

УДК 338.242.2

DOI: 10.26140/anie-2020-0902-0038

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

© 2020

SPIN: 7467-7020

Author ID: 327326

SPIN: 6187-3785

Author ID: 740231

Зиновьева Ольга Геннадьевна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Организация производства»**Савин Алексей Геннадьевич**, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Организация производства»
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва
(443086, Россия, Самара, Московское шоссе, 34, alandol@mail.ru)

Аннотация. Стратегическое предпринимательство обычно определяется как организационно вытекающие инновации в рамках существующих организаций, которые включают синтез поведения, направленного на поиск возможностей и преимуществ стратегического предпринимательства. Сфокусированное на преобразовании организаций посредством инноваций, представляет собой конструкцию, которая вызвала большой практический и научный интерес в предшествующие десятилетия. Опираясь на многие работы по этой тематике, статья призвана выявить текущие ограничения и основные исследовательские проблемы стратегического предпринимательства. Опираясь на обширные исследования по стратегическому управлению, инновационному предпринимательству были исследованы текущие концепции стратегического предпринимательства. Были определены четыре составляющих стратегического предпринимательства: содержание, процесс, контекст и критерии. Исследование показало, что что у ученых все еще есть достаточно возможностей внести свой вклад в правильное определение стратегического предпринимательства, точно понять, как стратегическое предпринимательство проявляется в организациях, выявить релевантную и подходящую внутреннюю и внешнюю среду для проникновения стратегического предпринимательства, а также определить соответствующие последствия и результаты успешного стратегического предпринимательства. В работе обозначено, что стратегическое предпринимательство продолжает оставаться темой, представляющей большой интерес и важность. Несмотря на такое привлечение внимания ученых, этот организационный феномен остается весьма неоднозначным. Текущая работа демонстрирует недостатки и ограничения существующих концепций и предполагает, что необходимы дополнительные усилия для уточнения и развития научного дискурса вокруг стратегического предпринимательства.

Ключевые слова: стратегическое предпринимательство, инновации, управление изменениями, организация, конкурентные преимущества, эффективное поведение, концепция, корпоративное предпринимательство, инновационное поведение.

SUBSTANTIVE ASPECTS OF STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP

© 2020

Zinovieva Olga Gennadiyevna, candidate of economic Sciences, associate Professor
of the Department of «Organization of Production»**Savin Alexey Gennadiyevich**, candidate of economic Sciences, associate Professor
of the Department of «Organization of Production»
Samara National Research University(443086, Russia, Samara, Moskovskoe shosse, 34, alandol@mail.ru)

Abstract. Strategic entrepreneurship is usually defined as organizationally emerging innovations within existing organizations that include a synthesis of behavior aimed at finding the opportunities and advantages of strategic entrepreneurship. Focused on transforming organizations through innovation, it is a design that has aroused great practical and scientific interest in previous decades. Based on many works on this topic, the article is designed to identify current limitations and the main research problems of strategic entrepreneurship. Based on extensive research on strategic management, innovative entrepreneurship, the current concepts of strategic entrepreneurship were investigated. Four components of strategic entrepreneurship were identified: content, process, context and criteria. The study showed that scientists still have enough opportunities to contribute to the correct definition of strategic entrepreneurship, to accurately understand how strategic entrepreneurship manifests itself in organizations, to identify the relevant and suitable internal and external environment for the penetration of strategic entrepreneurship, and to determine the corresponding consequences and results of successful strategic entrepreneurship. The paper indicates that strategic entrepreneurship continues to be a topic of great interest and importance. Despite this attracting the attention of scientists, this organizational phenomenon remains highly controversial. The current work demonstrates the shortcomings and limitations of existing concepts and suggests that additional efforts are needed to clarify and develop the scientific discourse around strategic entrepreneurship.

Keywords: strategic entrepreneurship, innovation, change management, organization, competitive advantage, effective behavior, concept, corporate entrepreneurship, innovative behavior.

ВВЕДЕНИЕ

Стратегическое предпринимательство относится к широкому спектру форм предпринимательской деятельности или инноваций, принятых фирмами, стремящимися к конкурентным преимуществам. Это подход к достижению превосходных результатов за счет как постепенных, так и прерывистых инноваций и сочетания стратегической и предпринимательской деятельности. Кроме того, стратегическое предпринимательство было признано «уникальной формой стратегии», в которой фирма понимает, что устойчивое конкурентное преимущество не опирается на какой-либо один источник ком-

петенции [1]. Скорее, устойчивое конкурентное преимущество зависит от способности фирмы развивать поток постоянных инноваций, чтобы опережать конкурентов.

Опираясь на предпринимательские характеристики фирмы и наблюдая за направленной на инновации деятельностью и поведением, фирма, использующая стратегическое предпринимательство, ищет принципиально новые возможности, чтобы разрушить существующие конкурентные условия отрасли или создавать и исследовать новые рынки. Соответственно, фирмы, занимающиеся стратегическим предпринимательством, являются стратегически гибкими, желающими измениться,

используя имеющиеся знания и импортируя новые знания, чтобы изменить ассортимент своей продукции, расширить товарные рынки или трансформировать свои процессы.

Несмотря на растущий интерес среди ученых и широкое признание неотъемлемой ценности синтеза стратегии и предпринимательства, стратегическое предпринимательство остается неоднозначным и недостаточно развитым. Существует сдержанность в отношении включения или дальнейшего отличия этого явления от других организационных процессов, что усугубляет неопределенность, окружающую основные характеристики и отличительные особенности стратегического предпринимательства.

Соответственно, ученые из всех сил пытались ввести в действие или подтвердить эту конструкцию, но никакие стандартные меры не были широко приняты. Существует слишком много неясности в отношении того, как стратегическое предпринимательство согласуется с другими базовыми литературными источниками и организационными процессами, как именно оно проявляется в организациях, в каких контекстах оно наиболее эффективно и какие результаты важны для исследования и измерения. Поэтому полезно обратить внимание на диагностику современных концепций стратегического предпринимательства и ограничений существующей литературы.

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель данной работы заключается в улучшении понимания природы и процессов стратегического предпринимательства, выявлении необходимых границ и контекстов, а также в разработке исследовательских задач, важных для его развития как конструкта, представляющего научный интерес.

Стратегическое предпринимательство признается как попытка фирмы «сочетать эффективное поведение, направленное на поиск возможностей (т.е. предпринимательство), с эффективным поведением, направленным на поиск преимуществ (т.е. стратегическое управление)» [2]. Стратегическое управление имеет дело с тем, как фирмы достигают и поддерживают конкурентное преимущество.

Это требует сосредоточения внимания на конкуренции посредством стратегии, позиционирования, бенчмаркинга и разработки редких, ценных ресурсов и возможностей. И наоборот, предпринимательство – это процесс «творческого разрушения», когда инновации разрушают существующие структуры, чтобы открывать и использовать выгодные возможности, позволяя использовать ресурсы и возможности новыми и уникальными способами в качестве средства для развития благосостояния. Это включает в себя действия, направленные на создание (например, новых предприятий и организаций, новых комбинаций товаров и услуг или уникальных конфигураций ресурсов и возможностей), помогая отличить его от стратегии.

В основе стратегического предпринимательства, как и всего предпринимательства, лежит инновация. Инновации имеют первостепенное значение для организаций; без инноваций фирмы не являются предпринимателями, а без предпринимательства на уровне фирм перед организациями стоит задача повысить уровень своей конкурентоспособности или улучшить финансовые показатели фирмы. Инновации – это то, что позволяет организациям активно и творчески совершенствоваться и конкурировать на изменяющихся и конкурентных рынках, предлагая возможность привлекать и заинтересовывать потребителей таким образом, чтобы развивать конкурентные преимущества и приносить доход [3].

Исходя из литературных источников, посвященных предпринимательским организациям, ученые стали пристально концентрироваться на балансе между исследованием (поиск возможностей) и эксплуатацией (поиск преимуществ) и необходимостью интеграции стратегии

и предпринимательства при исследовании организационных действий, направленных на создание материальных благ [4, 5].

Интересная модель была предложена в работе [6], одобряя стратегическое предпринимательство как уникальную и отличительную конструкцию и определяя ее размеры. Последующая работа расширила подход и привлекательность стратегического предпринимательства, исследуя, как оно создает ценность и конкурентное преимущество, с вкладом, накапливающимся посредством различных концептуальных, теоретических и эмпирических средств.

Стратегическое предпринимательство, несомненно, коренится в изменениях; то есть инновация заключается в продвижении в какое-то новое состояние. Как отмечено в [7], «инновации – это средство изменения организации, будь то в ответ на изменения во внутренней или внешней среде или в качестве упреждающего действия, предпринимаемого для воздействия на окружающую среду».

Таким образом, фирмы, преследуя стратегическое предпринимательство через различные стратегические инновации должны быть готовы к трансформации и адаптации, а также активно работать над изменениями, поскольку они используют преимущества и исследуют возможности в своих конкретных условиях. Из-за очевидных общих черт, литература по организационным изменениям предлагает потенциально полезную структуру, чтобы помочь в оценке стратегического предпринимательства [8, 9].

Темы исследований, общие для понимания организационных изменений, вращаются вокруг понятий: содержания, процессов, контекста и критериев. Соответственно, исследования, ключевые параметры конструкции, наблюдаемые ограничения и будущие направления исследований в области стратегического предпринимательства будут сформированы вокруг этих четырех категорий.

Первая категория (содержание) будет сосредоточена на содержании и природе стратегического предпринимательства. Процесс рассмотрения в отношении стратегического предпринимательства помогает генерировать размышления об определении конкретных действий, предпринимаемых в качестве стратегического предпринимательства. Акцент на контексте стратегического предпринимательства позволяет учитывать силы или условия, существующие во внутренней и внешней среде организации, когда они преследуют стратегическое предпринимательство. Наконец, взгляд на критерии призван привлечь внимание к соответствующим отношениям и результатам стратегического предпринимательства.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Категория содержание. Природа стратегического предпринимательства была темой обсуждения в течение нескольких лет. Авторы [10, 11] называют стратегическое предпринимательство как любые организационно вытекающие инновации в рамках существующей фирмы, которые не требуют создания нового бизнеса. Также стратегическое предпринимательство рассматривается как концептуальная область для того, как лица, принимающие организационные решения, систематически используют творческий потенциал сложной динамики.

Иногда стратегическое предпринимательство рассматривается как отдельный процесс вывода чего-то нового на рынок, основанный на сочетании инноваций, идентификации возможностей и роста.

Разнообразие в описании привело к общей путанице в терминах, вызвало проблемы в определении границ и создало недостатки в разработке надлежащих инструментов для измерения стратегического предпринимательства.

Поскольку предпринимательство, как правило, рассматривается не как одно отдельное действие, а как модель поведения, растет понимание единства стратегиче-

ского предпринимательства как отдельного процесса, преднамеренного или быстрого развития стратегического и предпринимательского поведения. Следовательно, и в свете наиболее интересных интерпретаций, наблюдаемых в литературе, стратегическое предпринимательство определяется здесь как организационно значимые инновации в рамках существующих фирм, которые включают сочетание/интеграцию поведения, направленного на поиск возможностей и преимуществ.

Такое определение стратегического предпринимательства предлагает конкретизацию по существенным характеристикам, избегает элементов термина, определяемого в определении, и не настолько узок, что ограничивает креативность и актуальность его исследования. Поэтому, хотя остается двусмысленность в отношении того, что именно представляет собой поведение, направленное на поиск возможностей и/или преимуществ, ученые могут свободно исследовать стратегическое предпринимательство с помощью различных форм инноваций, включая те, которые направлены на продукты, услуги, процессы, возможности, структуры, конкурентоспособность, пространства, бизнес-модели и организационные стратегии.

В свете описания стратегического предпринимательства, предложенного выше, и акцента на инновации, кажется справедливым задать вопрос, как можно отличить стратегическое предпринимательство от других форм предпринимательства. В то время как многие другие формы предпринимательства могут служить контекстуальными сферами, в которых может происходить стратегическое предпринимательство (например, диверсификация, интернационализация, стратегические альянсы/сети), важным дифференцирующим фактором стратегического предпринимательства являются отношения и интеграция поведения, ориентированного на поиск возможностей и преимуществ.

Существуют неоспоримые и неотъемлемые противоречия в поведении, связанном с исследованием и эксплуатацией, которые основаны на ограниченных ресурсах организации и эксплуатационных, структурных и культурных атрибутах, необходимых для использования каждого типа поведения, что делает стратегическое предпринимательство трудной задачей для выполнения (особенно одновременно).

Несмотря на какое-либо согласие, достигнутое посредством вышеупомянутого описания стратегического предпринимательства, и формирования границ, отличающих его от других предпринимательских форм, требуется больше знаний. Все еще существует неопределенность в отношении специфики поведения и частоты или степени предпринимательского поведения (направленного на стратегически важные инновации), которые могли бы квалифицировать фирму или отдельное лицо как удовлетворяющие требованиям для рассмотрения как стратегическое предпринимательство. Через какое поведение или действия стратегическое предпринимательство легче всего распознается? Нужно ли превышать какой-то порог, прежде чем фирма будет считаться стратегически предпринимательской? Это количество или качество инновационных моделей поведения, которые позволяют признать стратегическое предпринимательство? На эти вопросы еще предстоит ответить.

Категория процесс. Авторы работы [6] предложили модель стратегического предпринимательства, построив ряд измерений, которые интегрируются организацией для создания богатства в различных экономических системах. Эти аспекты включают в себя предпринимательское мышление, предпринимательскую культуру, предпринимательское лидерство, стратегическое управление ресурсами и применение творчества.

Сочетание этих элементов приводит к конкурентному преимуществу и, в конечном итоге, к созданию богатства. Были рекомендованы альтернативные модели стратегического предпринимательства:

- как линейный процесс, предназначенный для развития конкурентного преимущества: предпринимательские действия (выявление возможностей) инициируют стратегическое поведение (управление ресурсами), которое снова приводит к предпринимательскому поведению (применение творчества и инноваций);

- стратегическое предпринимательство рассматривается как сложный набор явлений, характеризующихся колебаниями, необратимостью, нелинейностью и нестабильностью.

В соответствии с современными взглядами на инновации как многоуровневое явление, дополнительные усилия охватывают несколько уровней анализа. Это позволяет включить организационные и отдельные элементы как часть процесса стратегического предпринимательства, которого не было в более ранних моделях.

Поскольку модели продолжают развиваться, остается достаточно места для открытий. Основываясь на интерпретации стратегического предпринимательства как отдельного стратегического и предпринимательского поведения, ключевыми элементами, отмеченными в большинстве моделей, по-видимому, будут управление ресурсами и применение творчества для развития инноваций [12].

Наблюдения, отмеченные выше, демонстрируют прогресс, достигнутый в понимании процесса и поведения, которые составляют стратегическое предпринимательство, но, что более важно, подчеркивают многие проблемы, существующие в этой области.

Категория контекст. Как признанная форма корпоративного предпринимательства, инновационное поведение происходит в рамках существующей или созданной фирмы. Ученые рассматривали выгоды стратегического предпринимательства от создания и получения стоимости как с помощью коммерческих, так и некоммерческих фирм, в широком спектре отраслей и стран и даже в семейно-ориентированных фирмах [13, 14]. Несмотря на эти усилия, исследователям еще предстоит окончательно определить, подходит ли стратегическое предпринимательство для всех фирм или отраслей или существуют какие-либо различия в способности фирм успешно демонстрировать стратегическое предпринимательство на основе некоторой комбинации организационных характеристик.

Организационные факторы, такие как размер, высшее руководство, процессы разработки стратегии, структура и культурные элементы, являются ключевыми непредвиденными обстоятельствами, выявленными в ходе более ранних исследований по предпринимательству на уровне компаний, и служат подходящим руководством для обобщения контекстуальных факторов для стратегического предпринимательства.

Показано, что размер влияет на предпринимательство на уровне фирм: более мелкие фирмы усиливают инновационное поведение благодаря своей способности быстрее меняться и использовать возможности эксплуатации или исследования.

Лидерство оказывает существенное влияние, так как лидеры с предпринимательским мышлением и которые развивают предпринимательскую культуру представляют важный вклад в стратегическое предпринимательство. Например, предметное исследование предполагает, что как старшие, так и менеджеры среднего звена играют неотъемлемую роль в инициировании и развитии (и содействии выполнению) стратегического предпринимательства [15].

Помимо внутренних факторов, стратегическое предпринимательство также управляется и находится под влиянием внешней среды фирмы. Экологические контексты и факторы влияния уже давно ассоциируются с инновациями и предпринимательством на уровне фирм и все чаще включаются в стратегическое предпринимательство.

Эмпирическая работа способствовала преимуще-

ствам и последствиям динамичной, разнообразной и сложной среды для предпринимательских фирм. Более специфические факторы, такие как интенсивность конкуренции, технологические изменения, фрагментация товарного рынка продуктов, также были признаны значимыми для стратегического предпринимательства, но отношения еще предстоит подтвердить.

Иницирующие события, как внутренние (например, снижение прибыли или продаж, смена высшего руководства), так и внешние (например, действия конкурентов, изменение запросов клиентов или поставщиков), могут также способствовать возникновению обстоятельств, связанных со стремлением компании к стратегическому предпринимательству, однако огромное число этих возможных факторов остается неизученным.

Множество других внутренних и внешних контекстных факторов, помимо отмеченных здесь, могут влиять на стратегическое предпринимательство или на его результаты. Межфирменные сети являются еще одним интересным контекстом для изучения стратегического предпринимательства. Здесь открываются широкие возможности для будущих исследований, которые могут быть теоретически обоснованы, что позволит значительно расширить базу знаний о стратегическом предпринимательстве.

Категория критерий. Как отмечалось в первоначальных исследованиях о достоинствах стратегического предпринимательства, ожидаемые результаты включают улучшение конкурентных преимуществ и, более отдаленно, создание материальных благ. Некоторые авторы более конкретно определили конкурентные возможности и стратегическое перераспределение как результаты стратегического предпринимательства. Значительная часть внимания была приложена к теоретическому и концептуальному развитию, но существует нехватка практической или эмпирической поддержки для развития базы знаний. Большинство эмпирических исследований результатов стратегического предпринимательства отметили его положительное влияние на финансовые показатели фирмы [16-22].

Помимо простого рассмотрения типичных результатов, связанных с финансовыми показателями, некоторые исследовали множество других результатов на организационном уровне. Например, в работе [23] признавались результаты, которые были потенциально положительными, нейтральными или негативными, включая культуру поддержки предпринимательства, передовые инновационные возможности, повышение репутации и экономические потери. Эти авторы также рассмотрели возможные положительные, нейтральные или отрицательные результаты для людей, связанных со стратегическим предпринимательством, такие как продвижение по службе, крушение карьеры, развитие социальных сетей и финансовое вознаграждение.

ОБСУЖДЕНИЕ

Как обозначалось в данной работе, стратегическое предпринимательство продолжает оставаться темой, представляющей большой интерес и важность. Несмотря на такое привлечение внимания ученых, этот организационный феномен остается весьма неоднозначным. Текущая работа демонстрирует недостатки и ограничения существующих концепций и предполагает, что необходимы дополнительные усилия для уточнения и развития научного дискурса вокруг стратегического предпринимательства. Таким образом, ученые продолжают заниматься вопросами «кто, что, где, когда, как и почему», которые продолжают мешать нашему пониманию стратегического предпринимательства.

Используя структуру, заимствованную из литературы по управлению изменениями, были определены многочисленные будущие направления исследований с целью привлечения дополнительных усилий и продолжения создания базы знаний стратегического предпринимательства. Сосредоточение внимания на содержании

стратегического предпринимательства помогло идентифицировать многочисленные описания стратегического предпринимательства, которые привели к определенной путанице, а также предоставило некоторые границы, в которых следует рассматривать стратегическое предпринимательство [24].

В условиях постоянно меняющейся конкурентной среды может также оказаться полезным изучить вопрос о том, могут ли современные проблемы в области управления влиять на стратегическое предпринимательство. Например, какое влияние оказывают технологические разработки и оцифровка бизнес-моделей на стратегическое предпринимательство? Оказывают ли аналитические возможности и достижения в технической инфраструктуре влияние на успешное внедрение стратегического предпринимательства, открывая его для большего числа фирм? Следует ли рассматривать «цифровую» экономику как уникальный контекст для исследований и эксплуатации? Являются ли данные, как ценный ресурс, изменением того, как стратегическое предпринимательство проводится в фирмах, или изменением типов инноваций, преследуемых фирмами? Существуют ли новые возможности или процессы, необходимые для успешного использования стратегического предпринимательства в цифровой экономике, или существуют уникальные интеграции с другими элементами, которые разрушают напряженность исследования и эксплуатации? Требуется ли цифровая экономика рассмотрения нового набора результатов, таких как знания, распознавание возможностей (достигаемое с помощью анализа данных и визуализации), увеличение запасов данных и потоков данных?

ВЫВОДЫ

Корпоративные инновации остаются темой широкого интереса. Они проявляются как относительная константа в диалоге руководителей организаций, обычно проявляющаяся в общении с акционерами, передаче сообщений потребителям и сигналах конкурентам. Несмотря на этот интерес и многочисленные достижения в области исследований стратегического предпринимательства, рекомендации относительно того, что такое стратегическое предпринимательство и как стратегическое предпринимательство на самом деле достигается организациями, остаются ограниченными.

В рамках данного исследования стратегическое предпринимательство было проанализировано на предмет его содержания, процесса, контекста и соответствующих критериев. Помимо отдельных пробелов в исследованиях, выявленных в ходе данной работы, дальнейшее изучение конфигураций инновационного поведения, организационных процессов и контекстуальных факторов может дать ценную информацию о стратегическом предпринимательстве, а также исследования, основанные на междисциплинарном синтезе, теоретических сопоставлениях.

В целом выводы, сделанные на основе этой оценки, предполагают, что у ученых еще есть достаточно возможностей для того, чтобы внести свой вклад в правильное определение стратегического предпринимательства, точно понять, как стратегическое предпринимательство проявляется в организациях, выявить соответствующие и благоприятные внутренние и внешние условия для развития стратегического предпринимательства и определить соответствующие последствия и результаты успешного стратегического предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Борохов В.Н., Борохова С.А., Борохов Д.В. Стратегическое управление развитием малого предпринимательства в городском округе. М.: Научные технологии, 2016. 188 с.
2. Кожеева О.В. Модели и методы стратегического управления в электронном предпринимательстве // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. № 3. С. 19-25.
3. Костин К.Б. Совершенствование методологии технологий стратегического управления маркетингом и эффективность бизнеса на российском рынке туристских услуг. СПб.: ФГАОУ ВО СПбПУ, 2016. 284 с.

4. Иванов В.Н., Суровцев Д.С. Система мер государственной поддержки малого предпринимательства: концептуально-стратегический подход // *Безопасность Евразии*. 2008. № 3 (33). С. 97-109.
5. Чулкова Е.А. Экономико-математические методы в стратегическом управлении организациями. Оренбург: ФГБОУ Оренбургский ГАУ, 2017. 72 с.
6. Hitt M., Ireland R., Sirmon D., Trahms C. Strategic entrepreneurship: Creating value for individuals, organizations, and society // *Academy of Management Perspectives*. 2011. №2(25). С. 57-75.
7. Герасимов Б.Н. О моделировании технологии совершенствования корпоративного управления компанией // *Менеджмент и бизнес-администрирование*. 2007. № 2. С. 90-94.
8. Sulkowski L., Grandys, E. New challenges in change management. Warszawa: Peter Lang AG, 2018. 200 p.
9. Корнеева Е.Н., Герасимов Б.Н. Управление изменениями на предприятиях. Тольятти: Изд-во Волжского ун-та им. В.Н. Татищева, 2008. 148 с.
10. Каранина Е.В. Управление рисками предпринимательства с учетом регионально-отраслевых факторов: методы и модели стратегической оценки и оптимизации. Киров: Старая Вятка, 2010. 463 с.
11. Никулина О.В. Стратегическое управление инновационным развитием предпринимательства в европейских странах на основе совершенствования финансового стимулирования инновационных процессов // *Дружковский вестник*. 2016. № 4 (12). С. 55-64.
12. Герасимов К.Б. Влияние развития бизнес-процессов на организационное поведение // *Вестник НГИЭИ*. 2019. № 8 (99). С. 66-76.
13. Францева-Костенко Е.Е. Стратегическое управление регионом в нестабильной экономике. Нижний Новгород: Нижегородский институт управления - филиал РАНХиГС, 2015. 190 с.
14. Беснятых В.И., Лукин А.С., Папырин В.Б. Организационные основы формирования стратегических альянсов в предпринимательстве. Киров: Аверс, 2011. 151 с.
15. Герасимов Б.Н. Введение в менеджмент: теория, методология, технологии. - Самара: НОАНО ВПО СИБУ, 2014. - 384 с.
16. Борисенко В.П. Методология аудита стратегических систем управления. М.: Московский гуманитарный университет, 2015. 252 с.
17. Берлин С.И., Петров Д.В., Богдашев И.В., Адаменко А.А. Стратегические приоритеты развития предпринимательства в Краснодарском крае // *Экономика и предпринимательство*. 2014. № 11-4 (52). С. 182-187.
18. Гайдай О.В. Проблемы и перспективы производственной безопасности региона как детерминанта предпринимательской деятельности // *Балканско научно обозрение*. 2019. Т. 3. № 3 (5). С. 78-82.
19. Руденко Л.Г. Социально-экономическая роль малого предпринимательства сферы услуг в поступательном развитии России // *Актуальные проблемы экономики и права*. 2016. Т. 10. № 1 (37). С. 62-70.
20. Яруллин Р.Р. Договорные взаимоотношения между субъектами предпринимательской деятельности // *Балтийский гуманитарный журнал*. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 376-378.
21. Уварова К.С. Повышение потенциала субъектов малого и среднего предпринимательства за счет управления их инновационной активностью на региональном уровне // *Вестник НГИЭИ*. 2018. № 4 (83). С. 103-115.
22. Арнаут М.Н., Блинов М.П., Богданова А.В. Теоретический обзор стратегических целей и тактических задач динамичного развития предпринимательства // *Карельский научный журнал*. 2018. Т. 7. № 4 (25). С. 57-60.
23. Kuratko D.F., Morris M.H. Corporate entrepreneurship: the dynamic strategy for 21st century organizations // *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth*. 2003. №14. С. 21-46.
24. Бездудная А.Г., Герасимов К.Б. Развитие организационной структуры управления промышленным предприятием в процессе реализации инновационной стратегии // *Российский экономический интернет-журнал*. 2016. № 2. С. 5.

Статья поступила в редакцию 04.02.2020

Статья принята к публикации 27.05.2020