

Стратегическое предпринимательство в России в период экономического кризиса

Галина Широкова

Профессор^а; главный научный сотрудник^б, shirokova@gsom.pu.ru

Людмила Иввонен

Аспирант^а, ivvonen@gmail.com

Елена Гафорова

Профессор^б, gafforova.eb@dvfu.ru

^а Высшая школа менеджмента, Санкт-Петербургский государственный университет, 199004, Санкт-Петербург, Волховский пер., 3

^б Школа экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет, 690091, Владивосток, ул. Суханова, 8

Аннотация

В статье представлены результаты эмпирического исследования связи компонентов стратегического предпринимательства (в частности, предпринимательского мышления, инновационной деятельности, управления ресурсами и конкурентного преимущества) с продуктивностью российского малого и среднего бизнеса в условиях экономического кризиса. Для тестирования теоретической модели были использованы данные опроса российских компаний

в период спада и последующей стагнации 2015–2016 гг. Авторы приходят к выводу, что предпринимательский компонент стратегического предпринимательства положительно связан с результатами деятельности малых и средних фирм, тогда как объединенный показатель предпринимательского мышления и конкурентного преимущества негативно связан с результатами деятельности бизнеса за пределами Центрального федерального округа.

Ключевые слова: стратегическое предпринимательство; инновации, предпринимательское мышление; стратегическое управление ресурсами; конкурентное преимущество; малый и средний бизнес; результаты деятельности; экономический кризис; Россия.

Цитирование: Shirokova G., Ivvonen L., Gafforova E. (2019) Strategic Entrepreneurship in Russia During Economic Crisis. *Foresight and STI Governance*, vol. 13, no 3, pp. 62–76. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.3.62.76

Негативное влияние экономического кризиса на бизнес, особенно малый и средний, выражается в снижении темпов его развития и росте числа банкротств. Введение экономических и политических санкций против России в середине марта 2014 г. привело к сокращению торгового сотрудничества отечественных компаний с зарубежными партнерами в различных областях, а также к необходимости замены импорта эквивалентными товарами, производимыми внутри страны. Кризис проявился в одновременном ухудшении целого ряда макроэкономических показателей, что отразилось на различных отраслях, регионах и фирмах неравномерно. В частности, по данным Росстата¹, он привел к падению ВВП на 3.7% в 2015 г. и последующей стагнации на уровне 0.3% в 2016 г., девальвации национальной валюты почти на 50% на фоне двукратного обвала цен на нефть, увеличению инфляции до 12.9% в 2015 г. (5.38% — в 2016 г.) и уровня безработицы — до 5.6% в 2015 г. (5.4% — в 2016 г.), что повлекло за собой глубокий спад инвестиций и доходов населения. Кризис существенно изменил требования к организационным компетенциям и конкурентные условия.

Управление малым и средним бизнесом (МСБ) становится серьезным вызовом в кризисный период, поскольку предприятия, осуществляющие деятельность в значительно меньших масштабах в сравнении с крупными фирмами, испытывают трудности с привлечением финансового капитала и человеческих ресурсов [Carreira, Silva, 2010; Schmitt et al., 2010]. Доля МСБ в структуре отечественного ВВП составляет всего 21.9% при среднеевропейском диапазоне 50–60%². Однако даже в стабильных условиях российский МСБ испытывает серьезную нехватку ресурсов для реализации своих целей [Ченуренко, 2015], а экономический спад лишь дополнительно усугубляет его положение.

Огромное значение в этой связи приобретает поиск подходов к управлению компанией в условиях экономической турбулентности. Одним из таких подходов может служить развитие стратегического предпринимательства (*strategic entrepreneurship*, СП) в форме «интеграции предпринимательской (направленной на поиск бизнес-возможностей) и стратегической (направленной на поиск конкурентных преимуществ) перспектив в разработке и принятии мер по созданию ценности» [Hitt et al., 2001, р. 481]. СП предполагает использование текущих преимуществ (*advantage-seeking*) в сочетании с выявлением новых возможностей (*opportunity-seeking*) [Ireland et al., 2003]. Наименее проработанным оказывается вопрос увязки предпринимательских действий, создающих новые возможности, со стратегическими действиями, направленными на развитие конкурентных преимуществ, на уровне отдельных фирм [Hitt et al., 2007].

Цель нашей работы состоит в выявлении и оценке связи между компонентами СП (в частности, предпринимательским мышлением, инновациями, стратегиче-

ским управлением ресурсами и конкурентным преимуществом) и деятельностью российского МСБ в условиях экономического кризиса. Для этого был применен конфигурационный подход [Wiklund, Shepherd, 2005], который позволил понять, какое сочетание указанных компонентов делает СП наиболее выгодным для компании. К задачам исследования были отнесены: 1) анализ концептуальных основ СП и подходов к их операционализации; 2) формулирование и теоретическое обоснование гипотез исследования о характере связи отдельных компонентов СП с результатами деятельности в период экономического кризиса; 3) характеристика методов исследования; 4) эмпирическая проверка гипотез; 5) описание и анализ полученных результатов. Для эмпирической проверки выдвинутых гипотез были использованы данные опроса компаний МСБ в период с сентября 2015 г. по февраль 2016 г. В окончательную выборку вошли 614 фирм из разных отраслей и федеральных округов России.

Теоретическая модель и гипотезы исследования

Роль СП в деятельности компании

Концепция СП своими корнями восходит как к области экономики [Knight, 1921; Schumpeter, 1942], так и к теории менеджмента [Hitt et al., 2001]. Впервые она упоминается в специальном выпуске журнала *Strategic Management Journal* в 2001 г., где эта концепция определена в качестве научной теории на стыке предпринимательства и стратегического менеджмента [Hitt et al., 2001; Иввонен, Широкова, 2016]. Предпринимательский аспект СП направлен на выявление бизнес-возможностей и потенциала их реализации, а стратегический — на отбор и использование тех возможностей, которые с наибольшей вероятностью обеспечат устойчивое конкурентное преимущество [Hitt et al., 2001]. *Предпринимательство* как связующее звено включает в себя изучение источников возможностей; процессов идентификации, оценки, и использования возможностей, а также круга лиц, которые их идентифицируют, оценивают и используют [Shane, Venkataraman, 2000, р. 218]. На начальных этапах создания компании предприниматели часто вынуждены осуществлять больше действий с меньшими затратами и использовать способности и ресурсы, имеющиеся в их распоряжении, с минимальными издержками капитала и максимальной изобретательностью и импровизацией [Harrison et al., 2004; Miner et al., 2001].

Стратегия характеризует процесс планирования и оптимизации механизма принятия решений, достигаемого за счет управления ресурсами в структуре бизнеса. Стратегия служит основным преимуществом, дифференцирующим фирмы и обеспечивающим их организационное превосходство [Darling et al., 2007]. Она

¹ Подробнее см.: www.gks.ru, дата обращения 18.04.2019.

² Подробнее см.: <http://ec.europa.eu/eurostat>, дата обращения 18.04.2019.

создает контекст, в котором фирмы могут реализовать выявленные возможности, способствуя углублению специализации и обретению конкурентного преимущества. Однако поиск новых возможностей нередко сопряжен с большими рисками: отсутствие сбалансированного стратегического фокуса может нивелировать преимущества и ценности, созданные благодаря этим возможностям и предпринимательским усилиям. Негативными следствиями чревата и чрезмерная формализация организационной деятельности компании, которая ограничивает быструю адаптацию к изменениям и восприимчивость к революционным идеям [DeSimone, Hatsopoulos, 1995], т. е. в конечном счете не позволяет в полной мере извлечь выгоду из своего предпринимательского поведения. Оптимальное сочетание предпринимательства и стратегического управления дает возможность избежать чрезмерных рисков и в то же время предотвратить инерцию использования лишь текущих преимуществ.

На взаимосвязь стратегического управления и предпринимательства обращали внимание и авторы более ранних исследований. Например, в рамках теории «предпринимательской фирмы» [Miller, 1983] стратегическая позиция понимается как конкурентная ориентация в диапазоне от консервативной до предпринимательской [Covin, Slevin, 1989]. Концепция предпринимательской ориентации характеризует поведение компании с точки зрения ее инновационности, проактивности и готовности к риску. В более поздних исследованиях возник термин «предпринимательская стратегия» [Meyer, Heppard, 2000], а стратегическое управление рассматривалось в качестве контекста предпринимательской деятельности [Ireland et al., 2001]. Изучение связи между интенсивностью предпринимательства и пятью конкретными методами стратегического управления показало, что на первую положительно влияют концентрация на поиске, гибкость и локус планирования вкпе со стратегическим контролем [Barringer, Bluedorn, 1999]. Таким образом, взаимосвязь стратегического управления и предпринимательства выступала объектом исследования на протяжении многих лет, но лишь недавно была оформлена в виде концепции СП.

Первые эмпирические исследования, непосредственно прослеживающие связь между СП и результатами деятельности бизнеса, появились в 2009 г. К настоящему времени можно выделить относительно небольшой круг соответствующих работ (табл. 1), что может объясняться, в частности, трудностями операционализации концепции СП. Большинство исследований носят количественный характер и выполнены на материале МСБ разных стран. Взаимосвязь СП и продуктивности компаний часто анализируется сквозь призму внешних и внутренних условий и особенностей их деятельности. В частности, работы, посвященные роли внешней среды, рассматривают такие факторы, как национальная культура [Yu, Hu, 2015] и уровень институционального развития страны [Awang et al., 2015; Bjørnskov, Foss, 2013; Obeng et al., 2014; Shirokova et al., 2013]. Например, культурные характеристики малайзийских предпринимателей (в частности, способность

идти на риск) положительно связаны с успехом национальных малых предприятий [Yu, Hu, 2015]. Результаты исследования, проведенного в Гане [Obeng et al., 2014], подтверждают положительное влияние СП на эффективность бизнеса в условиях развивающегося рынка. Данные об отечественном МСБ [Shirokova et al., 2013] не демонстрируют подобной статистически значимой зависимости, однако подтверждают позитивную роль отдельных компонентов СП. В качестве внешних факторов рассматривается также взаимодействие с другими фирмами при создании совместных инноваций [Löfgren, 2014; Meuleman et al., 2009].

Некоторое количество исследований специально посвящены влиянию факторов внутренней среды на связь СП с результативностью бизнеса [Sirén et al., 2012; Steffens et al., 2009]. Установлено, что стратегическое обучение прямо опосредует эту связь [Sirén et al., 2012]. Переток знаний (*knowledge spillover*), иными словами, их непреднамеренное проникновение, обусловленное специфической природой этого экономического блага и ресурса, повышает степень развития СП, т. е. инновационную активность фирм, способствует более эффективному использованию ими своих текущих преимуществ и ведет к улучшению производительности [Kotha, 2010].

Кроме того, связь СП и результатов деятельности фирмы исследовалась на материале различных секторов экономики [Luke et al., 2011; Patzelt, Shepherd, 2009]. Положительная зависимость была зафиксирована в государственном [Luke et al., 2011], образовательном [Patzelt, Shepherd, 2009] и туристическом [Carlback, 2012] секторах. Основные результаты исследований указанной связи обобщены в табл. 1.

Таким образом, СП подразумевает одновременное ведение предпринимательской и стратегической деятельности, направленной на создание ценности. Авторы работы [Kyrgidou, Petridou, 2011] к предпринимательскому компоненту СП относят предпринимательское мышление и инновации, а к стратегическому — стратегическое управление ресурсами и конкурентное преимущество. *Предпринимательское мышление* состоит в ориентации на креативность и обновление, целенаправленных усилиях по поиску, идентификации и реализации новых возможностей [Benedict, Venter, 2010; Ireland et al., 2003]. *Инновации* позволяют фирмам использовать идентифицированные возможности радикальным, революционным способом, который существенно меняет сами условия конкуренции в отрасли [Danneels, 2002; Kumaraswamy et al., 2018]. Из сказанного явствует, что мы используем термин «инновации» в широком смысле, подразумевая как продуктовые, так и организационные их разновидности. Под *стратегическим управлением ресурсами* понимаются структурирование, объединение и перераспределение существующих ресурсов фирмы [Kyrgidou, Petridou, 2011]. И, наконец, *конкурентное преимущество* позволяет компании занять на рынке позицию, защищенную от действий конкурентов, используя текущие преимущества в сочетании с вновь открывшимися возможностями [Ireland et al., 2003; Maury, 2018].

Табл. 1. Эмпирические исследования связи СП и результатов деятельности фирмы

Авторы	Компоненты СП	Метод	Контекст	Основные результаты
[Meuleman et al., 2009]	Идентификация возможностей роста в целях создания и поддержания конкурентного преимущества	Опрос	238 компаний, Великобритания	Чем интенсивнее компания работает с частным инвестиционным бизнесом, тем выше показатели ее роста
[Steffens et al., 2009]	Поиск нового, развитие имеющегося	Опрос	2662 компании, Австралия	Молодые компании находят больше возможностей для роста, но им сложно выбрать и в полной мере реализовать те из них, которые наиболее релевантны целям бизнеса
[Patzelt, Shepherd, 2009]	Поиск и использование возможностей за счет создания новых товаров и услуг; стратегические действия для достижения целей развития	Опрос	98 академических предпринимателей, Германия	Сочетание внутренних бизнес-политик, в том числе обеспечивающих финансовую поддержку, повышает ожидаемые результаты СП в университетах
[Kotha, 2010]	Поиск возможностей и преимуществ	Кейсы	4 компании авиационного сектора, США	Обмен знаниями повышает восприимчивость к новым возможностям, потенциал развития конкурентных преимуществ и в конечном счете результаты деятельности фирмы
[Luke et al., 2011]	Комбинирование инноваций, поиска возможностей и роста	Кейсы	12 государственных компаний, Новая Зеландия	Развитие СП в государственной компании ведет к повышению ее прибыльности
[Sirén et al., 2012]	Поиск нового, развитие имеющегося	Опрос	206 компаний сектора информационных технологий, Финляндия	Использование существующих и поиск новых возможностей прямо не влияет на результаты деятельности компаний, стратегическое обучение полностью опосредует указанную связь
[Carlbäck, 2012]	Поиск нового, развитие имеющегося	Кейсы	12 частных отелей, Швеция	Компании ценят независимость, но она же не позволяет отелям внедрять современные технологические решения и системы лояльности. Принадлежность к известным гостиничным сетям обеспечивает возможность преодолеть эти ограничения, т. е. повышает эффективность и рентабельность отелей
[Bjørnskov, Foss, 2013]	Научные, процессные, управленческие и организационные инновации, мобилизация и координация ресурсов	Опрос	140 предпринимателей, страны ОЭСР	СП положительно влияет на совокупную производительность. Институты ослабляют эту связь, поскольку увеличивают неопределенность и транзакционные издержки, с которыми сталкиваются предприниматели
[Shirokova et al., 2013]	Поиск нового (предпринимательская ориентация и культура), использование имеющегося (инвестиции во внутренние и ценные ресурсы, связанные со знаниями, организационные изменения и обучение)	Опрос	500 компаний МСБ, Россия	Поиск новых и использование существующих возможностей положительно влияют на результаты деятельности компании. Связь последних с СП оказалась незначительной
[Löfgren, 2014]	Использование существующих конкурентных преимуществ, идентификация потенциальных возможностей	Опрос	188 компаний МСБ, Швеция	Совместные инновации опосредуют и повышают положительную связь между СП и международным ростом компании
[Obeng et al., 2014]	Поиск и использование возможностей для создания ценности	Опрос	441 предприниматель, Гана	СП положительно связано с ростом малых компаний
[Yu, Hu, 2015]	Поиск нового, развитие имеющегося	Кейсы	1 компания МСБ из сферы услуг гостеприимства и общественного питания, Тайвань	Предпринимательские когнитивные процессы (принятие решений, оценка возможностей) способствуют идентификации возможностей и влияют на рост компании
[Sun, 2015]	Чуткость к новым возможностям, поиск ресурсов, стратегическое обучение	Кейсы	4 компании сектора железнодорожных перевозок и их филиалы, Китай	Влияние «предпринимательского государства» на формирование СП выражается в развитии, а не имитации технологических инноваций, что улучшает результаты деятельности бизнеса
[Awang et al., 2015]	Предпринимательское мышление, сочетание поисков нового и использования имеющегося, постоянные инновации	Опрос	46 компаний МСБ, Малайзия	Характеристики малайзийских предпринимателей, такие как готовность к риску, нацеленность на успех, способность к эффективному решению проблем и желание учиться новому, положительно влияют на связь СП с результатами деятельности компании
[Kantur, 2016]	Устойчивая регенерация, организационное омоложение, стратегическое обновление, переопределение доменов	Опрос	114 фирм из производственного сектора (автомобилестроение и пищевая промышленность) и сектора услуг (телекоммуникации, банкинг), Турция	СП положительно связано с результатами деятельности фирмы

Источник: составлено авторами.

Предпринимательский компонент СП и результаты деятельности МСБ в период экономического кризиса

Большинство эмпирических исследований СП проводились на материале развитых (т. е. устойчивых) или растущих рынков [Boone et al., 2013; Dhliwayo, 2014; Ireland, Webb, 2007; Ketchen et al., 2007; Löfgren, 2014; Meuleman et al., 2009; Mihalache et al., 2014], что ставит под вопрос применимость данной концепции к развивающимся рынкам в нестабильных условиях экономического кризиса [Knudsen, Lien, 2016].

Кризис часто определяется как ситуация неопределенности внешней среды, представляющая серьезную угрозу для выживания организации [Kunc, Bhandari, 2011; Pearson, Clair, 1998], причины и последствия которой непредсказуемы [Dutton, 1986], время для адекватного ответа — ограничено, а результаты принятых решений могут оказаться как позитивными, так и негативными [Grewal, Tansuhaj, 2001; Marcus, Goodman, 1991]. Среди кризисов различной природы, вызванных политическими событиями, стихийными бедствиями, техногенными катастрофами или ошибками менеджмента, выделяются экономические, которые проявляются в резко негативной динамике целого спектра макроэкономических показателей — от валового внутреннего продукта, уровней инфляции и безработицы до индикаторов финансовых рынков, курсов валют и т. д. Экономический кризис неравномерно отражается на состоянии разных отраслей, регионов и фирм [Connaughton, Madsen, 2009]. Он радикально меняет требования к организационным компетенциям и сами условия конкуренции на рынке [Knudsen, Lien, 2016]. Часто наряду с резким падением спроса и темпов роста [Pearson, Clair, 1998] предприятия сталкиваются с риском и неопределенностью в стратегическом планировании, что чревато сокращением их рыночной доли и уровня прибыли. Успешное управление фирмой в период кризиса, будучи серьезным вызовом для любой компании [Schmitt et al., 2010], требует особенной искусности от представителей МСБ, чье положение усугубляет эффект «уязвимости малого размера» (*liability of smallness*) [Aldrich, Auster, 1986], затрудняющий выживание таких фирм и повышающий вероятность их банкротства [Aldrich, Auster, 1986; Mellahi, Wilkinson, 2004]. В частности, они испытывают трудности с привлечением финансового капитала [Carreira, Silva, 2010], страдают от конкуренции за персонал с крупными компаниями, несут высокие административные издержки [Aldrich, Auster, 1986]. Кроме того, малые предприятия более зависимы от внешних ресурсов [Baum, Oliver, 1996] и выступают заложниками скромных масштабов своей деятельности [Audretsch, Mahmood, 1994].

Однако кризис открывает и потенциальные возможности для МСБ [Beliaeva et al., 2018; Soininen et al., 2012]. В подобные периоды малым предприятиям зачастую легче вести свою деятельность, внедрять новые продукты и услуги в силу присущей им маневренности и скорости реакции на новые возможности [Alonso-Almeida et al., 2015; Hodorogel, 2009; Laskovaia et al., 2019]. Такие фирмы обладают гибкостью, позволяющей бы-

стро перераспределять ресурсы, реорганизовывать процессы, регулировать цены и адаптировать продукты к кризисным условиям [Reid, 2007]. Они с большей готовностью идут на рискованные действия и инвестиции для улучшения своих показателей, поскольку сознают временный характер любых текущих достижений. Обследование компаний отрасли программного обеспечения в США во время кризиса 2001–2003 гг. показало, что небольшие молодые предприятия гораздо чаще более крупных своих конкурентов избирали в подобной ситуации стратегию разработки новых продуктов, а не сокращения затрат [Latham, 2009]. Анализ поведения малых фирм итальянского региона Эмилия-Романья позволил установить, что во время экономического кризиса они оказывались более инновационными в сравнении с крупными игроками [Antonionioli et al., 2010]. Лучше справлялись с кризисом те, кто концентрировался на разработке новых продуктов и поиске новых рынков. Сходные данные были получены на материале обследования 172 турецких фирм [Köksal, Özgül, 2007]: сфокусированные на разработке продукта в целях захвата новых рыночных ниш демонстрировали большую эффективность в период рецессии в сравнении со своими конкурентами. Все это позволяет сформулировать первое предположение.

Гипотеза 1. В период экономического кризиса наблюдается положительная связь между предпринимательским компонентом СП и результатами деятельности компаний МСБ.

Стратегический компонент СП и результаты деятельности МСБ в период экономического кризиса

Стратегический компонент СП сфокусирован на использовании конкурентного преимущества и стратегическом управлении ресурсами [Kyrgidou, Petridou, 2011]. Эффективные стратегические действия выступают залогом конкурентоспособности компании [Makadok, Coff, 2002; Luke et al., 2011], для поддержания которой наряду с уровнем прибыли необходимо эффективное управление корпоративными ресурсами. В условиях существенных ограничений МСБ вынужден импровизировать в поиске новых либо комбинировании имеющихся ресурсов, что делает его менее прозрачным для потенциальных конкурентов [De Oliveira Teixeira, Werther, 2013]. Угрожающие предприятиям последствия экономического кризиса увеличивают их мотивацию к стратегическим действиям, которые сглаживают колебания доходов фирмы за счет оптимизации операционной деятельности и улучшения адаптивности к текущим условиям [March, 1991; Uotila et al., 2009].

Экономический кризис прежде всего выражается в значительном сокращении доступной бизнесу ресурсной базы, поскольку клиенты сокращают расходы, кредиторы приостанавливают выдачу ссуд, растет конкурентное давление [Pearce, Michael, 2006]. В подобной ситуации многие игроки фокусируются на стратегических действиях, дающих краткосрочные, видимые результаты [Schmitt et al., 2010] и обеспечивающих более предсказуемую и близкую по времени прибыль [He,

Wong, 2004; Levinthal, March, 1993; March, 1991]. Фокус на стратегическом управлении ресурсами и использовании конкурентного преимущества повышает шансы МСБ сохранить прибыльность, несмотря на падение объема продаж и финансовую нестабильность. Хотя большинство фирм видят в экономическом кризисе угрозу своей деятельности, некоторые, в особенности принадлежащие к МСБ, используют его для реализации открывшихся возможностей и расширения деятельности [Beliaeva et al., 2018; Kunc, Bhandari, 2011]. Они связывают с турбулентностью новые бизнес-возможности, в том числе сохранение либо приобретение новых источников конкурентоспособности, например, путем покупки конкурентов или поставщиков [Wan, Yiu, 2009]. Это позволяет сформулировать второе предположение:

Гипотеза 2. В период экономического кризиса существует положительная связь между стратегическим компонентом СП и результатами деятельности компаний МСБ.

Синергетический эффект предпринимательского и стратегического компонентов СП

Предпринимательство связано с внедрением новых решений на рынке [Zahra et al., 2006], стратегия в свою очередь состоит в структурированном, просчитанном подходе к эффективному использованию ресурсов для обеспечения конкурентных преимуществ и создания материальных благ [Eisenhardt, Martin, 2000]. Предпринимательство и стратегия концептуально неразделимы: будучи двумя сторонами одной медали, они носят взаимодополняющий характер [Luke et al., 2011], а их совмещение порождает синергетический эффект [Dhliwayo, 2014]. Ставка лишь на один тип поведения оказывается менее эффективной, чем ориентация на одновременное осуществление как предпринимательских, так и стратегических действий, которые в совокупности позволяют МСБ справляться с более широким спектром непредвиденных обстоятельств, возникающих в период экономического кризиса [Dhliwayo, 2014; Smolka et al., 2016].

Существующие эмпирические исследования подтверждают наличие положительной связи между одновременным использованием предпринимательских и стратегических действий и результатами деятельности фирм [Gibson, Birkinshaw, 2004; He, Wong, 2004; Lubatkin et al., 2006]. Некоторые исследователи полагают, что в условиях экономического кризиса необходимость в таком совмещении лишь возрастает [Jansen et al., 2006]. Компаниям следует сочетать повышение эффективности с развитием инноваций для дальнейшего роста. Во время кризиса подобная «амбидекстрия» зачастую гарантирует выживание бизнеса [Raisch et al., 2009]. Сочетание предпринимательского и стратегического поведения положительно связано с результативностью деятельности в условиях волатильности внешней среды [McGrath, 2001; Siggelkow, Levinthal, 2003]. Предприятия, способные одновременно работать над повышением эффективности и поиском новых возможностей, имеют

более высокие шансы улучшить свои позиции в период экономического кризиса. Обе стратегии обеспечивают сохранение гибкости в ситуации неопределенности [Volberda, 1996], смягчение последствий экономического шока для бизнеса, сохранение потенциала развития и прозрачности рыночной среды. Это позволяет сформулировать третье предположение.

Гипотеза 3. В период экономического кризиса сочетание предпринимательского и стратегического компонентов СП положительно связано с результатами деятельности компаний МСБ.

Теоретическая модель исследования представлена на рис. 1.

Методология исследования

Контекст исследования и описание выборки

Для тестирования гипотез исследования были использованы данные опроса представителей российского МСБ в период экономического кризиса и политических санкций сентября 2015 г. — февраля 2016 г. Сбор данных проводился Центром предпринимательства Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета совместно со Школой экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета.

Список частных российских предприятий выборки был случайным образом сгенерирован на базе основных государственных регистрационных номеров (ОГРН). Затем коды ОГРН были загружены в Систему профессионального анализа рынков и компаний (СПАРК-Интерфакс) для проверки их достоверности, сбора информации о компаниях и их ключевых финансовых показателях, а также фильтрации сведений, соответствующих критериям отбора, принятым в нашем исследовании. В конечную выборку вошли 10 359 фирм.

Для проведения обследования использовалась стандартизированная анкета, а методология сочетала инструменты онлайн-опроса и телефонных интервью. Заполненные 656 анкет из 2583 направленных означа-

Рис. 1. Теоретическая модель исследования



Источник: составлено авторами.

ют, что эффективная доля ответивших составила 25.2%. После очистки данных от пропущенных значений в окончательную выборку вошли 614 отечественных предприятий.

Преобладающая доля компаний выборки относится к категории малого бизнеса с численностью персонала менее 100 человек. Большинство из них принадлежат секторам оптовой торговли (21.82%), услуг (21.50%) и розничной торговли (17.43%), несколько меньше — сферам производства (16.94%) и строительства (11.56%). Предприятия выборки распределены по всей территории страны, однако преимущественно сосредоточены в Центральном (27.85%), Приволжском (19.54%) и Сибирском (18.08%) и в меньшем количестве — в Северо-Западном (11.89%) и Уральском (11.73%) федеральных округах.

Измерение переменных

Зависимая переменная

Переменная «*результаты деятельности фирмы*» представляет собой субъективный показатель, измеренный с помощью адаптированной 7-балльной шкалы Лайкерта, использованной в работе [Stam, Elfring, 2008]. Значение ее альфы Кронбаха составляет 0.9021, а конечные значения рассчитаны как средние для всех компонентов этой мультипеременной.

Независимые переменные

Предпринимательский компонент СП рассчитан как среднее значение показателей «*предпринимательское*

мышление» и «*инновации*». Оба показателя были измерены с помощью адаптированной 7-балльной шкалы Лайкерта, использованной в работе [Kyrgidou, Petridou, 2011], при 0.8504 альфа Кронбаха первого и 0.8797 — второго. Альфа Кронбаха предпринимательского компонента в целом составила 0.9024.

Стратегический компонент СП рассчитан как среднее значение показателей «*стратегическое управление ресурсами*» и «*конкурентное преимущество*». Оба были измерены с помощью той же 7-балльной шкалы Лайкерта, что и в предыдущем случае. Альфа Кронбаха в первом случае составила 0.7099, а во втором — 0.5844. Альфа Кронбаха стратегического компонента в целом составила 0.6694.

Для обеспечения внутренней валидности были использованы такие контрольные переменные, как размер фирмы, ее возраст и местоположение (федеральный округ), отрасль и показатель выручки от продаж в 2014 г.

Регрессионные модели исследования с расшифровкой основных переменных приведены в табл. 2. Описательная статистика и корреляционная матрица приведены в табл. 3 и 4 соответственно. Средний возраст компаний выборки составляет 12.65 года, средний штат занятых полный рабочий день — 41 человек, средняя выручка от продаж за 2014 г. — 9093 руб. Средние значения показателей, измеренных с помощью шкалы Лайкерта: результаты деятельности — 4.35; предпринимательское мышление — 4.377; инновации — 4.929; стратегическое управление ресурсами — 4.2, конкурентное преимущество — 5.185.

Табл. 2. Регрессионные модели

Модели	Уравнение регрессии
Модель 1	$Y_i = b_0 + b_1 \times SIZE_i + b_2 \times AGE_i + b_3 \times REV_i + b_4 \times IND_i + b_5 \times SFO_i + b_6 \times NFO_i + b_7 \times FFO_i + b_8 \times SibFO_i + b_9 \times UFO_i + b_{10} \times VFO_i + b_{11} \times NCFO_i + b_{12} \times CRIMEA_i$
Модель 2	$Y_i = b_0 + b_1 \times SIZE_i + b_2 \times AGE_i + b_3 \times REV_i + b_4 \times IND_i + b_5 \times SFO_i + b_6 \times NFO_i + b_7 \times FFO_i + b_8 \times SibFO_i + b_9 \times UFO_i + b_{10} \times VFO_i + b_{11} \times NCFO_i + b_{12} \times CRIMEA_i + b_{13} \times STR_i + b_{14} \times ENT_i$
Модель 3	$Y_i = b_0 + b_1 \times SIZE_i + b_2 \times AGE_i + b_3 \times REV_i + b_4 \times IND_i + b_5 \times SFO_i + b_6 \times NFO_i + b_7 \times FFO_i + b_8 \times SibFO_i + b_9 \times UFO_i + b_{10} \times VFO_i + b_{11} \times NCFO_i + b_{12} \times CRIMEA_i + b_{13} \times STR_i + b_{14} \times ENT_i + b_{13} \times b_{14} \times STR_i \times ENT_i$
Модель 4	$Y_i = b_0 + b_1 \times SIZE_i + b_2 \times AGE_i + b_3 \times REV_i + b_4 \times IND_i + b_5 \times SFO_i + b_6 \times NFO_i + b_7 \times FFO_i + b_8 \times SibFO_i + b_9 \times UFO_i + b_{10} \times VFO_i + b_{11} \times NCFO_i + b_{12} \times CRIMEA_i + b_{14} \times ENT_i + b_{15} \times CA_i + b_{14} \times b_{15} \times ENT_i \times CA_i$
Модель 5	$Y_i = b_0 + b_1 \times SIZE_i + b_2 \times AGE_i + b_3 \times REV_i + b_4 \times IND_i + b_5 \times SFO_i + b_6 \times NFO_i + b_7 \times FFO_i + b_8 \times SibFO_i + b_9 \times UFO_i + b_{10} \times VFO_i + b_{11} \times NCFO_i + b_{12} \times CRIMEA_i + b_{14} \times ENT_i + b_{16} \times RS_i + b_{14} \times b_{16} \times ENT_i \times RS_i$
Модель 6	$Y_i = b_0 + b_1 \times SIZE_i + b_2 \times AGE_i + b_3 \times REV_i + b_4 \times IND_i + b_5 \times SFO_i + b_6 \times NFO_i + b_7 \times FFO_i + b_8 \times SibFO_i + b_9 \times UFO_i + b_{10} \times VFO_i + b_{11} \times NCFO_i + b_{12} \times CRIMEA_i + b_{13} \times STR_i + b_{17} \times I_i + b_{13} \times b_{17} \times STR_i \times I_i$
Модель 7	$Y_i = b_0 + b_1 \times SIZE_i + b_2 \times AGE_i + b_3 \times REV_i + b_4 \times IND_i + b_5 \times SFO_i + b_6 \times NFO_i + b_7 \times FFO_i + b_8 \times SibFO_i + b_9 \times UFO_i + b_{10} \times VFO_i + b_{11} \times NCFO_i + b_{12} \times CRIMEA_i + b_{13} \times STR_i + b_{18} \times EM_i + b_{13} \times b_{18} \times STR_i \times EM_i$

Расшифровка переменных:

Y_i — результаты деятельности; $b_0 \dots b_{18}$ — коэффициенты регрессии; ENT_i — предпринимательский компонент; STR_i — стратегический компонент; EM_i — предпринимательское мышление; I_i — инновации; RS_i — стратегическое управление ресурсами; CA_i — конкурентное преимущество; $SIZE_i$ — размер компании; AGE_i — возраст компании; REV_i — выручка от продаж за 2014 г.; IND_i — высокотехнологичные отрасли и услуги; SFO_i — Центральный федеральный округ; NFO_i — Южный федеральный округ; NFO_i — Северо-Западный федеральный округ; FFO_i — Дальневосточный федеральный округ; $SibFO_i$ — Сибирский федеральный округ; UFO_i — Уральский федеральный округ; VFO_i — Приволжский федеральный округ; $NCFO_i$ — Северо-Кавказский федеральный округ; $CRIMEA_i$ — Крымский федеральный округ.

Источник: составлено авторами.

Табл. 3. Описательная статистика

Переменная	Среднее	Ст. откл.	Мин	Макс
<i>Зависимая переменная</i>				
Результаты деятельности (Y_i)	4.350	1.017	1	7
<i>Независимые переменные</i>				
Предпринимательский компонент (ENT_i)	4.653	1.414	1	7
Стратегический компонент (STR_i)	4.692	1.181	1	7
Предпринимательское мышление (EM_i)	4.377	1.533	1	7
Инновации (I_i)	4.929	1.528	1	7
Стратегическое управление ресурсами (RS_i)	4.200	1.511	1	7
Конкурентное преимущество (CA_i)	5.185	1.358	1	7
<i>Контрольные переменные</i>				
Размер компании (число сотрудников, работающих полный день) ($SIZE_i$)	41	62	3	426
Возраст компании, лет (AGE_i)	12.653	14.469	0	122
Выручка от продаж за 2014 г., тыс. руб. (REV_i)	9.093	1.973	1.791	16.714
Высокотехнологичные отрасли и услуги (IND_i)	—	—	0	1
<i>Федеральные округа</i>				
Центральный федеральный округ (CFO_i)	—	—	0	1
Южный федеральный округ (SFO_i)	—	—	0	1
Северо-Западный федеральный округ (NFO_i)	—	—	0	1
Дальневосточный федеральный округ (FFO_i)	—	—	0	1
Сибирский федеральный округ ($SibFO_i$)	—	—	0	1
Уральский федеральный округ (UFO_i)	—	—	0	1
Приволжский федеральный округ (VFO_i)	—	—	0	1
Северо-Кавказский федеральный округ ($NCFO_i$)	—	—	0	1
Крымский федеральный округ ($CRIMEA_i$)	—	—	0	1

Источник: составлено авторами.

Результаты анализа данных

Результаты тестирования гипотез с помощью регрессионного анализа, проведенного в несколько этапов, представлены в табл. 4. Модель 1 включает лишь контрольные переменные. В модель 2 были добавлены независимые переменные «предпринимательский компонент» и «стратегический компонент», чей объединенный показатель отражен в модели 3. Переменные (кроме бинарных и зависимой) были стандартизированы для исключения мультиколлинеарности, которая может исказить статистически значимые показатели вплоть до смены знака у коэффициентов [Dawson, 2014]. Факторы инфляции дисперсии не превышают значения, равного 2. И хотя в работе [Neter et al., 1990] в качестве максимально допустимого предлагается использовать 10, мы опираемся на более консервативное пороговое значение [O'Brien, 2007]. Кроме того, величина корреляции от низкой до умеренной (табл. 5) указывает на маловероятность искажения полученных результатов вследствие мультиколлинеарности. Результаты теста Рамсея на ошибочную спецификацию регрессионной модели доказывают отсутствие пропущенных переменных во всех используемых моделях [Ramsey, 1969]. Результаты теста Бреуша–Пагана на гетероскедастичность показывают наличие постоянной дисперсии случайных ошибок во всех используемых моделях [Breusch, Pagan, 1979].

Все регрессионные модели являются статистически значимыми. Контрольные переменные (модель 1) демонстрируют положительную связь между размером фирмы и результатами ее деятельности ($b=0.104$, $p<0.05$) и отрицательную — между результатами деятельности и возрастом ($b= -0.206$, $p<0.5$). Отраслевая переменная является незначимой ($b= -0.043$, $p=0.697$). В Уральском и Крымском федеральных округах выявлена отрицательная связь с результатами деятельности фирмы.

В модели 2 коэффициент предпринимательского компонента СП оказался положительным и значимым ($b=0.107$, $p<0.05$), что позволяет отвергнуть нулевую гипотезу и принять альтернативную, соответствующую «рабочей» гипотезе 1 — о том, что в период экономического кризиса предпринимательский компонент СП имеет положительную связь с результатами деятельности МСБ. Этот компонент остается значимым и сохраняет положительный коэффициент, даже когда в модель дополнительно включен объединенный показатель со стратегическим компонентом ($b=0.269$, $p<0.05$; модель 3).

Гипотеза 2 также была протестирована в модели 2. Коэффициент стратегического компонента СП оказался положительным, но статистически незначимым ($b=0.037$, $p=0.494$), т. е. эта гипотеза не получила подтверждения.

В модели 3 коэффициент объединенного показателя стратегического и предпринимательского компонентов

Табл. 4. Корреляционная матрица

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1																			
2	0.4678	1																		
3	0.5227	0.6355	1																	
4	0.3931	0.9241	0.5339	1																
5	0.4713	0.9236	0.6404	0.7070	1															
6	0.4544	0.6038	0.8430	0.5391	0.5766	1														
7	0.4036	0.4335	0.8013	0.3288	0.4723	0.3537	1													
8	-0.0162	0.0265	-0.0338	0.0258	0.0231	0.0013	-0.0602	1												
9	-0.0525	0.0325	0.0445	0.0083	0.0518	0.0723	-0.0024	0.0021	1											
10	0.0979	0.0772	0.0557	0.0888	0.0538	0.0935	-0.0071	0.0360	0.3451	1										
11	0.0569	0.0016	-0.0077	0.0194	-0.0164	-0.0067	-0.0059	-0.1352	0.1866	0.5559	1									
12	-0.0498	-0.0110	-0.0265	0.0134	-0.0337	-0.0105	-0.0344	0.0374	0.0232	0.0205	-0.0418	1								
13	-0.0236	0.0012	-0.0152	-0.0126	0.0148	0.0179	-0.0463	0.0328	0.1279	0.0067	0.0939	-0.1726	1							
14	0.1236	0.0396	0.0884	0.0245	0.0488	0.0516	0.0963	-0.0507	-0.0652	-0.0498	-0.1035	-0.2315	-0.1810	1						
15	0.0180	-0.0500	-0.0429	-0.0300	-0.0624	-0.0386	-0.0316	-0.0178	0.0418	-0.0387	-0.0178	-0.0573	-0.0448	-0.0601	1					
16	0.0362	0.0514	0.0071	0.0433	0.0517	-0.0199	0.0345	-0.0344	0.0008	-0.0125	0.0595	-0.2919	-0.2282	-0.3062	-0.0758	1				
17	0.0041	0.0594	-0.0116	0.0674	0.0423	-0.0017	-0.0182	0.0015	0.0245	0.0506	0.0792	-0.0947	-0.0741	-0.0994	-0.0246	-0.1253	1			
18	0.0273	-0.0241	0.0192	-0.0319	-0.0126	-0.0005	0.0341	-0.0241	-0.0769	0.0729	0.0094	-0.1120	-0.0875	-0.1175	-0.0291	-0.1481	-0.0481	1		
19	-0.1418	-0.1082	-0.0616	-0.1007	-0.0992	-0.0249	-0.0795	0.0474	-0.0612	-0.0267	-0.0499	-0.1712	-0.1339	-0.1796	-0.0445	-0.2264	-0.0735	-0.0869	1	
20	0.0020	-0.0044	-0.0066	-0.0011	-0.0070	-0.0054	-0.0055	0.0635	0.0594	0.0557	0.0196	-0.0190	-0.0148	-0.0199	-0.0049	-0.0251	-0.0081	-0.0096	-0.0147	1

Расшифровка переменных

- 1 — Результаты деятельности (Y_t);
- 2 — Предпринимательский компонент (ENT_t);
- 3 — Стратегический компонент (STR_t);
- 4 — Предпринимательское мышление (EM_t);
- 5 — Инновации (I_t);
- 6 — Стратегическое управление ресурсами (RS);
- 7 — Конкурентное преимущество (CA);
- 8 — Высокотехнологичные отрасли и услуги (IND_t);
- 9 — Возраст компании (AGE_t);
- 10 — Размер компании (количество сотрудников, работающих полный день) (SIZE_t);
- 11 — Выручка от продаж за 2014 г. (REV_t);
- 12 — Сибирский федеральный округ (SibFO);
- 13 — Северо-Западный федеральный округ (NFO);
- 14 — Приволжский федеральный округ (VFO);
- 15 — Северо-Кавказский федеральный округ (NCFO);
- 16 — Центральный федеральный округ (CFO);
- 17 — Дальневосточный федеральный округ (FVO);
- 18 — Южный федеральный округ (SFO);
- 19 — Уральский федеральный округ (UFO);
- 20 — Крайний федеральный округ (CRIMEA)

* Натуральный логарифм.

Источник: составлено авторами.

Табл. 5. Результаты регрессионного анализа

	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 4	Модель 5	Модель 6	Модель 7
Предпринимательский компонент (ENT_i)		0.107** (0.045)	0.269** (0.114)	0.311*** (0.117)	0.179** (0.082)		
Стратегический компонент (STR_i)		0.037 (0.054)	0.190* (0.113)			0.303*** (0.115)	0.116 (0.100)
Предпринимательский компонент × Стратегический компонент ($ENT_i \times STR_i$)			-0.036 (0.023)				
Конкурентное преимущество (CA_i)				0.131 (0.092)			
Предпринимательский компонент × Конкурентное преимущество ($ENT_i \times CA_i$)				-0.035* (0.021)			
Стратегическое управление ресурсами (RS_i)					0.150 (0.095)		
Предпринимательский компонент × Стратегическое управление ресурсами ($ENT_i \times RS_i$)					-0.023 (0.019)		
Инновации (I_i)						0.291*** (0.103)	
Стратегический компонент × Инновации ($STR_i \times I_i$)						-0.052** (0.022)	
Предпринимательское мышление (EM_i)							0.175 (0.114)
Стратегический компонент × Предпринимательское мышление ($STR_i \times EM_i$)							-0.017 (0.023)
Возраст компании (AGE_i), натуральный логарифм	-0.206** (0.082)	-0.210*** (0.081)	-0.214*** (0.081)	-0.210*** (0.081)	-0.219*** (0.081)	-0.220*** (0.081)	-0.205** (0.081)
Размер компании (количество сотрудников, работающих полный день) ($SIZE_i$), натуральный логарифм	0.104** (0.053)	0.088* (0.053)	0.086 (0.053)	0.085 (0.053)	0.083 (0.053)	0.090* (0.052)	0.084 (0.053)
Выручка от продаж за 2014 г. (REV_i), натуральный логарифм	0.040 (0.031)	0.047 (0.031)	0.046 (0.031)	0.046 (0.031)	0.048 (0.031)	0.045 (0.031)	0.046 (0.031)
Высокотехнологические отрасли и услуги (IND_i)	-0.043 (0.111)	-0.046 (0.110)	-0.039 (0.110)	-0.040 (0.110)	-0.046 (0.110)	-0.029 (0.110)	-0.042 (0.110)
Сибирский федеральный округ (SibFO _i)	-0.186 (0.149)	-0.163 (0.147)	-0.154 (0.147)	-0.149 (0.147)	-0.166 (0.147)	-0.147 (0.147)	-0.169 (0.147)
Северо-Западный федеральный округ (NFO _i)	-0.028 (0.171)	-0.014 (0.170)	-0.012 (0.170)	-0.019 (0.170)	-0.020 (0.170)	-0.018 (0.170)	-0.010 (0.170)
Приволжский федеральный округ (VFO _i)	-0.085 (0.145)	-0.090 (0.144)	-0.088 (0.144)	-0.074 (0.144)	-0.095 (0.144)	-0.098 (0.144)	-0.089 (0.144)
Северо-Кавказский федеральный округ (NCFO _i)	-0.510 (0.416)	-0.422 (0.413)	-0.408 (0.412)	-0.406 (0.412)	-0.421 (0.412)	-0.393 (0.413)	-0.444 (0.412)
Дальневосточный федеральный округ (FFO _i)	-0.042 (0.265)	-0.069 (0.263)	-0.090 (0.263)	-0.088 (0.263)	-0.091 (0.263)	-0.084 (0.263)	-0.083 (0.263)
Южный федеральный округ (SFO _i)	-0.030 (0.232)	0.001 (0.231)	-0.009 (0.230)	0.012 (0.230)	-0.013 (0.231)	-0.029 (0.230)	-0.001 (0.231)
Уральский федеральный округ (UFO _i)	-0.295* (0.171)	-0.228 (0.171)	-0.211 (0.171)	-0.206 (0.171)	-0.233 (0.171)	-0.219 (0.170)	-0.223 (0.171)
Крымский федеральный округ (CRIMEA _i)	-2.221* (1.222)	-2.154* (1.211)	-2.191* (1.210)	-2.184* (1.210)	-2.175* (1.210)	-2.217* (1.209)	-2.184* (1.211)
Константа (b_0)	3.043*** (0.324)	2.352*** (0.379)	1.725*** (0.555)	1.764*** (0.565)	2.065*** (0.453)	1.460*** (0.550)	2.085*** (0.533)
R-squared	0.039	0.061	0.064	0.064	0.064	0.065	0.063

Примечание: n = 614; *** p<0.001, ** p<0.05, * p<0.1.
Источник: составлено авторами.

СП оказался отрицательным и незначимым ($b = -0.036$, $p = 0.233$; модель 3), соответственно, «рабочая» гипотеза 3 о положительном синергетическом эффекте предпринимательского и стратегического компонентов на результаты деятельности предприятий МСБ не получила статистически значимых подтверждений. Однако для более полного анализа в моделях 4 и 5 были протестированы объединенные показатели стратегического компонента СП и дезагрегированных частей пред-

принимательского (предпринимательское мышление, инновации) соответственно, а в моделях 6 и 7 — предпринимательского компонента и дезагрегированных частей стратегического (конкурентное преимущество, стратегический менеджмент ресурсов) соответственно. Было обнаружено, что совместное использование предпринимательского компонента и конкурентного преимущества негативно связано с результатами деятельности фирмы ($b = -0.035$, $p < 0.1$; модель 4), равно

Табл. 6. Результаты регрессионного анализа (за исключением компаний ЦФО)

	Модель 8	Модель 9	Модель 10	Модель 11	Модель 12	Модель 13	Модель 14
Предпринимательский компонент (ENT _i)		0.141*** (0.051)	0.381*** (0.130)	0.472*** (0.130)	0.215** (0.094)		
Стратегический компонент (STR _i)		0.014 (0.061)	0.229* (0.123)			0.388*** (0.126)	0.119 (0.109)
Предпринимательский компонент × Стратегический компонент (ENT _i × STR _i)			-0.053** (0.026)				
Конкурентное преимущество (CA _i)				0.214** (0.101)			
Предпринимательский компонент × Конкурентное преимущество (ENT _i × CA _i)				-0.060** (0.023)			
Стратегическое управление ресурсами (RS _i)					0.142 (0.107)		
Предпринимательский компонент × Стратегическое управление ресурсами (ENT _i × RS _i)					-0.024 (0.022)		
Инновации (I _i)						0.416*** (0.117)	
Стратегический компонент × Инновации (STR _i × I _i)						-0.076*** (0.025)	
Предпринимательское мышление (EM _i)							0.233* (0.128)
Стратегический компонент × Предпринимательское мышление (STR _i × EM _i)							-0.023 (0.025)
Возраст компании (AGE _i), натуральный логарифм	-0.130 (0.095)	-0.145 (0.094)	-0.147 (0.094)	-0.146 (0.093)	-0.154 (0.094)	-0.148 (0.094)	-0.141 (0.094)
Размер компании (количество сотрудников, работающих полный день) (SIZE _i), натуральный логарифм	0.133** (0.060)	0.116* (0.059)	0.115* (0.059)	0.110* (0.059)	0.115* (0.059)	0.120** (0.059)	0.113* (0.059)
Выручка от продаж за 2014 г. (REV _i), натуральный логарифм	0.018 (0.035)	0.025 (0.034)	0.023 (0.034)	0.024 (0.034)	0.024 (0.034)	0.022 (0.034)	0.023 (0.034)
Высокотехнологические отрасли и услуги (IND _i)	-0.003 (0.125)	-0.003 (0.123)	0.013 (0.123)	0.020 (0.123)	0.002 (0.123)	0.032 (0.123)	0.007 (0.123)
Северо-Западный федеральный округ (NFO _i)	0.159 (0.180)	0.151 (0.177)	0.141 (0.177)	0.118 (0.177)	0.151 (0.177)	0.122 (0.177)	0.166 (0.177)
Приволжский федеральный округ (VFO _i)	0.111 (0.155)	0.084 (0.154)	0.076 (0.153)	0.083 (0.153)	0.079 (0.153)	0.056 (0.153)	0.094 (0.154)
Северо-Кавказский федеральный округ (NCFO _i)	-0.323 (0.409)	-0.245 (0.403)	-0.239 (0.402)	-0.241 (0.401)	-0.237 (0.403)	-0.229 (0.402)	-0.265 (0.403)
Дальневосточный федеральный округ (FFO _i)	0.155 (0.266)	0.090 (0.263)	0.045 (0.263)	0.044 (0.262)	0.072 (0.264)	0.041 (0.263)	0.080 (0.263)
Южный федеральный округ (SFO _i)	0.172 (0.235)	0.185 (0.232)	0.160 (0.232)	0.175 (0.231)	0.170 (0.232)	0.126 (0.231)	0.190 (0.233)
Уральский федеральный округ (UFO _i)	-0.098 (0.178)	-0.046 (0.176)	-0.033 (0.176)	-0.038 (0.175)	-0.045 (0.176)	-0.053 (0.175)	-0.032 (0.176)
Крымский федеральный округ (CRIMEA _i)	-2.153* (1.187)	-2.101* (1.170)	-2.175* (1.167)	-2.177* (1.163)	-2.126* (1.169)	-2.235* (1.165)	-2.133* (1.169)
Константа (b ₀)	2.791*** (0.359)	2.089*** (0.415)	1.205** (0.604)	1.049* (0.608)	1.745*** (0.504)	0.816 (0.598)	1.738*** (0.580)
R-squared	0.039	0.070	0.079	0.085	0.074	0.081	0.074

Примечания: n = 413; *** p<0.001, ** p<0.05, * p<0.1.
Источник: составлено авторами.

как и совместное использование *стратегического компонента* и инноваций (b= -0.052, p<0.05; модель 6). Остальные объединенные показатели оказались статистически незначимы.

С учетом того, что к Центральному федеральному округу (ЦФО) относятся почти 30% фирм выборки, мы решили провести дополнительный анализ, используя те же регрессионные модели, но исключив из него этот

округ. ЦФО значительно превосходит остальные округа России по большинству социально-экономических показателей (суммарному валовому региональному продукту, уровню развития производственной и социальной инфраструктуры и т. д.) и имеет структуру, более характерную для постиндустриальных экономик [МЭР, 2013]. Результаты регрессионных моделей представлены в табл. 6. Среди контрольных переменных значимую

связь с результатами деятельности компании перестает иметь ее возраст. Для независимых переменных и их взаимодействия все прежние результаты остались стабильными, однако объединенный показатель *предпринимательского и стратегического компонентов* СП стал статистически значимым, указывая на негативную связь между их одновременным использованием и результатами деятельности компаний за пределами ЦФО.

Обсуждение полученных результатов

Изучение взаимосвязи компонентов СП (в частности, предпринимательского и стратегического) с результатами деятельности компаний отечественного МСБ во время экономического кризиса позволило прийти к следующим выводам. Предпринимательский компонент СП положительно связан с результатами деятельности российского МСБ в кризисных условиях. В такие периоды предприниматели сталкиваются с серьезными угрозами, влияющими на их финансовые показатели и, в конечном счете, на само их выживание [Kunc, Bhandari, 2011; Pal et al., 2014]. Однако глубокие экономические потрясения открывают и новые возможности [Beliaeva et al., 2018; Laskovaia et al., 2019; Pearce, Michael, 2006], стимулируют внедрение новых технологий и бизнес-моделей [Rae-Dupree, 2008]. Так, наибольшую устойчивость к кризису демонстрируют российские компании, экспериментирующие с новыми продуктами, сервисами и бизнес-моделями. Существующие исследования на материале развитых и развивающихся рынков показывают, что рост экономического давления часто стимулирует творческие решения, положительно влияющие на финансовые показатели бизнеса [Beliaeva et al., 2018; Hausman, Johnston, 2014]. Укрепляют свои позиции и лидерство на рынке и те игроки, которые делают ставку на инновации [Drickhamer, 2003; Guellec, Wunsch-Vincent, 2009; Pearce, Michael, 2006]. Таким образом, предпринимательские решения играют критическую роль в кризисных ситуациях и выступают ключевыми факторами успеха МСБ [Periz-Ortiz et al., 2008]. Стратегический компонент СП, напротив, не обнаруживает статистически значимой связи с результатами деятельности компаний, равно как не прослеживается она и в отраслевой специфике поведения отечественного МСБ в период экономического кризиса.

Негативная связь объединенного показателя предпринимательского компонента и конкурентного преимущества с результатами деятельности российского МСБ за пределами ЦФО свидетельствует об ограниченной ресурсной базе предприятий в ситуации экономического кризиса. В этих условиях компании за пределами ЦФО вынуждены выбирать между предпринимательскими либо стратегическими действиями, не имея возможности одновременно осуществлять те и другие [Ireland et al., 2003]. Включение ЦФО в выборку нивелирует данный эффект, что может служить лишь подтверждением ресурсного дисбаланса между центром и остальными регионами страны. Таким образом, в условиях кризисной ограниченности ресурсов, малые предприятия фокусируются на реализации лишь

одного из компонентов СП, поскольку попытка сочетать предпринимательские и стратегические усилия может оказаться для них фатальной.

Теоретическая новизна предпринятого нами исследования состоит в развитии стратегической концепции предпринимательства в рамках теории стратегического управления и с акцентом на отдельных компонентах СП (предпринимательское мышление, инновации, стратегическое управление ресурсами, конкурентное преимущество), а также в изучении малого и среднего предпринимательства в условиях экономического кризиса. В частности, мы попытались показать, что связь между СП и результатами деятельности МСБ в период турбулентности характеризуется заметной спецификой в сравнении со стабильными экономическими условиями. Так, анализ стратегического поведения МСБ в устойчивом контексте позволяет заключить, что для достижения наилучшего результата предпринимателям следует комбинировать несколько стратегических ориентаций (см., напр., [Atuahene-Gima, Ko, 2001; Deutscher et al., 2016; Ho et al., 2016]). В период же кризисной ограниченности ресурсов комбинация нескольких компонентов СП приводит к снижению корпоративных показателей МСБ.

Уникальность проведенного нами исследования российского МСБ в период экономического кризиса 2014–2016 гг. состоит также во времени его осуществления и в характере выборки. Изучение послекризисных стратегий бизнеса чревато необъективностью и недоверенностью выводов в силу когнитивных искажений менеджмента в восприятии прошлого поведения компаний [Bao et al., 2011]. Кроме того, поскольку выборка отечественных фирм была случайной, полученные результаты применимы ко всей популяции предприятий, отвечающих критериям отбора.

Практическое значение реализованного исследования для топ-менеджеров и лиц, принимающих корпоративные решения и ответственных за разработку и внедрение стратегий, связано с выделением подходов к управлению компанией, гарантирующих лучший результат деятельности фирмы в период экономического кризиса. Руководителям компаний МСБ важно сознавать, что комбинирование отдельных компонентов СП, обеспечивающее улучшение показателей в стабильных условиях, может иметь негативные следствия в период экономического кризиса. В последнем случае необходимо сосредоточиться на развитии предпринимательского поведения, которое, как правило, предполагает инновационность, готовность к риску при разработке новых продуктов и услуг, проактивность при поиске и реализации новых бизнес-возможностей [Covin, Slevin, 1989; Soinin et al., 2012].

Ограничения и будущие направления исследований

Изложенные выводы следует оценивать с учетом некоторых оговорок. Во-первых, использованные кросс-секционные данные отражают краткосрочные результаты деятельности фирм. Объектом дальнейшего изучения в рамках лонгитюдных исследований может

статье долгосрочное влияние СП на результаты деятельности МСБ. Во-вторых, основной зависимой переменной в работе выступал субъективный показатель деятельности компании, а именно ее индивидуальное восприятие руководителем. Несмотря на надежность такого подхода, уточнение полученных результатов требует дальнейших исследовательских усилий. В-третьих, мы рассматривали лишь прямые эффекты отдельных

компонентов СП или их сочетания. Авторы последующих работ могут избрать своим предметом иные модели связи между СП и результатами деятельности фирмы. Целесообразно будет также провести репликационные исследования на различных выборках (например, из крупных фирм и государственных компаний).

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00081).

Библиография

- Иввонен Л.А., Широкова Г.В. (2016) Стратегическое предпринимательство: сущность и основные направления исследований // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент». № 4. С. 21–53.
- МЭР (2013) Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года. М.: Минэкономразвития России.
- Чепуренко А. (2015) Теория предпринимательства: новые вызовы и перспективы // Форсайт. Т. 9. № 2. С. 44–57.
- Aldrich H., Auster E.R. (1986) Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and their strategic implications // *Research in Organizational Behavior*. Vol. 8. P. 165–186.
- Alonso-Almeida M.D.M., Bremser K., Llach J. (2015) Proactive and reactive strategies deployed by restaurants in times of crisis: Effects on capabilities, organization and competitive advantage // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 27. № 7. P. 1641–1661.
- Anderson B.S., Eshima Y. (2013) The influence of firm age and intangible resources on the relationship between entrepreneurial orientation and firm growth among Japanese SMEs // *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. № 3. P. 413–429.
- Antonioli D., Mazzanti M., Pini P. (2010) Productivity, innovation strategies and industrial relations in SMEs. Empirical evidence for a local production system in northern Italy // *International Review of Applied Economics*. Vol. 24. № 4. P. 453–482.
- Atuahene-Gima K., Ko A. (2001) An empirical investigation of the effect of market orientation and entrepreneurship orientation alignment on product innovation // *Organization Science*. Vol. 12. № 1. P. 54–74.
- Audretsch D.B., Mahmood T. (1994) The rate of hazard confronting new firms and plants in US manufacturing // *Review of Industrial Organization*. Vol. 9. № 1. P. 41–56.
- Awang A., Kassim A., Noor A.M., Shukor N., Shaari A.Z., Amran S., Khalid S.A. (2015) Strategic Entrepreneurship Model for Economic Transformation: Malaysian Evidence // *Asian Social Science*. Vol. 11. № 7. P. 19–34.
- Bao Y., Olson B., Yuan W. (2011) Defensive and Expansion Responses to Environmental Shocks in China: Interpreting the 2008 Economic Crisis // *Thunderbird International Business Review*. Vol. 53. № 2. P. 225–245.
- Barringer B.R., Bluedorn A.C. (1999) The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management // *Strategic Management Journal*. Vol. 20. № 5. P. 421–444.
- Baum J.A., Oliver C. (1996) Toward an institutional ecology of organizational founding // *Academy of Management Journal*. Vol. 39. № 5. P. 1378–1427.
- Beliaeva T., Shirokova G., Wales W., Gafforova E. (2018) Benefiting from economic crisis? Strategic orientation effects, trade-offs, and configurations with resource availability on SME performance // *International Entrepreneurship and Management Journal* (first published online). DOI: 10.1007/s11365-018-0499-2.
- Bjørnskov C., Foss N. (2013) How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth // *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 7. № 1. P. 50–69.
- Boone C., Wezel F.C., van Witteloostuijn A. (2013) Joining the pack or going solo? A dynamic theory of new firm positioning // *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. № 4. P. 511–527.
- Breusch T.S., Pagan A.R. (1979) A Simple Test for Heteroskedasticity and Random Coefficient Variation // *Econometrica*. Vol. 47. № 5. P. 1287–1294.
- Carlback M. (2012) Strategic entrepreneurship in the hotel industry: The role of chain affiliation // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 12. № 4. P. 349–372.
- Carreira C., Silva F. (2010) No deep pockets: Some stylized empirical results on firms' financial constraints // *Journal of Economic Surveys*. Vol. 24. № 4. P. 731–753.
- Chang S.J., Van Witteloostuijn A., Eden L. (2010) From the editors: Common method variance in international business research // *Journal of International Business Studies*. Vol. 41. № 2. P. 178–184.
- Chen M.J., Lin H.C., Michel J.G. (2010) Navigating in a hypercompetitive environment: The roles of action aggressiveness and TMT integration // *Strategic Management Journal*. Vol. 31. № 13. P. 1410–1430.
- Connaughton J.E., Madsen R.A. (2009) Regional implications of the 2001 recession // *The Annals of Regional Science*. Vol. 43. № 2. P. 491–507.
- Covin J.G., Slevin D.P. (1989) Strategic management of small firms in hostile and benign environments // *Strategic Management Journal*. Vol. 10. № 1. P. 75–87.
- Danneels E. (2002) The dynamics of product innovation and firm competences // *Strategic Management Journal*. Vol. 23. № 12. P. 1095–1121.
- Darling J., Gabrielsson M., Seristö H. (2007) Enhancing contemporary entrepreneurship: A focus on management leadership // *European Business Review*. Vol. 19. № 1. P. 4–22.
- Dawson J.F. (2014) Moderation in management research: What, why, when, and how // *Journal of Business and Psychology*. Vol. 29. № 1. P. 1–19.
- De Oliveira Teixeira E., Werther W.B. (2013) Resilience: Continuous renewal of competitive advantages // *Business Horizons*. Vol. 56. № 3. P. 333–342.
- De Simone L.D., Hatsopoulos G.N. (1995) How can big companies keep the entrepreneurial spirit alive? // *Harvard Business Review*. Vol. 73. № 6. P. 183–189.
- Dess G.G., Robinson R.B. (1984) Measuring organizational performance in the absence of objective measures: The case of the privately-held firm and conglomerate business unit // *Strategic Management Journal*. Vol. 5. № 3. P. 265–273.
- Deutscher F., Zapkau F.B., Schwens C., Baum M., Kabst R. (2016) Strategic orientations and performance: A configurational perspective // *Journal of Business Research*. Vol. 69. № 2. P. 849–861.
- Dhliwayo S. (2014) Entrepreneurship and Competitive Strategy: An Integrative Approach // *Journal of Entrepreneurship*. Vol. 23. № 1. P. 115–135.
- Drickhamer D. (2003) Short-term gain, long-term pain // *Industry Week*. Vol. 252. № 2. P. 14.

- Dutton J.E. (1986) The processing of crisis and non-crisis strategic issues // *Journal of Management Studies*. Vol. 23. № 5. P. 501–517.
- Eisenhardt K.M., Martin J.A. (2000) Dynamic capabilities: What are they? // *Strategic Management Journal*. Vol. 21. № 10/11. P. 1105–1121.
- Gibson C.B., Birkinshaw J. (2004) The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity // *Academy of Management Journal*. Vol. 47. № 2. P. 209–226.
- Grewal R., Tansuhaj P. (2001) Building organizational capabilities for managing economic crisis: The role of market orientation and strategic flexibility // *Journal of Marketing*. Vol. 65. № 2. P. 67–80.
- Guellec D., Wunsch-Vincent S. (2009) Policy Responses to the Economic Crisis: Investing in Innovation for Long-Term Growth. Paris: OECD.
- Harrison R.T., Cooper S.Y., Mason C.M. (2004) Entrepreneurial activity and the dynamics of technology-based cluster development: The case of Ottawa // *Urban Studies*. Vol. 41. № 5–6. P. 1045–1070.
- Hausman A., Johnston W.J. (2014) The role of innovation in driving the economy: Lessons from the global financial crisis // *Journal of Business Research*. Vol. 67. № 1. P. 2720–2726.
- He Z.L., Wong P.K. (2004) Exploration vs. exploitation: An empirical test of the ambidexterity hypothesis // *Organization Science*. Vol. 15. № 4. P. 481–494.
- Hitt M.A., Beamish P.W., Jackson S.E., Mathieu J.E. (2007) Building theoretical and empirical bridges across levels: Multilevel research in management // *Academy of Management Journal*. Vol. 50. № 6. P. 1385–1399.
- Hitt M.A., Ireland R.D., Camp S.M., Sexton D.L. (2001) Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation // *Strategic Management Journal*. Vol. 22. № 6–7. P. 479–491.
- Ho J., Plewa C., Lu V.N. (2016). Examining strategic orientation complementarity using multiple regression analysis and fuzzy set QCA // *Journal of Business Research*. Vol. 69. № 6. P. 2199–2205.
- Hodorogel R.G. (2009) The economic crisis and its effects on SMEs // *Theoretical and Applied Economics*. Vol. 5. № 5. P. 79–88.
- Ireland R.D., Hitt M.A., Camp S.M., Sexton D.L. (2001) Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth // *The Academy of Management Executive*. Vol. 15. № 1. P. 49–63.
- Ireland R.D., Hitt M.A., Sirmon D.G. (2003) A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions // *Journal of Management*. Vol. 29. № 6. P. 963–989.
- Ireland R.D., Webb J.W. (2007) Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation // *Business Horizons*. Vol. 50. № 1. P. 49–59.
- Jansen J.J., van den Bosch F.A., Volberda H.W. (2006) Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: Effects of organizational antecedents and environmental moderators // *Management Science*. Vol. 52. № 11. P. 1661–1674.
- Kantur D. (2016) Strategic entrepreneurship: Mediating the entrepreneurial orientation-performance link // *Management Decision*. Vol. 54. № 1. P. 24–43.
- Ketchen D.J., Ireland R.D., Snow C.C. (2007) Strategic entrepreneurship, collaborative innovation, and wealth creation // *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 1. № 3–4. P. 371–385.
- Knight F.H. (1921) Risk, uncertainty and profit // New York: Hart, Schaffner and Marx.
- Knudsen E.S., Lien L.B. (2015) Hire, Fire, or Train: Innovation and Human Capital Responses to Recessions // *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 9. № 4. P. 313–330.
- Köksal H.M., Özgül E. (2007) The relationship between marketing strategies and performance in an economic crisis // *Marketing Intelligence and Planning*. Vol. 25. № 4. P. 326–342.
- Kotha S. (2010) Spillovers, spillins, and strategic entrepreneurship: America's first commercial jet airplane and Boeing's ascendancy in commercial aviation // *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 4. № 4. P. 284–306.
- Kunc M., Bhandari R. (2011) Strategic development processes during economic and financial crisis // *Management Decision*. Vol. 49. № 8. P. 1343–1353.
- Kyrgidou L.P., Petridou E. (2011) The effect of competence exploration and competence exploitation on strategic entrepreneurship // *Technology Analysis and Strategic Management*. Vol. 23. № 6. P. 697–713.
- Laskovaia A., Marino L., Shirokova G., Wales W. (2019) Expect the unexpected: Examining the shaping role of entrepreneurial orientation on causal and effectual decision-making logic during economic crisis // *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 31. № 5–6. P. 456–475. DOI: 10.1080/08985626.2018.1541593.
- Latham S. (2009) Contrasting strategic response to economic recession in start-up versus established software firms // *Journal of Small Business Management*. Vol. 47. № 2. P. 180–201.
- Levinthal D.A., March J.G. (1993) The myopia of learning // *Strategic Management Journal*. Vol. 14. № S2. P. 95–112.
- Li H.H.J., Tan K.H., Hida A. (2011) Sustaining growth in electronic manufacturing sector: Lessons from Japanese mid-size EMS providers // *International Journal of Production Research*. Vol. 49. № 18. P. 5415–5430.
- Ling Y., Kellermanns F.W. (2010) The effects of family firm specific sources of TMT diversity: The moderating role of information exchange frequency // *Journal of Management Studies*. Vol. 47. № 2. P. 322–344.
- Löfgren A. (2014) International network management for the purpose of host market expansion: The mediating effect of co-innovation in the networks of SMEs // *Journal of International Entrepreneurship*. Vol. 12. № 2. P. 162–182.
- Lubatkin M.H., Simsek Z., Ling Y., Veiga J.F. (2006) Ambidexterity and performance in small-to medium-sized firms: The pivotal role of top management team behavioral integration // *Journal of Management*. Vol. 32. № 5. P. 646–672.
- Luke B., Kearins K., Verreynne M.L. (2011) Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship // *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*. Vol. 17. № 3. P. 314–337.
- Makadok R., Coff R.W. (2002) Dialogue: The Theory of Value and the Value of Theory: Breaking New Ground versus Reinventing the Wheel // *Academy of Management Review*. Vol. 27. P. 10–13.
- March J.G. (1991) Exploration and exploitation in organizational learning // *Organization Science*. Vol. 2. № 1. P. 71–87.
- Marcus A.A., Goodman R.S. (1991) Victims and shareholders: The dilemmas of presenting corporate policy during a crisis // *Academy of Management Journal*. Vol. 34. № 2. P. 281–305.
- McGrath R.G. (2001) Exploratory learning, innovative capacity, and managerial oversight // *Academy of Management Journal*. Vol. 44. № 1. P. 118–131.
- Mellahi K., Wilkinson A. (2004) Organizational failure: A critique of recent research and a proposed integrative framework // *International Journal of Management Reviews*. Vol. 5. № 1. P. 21–41.
- Merrifield D.B. (1993) Intrapreneurial corporate renewal // *Journal of Business Venturing*. Vol. 8. № 5. P. 383–389.
- Meuleman M., Amess K., Wright M., Scholes L. (2009) Agency, strategic entrepreneurship, and the performance of private equity-backed buyouts // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 33. № 1. P. 213–239.
- Meyer G.D., Heppard K.A. (2000) Entrepreneurship as strategy: Competing on the entrepreneurial edge // Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mihalache O.R., Jansen J.J., van den Bosch F.A., Volberda H.W. (2014) Top management team shared leadership and organizational ambidexterity: A moderated mediation framework // *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 8. № 2. P. 128–148.
- Miller D. (1983) The correlates of entrepreneurship in three types of firms // *Management Science*. Vol. 29. № 7. P. 770–791.
- Miner A.S., Bassoff P., Moorman C. (2001) Organizational improvisation and learning: A field study // *Administrative Science Quarterly*. Vol. 46. № 2. P. 304–337.

- Mosakowski E. (2002) Overcoming resource disadvantages in entrepreneurial firms: When less is more // *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset* / Eds. M.A. Hitt, R.D. Ireland, S.M. Camp, D. Sexton. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell. P. 106–126.
- Neter J., Wasserman W., Kutner M.H. (1990) *Applied Linear Models, Regression, Analysis of Variance and Experimental Designs*. Boston, MA: RD Irwin.
- O'Brien R.M. (2007) A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors // *Quality and Quantity*. Vol. 41. № 5. P. 673–690.
- Obeng B.A., Robson P., Haugh H. (2014) Strategic entrepreneurship and small firm growth in Ghana // *International Small Business Journal*. Vol. 32. № 5. P. 501–524.
- Pal R., Torstensson H., Mattila H. (2014) Antecedents of organizational resilience in economic crises — an empirical study of Swedish textile and clothing SMEs // *International Journal of Production Economics*. Vol. 147. Part B. P. 410–428.
- Patzelt H., Shepherd D.A. (2009) Strategic entrepreneurship at universities: Academic entrepreneurs' assessment of policy programs // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 33. № 1. P. 319–340.
- Pearce J.A., Michael S.C. (2006) Strategies to prevent economic recessions from causing business failure // *Business Horizons*. Vol. 49. № 3. P. 201–209.
- Pearson C.M., Clair J.A. (1998) Reframing crisis management // *Academy of Management Review*. Vol. 23. № 1. P. 59–76.
- Peris-Ortiz M., de Borja Trujillo-Ruiz F., Hervás-Oliver J.L. (2014) Business Start-ups and Innovation: The Effect of the 2008 Economic Crisis // *Entrepreneurship, Innovation and Economic Crisis* / Eds. K. Rüdiger, M. Peris-Ortiz, A. Blanco-González. New York: Springer International Publishing. P. 41–47.
- Podsakoff P.M., Organ D.W. (1986) Self-reports in organizational research: Problems and prospects // *Journal of Management*. Vol. 12. № 4. P. 531–544.
- Pollard D., Hotho S. (2006) Crises, scenarios and the strategic management process // *Management Decision*. Vol. 44. № 6. P. 721–736.
- Rae-Dupree J. (2008) It's no time to forget about innovation // *New York Times*. 01.08.2008. Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2008/11/02/business/02unbox.html>, дата обращения 15.02.2019.
- Raisch S., Birkinshaw J., Probst G., Tushman M.L. (2009) Organizational ambidexterity: Balancing exploitation and exploration for sustained performance // *Organization Science*. Vol. 20. № 4. P. 685–695.
- Ramsey J.B. (1969) Tests for Specification Errors in Classical Linear Least Squares Regression Analysis // *Journal of the Royal Statistical Society Series B*. Vol. 31. № 2. P. 350–371.
- Reid G. (2007) *The Foundations of Small Business Enterprise: An Entrepreneurial Analysis of Small Firm Inception and Growth*. New York: Routledge.
- Rhemtulla M., Brosseau-Liard P.É., Savalei V. (2012) When can categorical variables be treated as continuous? A comparison of robust continuous and categorical SEM estimation methods under suboptimal conditions // *Psychological Methods*. Vol. 17. № 3. P. 354–373.
- Schmitt A., Probst G., Tushman M.L. (2010) M@n@gement in times of economic crisis: Insights into organizational ambidexterity // *M@n@gement*. Vol. 13. № 3. P. 128–150.
- Schulze W.S., Lubatkin M.H., Dino R.N., Buchholtz A.K. (2001) Agency relationships in family firms: Theory and evidence // *Organization Science*. Vol. 12. № 2. P. 99–116.
- Schumpeter J. (1942) *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Shane S., Venkataraman S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research // *Academy of Management Review*. Vol. 25. № 1. P. 217–226.
- Sheffi Y. (2007) Building a resilient organization // *Bridge-Washington-National Academy of Engineering Bulletin*. Vol. 37. № 1. P. 1–30.
- Shirokova G., Vega G., Sokolova L. (2013) Performance of Russian SMEs: Exploration, Exploitation and Strategic Entrepreneurship // *Critical Perspectives on International Business*. Vol. 9. № 1/2. P. 173–203.
- Siggelkow N., Levinthal D.A. (2003) Temporarily divide to conquer: Centralized, decentralized, and reintegrated organizational approaches to exploration and adaptation // *Organization Science*. Vol. 14. № 6. P. 650–669.
- Sirén C.A., Kohtamäki M., Kuckertz A. (2012) Exploration and exploitation strategies, profit performance, and the mediating role of strategic learning: Escaping the exploitation trap // *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 6. № 1. P. 18–41.
- Smolka K.M., Verheul I., Burmeister-Lamp K., Heugens P.P. (2018) Get It Together! Synergistic Effects of Causal and Effectual Decision-Making Logics on Venture Performance // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 42. № 4. P. 571–604.
- Soininen J., Martikainen M., Puumalainen K., Kyläheiko K. (2012) Entrepreneurial orientation: Growth and profitability of Finnish small- and medium-sized enterprises // *International Journal of Production Economics*. Vol. 140. № 2. P. 614–621.
- Stam W., Elfring T. (2008) Entrepreneurial orientation and new venture performance: The moderating role of intra- and extra- industry social capital // *Academy of Management Journal*. Vol. 51. № 1. P. 97–111.
- Steffens P., Davidsson P., Fitzsimmons J. (2009) Performance configurations over time: Implications for growth- and profit-oriented strategies // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 33. № 1. P. 125–148.
- Sun Z. (2015) Technology innovation and entrepreneurial state: The development of China's high-speed rail industry // *Technology Analysis and Strategic Management*. Vol. 27. № 6. P. 646–659.
- Tang Z., Hull C. (2012) An investigation of entrepreneurial orientation, perceived environmental hostility, and strategy application among Chinese SMEs // *Journal of Small Business Management*. Vol. 50. № 1. P. 132–158.
- Uotila J., Maula M., Keil T., Zahra S.A. (2009) Exploration, exploitation, and financial performance: Analysis of S&P 500 corporations // *Strategic Management Journal*. Vol. 30. № 2. P. 221–231.
- Vargo J., Seville, E. (2011) Crisis strategic planning for SMEs: Finding the silver lining // *International Journal of Production Research*. Vol. 49. № 18. P. 5619–5635.
- Volberda H.W. (1996) Toward the flexible form: How to remain vital in hypercompetitive environments // *Organization Science*. Vol. 7. № 4. P. 359–374.
- Wan W.P., Yiu D.W. (2009) From crisis to opportunity: Environmental jolt, corporate acquisitions, and firm performance // *Strategic Management Journal*. Vol. 30. № 7. P. 791–801.
- Wiklund J., Shepherd D. (2005) Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach // *Journal of Business Venturing*. Vol. 20. № 1. P. 71–91.
- Wooldridge J.M. (2003) *Introductory Econometrics*. Mason, OH: Thomson South-Western.
- Yu F.L.T., Hu M.W. (2015) Strategic Entrepreneurship in Taiwan's Food and Catering Industries: The Case of 85° C Café Shop // *Global Business Review*. Vol. 16. № 5. P. 891–902.
- Zahra S.A., Sapienza H.J., Davidsson P. (2006) Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda // *Journal of Management Studies*. Vol. 43. № 4. P. 917–955.