

УДК 336.221

**ОВСЕЕНКО ГАЛИНА АНАТОЛЬЕВНА**

старший преподаватель  
Казанский государственный энергетический университет  
Россия, Казань  
e-mail: galinka.ovseenko@mail.ru

**ЭЛЬГУКАЕВА ЛУИЗА АХМЕТОВНА**

К.э.н., доцент «Экономики управление на предприятии»  
ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический  
университет им. акад. М.Д. Миллионщикова»  
Россия, Грозный  
e-mail: Luiza\_elg@mail.ru

**ЭСКЕРХАНОВА ЛУИЗА ТАГИРОВНА**

К.э.н., доцент кафедры «Теория и технология социальной работы»  
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»  
Россия, Грозный  
e-mail: Lu-69@yandex

DOI:10.26726/1812-7096-2024-3-188-195

## СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ И ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫЙ МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

**Аннотация.** Основу формирования и развития любой экономики и гражданского общества в целом формирует социально ответственный и инновационно активный собственный малый и средний бизнес. Целью данной статьи является определение влияния социально ответственного и инновационно активного малого и среднего бизнеса на экономическое развитие государства и разработка практических предложений с четким комплексом мер по стимулированию его развития в России. Методология исследования: методами, примененными в данной статье, являются анализ, сравнение и статистика. Область применения: именно развитие социально ответственного и инновационно активного собственного малого бизнеса в государстве приведет к формированию среднего класса и развитию гражданского общества, а значит, повлияет на формирование эффективных формальных, в том числе государственных, институтов, и неформальных институтов (в частности, изменение менталитета). Выводы: таким образом, было проведено исследование влияния социально ответственного и инновационно активного собственного малого и среднего бизнеса на развитие экономики, формирование гражданского общества и благополучие людей. Отмечается, что национальный бизнес может быть достаточно эффективным, а экономическое развитие государства – устойчивым только в том случае, если предпринимательский сектор: а) инновационно активен; б) социально ответственен.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, активный бизнес, социально ответственный бизнес, неформальные институты, менталитет.

**OVSEENKO GALINA ANATOLYEVNA**

Senior Lecturer, Kazan State Energy University,  
e-mail: galinka.ovseenko@mail.ru

**ELGUKAYEVA LUISA AKHMETOVNA**

Ph.D. in Economics, Associate Professor of Economics Management  
at the FGBOU VO Grozny State Petroleum Technical University,  
academician M.D. Millionshchikova" Russia, Grozny,  
e-mail: Luiza\_elg@mail.ru

*ESKERKHANOVA LUISA TAGIROVNA*

*Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Theory and Technology of Social Work, Kadyrov Chechen State University, e-mail: Lu-69@yandex*

## **SOCIALLY RESPONSIBLE AND INNOVATIVELY ACTIVE SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AS THE BASIS OF ECONOMIC DEVELOPMENT**

**Annotation.** *The basis for the formation and development of any economy and civil society as a whole is formed by socially responsible and innovatively active small and medium-sized businesses. The purpose of this article is to determine the impact of socially responsible and innovatively active small and medium-sized businesses on the economic development of the state and to develop practical proposals with a comprehensive set of measures to stimulate its development in Russia. Research methodology: the methods used in this article are analysis, comparison and statistics. Scope of application: it is the development of a socially responsible and innovatively active small business in the state that will lead to the formation of the middle class and the development of civil society, which means that it will affect the formation of effective formal, including state, institutions, and informal institutions (in particular, a change in mentality). Conclusions: thus, a study was conducted on the impact of socially responsible and innovatively active own small and medium-sized businesses on the development of the economy, the formation of civil society and the well-being of people. It is noted that national business can be quite effective, and the economic development of the state can be sustainable only if the business sector is: a) innovatively active; b) socially responsible.*

**Keywords:** *small and medium-sized businesses, active business, socially responsible business, informal institutions, mentality.*

### **Введение**

В современном мире существует закономерность (макроэкономическая аксиома), что экономика может развиваться только в том случае, если она инновационна и социально ориентирована. К основным характерным чертам социально ориентированной рыночной экономики относятся: достижение высокого уровня средних доходов и заработной платы граждан государства, совершенствование системы социального страхования и социальных гарантий, развитие акционерных форм хозяйствования (прежде всего, корпоратизация миноритариев) и формирование сектора малого бизнеса, особенно инновационно активного.

Компании, которые внедряют инновации, как правило, получают более высокую прибыль и достигают более высокой динамики экономического роста. Очевидно, что высокий уровень доходов (получаемых, в том числе, из таких источников, как прибыль от предпринимательской деятельности и дивидендные, паевые и процентные доходы от участия граждан во владении бизнесом) и заработной платы является важным условием роста платежеспособного спроса, увеличения сбережений как источника роста инвестиций, расширения налогооблагаемой базы и увеличения поступлений в бюджет. Все это в совокупности стимулирует развитие экономики государства. В то же время в России мы наблюдаем прямо противоположные тенденции: снижение уровня доходов, слабое развитие акционерных форм хозяйствования, наличие дефицита такого важного для экономики ресурса, как предпринимательские навыки, снижение инновационной активности субъектов хозяйствования. До сих пор не удалось достичь достаточного уровня информированности граждан государства, правительства и общества в целом о необходимости построения социально ориентированной инновационной рыночной экономики.

### **Основная часть**

Аналізу теоретико-методологічних основ розвитку соціально відповідального та інноваційно активного малого бізнесу» присвятили свої труди відомі вчені: І. Башаров [1], О. Діканов [3], Г. Каминський [2], Л. Калінов [6], О. Полякова та інші. На сучасному етапі існують численні теоретичні та практичні розробки в даній області досліджень, однак деякі питання, пов'язані з наданням практичних рекомендацій по стимулюванню розвитку соціально відповідального та інноваційно активного власного

малого и среднего бизнеса, недостаточно освещены в научной литературе.

По итогам 2023 года ВВП России составил 5,51 трлн долларов. ВВП на душу населения составляет 29 812 долларов США. При этом за тот же период ВВП стран-членов ЕС составляет 18 000,0 трлн. ВВП на душу населения составляет 36 000 долларов США; ВВП США составляет 20807.2 трлн. ВВП на душу населения – 63051 доллар США; ВВП Канады составляет \$1600,2 трлн. ВВП на душу населения – 42080 долларов США. Все это приводит к наличию большего количества рабочих мест, средств на развитие инфраструктуры и социальной сферы в целом, соответствующего размера заработной платы и пенсий и т.д.

Как известно, ВВП государства создает сектор бизнеса. В нашей стране на 1000 человек приходится гораздо меньшее количество предприятий, поэтому на 10 000 человек приходится гораздо меньшее количество НПО. Очевидно, что развитие бизнес-сектора в государстве является предпосылкой развития гражданского общества, и наоборот. В странах Европы и других развитых экономик наблюдается достаточно высокое соответствие между количеством малых и средних предприятий (МСП) на 1000 человек с числом НПО на 10 000 человек, которые также защищают интересы малого бизнеса. Предпринимательский сектор страны представляет собой совокупность всех малых (в том числе микро), средних и крупных предприятий различных форм собственности, способов формирования и отраслевой принадлежности. В странах с развитой экономикой на долю малого бизнеса (занятых до 50 человек) приходится 90-95% от общего числа всех предприятий, из них микропредприятия (занято до 10 человек) – около 80%, а средний бизнес (занято до 250 человек) – около 5-7%. В совокупности этот сектор генерирует 50% и более ВВП государства и обеспечивает до 70% трудовой занятости[7].

Развитие крупного бизнеса (занято более 250 человек) также важно, но на принципах конкуренции, демонополизации (деолигархизации) и развития акционерных форм хозяйствования. При этом необходимо создать условия для появления как можно большего количества миноритарных акционеров. Во многих странах с развитой экономикой они составляют более 50% населения [4]. Мы не должны допустить ситуации, когда 1-3% населения владеет около 90% национального богатства. Крупный бизнес ни в коем случае не следует рассматривать с позиции альтернативы малому бизнесу, поскольку они выполняют различные, по-своему важные функции в экономике государства и системе социально-экономических отношений.

Более того, благодаря различным формам сотрудничества на взаимовыгодной основе возможно сотрудничество между ними, в результате чего они дополняют друг друга.

Развитие предпринимательства в стране зависит от многих факторов, среди которых: сложившаяся политическая ситуация, макроэкономическая среда, конъюнктура на мировых внешних рынках, социальные условия, научно-техническое развитие, демографический фактор, экологическая ситуация (состояние окружающей среды), система налогообложения, административно-разрешительная система, становление и развитие институтов правовой системы, уровень коррупции, уровень монополизма в экономике, регуляторная политика, развитие транспортной системы, информационные и другие социальные коммуникации, бизнес-инфраструктура, эффективность финансово-кредитного сектора и банковской системы, наличие программ институциональной и финансовой поддержки бизнес-сектора, и прежде всего менталитет, культура, образование, наука, религия, историческая память, обычаи и т.д.

Если обратиться к экономике, то экономические школы, возникшие на разных этапах исторической эволюции, выдвигают разные концепции и ориентируются на разные факторы, которые, по их мнению, в большей или меньшей степени влияют на развитие предпринимательской сферы. Так, классики времен А. Смита, Д. Рикардо и Д. С. Милля и их последователи (представители школы маржинализма) считают, что условием развития предпринимательства и экономики в целом является, прежде всего, защита прав частной собственности и свободная конкуренция, а рыночный механизм саморегулирования способен автоматически обеспечить эффективность экономической системы.

Либеральные идеи, в частности идея эффективности саморегулирования, подвергаются резкой критике со стороны разработчиков марксистской теории и, в меньшей степени, со стороны представителей исторической школы политической экономии. Представители кейнсианской школы политической экономии утверждают, что ключевым фактором развития предпринима-

тельства является эффективным государственное регулирование путем постоянного стимулирования совокупного спроса, что побуждает бизнес производить больше.

Представители теории экономики предложения уделяют больше внимания необходимости стимулирования совокупного предложения путем снижения налоговых ставок, поскольку стимулирование спроса само по себе может спровоцировать инфляционные и девальвационные процессы, рост дефицита бюджета, государственного долга и т.д. Важность одновременного стимулирования как спроса, так и предложения с учетом состояния экономики, временных периодов и занятости ресурсов подчеркивается школой неоклассического синтеза. В качестве основного фактора развития предпринимательского сектора и эффективности экономической системы в целом следует рассматривать создание благоприятных условий для развития малого предпринимательства и внедрения инноваций – эту позицию разделяет Я. А. Шумпетер (школа Шумпетера).

Важность минимально возможного вмешательства государства в экономику и предпринимательскую деятельность подтверждается теорией экономического либерализма Ф. Хайека и теорией рациональных ожиданий. Школа институционализма подчеркивает необходимость изучения влияния институциональной среды (правовая система, образование, наука, НТП и т.д.) и ее эволюции в бизнес-секторе, экономической системе и функционировании рыночного механизма. Представители новой институциональной экономической теории считают, что решающее влияние на бизнес-сектор и экономику оказывают различные формальные и неформальные институты, прежде всего: культура, менталитет, обычаи, традиции, историческая память и т.д. (по мнению Д. Норта, история показывает, что культура, идеи и идеологии имеют значение[9]).

По статистике, предпринимательской деятельностью занимается всего 5% населения планеты, но между странами существует значительная региональная дифференциация. При этом возникает вопрос: где искать такой бизнес, стартапы (вновь созданные компании), стартапы (инновационные вновь созданные компании) и, соответственно, лица с предпринимательскими способностями? В частности, международная статистика показывает, что средний возраст человека, открывающего новый бизнес, составляет 25 лет. Можно однозначно утверждать, что для того, чтобы как можно больше людей создали свое дело, необходимо проводить:

а) их обучение;

б) их подготовка к этому умственно (в переводе с латинского «mentos» означает «мышление»), идеологически и культурно.

В России до сих пор не разработаны эффективные образовательные, акселерационные и другие программы, направленные на поддержку и продвижение предпринимательской культуры.

Соответственно, отечественный бизнес – это:

а) результат деятельности людей с предпринимательскими способностями (самородки);

б) следствие нарушения законодательства государства, в том числе уголовного или коррупционного характера;

в) условие выживания (торговля на рынке и т.д.).

В России необходимо создать условия для формирования социально ответственного и инновационно активного малого и среднего бизнеса. В современном мире закономерность проявляется в том, что национальный бизнес может быть достаточно эффективным, а экономическое развитие государства устойчивым, только если предпринимательский сектор:

а) является инновационно активным;

б) социально ответственным.

В целом эти две составляющие формирования успешного бренда отдельной компании – внедрение в нее инноваций (бренды создаются на основе инноваций) и интеграция социальных, экологических и культурных проблем в коммерческую деятельность – следует считать основными.

Успешно сформированный бренд компании – это узнаваемость на рынке, а значит и ее продажи и, соответственно, прибыль (как известно, до 80% всех товаров и услуг на рынке продаются известными брендами). В странах с развитой экономикой около 70% всех предприятий, особенно малого (в том числе микро) и среднего бизнеса, являются инновационно активными [5]. В этом секторе создается и внедряется до 50% инноваций.

В дальнейшем, в целях оперативного мониторинга эффективности данного сектора экономики и определения степени его влияния на макроэкономические показатели страны, целесооб-

разно ввести ежеквартальный мониторинг инновационной активности малого бизнеса, публиковать ежегодный отчет по его результатам, а также изменить порядок статистической отчетности субъектов малого предпринимательства на основе пересмотра порядка ведения аналитического учета.

В целом, с точки зрения отношения к инновационной деятельности, сектор малого предпринимательства (инновационно активный малый бизнес) не является абсолютно однородным и состоит из трех различных групп малых фирм, которые существенно различаются по регулярности и цели инновационной деятельности. Первую группу образуют традиционные малые фирмы, работающие в различных отраслях и под давлением рыночной конкуренции, вынужденные внедрять инновации ситуативно или периодически. Роль в инновационном процессе этой группы малых фирм, как правило, ограничивается участием в диффузии инноваций или ситуативным, нецелевым изобретением и распространением совершенствующих инноваций.

### **Заключение**

Таким образом, ко второй группе относятся небольшие исследовательские фирмы, которые профессионально занимаются деятельностью в области исследований и разработок, в основном по запросу агентов рынка, крупного бизнеса или государственных структур. К таким структурам относятся: частные научно-исследовательские фирмы, институты, лаборатории, которые работают на коммерческой основе и соответствуют законодательно установленным критериям принадлежности к сектору малого бизнеса. Малые фирмы этой группы являются основными поставщиками инновационных идей. К третьей группе относятся инновационно ориентированные малые фирмы, то есть те, чья деятельность ориентирована на реализацию собственной инновационной идеи. Инновационная деятельность этой группы малых фирм заключается в самостоятельной разработке, коммерциализации и использовании инноваций.

Инновации имеют стратегическое значение для инновационно ориентированных малых фирм, и от успешности их внедрения в полной мере зависят их прибыльность и перспективы роста. Высокоэффективная, инновационно ориентированная экономика, характерная черта которой проявляется в наличии большого количества инновационно активных предприятий, способна обеспечить более высокие темпы экономического роста, в основном сопровождающиеся повышением производительности труда, снижением энерго- и материалоемкости, повышением конкурентоспособности.

Несмотря на наличие соответствующих специальных программ стимулирования инновационного развития и экономических стимулов для осуществления инвестиционной и инновационной деятельности хозяйствующими субъектами, одной из основных причин столь высокого уровня инновационной активности предприятий в странах с развитой экономикой является то, что она является условием:

- а) их выживания в конкурентной среде;
- б) их способность расширять сегмент продаж собственной продукции и услуг, осваивать новые рынки и получать большую прибыль. Не менее важным для экономики является наличие большого количества социально ответственных предприятий. Так, в европейских и других странах с развитой социально ориентированной рыночной экономикой количество социально ответственных предприятий, в том числе (в первую очередь) микро-, малого и среднего бизнеса, составляет около 80% от их общего числа [10].

В России, с учетом существующих социально-экономических условий и в соответствии с правилами и этическими нормами ведения бизнеса, этот показатель значительно ниже. Согласно принятым международным стандартам, корпоративная социальная ответственность – это ответственное отношение компании к своему товару или услуге, потребителям, сотрудникам, партнерам и конкурентам, активная социальная позиция, участие в решении различных социальных проблем, соответствие деятельности компании законам и международным правилам поведения и т.д.

С учетом того, что основой экономического развития любой страны является социально ответственный и инновационно активный собственный малый и средний бизнес, для нашей страны особую актуальность приобретает проблема интенсификации появления как можно большего

числа таких хозяйствующих субъектов вне зависимости от отраслевой принадлежности (высокотехнологичные услуги, IT-технологии, промышленный и сельскохозяйственный секторы, строительство, туризм, торговля и т.д.).

Прежде всего, для этого требуется принятие комплекса следующих мер:

1. Инициировать введение обязательного курса (дисциплины) «Организация собственного дела» («Финансирование и организация собственного дела») с участием практиков и ученых во всех учебных заведениях II-IV уровней аккредитации (включая школьное образование). Целью данного курса является: популяризация предпринимательской культуры среди молодежи, подготовка студентов к реализации собственных бизнес-идей, формирование эффективных специалистов, готовых к практической деятельности, повышение эффективности коммуникаций в системе образование-наука-бизнес, позиционирование страны и ее регионов в качестве лидеров развития малого и среднего бизнеса в будущем.

Данный курс включает в себя: рассмотрение примеров из истории создания успешного бизнеса, изучение проблем, связанных с логистикой открытия собственного дела, бизнес-планированием, особенностями менеджмента и маркетинга в малом бизнесе, источниками его финансирования и т.д.

2. Предложить создание бизнес-инкубации, бизнес-акселерации, бизнес-центров, коворкингов, кластеров и других элементов бизнес-инфраструктуры по инициативе образовательных учреждений, органов власти и государственного сектора. При этом необходимо создать благоприятные «тепличные» условия для рожденных бизнес-идей и предоставить соответствующие услуги (тренинги, семинары, постоянные встречи с менторами, практиками и успешными предпринимателями, консультации по бизнес-планированию, маркетингу, бухгалтерскому учету и налогообложению, правовое сопровождение предпринимательской деятельности, налаживание коммуникаций с грантописателями, инвесторами, «бизнес-ангелами» и финансово-кредитными учреждениями, создание атмосферы сотрудничества (взаимодействия) и партнерство, которое будет способствовать подготовке к реализации бизнес-проекта и т.д.) с целью их реализации в будущем.

3. Содействовать разработке и реализации программы эффективной финансовой поддержки сектора малого бизнеса, а именно микрокредитования бизнес-стартапов и стартапов, и развивать систему альтернативных источников финансирования (гранты, стартап-инвестиционные форумы, краудфандинг, венчурное финансирование и т.д.). Реализация любого бизнес-проекта требует наличия источников его финансирования. Их можно условно разделить на четыре основные группы:

— традиционные источники финансирования бизнеса: собственный капитал, банковские кредиты, средства, привлеченные от выпуска ценных бумаг, кредиты небанковских финансово-кредитных организаций и т.д.;

— альтернативные (современные) источники финансирования бизнеса: фандрайзинг, краудфандинг, краудлендинг, краудинвестинг, краудсорсинг, гранты (в том числе за счет средств международных организаций) и т.д.;

— привлечение ресурсов за счет использования различных форм финансового сотрудничества предприятий: венчурного финансирования, лизинга, субподряда, франчайзинга и т.д.;

— привлечение ресурсов за счет использования различных форм государственной финансовой поддержки малого бизнеса: программы микрокредитования, создание фондов поддержки стартапов, организация инвестиционных форумов стартапов и кредитных ярмарок, субсидий и субсидий бизнесу, государственных закупок, применение механизма частичного возмещения процентных ставок по кредитам и т.д.

На основании проведенных исследований и обобщений можно сделать следующие выводы:

1. При реализации экономической политики по стимулированию развития предпринимательского сектора необходимо опираться на наработки мировой экономической науки. Современные ученые утверждают, что развитие бизнес-сектора, как и экономики в целом, зависит от действия многих факторов, но крайне важно влияние таких институтов, как культура, образование, наука, охрана окружающей среды, менталитет, историческая память, патриотическое воспитание, развитие правовой системы и т.д. Именно это указано в программных документах авторитетных международных организаций.

2. Обеспечение устойчивого социально-экономического развития нашей страны невозможно без внедрения курса «Организация собственного бизнеса» на профессиональном уровне во всех учебных заведениях (школах, вузах и т.д.) с участием практиков и ученых, реализации эффективных программ инкубации и акселерации, создания предпринимательской инфраструктуры и реализации программы эффективной финансовой поддержки сектора малого бизнеса, бизнес-стартапов и инновационных стартапов. Хотя использование таких инструментов на первом этапе приводит к незначительным административным и методическим трудностям, они не требуют значительных бюджетных затрат. Кроме того, общественная польза очевидна, и альтернативы использованию таких инструментов в настоящее время нет.

3. Социально ответственный и инновационно активный собственный бизнес (в частности, создание в обществе имиджа добропорядочного и законопослушного предпринимателя) должен стать основой формирования бренда государства и регионов. К другим важным составляющим бренда можно отнести изучение культуры и, соответственно, внедрение в образовательный процесс курса «Основы культуры (правовой, управленческой, экологической культуры, искусствоведения и др.)» на профессиональном уровне. Ведь бренд государства – это тот психологически-эмоциональный фактор (в контексте трактовки теории поведенческой экономики), который будет способствовать изменению менталитета народа как института, что окажет положительное влияние (в контексте интерпретации новой институциональной экономической теории) на развитие социально ответственного и инновационно активного собственного бизнеса.

### Литература

1. Захарова 2010 - Захарова Н.В. *Формирование инновационной экономики и инновационных систем стран Европейского союза: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук.* М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2010. 46 с.
2. Захарова, Лабудин 2017 - Захарова Н.В., Лабудин А.В. *Малое и среднее предпринимательство в европейских странах: основные тенденции развития // Управленческое консультирование.* 2017. № 12 (108). С. 64-77.
3. Зенкина 2014 - Зенкина Е.В. *Развитие международного бизнеса в постиндустриальной экономике // Известия МГТУ «МАМИ». Серия «Экономика и управление».* 2014. № 1 (19). Т. 5. С. 34-36.
4. Подбиралина, Мигалева 2018 - Подбиралина Г.В., Мигалева Т.Е. *Малый и средний бизнес в экономике зарубежных стран.* М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2018. 104 с.
5. Сопилко, Навроцкая, Мясникова 2017 - Сопилко Н.Ю., Навроцкая Н.А., Мясникова О.Ю. *Тенденции развития мировых производственных связей в технологичных секторах экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность.* 2017. Т. 13. № 8 (353). С. 1532-1544.
6. Сопилко, Мясникова, Шкатов 2018 - Сопилко Н.Ю., Мясникова О.Ю., Шкатов Н.Г. *Подходы к управлению инновационным развитием предприятий высокотехнологичной отрасли // Экономика и предпринимательство.* 2018. № 1 (90). С. 860-864.
7. Хасбулатов 2019 - Хасбулатов Р.И. *Международная и континентально-региональные экономические интеграции. Формы, типы, противоречия.* М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. 324 с.
8. Быковская Ю.В., Иванова Л.Н., Сафохина Е.А. *Малый и средний бизнес в современной России: состояние, проблемы и направления развития. Вестник Евразийской науки = Евразийский научный журнал.* 2018;5(10):1-16.
9. Бобошко В.И. *Финансовая поддержка как основа обеспечения экономической безопасности малого и среднего предпринимательства. Инновационное развитие экономики.* 2017;41(5):186-190.
10. Плетнев Д.А., Николаева Е.В., Кампа А. *Сравнительный анализ критериев отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу в разных странах. Бизнес-стратегии.* 2015 г.

### References

1. Zaharova 2010 - Zaharova N.V. *Formirovanie innovacionnoj ekonomiki i innovacionnyh sistem stran Evropejskogo soyuza: Avtoref. dis. ... d-ra ekon. nauk.* M.: REU im. G.V. Plekhanova, 2010. 46 s.
2. Zaharova, Labudin 2017 - Zaharova N.V., Labudin A.V. *Maloe i srednee predprinimatel'stvo v evro-pejskih stranah: osnovnye tendencii razvitiya // Upravlencheskoe konsul'tirovanie.* 2017. № 12 (108). S. 64-77.
3. Zenkina 2014 - Zenkina E.V. *Razvitie mezhdunarodnogo biznesa v postindustrial'noj ekonomike // Izvestiya MGTU «MAIMI». Seriya «Ekonomika i upravlenie».* 2014. № 1 (19). T. 5. S. 34-36.
4. Podbiralina, Migaleva 2018 - Podbiralina G.V., Migaleva T.E. *Malyj i srednij biznes v ekonomike zarubezhnyh stran.* M.: REU im. G.V. Plekhanova, 2018. 104 s.
5. Sopilko, Navrockaya, Myasnikova 2017 - Sopilko N.YU., Navrockaya N.A., Myasnikova O.YU. *Tendencii razvitiya mirovyh proizvodstvennyh svyazej v tekhnologichnyh sektorah ekonomiki // Nacional'nye in-teresy:*

*priority i bezopasnost'. 2017. T. 13. № 8 (353). S. 1532-1544.*

6. *Sopilko, Myasnikova, SHkatov 2018 - Sopilko N.YU., Myasnikova O.YU., SHkatov N.G. Podhody k upravleniyu innovacionnym razvitiem predpriyatij vysokotekhnologichnoj otrasli // Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2018. № 1 (90). S. 860-864.*

7. *Hasbulatov 2019 - Hasbulatov R.I. Mezhdunarodnaya i kontinental'no-regional'nye ekonomicheskie integracii. Formy, tipy, protivorechiya. M.: REU im. G.V. Plekhanova, 2019. 324 s.*

8. *Bykovskaya YU.V., Ivanova L.N., Safohina E.A. Malyj i srednij biznes v sovremennoj Rossii: sostoyanie, problemy i napravleniya razvitiya. Vestnik Evrazijskoj nauki = Evrazijskij nauchnyj zhurnal. 2018;5(10):1-16.*

9. *Boboshko V.I. Finansovaya podderzhka kak osnova obespecheniya ekonomicheskoj bezopasnosti malogo i srednego predprinimatel'stva. Innovacionnoe razvitie ekonomiki. 2017;41(5):186-190.*

10. *Pletnev D.A., Nikolaeva E.V., Kampa A. Sravnitel'nyj analiz kriteriev otneseniya predpriyatij k malomu i srednemu biznesu v raznyh stranah. Biznes-strategii. 2015 g.*