



Менеджмент

Научная статья

УДК: 338.439

DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2024.4/12526>

JEL: B52; L20; L53; M14; M21; Z10

Стратегическое управление бизнес-деятельностью организации: концептуальные аспекты

Е. В. Бирюков^{1✉}

¹ Институт нефтегазового бизнеса Уфимского государственного нефтяного технического университета, ул. Космонавтов, 1, 450064, Уфа, Российская Федерация

Предмет. Парадигмальные перемены в российской деловой среде порождают потребность в поиске методов и моделей организации бизнес-деятельности, позволяющих достигать желаемых результатов.

Цель. Разработка концептуального подхода к анализу стратегического управления, ориентированного на изучение институциональных механизмов трансформации бизнес-деятельности организации и формирование устойчивых конкурентных преимуществ.

Методология. В работе использовалась конструктивистская логика в качестве междисциплинарного подхода, институционально-эволюционный метод исследования, а также методы сравнительного и логического анализа.

Результаты. Сложившийся вектор научного поиска в русле стратегического управления исходит из теоретических описаний, опирающихся на разные версии институционального подхода, что определяет логику эволюции теоретических представлений и перспективы исследования механизмов устойчивого развития бизнес-деятельности организаций. Парадигмальная ограниченность создаваемых концептуальных подходов состоит в том, что они ориентированы на изучение экзогенных процессов формирования стратегических преимуществ организаций. Для изменения парадигмального видения стратегического управления предлагается рассматривать экономические взаимодействия субъектов во внутренней и внешней среде организации как носителей экономической культуры и ее ценностей. Выбранная исследовательская перспектива ориентирует на проведение инновационной трансформации ценностно-институционального формата бизнес-модели организации с учетом специфики построения стратегических преимуществ на разных этапах ее жизненного цикла.

Выводы. Предложенный концептуальный подход позволяет на основе смены исследовательской парадигмы разрабатывать аналитический инструментарий и рекомендации по развитию стратегических преимуществ организаций с учетом особенностей их бизнес-деятельности.

Ключевые слова: институциональный подход, стратегия, эволюция стратегического управления, бизнес-модель, конкурентные преимущества.

Для цитирования: Бирюков, Е. В. (2024). Стратегическое управление бизнес-деятельностью организации: концептуальные аспекты. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление*, (4), С. 77–89. DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2024.4/12526>

Введение

В настоящее время российские предприятия сталкиваются с качественно новыми угрозами и вызовами, которые возникают вследствие смены мирохозяйственных укладов, радикального изменения природы конкуренции и механизмов ее реализации на внутренних и внешних рынках в связи с фрагментацией мировой экономики и активным применением странами Запада санкционных мер. Настоятельная потребность осуществления процессов импортозамещения и реиндустриализации в условиях сложных и весьма противоречивых процессов трансформации деловой среды приводит к тому, что ключевое значение для многих отечественных предприятий приобретает выбор стратегических приоритетов реформирования бизнес-деятельности, ориентирующих на создание новых источников завоевания устойчивых конкурентных преимуществ в соответствии с переменами в деловой среде.

Стратегия как базовая управленческая схема, позволяющая обеспечивать создание устойчивых конкурентных преимуществ, сформировалась в 1960-х гг. и применяется сегодня на многих предприятиях, что связано с логичностью и возможностью широко использовать на практике выработанные инструменты стратегического анализа. Однако сегодня все чаще обнаруживается то обстоятельство, что сложившиеся на практике методы и подходы не соответствуют в полной мере задачам конструирования успешной траектории трансформации предприятия, предусматривающей изменение структурных элементов бизнес-процессов и системы управления с учетом меняющейся реальности. Происходящие радикальные изменения в деловой среде порождают настоятельную потребность переосмысления традиционных исследовательских подходов к анализу бизнес-деятельности организаций, не позволяющих достигать желательных результатов. В связи с этим возрастает значимость перехода к новым методам ведения бизнеса на основе создания и использования более совершенных инструментов стратегического управления, адекватных меняющейся картине экономической реальности (Теесе, 2019; Исаева и др., 2021; Стоянова и др., 2022).

В течение последних двадцати лет существенно расширился диапазон исследований, которые посвящены разработке подходов, ори-

ентированных на формирование и развитие устойчивых конкурентных преимуществ с учетом развития новых рынков, активного внедрения новых технологий и широкого применения цифровых устройств. Поиск эффективных методов производства и предоставления ценности сегодня сопровождается существенным возрастанием исследовательского интереса к бизнес-модели организации как объекту системного анализа процессов корпоративного управления. При этом происходящие процессы пересмотра сложившихся представлений о стратегическом управлении бизнес-деятельностью компаний сопровождаются созданием разнообразных концептуальных подходов, которые формируют фрагментированное видение картины экономической реальности и поэтому остаются неполноценными.

Вместе с тем важно учитывать, что фактически поиск теоретических описаний корпоративной стратегии, обеспечивающей успешное развитие, предполагает изучение механизмов построения относительно устойчивых связей во внутренней и внешней среде организации, т. е. институциональных связей, которые регулируются неформальными нормами и формальными правилами. Однако несмотря на значительное число исследований, посвященных изучению проблематики формирования стратегического управления в современных условиях, на периферии внимания остается рассмотрение институционального аспекта, который связан с прояснением концептуальных особенностей используемых версий институционального подхода и необходимостью их парадигмального пересмотра с учетом радикальных перемен, происходящих сегодня в деловой среде организаций.

Таким образом, в настоящее время возникла настоятельная потребность концептуального переосмысления сложившихся подходов к исследованию корпоративной стратегии и создания перспективного направления ее исследования. Поэтому целью статьи является разработка концептуального подхода к анализу стратегического управления, ориентированного на изучение институциональных механизмов трансформации бизнес-деятельности организации и формирование устойчивых конкурентных преимуществ. Реализация данной цели связана с решением следующих основных задач: во-первых, выявление пара-

дигмальных особенностей институционального подхода, используемого при построении распространенных версий теоретических описаний стратегического управления, и его связи с бизнес-моделью компаний; во-вторых, разработка исследовательской перспективы, позволяющей с учетом интересубъективной природы экономической деятельности людей изучать эндогенные механизмы трансформации бизнес-деятельности организаций и конструировать стратегические преимущества в соответствии с вызовами деловой среды.

Методология исследования и источники данных

Методология исследования основывалась на результатах обзора академической литературы, а также проведенном сравнительном анализе концептуальных подходов к изучению бизнес-деятельности организаций, сложившихся в процессе эволюции теоретических представлений о формировании структурных элементов стратегического управления и бизнес-моделей.

Теоретико-методологическая основа исследования исходит из того, что изучение стратегического управления и бизнес-моделей базируется на той или иной версии институционального подхода. Однако сложившиеся сегодня подходы опираются на ограниченные парадигмальные рамки. Они явно или по умолчанию основываются на утилитаристской трактовке экономических мотивов субъектов, поэтому привлекаются экзогенные по своему статусу коллективные феномены (экономические связи, ценности, нормы, правила и др.) (Фролов, 2020). В результате возникают фрагментированные и эклектичные теоретические описания экономических процессов.

Для выхода на новый уровень познания сложности стратегического управления предлагается отказаться от устаревшей парадигмы и на основе признания интересубъективной природы бизнес-деятельности организаций использовать конструктивистскую логику в качестве междисциплинарного подхода (Бирюков, 2022). В связи с этим становится возможным изучение эндогенных механизмов формирования стратегических конкурентных преимуществ и объяснение с общих методологических позиций наблюдаемого в современной экономике разнообразия корпоративных стратегий и бизнес-моделей.

Результаты исследования

Сложившиеся концептуальные представления о процессах стратегического управления основываются на разных версиях теории корпоративной устойчивости и формирования стратегических преимуществ, которые стали разрабатываться во второй половине прошлого века в результате осознания наличия фундаментальных изъянов неоклассической теории фирмы. Рассмотрение проблематики корпоративной стратегии сопровождается разработкой различных теоретических описаний и полемикой относительно трактовки понятия «стратегия». Так, корпоративная стратегия интерпретируется как качественная последовательность действий, процесс, способ действий, набор решений и действий, проактивный стиль управления и т. д. (Денисов, 2020; Глотова, Глотова, 2021).

Эволюция исследовательских подходов к разработке корпоративной стратегии отражает изменения представлений о механизмах построения устойчивых конкурентных преимуществ и связана с созданием разных версий институционального описания развития бизнес-деятельности организации в стратегической перспективе. Поэтому при всех различиях во взглядах корпоративная стратегия характеризуется с позиции нормативного статуса, поскольку стратегия – это некоторый набор правил и инструментов, позволяющий осуществить переход организации из сложившегося состояния в желательное с учетом ожидаемых перемен в деловой среде.

На раннем этапе разработки проблематики стратегического управления внимание фокусировалось на создании рыночно-ориентированных его интерпретаций. В 1960–1970-е гг. эта проблематика рассматривалась преимущественно в рамках школы стратегического планирования, сложившейся во многом благодаря работам И. Ансоффа, Г. Минцберга и А. Чандлера. В 1980-е гг. в ходе изучения корпоративного управления на основе исследований М. Портера возникла школа позиционирования (отраслевой подход). Однако реализация стратегии позиционирования на практике способствовала акцентированию внимания на осуществлении мер краткосрочного характера.

Современная программа исследований корпоративной стратегии возникла в конце XX в. и была обусловлена необходимостью кон-

цептуального переосмысления сложившихся подходов в связи с формированием глобальной экономики на основе инновационной трансформации. Важную роль в конструировании теоретических описаний стратегического управления играет ресурсная концепция, формированию которой способствовали работы Дж. Барни, Р. Гранта, Р. Ромелта, Д. Тиса и др., а также разработанная на ее основе концепция динамических способностей, предложенная Д. Тисом, Г. Пизано, Э. Шуеном и К. Эйзенхардтом. Ресурсно-ориентированный подход объясняет появление у компании устойчивых конкурентных преимуществ наличием уникальных активов. Вместе с тем в начале 2000-х гг. становится очевидным, что понимание конструкта «корпоративная стратегия», основанное на использовании статических версий институционального подхода, не дает удовлетворительных ответов на вопросы, связанные с выявлением причин и механизмов различного поведения и результатов бизнес-деятельности компаний. В связи с этим формируется направление исследований стратегического менеджмента, которое ориентировано на поиск динамических версий описания поведения компании на основе использования институционально-эволюционного подхода. В результате широкое распространение получила концепция динамических способностей, в которой внимание акцентируется на необходимости построения проактивных стратегий, обеспечивающих опережающее формирование уникальных ресурсов, способностей и ключевых компетенций.

В последние годы в рамках институционально-эволюционного подхода к анализу стратегического управления на основе развития концепции динамических способностей активно разрабатывается теория динамических возможностей. Как пишет Д. Тис, современная микроэкономика не дает ответа на многие фундаментальные вопросы о фирмах, связанные с построением конкурентных преимуществ. Он считает, что создаваемая сегодня теория динамических возможностей позволяет объяснить причины, обуславливающие существование формата успешной бизнес-деятельности фирмы и потенциал конкурентоспособного роста на современных рынках (Теесе, 2019). В поиске реалистичных подходов к разработке корпоративной стратегии, учитывающей сложный механизм связи фирмы с обществом, сегодня все большее значение приобретают

идеи концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), которые интегрируются в различные версии теории корпоративной устойчивости и формирования стратегических преимуществ (Благов, 2011).

Следует принимать во внимание, что на начальном этапе исследования процессов формирования устойчивых конкурентных преимуществ именно понятие стратегии использовалось в качестве основополагающего феномена, с помощью которого объяснялся механизм, обеспечивающий достижение цели устойчивого развития организации. При этом А. Чандлер, рассматривая связь стратегии и организационной структуры, писал, что разные организационные формы являются результатом различных моделей роста (Chandler, 1962). Классики стратегического менеджмента трактовали организационную структуру как способ реализации стратегии, а также указывали на то, что корпоративная стратегия не может игнорировать особенности сложившейся организационной структуры, поэтому последняя влияет на стратегический выбор.

Поиск удовлетворительного решения проблемы увязки реализации стратегии и процессов трансформации бизнес-деятельности компании способствовал появлению представлений о том, что для осуществления успешной коммерческой деятельности необходима разработка долговременной и краткосрочной стратегий. В рамках этой логики переосмысление устаревших подходов к анализу корпоративной стратегии происходит на основе активного использования такой единицы анализа в менеджменте, как бизнес-модель. В настоящее время, как отмечает Д. Тис, трактовок бизнес-моделей почти столько же, сколько и самих бизнес-моделей (Теесе, 2018). Вместе с тем различные виды бизнес-деятельности, которые привлекаются при трактовке бизнес-модели, можно разделить на три ключевых блока: 1) ценностное предложение, 2) создание ценности, 3) присвоение ценности (рис. 1). Фактически на данной основе создаются различные форматы бизнес-моделей компаний.

В настоящее время большое количество исследований посвящено изучению процессов инновационной трансформации бизнес-моделей. Данные процессы обычно описываются как изменения и реконфигурация структурных блоков бизнес-модели (Reficco et al., 2021; Климанов и др., 2021; Кузьмин, 2022). Важным

направлением исследований является рассмотрение вопросов технологической и цифровой трансформации бизнес-деятельности компаний (Correani et al., 2020; Dumitrowski & Mielcarek, 2021). Смена вектора развития бизнеса сегодня происходит под значительным влиянием сложившейся ESG-повестки, что порождает необходимость разработки подходов, ориентированных на реализацию ESG-принципов при построении корпоративной стратегии и бизнес-моделей, связанных с формированием экологически (E – environmental) и социально ответственного (S – social) корпоративного управления (G – governance) (Landrum, 2018; Довбий и др., 2022).

С появлением бизнес-модели как отдельной единицы анализа корпоративного менеджмента важное значение для разработки концептуальных описаний корпоративной стратегии приобрел вопрос о связи понятия «бизнес-модель» с понятием «стратегия». Различные трактовки этой связи можно свести к трем группам (Орехова и др., 2020). Во-первых, бизнес-модель – это часть стратегии компании, которая включает в себя все элементы бизнес-модели, увязывает их воедино и ориентирует на формирование конкурентных преимуществ. Во-вторых, стратегия является частью бизнес-модели компании, которая выступает более общим понятием и описывает преимущество компании для клиента, процессы его создания и извлечения выгоды, а стратегия связана с конструированием предложения ценности для сегментов рынка, формированием взаимодействий с каналами для доставки этой ценности и конкурентных

барьеров. В-третьих, бизнес-модель компании и стратегия предназначены для реализации разных задач, но могут пересекаться по отдельным аспектам. Так, утверждается, что стратегия ориентирована на создание конкурентных преимуществ, а бизнес-модель – на кооперацию и совместное создание ценности; бизнес-модель рассматривается иногда как промежуточное звено, находящееся между стратегией и бизнес-процессами компании.

Существующие разногласия в трактовках стратегии и бизнес-модели, а также соотношения данных понятий связаны с фокусированием внимания на разных аспектах сложного и многопланового процесса бизнес-деятельности организации и различиями в понимании их значимости в рамках устаревшего парадигмального видения картины экономической реальности. Разрабатываемые сегодня разнообразные концепции стратегического управления и бизнес-моделей опираются фактически на статические или эволюционные версии доминирующей институциональной теории, в рамках которой институты и другие коллективные феномены рассматриваются как экзогенные факторы, влияющие на бизнес-деятельность и построение траектории развития компаний (см., например: Oliver, 1997; Luiz et al., 2021). В связи с этим формирование устойчивых конкурентных преимуществ компании предлагается интерпретировать, например, на основе анализа воздействия ресурсных и институциональных факторов-детерминантов, определяющих выбор управленческих решений (рис. 2).

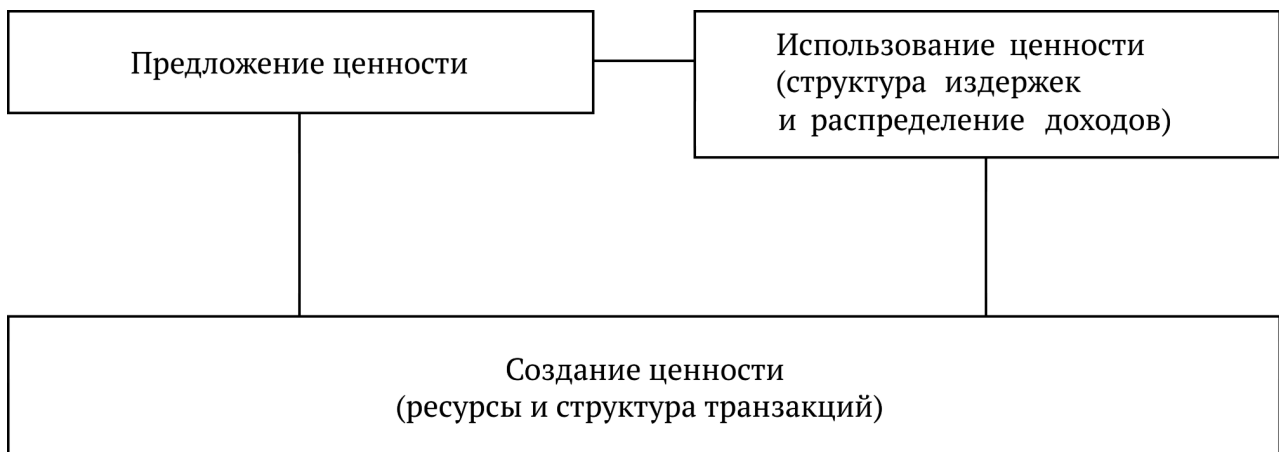


Рис. 1. Базовые элементы бизнес-модели компании и их взаимосвязь [составлено по Guo et al. (2013)]

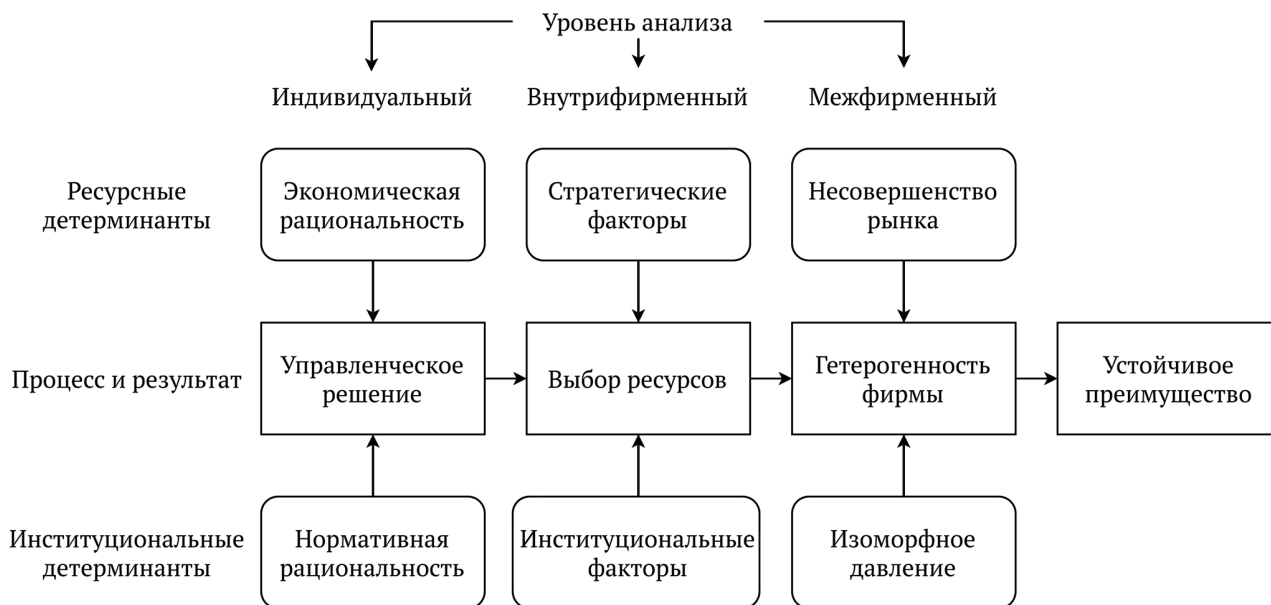


Рис. 2. Устойчивое преимущество: детерминанты процесса (Oliver, 1997, р. 699)

Обсуждение результатов

Для преодоления парадигмальной ограниченности сложившихся концептуальных подходов необходим пересмотр не только отдельных важных положений корпоративной теории управления, но и ее фундаментальных основ. Вопреки мейнстримовской традиции утилитаристской трактовки экономических мотивов поведения субъектов важно учитывать, что последние являются носителями экономической культуры и экономических ценностей. Экономические решения и действия выступают результатом осмысления субъектами деловой среды с помощью сложившейся системы экономических ценностей, выступающих ядром их экономической культуры (Бирюков, 2022). Признание субъектов экономики носителями экономической культуры позволяет изучать эндогенные механизмы конструирования ценностно-институциональной бизнес-модели организации, в которой институционализированные формы внутренних и внешних экономических связей возникают как результат достижения ценностного согласия взаимодействующих субъектов о том, что создаваемые формы желательны и оправданы для осуществления успешной бизнес-деятельности в сложившихся реалиях.

Предлагаемый концептуальный подход к изучению корпоративной стратегии основывается на важности познания развития организации как сложного процесса трансформации

архитектуры бизнес-деятельности, который обеспечивает формирование устойчивых конкурентных преимуществ в рамках всего жизненного цикла бизнес-модели и включает в себя стратегическую компоненту (рис. 3). На каждом этапе жизненного цикла складывается своеобразный ценностно-институциональный формат бизнес-модели организации, который характеризует особенности переформатирования бизнес-архитектуры на основе использования базового комплекса видов бизнес-деятельности. При этом выбор того или иного варианта бизнес-стратегии (оборонительного, наступательного, прорывного и др.) предполагает построения соответствующего формата бизнес-модели.

Рассматриваемый подход основан на том, что построение устойчивых конкурентных преимуществ организации в условиях противоречивого изменения краткосрочных и долгосрочных трендов деловой среды предполагает формирование гибкой системы инструментов стратегического управления, которая позволяет в соответствии с выбранным вектором трансформации бизнес-модели адаптировать ее ценностно-институциональный формат к реалиям. В связи с этим стратегическое управление, ориентированное на создание и реализацию динамических возможностей роста производительности и повышения конкурентоспособности бизнес-деятельности, имеет дуальную структуру и включает:



Рис. 3. Стратегия и бизнес-модель организации

– во-первых, стратегию развития конкурентных преимуществ бизнес-деятельности организации, которая определяет общую направленность вектора трансформации бизнес-модели в рамках ее жизненного цикла в контексте ожидаемых вызовов и выступает в виде базового ценностно-нормативного ориентира (матрицы), характеризующего способ построения архитектуры стратегически значимых видов бизнес-деятельности;

– во-вторых, инструментальную составляющую стратегического управления, с помощью которой осуществляется конструирование ценностно-институционального формата бизнес-модели с учетом особенностей данного этапа ее жизненного цикла и которая включает в себя ценностно-нормативное основание формата бизнес-модели, а также его институционально-регулирующий механизм формирования конкурентных преимуществ, связанный с использованием маркетинговых, финансово-экономических, организационно-производственных и мониторинговых методов.

Предложенный подход базируется на необходимости отказа от неоклассической трактовки экономических мотивов и интересов поведения фирмы, абсолютизирующей значимость прибыли как цели бизнеса, и важности учета того, что экономические мотивы и цели бизнес-деятельности фирмы в реальной экономике порождаются потребностью формирования институциональных связей во внутренней и внешней среде, основанных на балансе частных и общих экономических интересов. В связи с этим процесс создания и разделения ценности, ориентированной на поддержание устойчивого развития фирмы, определяется потребностью

конструирования сбалансированной системы целевых финансовых и нефинансовых критериев, а также финансово-экономических и организационно-производственных методов управления в соответствии с особенностями влияния на экономические результаты технологических, экологических и социальных факторов.

Происходящая промышленная революция 4.0, важнейшей составляющей которой является цифровизация экономики, кардинально меняет механизмы роста производительности и формирования стратегических конкурентных преимуществ. Предлагаемая исследовательская перспектива изучения стратегического управления бизнес-деятельностью компаний фокусирует внимание на том, что процесс перестройки бизнес-модели выступает как процесс воспроизводства и изменения ее структурных элементов, складывающийся под влиянием сложной циклопричинной связи ценностных и институциональных изменений. При этом в каждом новом цикле выбор методов инновационной трансформации бизнес-модели определяется возникающими на основе осмысления трендов меняющейся деловой среды ценностно-нормативными представлениями об экономической целесообразности их использования. Происходящая в условиях смены мирохозяйственных укладов на разных уровнях экономики конкуренция выступает прежде всего как конкуренция стратегических бизнес-идей, характеризующая своеобразие ценностно-смыслового понимания влияния технологических, экологических, финансово-экономических и рыночных трендов деловой среды на выбор стратегических приоритетов и формата бизнес-модели. При этом неадек-

ватные бизнес-идеи, реализованные в создаваемых проектах и программах реформирования сложившейся бизнес-модели, могут приводить к катастрофическим последствиям, а соответствующие реальности ценностно-экономические представления способствуют достижению коммерческого успеха и получению инновационной ренты.

Сегодня при решении задач построения успешной бизнес-модели развития для российских предприятий важным является формирование инновационной архитектуры бизнес-деятельности, исходя из особенностей трансформации логистических цепочек и цепочек создания ценности, а также процессов становления шестого технологического уклада, связанного с активным использованием информационных технологий и ресурсосберегающих видов производства. Современный вектор развития российского бизнеса, складывающийся в условиях ESG-трансформации деловой среды, связан с усилением зависимости конкурентных преимуществ компаний от достижения экологических и социальных целей и возрастанием значимости нефинансовых показателей (Бирюков, 2023). При этом предприятиям на основе стратегического анализа ожидаемых перемен во внешней и внутренней среде требуется выявление в рамках нового коридора возможностей своего набора ключевых факторов успеха, обуславливающих выбор инновационного варианта реформирования составляющих частей бизнес-модели с учетом особенностей проявления на данном этапе ее жизненного цикла сильных и слабых сторон способов создания ценностей для клиентов.

В настоящее время традиционные инструменты стратегического анализа, созданные для построения устойчивых конкурентных преимуществ организаций, становятся малоприменимы для ответа на новые вызовы. Широкое распространение цифровых технологий способствует созданию быстро масштабируемых бизнес-моделей. Сегодня стратегические преимущества все больше возникают не благодаря использованию внутренних ресурсов предприятия или учету специфики отраслевых условий, а исходя из возможностей построения сетевой кооперации для производства и предложения на рынке, как правило, сложных продуктов, что сопровождается созданием платформенных и неплатформенных экосистем. В результате необходимость разработки

стратегии конкурентной кооперации оказывается характерной особенностью современного процесса смены вектора развития бизнеса, ключевым направлением которого становится либо формирование организациями своей экосистемы, либо вхождение в существующую экосистему (Виханский & Каталевский, 2022). При этом реализация стратегии развития российскими предприятиями малого и среднего бизнеса, основанной на участии в успешной экосистеме крупной компании и поддерживаемых государством стратегически значимых цепочках создания ценности, выступает важным фактором обеспечения устойчивого роста их производительности и конкурентоспособности.

Парадигмальные перемены в российской экономике приводят к тому, что деловая среда предприятий становится пространством поиска адекватных реалиям деловых стратегии и форматов бизнес-моделей с учетом появления новых рынков после ухода зарубежных фирм, а также формирования современного вектора развития бизнеса, связанного с процессами конкурентной кооперации и ESG-трансформации деловой среды. В этих условиях возникает необходимость расширенного анализа спектра различных форматов бизнес-моделей и рационального выбора на основе смены сложившихся рамок ценностно-смыслового восприятия меняющейся деловой среды, формирования адекватных реалиям ценностно-нормативных основ бизнес-деятельности и институционально-инструментальных регуляторов, позволяющих реализовать технико-коммерческое возможности и успешно удовлетворять рыночный спрос. Происходящие процессы трансформации бизнес-моделей организаций, связанные с решением задач импортозамещения и реиндустриализации российской экономики, обуславливают появление новых требований к участию работников в кооперационных и рыночно-конкурентных процессах, необходимости приобщения их к новым знаниям и ценностям, а также потребности учиться сотрудничать со всеми заинтересованными сторонами на основе новых норм и правил бизнес-деятельности. В связи с динамизацией экономических перемен и ростом предпринимательских рисков важными становятся мониторинг и своевременная корректировка бизнес-процессов, формальных правил и неформальных норм на основе установления причин, способствующих и препятствующих коммерческому успеху.

Заключение

Происходящие в современных условиях сложные и противоречивые процессы трансформации деловой среды сопровождаются изменением природы фирмы, механизмов формирования ее конкурентных преимуществ и ее управленческих задач, порождая вопрос о настоятельной потребности в концептуальном переосмыслении сложившихся подходов к изучению менеджмента организации, ориентированного на обеспечение ее устойчивого развития и конструирование успешной стратегии корпоративного управления. Выполненное исследование позволяет сделать вывод о том, что сложившийся вектор научного поиска в стратегическом управлении, направленный на изучение процессов роста производительности и формирования устойчивых конкурентных преимуществ организаций, характеризуется использованием разнообразных теоретических описаний, опирающихся на разные версии институционального подхода. Применение институциональной оптики создает возможность сформировать целостное представление о состоянии проводимых в настоящее время исследований проблематики корпоративного стратегического управления, а также объяснить логику эволюции и перспективы построения теоретических интерпретаций процессов конструирования стратегического управления бизнес-деятельностью и бизнес-моделями.

Представленный научный обзор позволяет утверждать, что сложившийся вектор развития исследовательских подходов к разработке корпоративной стратегии отражает концептуальные изменения в интерпретации механизмов построения устойчивых конкурентных преимуществ и связан с созданием статической и эволюционной версий институционального описания архитектуры бизнес-деятельности организаций. При этом разработка конструкта бизнес-модели является эволюционным шагом в изучении менеджмента организаций и стратегического управления. Вместе с тем фундаментальная научная проблема создаваемых сегодня подходов заключается в том, что они отталкиваются от искаженного видения экономической реальности, что приводит к конструированию фрагментированных описаний процессов стратегического управления бизнес-деятельностью организации.

Проведенное исследование показывает, что для выхода за рамки традиционной исследовательской парадигмы требуется использовать конструктивистскую методологию, которая ориентирует на изучение процессов экономических взаимодействий субъектов как носителей индивидуальных и коллективных элементов экономической культуры общества. Данная методология дает возможность объяснять создание эндогенных механизмов конструирования институциональных регуляторов стратегического управления и бизнес-модели организации как следствие достижения ценностного согласия. Реализация динамических возможностей формирования стратегических конкурентных преимуществ зависит от соответствия реалиям создаваемой ценностно-институциональной бизнес-модели. Поэтому неоднородность фирм и способы создания добавленной стоимости определяются не только неоднородностью ресурсов, но и ценностно-институциональными особенностями бизнес-моделей.

Выбранная исследовательская перспектива конструирования структурных элементов стратегического управления ориентирует на проведение инновационной трансформации сложившейся ценностно-институциональной бизнес-модели организации с учетом специфики построения конкурентных преимуществ на разных этапах ее жизненного цикла. Успешность осуществления процесса стратегического управления определяется особенностями формирования двух основных структурных составляющих: во-первых, стратегического ценностно-нормативного блока, определяющего общий вектор развития бизнеса; во-вторых, инструментального блока, характеризующего особенности реализации вектора развития при создании ценностно-институционального формата бизнес-модели в рамках данного этапа жизненного цикла, включающего ценностно-нормативное основание, институционально-регулирующий и мониторинговый механизмы. Полученные результаты позволяют системно объяснять влияние ключевых факторов внутренней и внешней деловой среды на изменения структурных элементов стратегического управления бизнес-деятельностью фирмы, ее поведение и результативность.

Предложенный концептуальный подход к анализу процессов построения стратегических преимуществ организаций, основанный на признании интерсубъективной природы бизнес-деятельности, идет дальше доминирующих представлений в вопросах рассмотрения процессов формирования корпоративной стратегии и бизнес-моделей; он ориентирует на учет системной связи ключевых элементов бизнеса, включая его структуру и способы взаимодействия с внутренней и внешней средой. Данный подход не отрицает достижений предыдущих проведенных исследований; он создает объединительную площадку для кон-

струирования теоретико-методологического инструментария и разработки рекомендаций по формированию корпоративной стратегии и бизнес-моделей, обеспечивающих устойчивое развитие конкурентных преимуществ с учетом особенностей бизнес-деятельности в соответствии с современными трендами изменения деловой среды.

Конфликт интересов

Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Список литературы

1. Благоев, Ю. Е. (2011). Эволюция концепции КСО и теории стратегического управления. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия Менеджмента*, (1), 3–26. [Blagov, Yu. E. (2011). Evolution of the concept of CSR and the theory of strategic management. *Bulletin of St. Petersburg University. Management Series*, (1), 3–26. (In Russian).]
2. Бирюков, Е. В. (2022). Теории современного предприятия: новые направления развития. *Экономическое возрождение России*, 74(4), 121–131. [Biryukov, E. V. (2022). Theories of Modern Enterprise: New Directions of Development. *Economic Revival of Russia*, 74(4), 121–131. (In Russian).] <https://doi.org/10.37930/1990-9780-2022-4-74-121-131>
3. Бирюков, Е. В. (2023). ESG-переход как фактор формирования нового вектора развития российских компаний. *Бизнес. Образование. Право*, 64(3), 198–202. [Biryukov, E. V. (2023). ESG transition as a factor in the formation of a new vector for the development of Russian companies. *Business. Education. Law*, 64(3), 198–202. (In Russian).] <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2023.64.761>
4. Виханский, О. С., & Каталевский, Д. Ю. (2022). Конкурентное преимущество в эпоху цифровизации. *Российский журнал менеджмента*, 20(1), 5–27. [Vikhansky, O. S., & Katalevsky, D. Y. (2022). Competitive Advantage in the Era of Digitalization. *Russian Journal of Management*, 20(1), 5–27. (In Russian).] <https://doi.org/10.21638/spbu18.2022.101>
5. Глотова, Е. А., & Глотова, В. В. (2021). Стратегическое управление: анализ концепций. *Известия Дальневосточного федерального университета. Серия: Экономика и управление*, 97(1), 59–69. [Glotova, E. A., & Glotova, V. V. (2021). Strategic Management: Analysis of Concepts. *Proceedings of the Far Eastern Federal University. Series: Economics and Management*, 97(1), 59–69. (In Russian).] <https://doi.org/10.24866/2311-2271/2021-1/126-136>
6. Денисов, И. В., & Винтер, К. А. (2022). Взгляд на эволюцию понятия «бизнес-модель» с позиций зарубежных и отечественных исследователей. *Лидерство и менеджмент*, (1), 9–20. [Denisov, I. V., & Winter, K. A. (2022). A look at the evolution of the concept of "business-model" from the perspective of foreign and domestic researchers. *Leadership and Management*, (1), 9–20. (In Russian).] <https://doi.org/10.18334/lm.6.4.41241>
7. Довбий, И. П., Кобылякова, В. В., & Минкин, А. А. (2022). ESG-переход как новая парадигма глобальной экономики и устойчивых финансов. *Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент*, 16(1), 77–86. [Dovbiy, I. P., Kobyliakova, V. V., & Minkin, A. A. (2022). ESG transition as a new paradigm of the global economy and sustainable finance. *Bulletin of SUSU. Series: Economics and Management*, 16(1), 77–86. (In Russian).] <https://doi.org/10.14529/em220107>
8. Исаева, А. Э., Богданов, С. В., Петрунин, Ю. Ю., Муртузалиева, Т. В., Слепенкова, Е. В., & Пурлик, В. М. (2021). Концептуальные основания формирования конкурентных преимуществ компаний в рамках рыночного и ресурсного подходов. *Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество)*, (4), 49–68. [Isaeva, A. E., Bogdanov, S. V., Petrunin, Yu. Yu., Murtuzaliev, T. V., Slepenskova, E. V., & Purlik, V. M. (2021). Conceptual foundations for the formation of competitive advantages of companies within the framework of market and resource approaches. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 21. Governance (State and Society)*, (4), 49–68. (In Russian).]
9. Климанов, Д. Е., Третьяк, О. А., Горен, У., & Уайт, Т. (2021). Трансформация ценности в инновационных бизнес-моделях: пример фармацевтической индустрии. *Журнал НИУ ВШЭ. Форсайт*, 15(3), 52–65. [Klimanov, D. E., Tretyak, O. A., Goren, W., & White, T. (2021). Value Transformation in Innovative

Business Models: A Pharmaceutical Industry Case. *HSE Journal. Foresight*, 15(3), 52–65. (In Russian.)

10. Кузьмин, С. С. (2022). Стратегии и бизнес-модели фирмы для роста на базе открытых инноваций. *Финансы и управление*, (2), 90–104. [Kuzmin, S. S. (2022). Firm's Strategies and Business Models for Growth Based on Open Innovations. *Finance and Management*, (2), 90 – 104. (In Russian).] <https://doi.org/10.25136/2409-7802.2022.2.37495>

11. Орехова, С. В., Мисюра, А. В., & Баусова, Ю. С. (2020). Стратегия vs. бизнес-модель: эволюция и дифференциация. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (3), 160–181. [Orekhova, S. V., Misyura, A. V., & Bausova, Y. S. (2020). Strategy vs. Business Model: Evolution and Differentiation. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Episode 6. Economics*, (3), 160–181. (In Russian).]

12. Стоянова, О. В., Лезина, Т. А., & Иванова, В. В. (2022). Стратегическое управление компанией в условиях цифровой трансформации: анализ концепций, подходов и методов. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Менеджмент*, 21(3), 370–394. [Stoyanova, O. V., Lezina, T. A., & Ivanova, V. V. (2022). Strategic management of the company in the context of digital transformation: analysis of concepts, approaches and methods. *Bulletin of St. Petersburg University. Series: Management*, 21(3), 370–394. (In Russian).] <http://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2022.303>

13. Фролов, Д. П. (2020). Постинституционализм: за пределами институционального мейнстрима. *Вопросы экономики*, (5), 107–140. [Frolov, D. P. (2020). Postinstitutionalism: Beyond the institutional mainstream. *Voprosy Ekonomiki*, (5), 107–140. (In Russian).] <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-5-107-140>

14. Chandler Jr., A. D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of American Enterprise*. Cambridge, MA: MIT Press.

15. Correani, A., De Massis, A., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., & Natalicchio, A. (2020). Implementing a

Digital Strategy: Learning from the Experience of Three Digital Transformation Projects. *California Management Review*, 62(4), 37–56. <https://doi.org/10.1177/0008125620934864>

16. Dymitrowski, A., & Mielcarek, P. (2021). Business model innovation based on new technologies and its influence on a company's competitive advantage. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, (16), 2110–2128. <https://doi.org/10.3390/jtaer16060118>

17. Guo, H., Zhao, J., & Tang, J. (2013). The role of top managers' human and social capital in business model innovation. *Chinese Management Studies*, 7(3), 447–469. <https://doi.org/10.1108/CMS-03-2013-0050>

18. Landrum, N. E. (2018). Stages of corporate sustainability: Integrating the strong sustainability worldview. *Organization & Environment*, 31(4), 287–313. <https://doi.org/10.1177/1086026617717456>

19. Luiz, J. M., Magada, T., & Mukumbuzi, R. (2021). Strategic responses to institutional voids (rationalization, aggression, and defensiveness): Institutional complementarity and why the home country matters. *Management International Review*, (61), 681–711. <https://doi.org/10.1007/s11575-021-00457-8>

20. Oliver, C. (1997). Sustainable competitive advantage: combining institutional and resourcebased views. *Strategic Management Journal*, 18(9), 697–713.

21. Reficco, E., Layrisse, F., & Barrios, A. (2021). From donation-based NPO to social enterprise: A journey of transformation through business-model innovation. *Journal of Business Research*, (125), 720–732. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.031>

22. Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>

23. Teece, D. J. (2019). A capability theory of the firm: an economics and (Strategic) management perspective. *New Zealand Economic Papers*, 53(1), 1–43. <https://doi.org/10.1080/00779954.2017.1371208>

Бирюков Евгений Витальевич, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности, Уфа, Российская Федерация

E-mail: ebiruykov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6815-4474

Поступила в редакцию 10.04.2024

Подписана в печать 05.07.2024



Management

Original article

UDC: 338.439

DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2024.4/12526>

JEL: B52; L20; L53; M14; M21; Z10

Strategic management of the business activities of an organisation: conceptual aspects

E. V. Biryukov¹✉

¹ Ufa State Petroleum Technological University, 1 Kosmonavtov str.,
450064, Ufa, Russian Federation

Subject. Paradigm changes in the Russian business environment necessitate the search for methods and models of organising business activities to achieve the desired results.

Objectives. To develop a conceptual approach to the analysis of strategic management, focused on the study of institutional mechanisms of transformation of business activities of an organisation and the formation of sustainable competitive advantages.

Methodology. In the study, we applied constructive logic as an interdisciplinary approach, the evolutionary-institutional method, as well as comparative and logical analysis.

Results. The existing vector of scientific search in the field of strategic management relies on theoretical descriptions based on different versions of the institutional approach, which determines the logic of the evolution of theoretical concepts and the prospects for studying the mechanisms of sustainable development of business activities of organisations. The paradigmatic limitation of the emerging conceptual approaches is that they are focused on the study of exogenous processes of forming strategic advantages for organisations. In order to change the paradigm of the approach to strategic management, we proposed to consider the economic interactions between actors in the internal and external environment of an organisation as carriers of economic culture and its values. The chosen research perspective is aimed at the innovative transformation of the value-based institutional format of an organisation's business model, taking into account the specifics of creating strategic advantages at different stages of its life cycle.

Conclusions. The proposed conceptual approach allows, by changing the research paradigm, to prepare analytical tools and recommendations for the development of strategic advantages for organisations, taking into account the specifics of their business activities.

Key words: institutional approach, strategy, evolution of strategic management, business model, competitive advantages.

For citation: Biryukov, E. V. (2024). Strategic management of the business activities of an organisation: conceptual aspects. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management*, (4), 77–89. DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2024.4/12526>

Conflict of Interest

The author declares the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

Evgeniy V. Biryukov, Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Department of Economics and Management at the Enterprise of the Oil and Gas Industry, Ufa, Russian Federation

E-mail: ebiruykov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6815-4474

Received 10.04.2024

Accepted 05.07.2024