

Экономика предпринимательства

УДК 336.221

ДИКАЕВА ЛУИЗА ХАМИДОВНА

К.э.н. кафедры Экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический
университет им. акад. М.Д. Миллионщикова»
Россия, Грозный
e-mail: Laura2563@mail.ru

ЗАРИПОВА РИММА СОЛТАНОВНА

доцент, канд. техн. наук,
Казанский государственный энергетический университет
Россия, Казань
e-mail: zarim@rambler.ru

ШАРДАН САИДА КЕМАЛОВНА

Доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО Северо-Кавказская государственная академия
Россия, Владикавказ
e-mail: Shardansaida@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2024-3-180-187

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАЗВИТЫХ СТРАН

Аннотация: в статье отмечается, что развитие функций малого и среднего бизнеса связано с ростом его роли в экономиках ведущих стран. Целью статьи является исследование взаимосвязи между степенью экономического развития страны, конкурентоспособностью ее предприятий на мировом рынке и степенью развития малого и среднего предпринимательства. Предложены четкие критерии отнесения предпринимательства к малым и средним в зависимости от региональной специфики хозяйствования. «Методология исследования»: методологическую основу исследования составили общенаучные и специальные методы, как анализ, синтез и сравнение. «Область применения»: в целях создания более благоприятных условий для отечественных компаний, уязвимых к импорту, правительства поддерживают политику, направленную на регулирование импорта посредством тарифов, квот, лицензий и ограничений на импорт. Такой комплексный подход позволяет создать условия для развития отечественного малого и среднего бизнеса, что напрямую зависит от количества «национальных чемпионов» в высокотехнологичных отраслях. «Выводы»: благосостояние экономических агентов (предпринимателей) в результате их самореализации, а также растущая конкурентоспособность фирм приводят к показателям экономического роста страны. Производство, распределение, обмен и потребление как центральные составляющие воспроизводительной системы основных и производных факторов конъюнктуры, независимо от структуры экономики страны, находятся под влиянием малого и среднего бизнеса. Точно так же малый и средний бизнес становится своеобразным заложником макроэкономической ситуации в стране, которая влияет на совокупный спрос (норму сбережений и потребления, определяющую величину спроса на товары, в том числе инновационные, на местном рынке), производительность труда (отток рабочей силы и деградация кадров из-за падения заработной платы) и производительность капитала.

Ключевые слова: *малый и средний бизнес, макроэкономика, экономическое положение, конкурентоспособность.*

DIKAEVA LUISA KHAMIDOVNA

Candidate of Economics, Department of Economic Theory and Public Administration, Grozny State Petroleum Technical University named after M.D. Millionshchikova Academy", Grozny, Russia, e-mail: Laura2563@mail.ru

ZARIPOVA RIMMA SOLTANOVNA

Ph.D. in Technical Sciences, Associate Professor, Kazan State Energy University, Russia, Kazan, e-mail: zarim@rambler.ru

SHARDAN SAIDA KEMALOVNA

Dr.Sc of Economics, Professor of the Department of Finance and Credit, North Caucasus State Academy, Vladikavkaz, Russia, e-mail: Shardansaida@mail.ru

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AND THEIR IMPACT ON THE ECONOMIC SITUATION AND THE COMPETITIVENESS OF DEVELOPED COUNTRIES

Abstract: *the article notes that the development of the functions of small and medium-sized businesses is associated with the growth of its role in the economies of leading countries. The purpose of the article is to investigate the relationship between the degree of economic development of a country, the competitiveness of its enterprises in the world market and the degree of development of small and medium-sized enterprises. Clear criteria for classifying entrepreneurship as small and medium-sized are proposed, depending on the regional specifics of the business. "Research methodology": The methodological basis of the study was made up of general scientific and special methods such as analysis, synthesis and comparison. "Application area": In order to create a more favorable environment for domestic companies vulnerable to imports, Governments support policies aimed at regulating imports through tariffs, quotas, licenses and import restrictions. Such an integrated approach makes it possible to create conditions for the development of domestic small and medium-sized businesses, which directly depends on the number of "national champions" in high-tech industries. "Conclusions": the well-being of economic agents (entrepreneurs) as a result of their self-realization, as well as the growing competitiveness of firms, lead to indicators of economic growth of the country. Production, distribution, exchange and consumption as the central components of the reproductive system of the main and derivative factors of the conjuncture, regardless of the structure of the country's economy, are influenced by small and medium-sized businesses. Similarly, small and medium-sized businesses become a kind of hostage to the macroeconomic situation in the country, which affects aggregate demand (the rate of savings and consumption, which determines the amount of demand for goods, including innovative ones, on the local market), labor productivity (outflow of labor and staff dequalification due to falling wages) and the productivity of capital.*

Keywords: *small and medium-sized businesses, macroeconomics, economic situation, competitiveness.*

Введение

Роль малого и среднего предпринимательства значительно возрастает в условиях постиндустриального общества, что проявляется в изменении социально-экономических функций данной формы предпринимательства. Малые и средние предприятия (МСП) становятся неотъемлемой частью структуры общественного воспроизводственного процесса, без которого невозможно

обеспечить успешное социально-экономическое развитие общества и рост эффективности производства.

В последние десятилетия малый бизнес активно вовлекается в инновационный процесс. Кроме того, малый бизнес способствует формированию среднего класса, составляющего значительную часть экономически активного населения в мировой экономической системе. Именно с развитием функций малого и среднего бизнеса связан рост его роли в экономиках ведущих стран. В то же время правительства развитых стран создают институциональные рамки деятельности МСП с целью стимулирования экономической активности на внутреннем рынке, что может стать предпосылкой внешней экспансии.

Основная часть

Те страны, которые сегодня относятся к развитым странам [1], раньше других приступили к промышленному производству, что позволило им завоевать большую часть национальных и международных рынков. В теории жизненного цикла продукта Р. Вернона [3], подвергшейся критике М. Тейлора [4], акцент сделан на характере и величине спроса на новые продукты на местном рынке в высокоразвитых индустриальных странах.

Новые продукты появляются на рынках с достаточным внутренним спросом на них. Первоначально специфический спрос со временем становится универсальным, стандартизированным, и другие страны получают доступ к уникальной технологии, в результате чего страна-первопроходец при внедрении нового продукта теряет сравнительное преимущество в его производстве. Но за это время компании, как правило, уже успевают разработать еще один новый продукт и предоставить государству новые сравнительные преимущества.

Кроме того, М. Линдер считал, что спрос на внутреннем рынке является основным фактором, обеспечивающим успех на международном рынке. По его мнению, производители налаживают производство нового продукта для того, чтобы удовлетворить внутренний спрос. Стремясь достичь этого, они осваивают новые навыки производства товаров с использованием более эффективных технологий, что дает стране сравнительное преимущество, отличающее ее от других стран. Согласно теории М. Линдера, экспорт осуществляется в страны со схожими вкусами/спросом.

«Политика правительств по развитию инфраструктуры, поощрению экспорта, улучшению образования и проведению экспортных исследований может оказать существенное влияние на развитие сравнительных преимуществ». Отраслевые субсидии, налоговые льготы, ограничения на участие в тендерах, антимонопольная политика и другие меры вводятся правительствами для того, чтобы создать переходный период для национальных экономик.

В целях создания более благоприятных условий для отечественных компаний, уязвимых к импорту, правительства поддерживают политику, направленную на регулирование импорта посредством тарифов, квот, лицензий и ограничений на импорт. Такой комплексный подход позволяет создать условия для развития отечественного малого и среднего бизнеса, которые напрямую зависят от количества «национальных чемпионов» в высокотехнологичных отраслях.

Поэтому экономическая ситуация с позиций МСП воспроизводится не только экзогенными или чисто рыночными факторами влияния, но и эндогенными, которые предусматривают набор инструментов стимулирования развития предпринимательства на микро-, мезо- и макроуровнях. Уровень доходов населения, уровень его занятости и темпы роста, закладывающие основы так называемых структурообразующих факторов внутренней конъюнктуры, с одной стороны, и совокупность социально-экономических условий и уровень политической стабильности, с другой стороны, определяют структуру предпринимательства в стране, которая, согласно подходу Ф. Расула [5], может как способствовать экономическому росту в стране, так и быть реакцией на улучшение экономических условий.

И хотя термин «предпринимательство» впервые был введен Р. Кантом [6] в начале XVIII века, Г. Стивенсоном [7]. Стопфорд и К. Баден Фуллер [8] придали ему коннотации созидательного разрушения, придав ему инновационные и технологические характеристики. Такого же мнения придерживались Перетто, Бомол [9] и Р. Лукас, противопоставлявшие предпринимателя и рабочего. Однако для Э. Эбера и А. Линка предпринимательство как явление является реакцией на проводимую государством политику, в частности, фискальную, монетарную, а потому является

реакцией на макроэкономические условия, системой стимулов, что подтверждается и другими исследователями.

Однако существует единодушное утверждение о взаимозависимости степени развития предпринимательства и уровня экономического развития страны. Опираясь на четкие критерии отнесения предпринимательства к малым и средним, статистические данные и аналитические материалы, мы ставим перед собой цель исследовать взаимосвязь между степенью экономического развития страны, конкурентоспособностью ее предприятий на мировом рынке и степенью развития малых и средних предприятий на основе современных сравнительных исследований.

Категория «малые и средние предприятия» включает в себя три типа предприятий — микро, малые и средние. Определяющими характеристиками в данном случае являются количество сотрудников, объем продаж и общая сумма годового бюджета (рис. 1).

Категория «Предприятие»	Количество сотрудников, Лиц	Годовой оборот, млн евро	Годовой баланс, млн евро	Количество МСП в ЕС, 2020 р. (в тысячах)
Микропредприятие	1–9	2	2	23 323, 9
Малый бизнес	10–49	10	10	1 472, 4
Среднее предприятие	50–249	50	43	235, 67

Рис. 1. Определение характеристик для микро, малых и средних предприятий в ЕС

Анализируя темпы развития малого и среднего бизнеса и экономики в целом в таких странах, как США, Япония, Германия, становится очевидной прямая зависимость. Малый и средний бизнес, как правило, развивается поэтапно, и состояние этого сектора существенно отличается не только по странам, но и по регионам. Например, в Италии большое количество малого бизнеса сосредоточено на севере, а на консервативном юге довольно мало. Стандартным объяснением ситуации являются исторические различия в способах и объемах накопленного в обществе капитала. В Италии активное развитие МСП происходило в 50-х годах XX века, в связи с реализацией евроинтеграционных инициатив, с целью дальнейшего экономического развития и обеспечения высокой конкурентоспособности национальной продукции на мировом рынке.

Одной из характерных черт Италии является ее доминирующее положение в структуре экономики малых и средних предприятий. По данным Национального института статистики Италии (ISTAT), в стране насчитывается более 3,8 млн предприятий малого и среднего бизнеса, которые обеспечивают около 80% занятости и треть национального производства. Показатели, характеризующие сферу малого и среднего бизнеса в Италии, являются самыми высокими среди европейских стран.

В список самых успешных лидеров входят не только торговые компании, но и фирмы, производящие промышленную продукцию, годовой оборот которой достигает нескольких десятков миллионов евро. К малому бизнесу в Японии относятся предприятия с численностью работников не более 300 человек в горнодобывающей и обрабатывающей промышленности, а также в строительстве, не более 100 человек в оптовой торговле, и не более 50 человек в розничной торговле и сфере услуг. При признании принадлежности предприятия к сфере МСП также учитывается размер капитала этого предприятия, который не должен превышать 100 млн. иен.

Таким образом, значительное число (около 6,5 млн) японских предприятий попадает в сферу малого и среднего бизнеса — от домохозяйств семейного типа до фирм, оснащенных современной техникой, составляя 99% от общего числа предприятий». В них занято около 54 миллионов человек, то есть 80% всей рабочей силы Японии. Доля японских МСП в ВВП составляет около 55%, в экспорте — 15%. Японский малый бизнес в основном сосредоточен в розничной торговле,

общественном питании, сфере услуг, строительстве и машиностроении.

Во многих сферах малый и средний бизнес соседствует с крупным. Например, малый и средний бизнес занимается строительством массового жилья, а крупный – строительством дорог, заводов, многоэтажных и офисных зданий, торговых комплексов. В транспортной сфере картина такая же: есть и малые и средние предприятия, занимающиеся перевозками, и крупные таксопарки, автобусные корпорации. То есть большой бизнес дает работу малому. Малый и средний бизнес является основой экономики развитых стран, занимая значительную долю в структуре ВВП и одновременно обеспечивая занятость населения, предоставляя возможность решать экономические, политические и социальные проблемы государств.

В 2020 г. малый и средний бизнес в ЕС обеспечил 62% валовой добавленной стоимости. Примечательно, что за последние несколько лет количество МСП в странах ЕС практически не изменилось, а создаваемая ими добавленная стоимость растет умеренными темпами. Общая численность занятых в сфере европейского малого и среднего бизнеса составила 92,8 млн человек (72% занятого населения). За последние 5 лет европейские МСП обеспечили 85% вновь созданных рабочих мест в ЕС.

Уровень активности субъектов МСП в различных отраслях может зависеть не от одного совокупного фактора спроса. Простой корреляционный анализ показывает, что среди 12 секторов промышленности в нефинансовом секторе бизнеса (28 долларов ЕС) развитие в большинстве отраслей коррелирует с общим ростом ВВП ЕС на 28 долларов США с 2008 по 2018 год, в меньшей степени от валового накопления основного капитала. Однако влияние колебаний на прирост различных компонентов совокупного спроса сильно изменялось (табл. 5):

— рост добавленной стоимости в строительстве коррелировал с ростом валового основного капитала и, в меньшей степени, с экспортом товаров и услуг;

— рост добавленной стоимости в «оптовой и розничной торговле и ремонте автомобилей и мотоциклов» обусловлен изменениями как валовой формы основного капитала, так и изменениями конечного потребления домашних хозяйств;

— рост добавленной стоимости по направлению «транспортировка и хранение» в основном обусловлен ростом экспорта товаров и услуг и валовым формированием основного капитала;

— рост добавленной стоимости по направлению «услуги по проживанию и питанию» в основном отражает рост валового накопления основного капитала и конечного потребления домашних хозяйств;

— рост добавленной стоимости в сферах «информация и связь», «профессиональная, научная и техническая деятельность» и «административно-вспомогательная деятельность» зависел от роста экспорта товаров и услуг и формирования валового основного капитала.

Изменения добавленной стоимости в сферах «добыча», «электроэнергия, газ, пар и кондиционирование воздуха» и «водоснабжение, утилизация отходов и реконструкция» не были сильно затронуты ни одним из компонентов совокупного спроса и даже не были сильно связаны с изменениями в ВВП. В то же время следует подчеркнуть, что, согласно подходу ДНЛ, лимит в 250 миллионов евро годового дохода является репрезентативным для классификации предприятия как малого или среднего. Причем, хотя конъюнктурообразующие факторы для них одни и те же, но с разной степенью чувствительности, экзогенные факторы влияния, которые мы включаем в бизнес-среду, различаются (табл. 6, табл. 7). В США насчитывается 30,7 млн малых предприятий, что составляет 99,9% всех предприятий США.

Деловая среда, как национальная, так и международная, является важным фактором, определяющим так называемый «оптимальный размер» фирмы. Строгое налогообложение и регулирование могут ограничивать регистрацию микро- и малых предприятий, ограничивать выход на рынок фирм среднего размера и, таким образом, препятствовать созданию рабочих мест (и росту фирм), а плохая сетевая инфраструктура может увеличить факторные и транзакционные издержки. Бизнес-среда также может изменить рыночный спрос: регулирование путем открытия или закрытия рынков (например, сертификация), транспортная инфраструктура путем сокращения разрыва с отдаленными рынками или города путем влияния на управление земельными ресурсами и агломерацию. Фирмы приспосабливаются к рыночным условиям с помощью различных стратегий.

Однако те из них, которые доступны малому и среднему бизнесу, как правило, более доступны по цене, чем те, которые доступны более крупным фирмам (например, эффект масштаба). Например, фирмы, ориентированные на прибыль, стремятся увеличить оборот за счет увеличения объема и ценообразования, а также снижения издержек различными способами (экономия на масштабе, сетевые эффекты и т. д.). Малые и средние предприятия из-за ограничений по размеру в значительной степени полагаются на дифференциацию продукции, эффективность сетевого взаимодействия (например, стандартизация, межфирменное сотрудничество) и агломерационные эффекты (пространственная концентрация) для увеличения прибыли. В то же время взаимосвязь между конъюнктурой рынка и фирмами не является односторонней.

Бизнес-стратегии также могут изменять рыночные условия, в частности, рыночные структуры, которые отражают распределение рыночной власти и издержек фирмы и, следовательно, возможности для инноваций, прибыли и масштабирования. Внутренние рынки остаются основными областями ведения бизнеса МСП, поскольку они являются преимущественно местными игроками, встроенными в соседние рынки и экосистемы. Государственные закупки открывают значительные возможности для инноваций в МСП, повышения конкурентоспособности и создания рабочих мест.

В странах ОЭСР на государственные закупки приходится 30% государственных расходов, в Японии и Нидерландах – более 40%. В странах ОЭСР около 100 МСП управляются на субнациональном уровне (по регионам и городам), которые занимаются поддержкой развития малого и среднего бизнеса и занятости местного населения. В связи со значительными закупками товаров и услуг промежуточного потребления (оборудование и запасы, техническое обслуживание и ремонт, энергетика, ИКТ, консалтинг и т. д.) и формированием спроса на услуги, предоставляемые непосредственно потребителям, региональные и местные органы власти являются ключевыми покупателями местных поставщиков.

В небольших муниципалитетах и, в частности, в сельских районах, МСП сильно зависят от местных потребителей, которые могут быть их основными или даже единственными клиентами, что, в свою очередь, делает их уязвимыми в периоды жесткой экономии и сокращения бюджета. Преимущества государственных закупок заключаются в относительной стабильности спроса и надежности платежей (например, для расширения клиентской базы или для заключения других контрактов и финансирования). Несмотря на эти потенциальные преимущества, доля МСП на рынках государственных закупок часто ниже, чем их общая рыночная доля.

Например, в ЕС малые и средние предприятия получают 45% от стоимости государственных контрактов сверх пороговых значений ЕС». Со стороны правительства административное бремя, задержки платежей, нерегулируемые депозиты ценных бумаг или гарантийные обязательства, неэффективные механизмы рассмотрения жалоб и, в некоторых случаях, взяточничество увеличивают транзакционные издержки для небольших фирм, работающих на публичных рынках, и подрывают равные условия игры.

Риски разглашения коммерческой тайны существуют и при взаимодействии компаний с государственными органами и предоставлении конфиденциальной информации о бизнесе в контексте тендерных процедур. Между странами существуют большие различия в возможностях и проблемах, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия при выходе на рынки. В последние годы условия выхода на международные и внутренние рынки для малых и средних предприятий в целом улучшились, поскольку были снижены четкие барьеры для торговли и инвестиций. Повышенное внимание общественности уделяется выравниванию рыночной конъюнктуры и улучшению инфраструктуры.

Глобальная экономическая среда, помимо конъюнктуры внутреннего и локального рынков, создает условия для МСП. Здоровые макроэкономические и бюджетные условия повышают доверие бизнеса, инвесторов и потребителей, влияют на корпоративные инвестиционные решения, стимулируют как бизнес, так и инвесторов к рискам, стимулируют потребительский спрос. Отмечается, что тенденции на международных финансовых рынках и рынках труда имеют важное значение для доступа отечественных малых и средних предприятий к финансированию и (высоко) квалифицированной рабочей силе.

Глобализация финансовых, образовательных рынков и рынков труда усилила резонанс локальных потрясений в глобальном масштабе и глобальных потрясений на локальном уровне.

Торговля и глобальные производственно-сбытовые цепочки (ГЦС) создают возможности для МСП для освоения технологий и ноу-хау, расширения и углубления спектра навыков, инноваций, масштабирования и производительности. Малый и средний бизнес оказывает непосредственное влияние на экономическую ситуацию страны через множество каналов передачи — как на уровне отдельных лиц, принимающих соответствующие решения, связанные с предпринимательской деятельностью, так и на уровне фирмы, и на макроуровне. Чем инновационнее бизнес, тем выше его мультипликативный эффект.

Заключение

Благосостояние экономических агентов (предпринимателей) в результате их самореализации, а также растущая конкурентоспособность фирм отражаются в показателях экономического роста страны. Производство, распределение, обмен и потребление как центральные составляющие воспроизводительной системы основных и производных факторов конъюнктуры, независимо от структуры экономики страны, находятся под влиянием малого и среднего бизнеса. А также малый и средний бизнес становится своеобразным заложником макроэкономической ситуации в стране, которая влияет на совокупный спрос (норму сбережений и потребления, определяющую величину спроса на товары, в том числе инновационные, на местном рынке), производительность труда (отток рабочей силы и деквалификация кадров из-за падения заработной платы) и производительность капитала. При этом степень этого воздействия, а также каналы передачи различаются от страны к стране в зависимости от:

- степени интеграции их компаний в глобальные цепочки добавленной стоимости и глобальные цепочки поставок;
- доли торгуемых и неторгуемых товаров в структуре продаж;
- реакции как на экзогенные (шоки спроса, шоки предложения, стадии делового цикла, конъюнктура мировых товарных рынков и т.д.), так и на эндогенные (темпы роста ВВП, стадии бизнеса, шоки спроса, шоки предложения, степень организационной и финансовой поддержки бизнеса, эффективность использования инструментов фискальной и денежно-кредитной и валютной политики, жесткие или гибкие цены на рабочую силу и т.д.) факторы влияния;
- политическая стабильность;
- состояние социально-экономического развития;
- структура экономики;
- возрастная структура населения;
- уровень институциональной поддержки предпринимательских инициатив (система стимулов);
- уровень коррупции;
- степень инвестиционной привлекательности и т.д.).

Литература

1. Андреев В.К. *О государственном регулировании малого предпринимательства // Малый бизнес на этапе обновления законодательства о предпринимательстве / Ответственные редакторы: Андреев В.К., Супатаев М.А. - М.: Издательство «Юрист», 2004. - 136 с.*
2. Бахмудов М.М. *Система государственной поддержки малого предпринимательства в регионе: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Махачкала, 2001. - 26 с.*
3. Боробов Д.В. *Эволюция, проблемы и перспективы развития малого предпринимательства в России // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и право». - 2012. - №8-9 [электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/---ep12-08/613>*
4. Вайпан В.А. *Основы правового регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства // Право и экономика. - 2015. - №12. - С.4-19.*
5. Ершова И.В. *Дефиниция субъекта малого и среднего предпринимательства: законодательные, статистические, доктринальные подходы // Актуальные проблемы российского права. - 2013. - №9. - С.1130-1138.*
6. Ибадова Л.Т. *Финансирование и кредитование малого бизнеса в России: правовые аспекты. - М.: Издательство «Волтерс Клувер», 2006. - 258 с.*

7. *Итоги сплошного федерального статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства за 2010-й год. В 3-х томах. Официальное издание.* - М., 2012.
8. Костыкова М.Ю. Особенности идентификации малого бизнеса как объекта банковского кредитования [электронный ресурс] //Режим доступа: <http://www.sworld.com.ua/index.php/uk/economy-112/financial-cash-flow-and-credit-112/12545-112-501>
9. Кочановский М.В. Развитие институциональной среды малого бизнеса: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Нижний Новгород, 2000. - 22 с.
10. Малое и среднее предпринимательство: правовое обеспечение /Л.В.Андреева, Т.А.Андропова, Н.Г.Апресова и др.; ответственный редактор: И.В.Ершова. Монография. - М.: Издательство «Юриспруденция», 2014. - 460 с.

References

1. Andreev V.K. *O gosudarstvennom regulirovanii malogo predprinimatel'stva //Malyj biznes na eta-pe obnoveniya zakonodatel'stva o predprinimatel'stve /Otvetsvennye redaktory: Andreev V.K., Supataev M.A.* - М.: Izdatel'stvo «YUrist», 2004. - 136 s.
2. Bahmudov M.M. *Sistema gosudarstvennoj podderzhki malogo predprinimatel'stva v regione: Avto-referat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk.* - Mahachkala, 2001. - 26 s.
3. Borobov D.V. *Evoluciya, problemy i perspektivy razvitiya malogo predprinimatel'stva v Rossii //Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya «Ekonomika i pravo».* - 2012. - №8-9 [elektronnyj resurs] //Rezhim dostupa: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/---ep12-08/613>
4. Vajpan V.A. *Osnovy pravovogo regulirovaniya deyatel'nosti sub"ektov malogo i srednego predprini-matel'stva //Pravo i ekonomika.* - 2015. - №12. - S.4-19.
5. Ershova I.V. *Definiciya sub"ekta malogo i srednego predprinimatel'stva: zakonodatel'nye, stati-sticheskie, dok-trinal'nye podhody //Aktual'nye problemy rossijskogo prava.* - 2013. - №9. - S.1130-1138.
6. Ibadova L.T. *Finansirovanie i kreditovanie malogo biznesa v Rossii: pravovye aspekty.* - М.: Iz-datel'stvo «Volters Kluver», 2006. - 258 s.
7. *Itogi sploshnogo federal'nogo statisticheskogo nablyudeniya za deyatel'nost'yu sub"ektov malogo i srednego predprinimatel'stva za 2010-j god. V 3-h tomah. Oficial'noe izdanie.* - М., 2012.
8. Kostykova M.YU. *Osobennosti identifikacii malogo biznesa kak ob"ekta bankovskogo kreditova-niya [el-ektronnyj resurs] //Rezhim dostupa: <http://www.sworld.com.ua/index.php/uk/economy-112/financial-cash-flow-and-credit-112/12545-112-501>*
9. Kochanovskij M.V. *Razvitie institucional'noj sredy malogo biznesa: Avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk.* - Nizhnij Novgorod, 2000. - 22 s.
10. *Maloe i srednee predprinimatel'stvo: pravovoe obespechenie /L.V.Andreeva, T.A.Andronova, N.G.Apresova i dr.; otvetstvennyj redaktor: I.V.Ershova. Monografiya.* - М.: Izdatel'stvo «YUrispru-denciya», 2014. - 460 s.