



Центр стратегического
предпринимательства

Санкт-Петербург, 2023

От стартапа до глобальной инновационной компании: Развитие источников конкурентных преимуществ российских предпринимательских фирм

Окончательные результаты продленного научного проекта,
поддержанного Российским научным фондом,
номер гранта 19-18-00081-П

Доклад: «Динамика и ограничения процесса легитимизации стартапов: Роль организационной идентификации основателей»

Карпинская Э.О., НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург
Широкова Г.В., НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург
Манолова Т.С., Университет Бентли, США



Мотивация исследования

Соответствие / Conformity

Новые фирмы работают во все более неопределенной и сложной среде -> испытывают неоднозначное давление с целью достижения соответствия нормам и ожиданиям -> необходимость оптимизации усилий по легитимации (Fisher et al., 2016; Fisher et al., 2017).

- Легитимность стартапов требует достижения как определенного уровня соответствия, так и отличительности (Rindova et al., 2005)
- Основатели выступают агентами легитимизации для своих фирм (Fisher, 2020, с. 2) -> соответствующие конфигурации стратегических действий и практик основателей могут позволить стартапам как повысить уровень соответствия нормам, ожиданиям потенциальных стейкхолдеров, так и сигнализировать о своем творческом и инновационном потенциале (Suddaby et al., 2017).
- Процесс принятия решений и поведение основателей в значительной степени определяются тем, как они идентифицируют себя со своими фирмами, т.е. своей организационной идентификацией (Garud et al., 2014; Grimes, 2018; Riketta, 2005).

Отличительность / Distinctiveness

Высокий уровень конкуренции между новыми фирмами, а также между новыми и зрелыми фирмами -> проявление новизны и самобытности стало неотъемлемой частью процесса легитимизации (Buhra et al., 2021; Fisher et al., 2017; Zhao et al., 2017).



Исследовательский вопрос

Как основатели с различными типами организационной идентификации
подходят к процессу легитимизации стартапов?



Теоретическая основа

Как основатели с различными типами организационной идентификации
подходят к процессу легитимизации стартапов?

Организационная идентификация

“когнитивная связь между определением личности и организации” (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994, с. 242)

инструментальная vs внутренняя
(Wagenschwanz & Grimes, 2021)

Легитимизация

процесс достижения или построения легитимности
(Überbacher, 2014)

**действия, ориентированные на соответствие или
отличительность** (Navis & Glynn, 2011; Zhao et al., 2017)

- Противоположные типы организационной идентификации приводят к различным подходам к легитимизации стартапов (Madjar et al., 2011; Mazzelli et al., 2018).
- В процессе легитимизации ожидаются изменения в ориентации действий под воздействием триггеров, связанных с идентичностью основателя, например, когда основатель испытывает противоречия в своей идентичности (Anderson et al., 2019; Cesinger et al., 2022; Mathias and Williams, 2018; Wang et al., 2022).



Методология

Стратегия лонгитюдного кейс-стади с выборкой из 10 кейсов, представленных стартапами

Критерии включения в выборку: (1) новые формы, находящиеся в поисках воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели (Blank, 2013); (2) резиденты одного бизнес-инкубатора; (3) представители высокотехнологичных отраслей.

Стартап	Индустрия	Год основания	Основатели	Работники	Пивоты
Alpha	Туризм, дополненная реальность	2013	3	11	1
Beta	ИТ, недвижимость	2015	1	4	1
Gamma	ИТ	2014	3	12	0
Delta	Обучение, зооуслуги	2015	2	6	0
Epsilon	Реклама	2015	2	10	1
Zeta	Маркетинг	2016	2	25	1
Eta	ИТ, искусство	2013	1	5	1
Theta	ИТ, ЗОЖ	2014	2	3	0
Iota	Производство	2016	2	0	0
Kappa	ИТ, производство	2013	1	10	2



Данные

Сбор данных:

- полуструктурированные интервью (три раунда в период с января 2017 г. по октябрь 2018 г.);
- общедоступные данные (сайты стартапов, профессиональные профили, статьи в Интернете и прессе);
- внутренние документы (бизнес-планы и отчеты);
- количественные данные о результативности стартапов из открытых источников (база данных Спарк-Интерфакс)

Анализ данных:

- стратегия обоснованной теории / grounded theory (Langley, 1999)
- основные этапы:
 - создание хронологического списка событий по каждому стартапу;
 - анализ типов организационной идентификации основателей;
 - выявление действий, направленных на легитимизацию стартапа, и их ориентации (соответствие vs отличительность);
 - анализ вариативности внутри кейсов и между кейсами в зависимости от особенностей организационной идентификации основателей и в течение процесса развития стартапов.

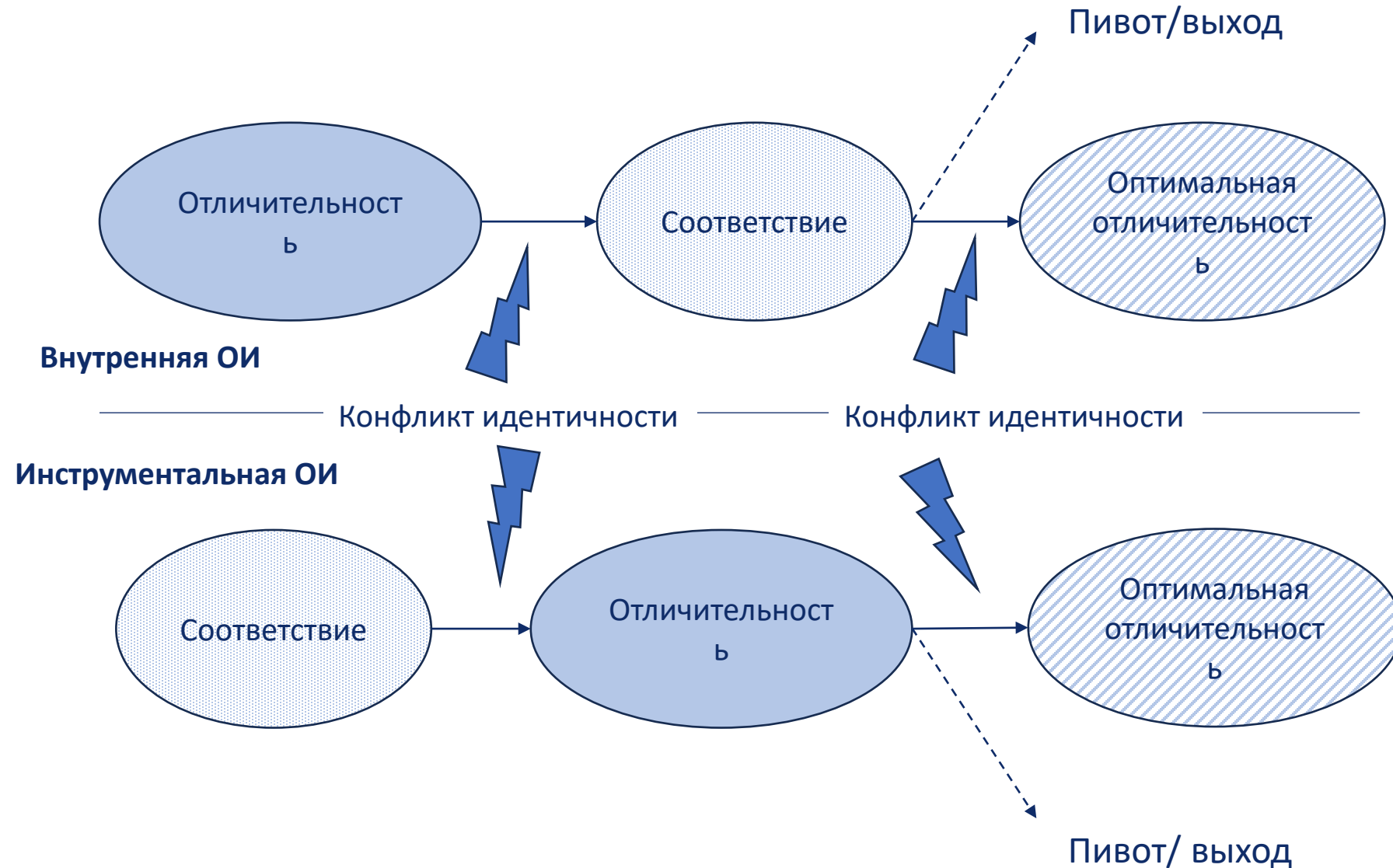
Структура данных



Примеры кодирования

Организационная идентификация	Основатели стартапов	Примеры цитат
Внутренняя	Alpha (после пивота), Beta (до пивота), Eta, Theta, Iota, Kappa (до 1-го пивота)	<p><u>Стартап как расширение «я» основателя (ценности, мечты):</u></p> <p>«Я быстро разочаровался в рынке аренды, он мне не нравился, потому что не соответствовал моим жизненным принципам. Аренда – это скорее обман. [...] Параллельно я готовил проект [Название проекта]. Я создавал его на основе всего полученного опыта. Проект был разработан таким образом, чтобы дать преимущества арендатору или пользователю и владельцу недвижимости» (основатель Beta, 1-е интервью).</p> <p><u>Безусловная привязанность при запуске:</u></p> <p>«Я бы не продавал. Это мой проект; это скорее мое хобби» (сооснователь Eta, 3-е интервью).</p> <p>«Но у меня уже в крови то, что то, что я делаю, является частью моей жизни» (основатель Kappa, 1-е интервью).</p>
Инструментальная	Alpha (до пивота), Beta (после пивота), Gamma, Delta, Epsilon, Zeta, Kappa (после 1-го пивота)	<p><u>Понимание условий добровольного выхода из стартапа:</u></p> <p>«Я создавал проект не просто для того, чтобы получить деньги, а для того, чтобы создать глобальный проект»; «Если робот не заработает, я закрою проект, потому что другого способа занять этот рынок нет, абсолютно» (основатель Beta, 3-е интервью).</p> <p>«[...] мы не собираемся дальше работать над моделью агрегатора, в связи с тем, что она не столь перспективна с точки зрения дохода» (основатель Epsilon, 2-е интервью).</p> <p><u>Отделённость внутреннего «я» основателя от стартапа:</u></p> <p>«Дело жизни — это дело жизни, а бизнес — это бизнес... Я могу не выпендриваться, а делать то, что могу» (сооснователь Gamma, 1-е интервью).</p> <p>«Моя позиция заключается в том, что [...] бизнес создается ради денег» (сооснователь Zeta, 3-е интервью).</p>

Процессная модель легитимизации стартапа



Основные выводы:

- В зависимости от типа организационной идентификации процесс легитимизации развивается либо от соответствия к отличительности, либо от отличительности к соответствию.
- Действия по легитимизации, ориентированные на чрезмерную отличительность или соответствие, связаны с конфликтами идентичности основателя и могут привести к пивотам или выходу из стартапа.
- Оптимальный баланс соответствия-отличительности определяется рамками внутренней и внешней легитимности.



Теоретический вклад

- Исследование проясняет понимание особенностей **феномена оптимальной отличительности** в динамике (см. призыв к дополнительным исследованиям в (Zhao and Glynn, 2022)), выявляя, что баланс между организационными соответствием и отличительностью ограничен поиском как внешних, так и внутренних границ легитимности.
- Исследование расширяет область исследований **парадоксальной природы легитимности**, фокусируясь на угрозах идентичности основателя в процессе легитимизации стартапов. В частности, оно показывает, что стремление стартапов к легитимности может также поставить под угрозу целостность идентичности основателя. Возникающие конфликты идентичности оказывают сильное влияние на благополучие предпринимателя и ход процесса создания фирмы.
- Исследование выявляет, что процесс легитимизации стартапа имеет **ограничения, основанные на идентичности**. Это означает, что предпринимательская идентичность является не только важным ресурсом и стимулирующей силой, как это широко обсуждается в литературе по предпринимательству (Farmer et al., 2011; Hoang and Gimeno, 2010; Murnieks et al., 2019), но также может действовать как ограничение в процессах и решениях, связанных с созданием новых предприятий.



Практическая применимость

- Мы поднимаем вопрос о потенциально **нерациональном использовании подходов к легитимизации**, ориентированных на соответствие и отличительность, в зависимости от типа организационной идентификации. Неправильный выбор механизмов легитимизации, которые не соответствуют внешней среде и/или ожиданиям ключевых заинтересованных сторон, может привести к неудачам в процессе создания новой фирмы.
- В зависимости от типа и степени выраженности организационной идентификации основатели могут **негативно воспринимать изменения** в предпринимательских возможностях, бизнес-идее, концепции фирмы, что приводит к уменьшению энтузиазма, потере интереса или рассеянию внимания. Следовательно, важно проводить обучение различным подходам к легитимизации стартапов, а также делиться мнениями о том, как эти подходы можно совмещать и адаптировать к специфике предпринимательских команд и бизнеса.



Ограничения и направления будущих исследований

- Исследование сосредоточено на контексте России и индустрии высоких технологий. Для более точного понимания связи между организационной идентификацией основателей и легитимизацией стартапов необходимы исследования, охватывающие новые фирмы, представляющие другие отрасли и национальные контексты.
- Выборка состоит в основном из предпринимателей-мужчин -> Существуют возможности для изучения эффектов гендерной идентичности в процессе легитимизации стартапов.
- Вопрос о возможных сдвигах в организационной идентификации в результате предпринимательских решений и действий основателей остается открытым -> В дальнейших исследованиях предлагается обратить внимание на предпосылки организационной идентификации предпринимателей и триггеры сдвигов в их понимание себя по отношению к своим фирмам.



Центр стратегического
предпринимательства

Санкт-Петербург, 2023

От стартапа до глобальной инновационной компании: Развитие источников конкурентных преимуществ российских предпринимательских фирм

Окончательные результаты продленного научного проекта,
поддержанного Российским научным фондом,
номер гранта 19-18-00081-П

Доклад: «Динамика и ограничения процесса легитимизации стартапов: Роль организационной идентификации основателей»

Карпинская Э.О., НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург
Широкова Г.В., НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург
Манолова Т.С., Университет Бентли, США

