауға болатын екенін түсіндіреді. Мақалада кәсіпкерлік ортаны дамыту үшін кәсіпкерлік әрекеттер немесе мінез-құлық тәжірибесі мен процестерді қажет ететіндігін көрсетеді, сондықтан кәсіпкерлік әрекет жайлы толығырақ түсінік талап етілетіндігі атап көрсетілген. Кәсіпорындар корпоративтік кәсіпкерлік арқылы ұйымның тиімділігіне қалай ықпал ете алатындығы және ұйым осыған байланысты қандай рөл атқара алатындығы туралы түсіндіруге тырысады.

Тірек сөздер: ұйымдық көрсеткіштер, корпоративтік кәсіпкерлік, өзара әрекеттесу, реттеу, бизнес-орта, қызметтің тиімділігі, кәсіпкерлік әрекет.

### Abstract

The concept of corporate entrepreneurship is defined as a necessary component of organizational culture to enhance value creation. Corporate entrepreneurship is a set of strategies used by an established firm to promote its growth and development. This article examines and presents well-known models describing the prerequisites and significance of a corporate entrepreneurship. In particular, the author tried to link a corporate entrepreneurship with organizational indicators. Within the framework of the critical assessment, the article also reviewed the possibility of organizational participation in the regulation of these relations. The article presents a conceptual model for scientists who are passionate about the study of corporate entrepreneurship and its relations with organizational indicators. The author highlights the term “entrepreneurial behavior”, which refers to both individuals and businesses, and that entrepreneurial behavior can be easily visualized and identified in the business environment. The article emphasizes that, in order to develop an entrepreneurial environment, business requires the practice of entrepreneurial behavior and processes, therefore, a more complete understanding of entrepreneurial behavior is required. This article attempts to outline how enterprises can potentially contribute to organizational efficiency through corporate entrepreneurship and what role organization can play in this regard.

Key words: organizational indicators, corporate entrepreneurship, interaction, regulation, business environment, performance efficiency, entrepreneurial behavior.