

**К измерению и оценке стратегических ориентаций и способностей методами
компьютерного анализа текстовых данных**

Научный руководитель – Третьяк Ольга Анатольевна

Кабанов Дмитрий Александрович

Аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Высшая
школа бизнеса, Москва, Россия

E-mail: dkabanov@hse.ru

В условиях высокого динамизма внешней среды и постоянной адаптации российских технологических компаний к быстроизменяющейся конкурентной обстановке особенно ценными становятся новые, более чувствительные к происходящим изменениям способы оценки стратегических ориентаций (предпринимательской, рыночной и др.) и организационных способностей. В этом отношении методы компьютерного анализа текста представляют одно из наиболее перспективных исследовательских направлений.

По сравнению с опросами и интервью такие методы позволяют изучать организационные явления с использованием данных *организационного* уровня (содержимое корпоративных веб-сайтов, отчеты компаний и проч.) [1]. Подобные данные возможно собирать и анализировать в лонгитюдном, неинвазивном формате, а также оценивать их изменения в динамике. При этом методы компьютерного анализа текста обеспечивают высокий уровень воспроизводимости и проверяемости результатов.

Однако для отечественной научной литературы по менеджменту это направление является новым — компьютерный анализ текста в России обычно применяют лишь для оценки трендов и в библиометрических исследованиях [2]. В мире это направление развивается активнее, тем не менее, его методологические основы до сих пор формируются [3, 4, 5]. Не в полной мере решены вопросы, связанные с разработкой текстовых индикаторов (метрик) стратегических конструкторов. Существующие подходы разрозненны, поэтому даже в новых исследованиях порой используются устаревшие, во многом некорректные методики, повышающие риск возникновения ошибок [3].

С учетом данной специфики предметом исследования выбраны подходы к разработке текстовых метрик стратегических конструкторов, а целью — анализ и систематизация таких подходов, выявление проблемных мест. Для этого проведен обзор (с элементами систематического поиска) более 70 *узкоспециализированных* эмпирических работ, использующих компьютерный анализ текста для оценки предпринимательской ориентации, динамических способностей и других стратегических конструкторов.

В результате — предложена типология подходов к разработке текстовых метрик таких конструкторов и выделены методологические проблемы, характерные для исследований с использованием компьютерного анализа текста:

- 1) проблема соответствия концептуального (теоретического) определения конструктора характеру текстовых материалов, выбранных для его исследования;
- 2) нехватка дедуктивной и индуктивной проработки текстовых метрик конструкторов;
- 3) проблема учета особенностей контекста (коммуникационного, индустриального) в процессе разработки текстовых метрик исследуемых конструкторов;
- 4) низкий уровень использования современных методов обработки и анализа естественного языка при разработке текстовых метрик конструкторов.

Результаты работы формируют основу для совершенствования подходов к оценке стратегических конструкторов методами компьютерного анализа текста и ознакомления российских исследователей в области менеджмента с особенностями таких подходов.

Источники и литература

- 1) Arora, S.K., Li, Y., Youtie, J., Shapira, P. Measuring dynamic capabilities in new ventures: exploring strategic change in US green goods manufacturing using website data // The Journal of Technology Transfer. 2020, №45(8). p. 1451–1480.
- 2) Gokhberg, L., Meissner, D., Kuzminov, I. What semantic analysis can tell us about long term trends in the global STI policy agenda // The Journal of Technology Transfer. 2022, №48(6). p. 2249–2277.
- 3) McKenny, A.F., Aguinis, H., Short, J.C., Anglin, A.H. What doesn't get measured does exist: Improving the accuracy of computer-aided text analysis // Journal of Management. 2018, №44(7). p. 2909–2933
- 4) Short, J.C., Broberg, J.C., Coglisier, C.C., Brigham, K.H. Construct validation using computer-aided text analysis (CATA) an illustration using entrepreneurial orientation // Organizational research methods. 2010, №13(2). p. 320–347.
- 5) Ugur, N., Belderbos, R., Kelchtermans, S., Leten, B. The Long March: The quest for valid text-based indicators of exploration and exploitation // Strategic Organization. 2024, №22(2). p. 269–296.