

УДК 336.02

МАЛЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЦЕССИИ

САЛИЙ Виктория Викторовна, к.э.н¹

ХЛУТКОВ Андрей Драгомирович, д.э.н., доцент²

¹Старший преподаватель кафедры экономики и финансов предприятий и отраслей,
АНО ВО «Международный банковский институт», Санкт-Петербург, Россия

²Профессор кафедры мировой экономики и менеджмента, АНО ВО «Международный
банковский институт», Санкт-Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: 191023, Санкт-Петербург, Невский пр.,60

Т./факс: (812) 571 65 55. E-mail: Visalij@mail.ru

Аннотация

В современных условиях экономического развития малый бизнес является одним из основных элементов рыночного хозяйства. Он способен оживить экономику и при этом оказывает значительное влияние на формирование среднего класса, который в странах с развитой экономикой составляет значительную долю экономически активного населения.

Статья посвящена актуальному вопросу современного состояние малого бизнеса в условиях нестабильности и экономической рецессии. Рассмотрена институциональная среда малого и среднего предпринимательства, выявлены его слабые и сильные стороны. Проведен анализ основных показателей малого и среднего предпринимательства в нашей стране в динамике за последние четыре года.

Актуальность исследования обусловлена значимостью малого и среднего бизнеса, который способен стабилизировать экономическую и социальную ситуацию, так как он не нуждается в особом вмешательстве (регулировании) со стороны государства и при этом вполне эффективно решает множество практических задач и проблем, используя лишь собственные ресурсы и возможности: занятость населения и рост его доходов, производство продукции и услуг, необходимых потребителю для удовлетворения важнейших потребностей.

Ключевые слова

Малый и средний бизнес, институциональная среда, факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса, кризис.

UDC 336.02

SMALL BUSINESS IN CONDITIONS OF INSTABILITY AND ECONOMIC RECESSION

SALIJ Viktoria Viktorovna, Ph.D. ¹

KHLUTKOV Andrei Dragomirovich, Doctor of Economics, Associate Professor²

¹Department of Economics and Finance of Enterprises and Industries, ANO HE «International Banking Institute», St. Petersburg, Russia

²Professor, Department of World Economy and Management, ANO HE «International Banking Institute», St. Petersburg, Russia

Address for correspondence: 191023, Nevsky Prospect, 60, ANO HE «International Banking Institute», St. Petersburg, Russia

T.: (812) 571 65 55. Email: Visalij@mail.ru

Abstract

In modern conditions of economic development, small business is one of the main elements of the market economy. It has the potential to revitalize the economy while having a significant impact on the formation of the middle class, which constitutes a significant proportion of the economically active population in advanced economies.

The article is devoted to the topical issue of the current state of small business in the conditions of instability and economic recession. The institutional environment of small and medium-sized enterprises is considered, its weaknesses and strengths are revealed. The analysis of the main indicators of small and medium-sized businesses in our country in the dynamics over the past four years.

The relevance of the study is mediated by the importance of small and medium-sized businesses, which is able to stabilize the economic and social situation, as it does not need special intervention (regulation) by the state and at the same time quite effectively solves many practical problems and problems, using only its own resources and opportunities: employment and growth of its income, production of products and services necessary for the consumer to meet the most important needs.

Keywords

Small and medium business, institutional environment, factors hindering the development of small business, the crisis.

Введение

Малый бизнес, как известно, является одним из основных элементов рыночного хозяйства. Он способен оживить экономику и при этом оказывает значительное влияние на формирование среднего класса, который в странах с развитой экономикой составляет значительную долю экономически активного населения. В западных странах, в частности в США, Японии, и быстроразвивающихся Китае, Сингапуре, Корее именно с увеличением значимости малого бизнеса связывают стабильный экономический рост. Так, в США сегодня на тысячу жителей приходится 75 малых и средних предприятий, в Японии этот показатель составляет 50, а в странах ЕЭС – 45.

Малые и средние предприятия в Западной Европе обеспечивают 65% товарооборота и 66% рабочих мест. Например, в Германии на сегодняшний

день осуществляют деятельность примерно 3 миллионов малых и средних предприятий, а также объединений лиц свободных профессий, которые обеспечивают половину ВВП, 50% валовых инвестиций и 2/3 общего количества рабочих мест.

Малый и средний бизнес в Греции выпускает примерно 60% всей промышленной продукции.

Небольшие фирмы в США производят более 45% ВВП, а доля этих предприятий в экспорте США составляет около 50%. Аналогичный показатель и в Дании, Италии, Франции, Швейцарии. В Ирландии эта цифра приближается к 56%. Малые и средние предприятия Канады активно экспортируют свою продукцию. При этом доля их экспорта составляет 50% в промышленности и 33% в сельском хозяйстве [1].

По оценкам ЮНКТАД, на долю малого и среднего бизнеса в развитых странах приходится 60–70% ВВП, а доля в экспорте составляет от 75 до 80%. Эксперты отмечают, что на таких предприятиях более высокая производительность труда, они более эффективно удовлетворяют специфические индивидуализированные потребности потребителей на различных рынках; стимулируют НТП, увеличивают размеры поступлений в бюджеты, повышают уровень занятости населения, а также стимулируют конкуренцию [2].

В странах с экономикой трансформационного типа, к которым относятся и Россия, роль малого и среднего бизнеса заключается прежде всего в стабилизации экономической и социальной ситуации, так как он не нуждается в особом вмешательстве (регулировании) со стороны государства и при этом вполне эффективно решает множество практических задач и проблем, используя лишь собственные ресурсы и возможности: занятость населения и рост его доходов, производство продукции и услуг, необходимых потребителю для удовлетворения важнейших потребностей, которые по ряду экономических причин крупными корпорациями не производятся. В этих условиях рассмотрение проблем малого и среднего бизнеса в условиях нестабильности и экономической рецессии весьма актуально

Современное состояние малого бизнеса и его институциональная среда: слабые и сильные стороны

В России малое и среднее предпринимательство формируется за счет предпринимательской деятельности индивидуальных предпринимателей (физических лиц). В свою очередь, отечественные исследователи рассматривают малый бизнес как совокупность мелких и средних предприятий, явля-

ющихся непосредственными участниками экономического рынка. Деятельность субъектов малого предпринимательства регламентируется ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в котором определены национальные критерии отнесения предприятий к категории малого и среднего бизнеса. Это прежде всего:

- доля участия в уставном капитале (суммарная доля организаций, фондов и фирм не должна быть более 25%);
- численность работников (микропредприятие – не более 15 человек; малые предприятия – до 100 человек; средние предприятия – от 101 до 250 человек);
- балансовая стоимость активов (в соответствии с законодательством РФ о бухгалтерском учете);
- объем выручки без НДС (микропредприятие – 120 млн руб.; малые предприятия – 800 млн руб.; средние предприятия – 2 млрд рублей) [3].

Рассмотрим основные показатели малого и среднего предпринимательства в нашей стране в динамике за последние четыре года и прежде всего представим количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства (рис. 1).

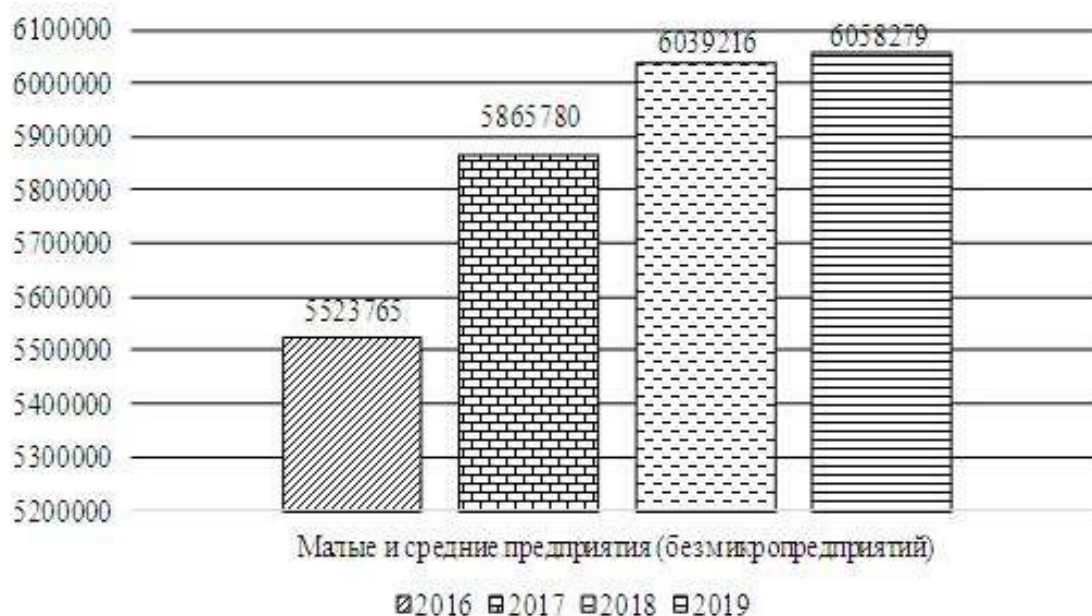


Рис. 1. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства[4]

Что касается такого показателя, как доля работников, занятых в секторе малого и среднего предпринимательства (далее – МСП), то на сегодняшний день данный показатель в России составляет 19,6 млн человек, тогда как в послании Федеральному собранию 1 марта 2018 г. Президентом РФ В. В. Путиным была поставлена цель увеличения вклада малого предпринимательства в ВВП страны к 2024 г. с нынешних 20% до 40%, с занятостью в сфере МСП на уровне 25 млн человек [5]. Так, если в России доля работников МСП в 2018 году составила одну пятую всех занятых в организациях, то в остальных странах (исключение – США) их доля превышает половину, а в семи превышает две трети (рис. 2).

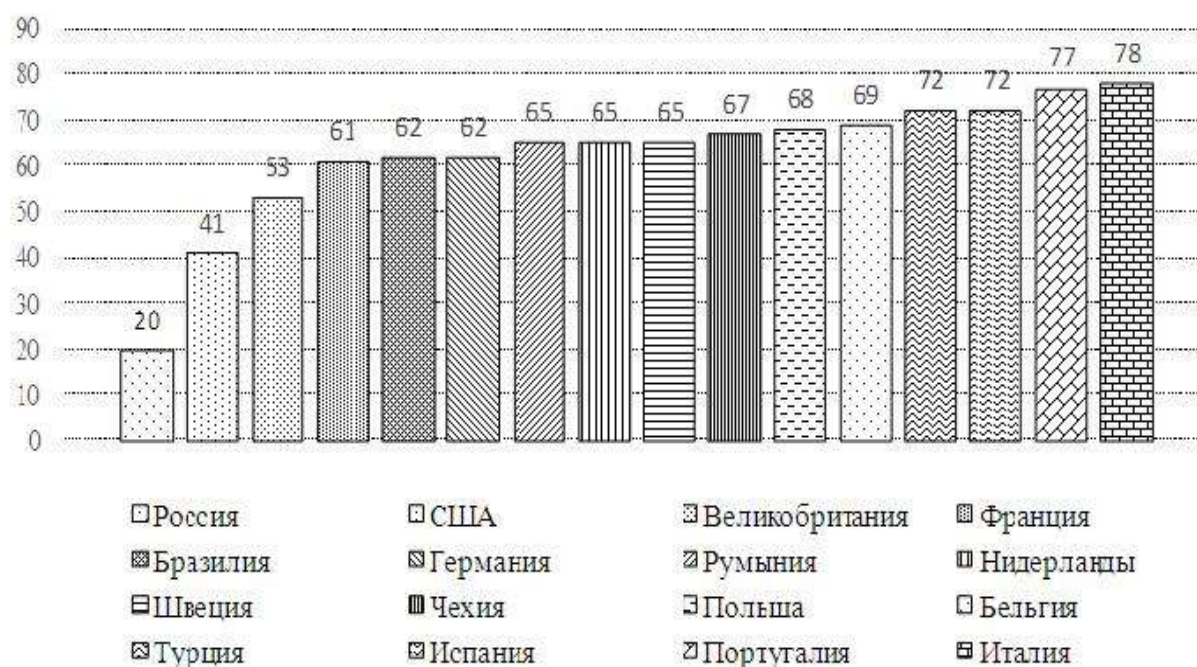


Рис. 2. Доля работников МСП в 2018 году[6]

При этом вклад сектора МСП в ВВП за последние 8 лет увеличился незначительно, его рост составил всего лишь 0,5% и, по данным РВК РФ, по итогам 2018 года составил 19,9% (при запланированном 40%). Сопоставление данного показателя с ролью МСП в других странах показывает (рис. 3) низкий уровень развития МСП в России.

Сегодня в России в ряде отраслей роль МСП выражена больше, чем в других. Это торговля, строительство, бытовые услуги, сельское хозяйство, информационные технологии.

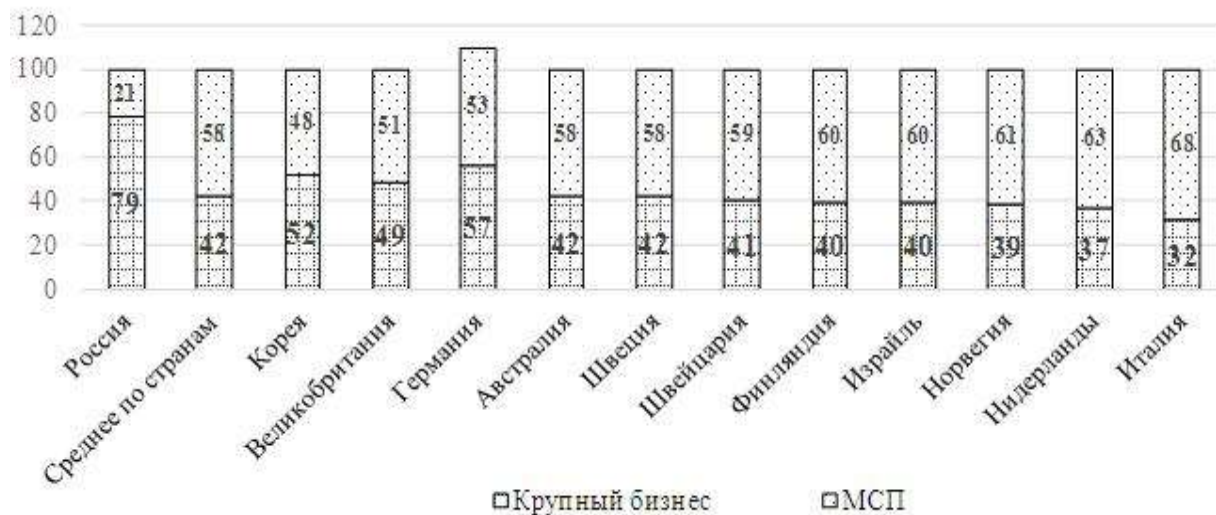


Рис. 3. Вклад сектора МСП в ВВП в 2018 году [6]

По данным Росстата, в 2018 году, сфера торговли составила 57% от суммарного оборота сектора МСП. Доля остальных отраслей представлена в диаграмме на рис. 4.

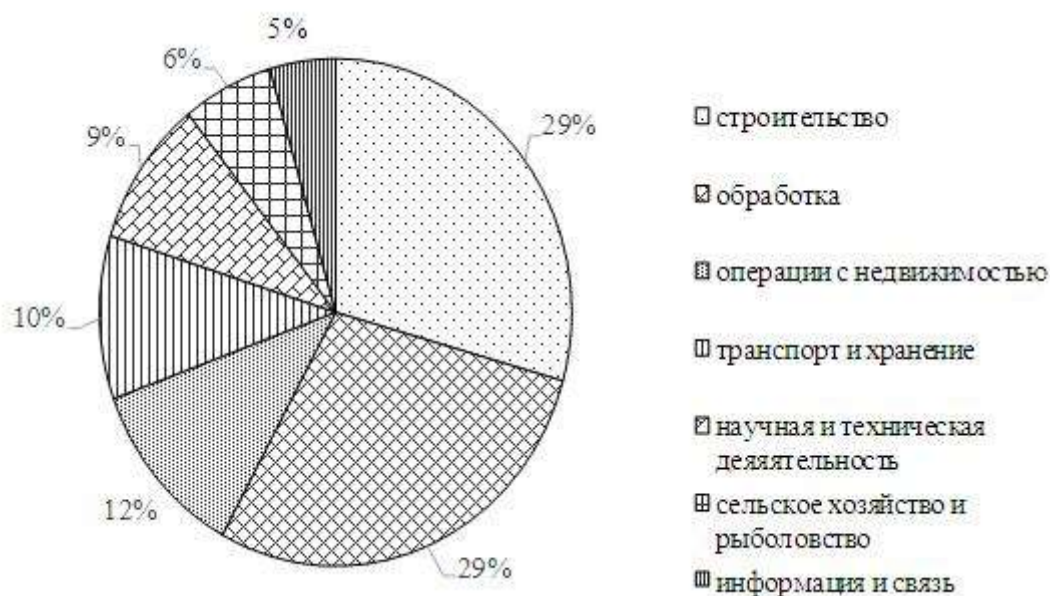


Рис. 4. Отраслевая структура МСП по доле оборота [7]

Наиболее низкие показатели МСП по доле оборота, менее 2% в сфере здравоохранения и социальных услуг – 1,6%; добыча полезных ископаемых – 1,3%; культура, спорт и досуг – 0,5%; образование – 0,1%.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в России по-прежнему остается нереализованным огромный потенциал развития сектора МСП.

Следует отметить, что в настоящее время большую роль в коммерческих проектах играют интернет-технологии. Если раньше товары и услуги продвигались непосредственным взаимодействием производителя и потребителя, а затем посредством щитовой рекламы, то сегодня взаимодействие осуществляется посредством сети Интернет. Большую роль в этом играют поисковые системы, которые сегодня не только дают информацию, но и выстраивают свою политику в отношении потребителя и производителя товаров и услуг, то есть создаются некие «площадки» для взаимодействия потребителя и производителя. Потребитель, имея обычный смартфон, может заказать еду, такси, найти специалистов по ремонту и т.д. Такие площадки создают, с одной стороны, удобства для потребителей, повышение качества, снижение цены, с другой – производитель товаров и услуг не может обеспечить необходимую норму рентабельности для своего бизнеса.

Таким очевидным примером является малый бизнес в сфере перевозок (такси). До появления крупных площадок, таких как Яндекс, Гетт и Убер, многие таксомоторные парки работали достаточно прибыльно. Они могли напрямую взаимодействовать с потребителем посредством рекламы на щитах, в газетах. Когда интернет-компании пришли в этот вид бизнеса, то они стали диктовать свои условия игры таксомоторным компаниям. Несогласных с политикой ожидало стать неконкурентоспособными как по цене, так и по качеству предоставления услуг. Поэтому многие таксомоторные компании стали частью гигантского таксопарка, который по своей сути даже не предоставляет таксомоторные услуги, а предоставляет лишь услуги информационного характера.

Интернет-технологии также расширили возможности для теневого сектора экономики. Появились множество услуг, которые позволяют обойти препятствия, связанные с бюрократическими процедурами: получить гражданство, разрешение на работу, специальные права – управление автомобилем.

Таким образом, сегодня для малого бизнеса существуют как минимум две институциональные среды. Одна среда – официально регламентированная, закрепленная в нормативных актах, докладах, отчетах, и нерегламентированная, которая содержится в сознании потребителя товаров, работ, услуг. Так, в частности, для потребителя таксомоторных услуг порой не имеет зна-

чения, на какой машине он доедет от пункта «А» до пункта «Б». Главным является скорость подачи машины, состояние авто, цена поездки. А вот имеет ли лицензию машина, как правило, никого не интересует.

Дуальная институциональная среда и экономическая рецессия создают для малого бизнеса условия для трансформации. Такая трансформация связана с пониманием многими предпринимателями, что выполнение всех нормативных требований для бизнеса ведет к его уничтожению через разорения посредством больших транзакционных издержек (юридических, бухгалтерских, посреднических).

В то же время практически все крупные транснациональные корпорации (ТНК) выводят свои доходы через офшорные предприятия. Некоторые при этом грубо нарушают российское законодательство. Малый бизнес не обладает такими возможностями, и, чтобы выжить в неблагоприятной институциональной среде государственного воздействия, приходится скрывать свою деятельность, либо изменять ее вид. Так, например, запрет на рекламные носители без согласования с соответствующими структурами породил новый вид рекламы – посредством партизанского маркетинга или так называемой «живой» рекламы.

Институциональная среда в предпринимательской сфере заставляет предпринимателей заниматься теми видами бизнеса, в котором практически не участвуют материальные активы: услуги – юридические, бухгалтерские, оценочные, консультационные либо такие, в которых практически отсутствуют основные средства, – торговля и бытовое обслуживание населения. Имея большие материальные активы на одном предприятии, бизнес рискует быть отобраным профессиональными рейдерами. Такое стало возможным благодаря несовершенству законодательства. Поэтому многие предприятия, имеющие активы, либо их перераспределяют или продают неработающим компаниям, либо в условиях экономической рецессии продают.

Стоит отметить, что норма доходности во многих традиционных отраслях снизилась. Так, например, производство стало менее выгодным (особенно в малом бизнесе), чем торговля через крупные торговые сети, где наценка на отдельные позиции достигает до 300%, тогда как в производстве добавленная стоимость в 20% – уже хороший результат.

На фоне данных явлений основными направлениями, где функционирует малый бизнес, являются сферы, связанные с взаимодействием с круп-

ными корпорациями, непосредственно обслуживающими население (общепит, ЖКХ и др.), взаимодействием государства и граждан (юридическая, риэлтерская и др.) [8].

В условиях затянувшейся экономической рецессии стало очевидно, что система мер государственной поддержки малого бизнеса в настоящее время является несостоятельной. Так, например, многие молодые предприниматели ожидают прежде всего финансирования своих идей, а также потенциальных рынков сбыта продукции. Рынки сбыта находятся сейчас не в лучшем состоянии из-за банкротства множества предприятий и снижения доходов населения. Поэтому основным товаром или услугой в настоящее время будет то, что позволит сэкономить средства покупателей, а также уникальная и нужная продукция для элитных слоев населения.

Влияние кризиса на малый бизнес и факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса

В России до момента экономического кризиса 2014 года малый бизнес развивался более активно. Однако кризисные явления в экономике иначе отразились на малых предприятиях, нежели на крупных. Крупные компании в своей деятельности тем или иным образом ориентированы на работу с государством (выполнение государственных контрактов). Средние нацелены на работу с российскими транснациональными корпорациями (ТНК) работающими в добывающем секторе (нефть, газ, горнодобывающая промышленность) и в ресурсных отраслях обрабатывающей промышленности (металлы, сталь). Если малое предприятие работает с российскими ТНК, то оно по своей сути является, скорее всего, посредником.

По справедливому утверждению Б. Титова, в современный период структура российских МСП примитивна и ухудшается. Так, в 2018 году реальный рост наблюдался только в численности ИП в категории микропредприятий: их количество увеличилось на 111,9 тыс. ед., из них почти 80% – вновь созданные [8]. При этом ФНС России представила данные, в соответствии с которыми:

- сократилось количество средних компаний (на 346 ед. за год) и составило 20078 ед.;

- снизилось количество малых компаний (на 2 355 ед. за год), достигнув 264593 ед.;

- произошло и сокращение рабочих мест на предприятиях малого бизнеса (на 331 367 ед. за год) и составило 7058062 ед.[4].

Существующая структура МСП по масштабу предприятий (преобладают микропредприятия), видам экономической деятельности (около 60% – это торговля) и географии (45% МСП сосредоточено в 10 субъектах РФ) за 2018 год практически не изменилась, что подтверждает слабое развитие сектора МСП, рост количества малых и средних производственных компаний отсутствует.

Государство в нашей стране – основной инвестор в экономику. Инвестиции государства в последнее время существенно сократились, что повлияло на объем спроса на рынке. Поскольку спрос упал, многие крупные компании стали сокращать объем производства. На малых предприятиях также наблюдаются подобные процессы, но, в отличие от крупных компаний, малый бизнес во многом страдает от увеличения числа проверок и ужесточения требований со стороны контролирующих органов [9].

Ужесточения контроля над продукцией, включая сертификацию и лицензирование, по своей сути является элементом конкурентной борьбы ТНК с малым бизнесом. Уже известно, что ТНК могут моделировать институциональную среду. Создавая посредством лоббирования негативную для малого бизнеса нормативную базу в виде жестких требований к качеству, сертификации и пр., они способствуют уходу с рынка многих мелких предприятий (в частности, в торговле). Помимо воздействия нормативным способом имеется также возможность создания у потребителя негативного образа продукции малых предприятий посредством СМИ и сети Интернет. Таким образом, образ продукции малого бизнеса – это «бабушка с пирожками», а качественная продукция лежит в супермаркетах и крупных сетевых компаниях. Такие ужесточения достигли пика в современных условиях. Хотя, казалось бы, что политика «закручивания гаек» в условиях экономического спада должна сойти на нет либо снизиться, так как государство должно быть заинтересовано в интенсификации экономики. Например, в довоенные и послевоенные годы происходило развитие малого предпринимательства в виде артелей. Оформление артели занимало не более 1 дня [10]. Сегодня, чтобы полностью получить готовую фирму, с печатью, с расчетным счетом, регистрацией во внебюджетных фондах, нужно около двух недель (5 дней официальная регистрация). Поэтому не удивительно, что при наличии одного какого-либо официального бизнеса собственники открывают несколько юридиче-

ских лиц, а документооборот достиг невиданных ранее масштабов. Все это создает условия для перехода малого предпринимательства в теневой сектор экономики.

Таким образом, в условиях нестабильности и экономической рецессии ситуация складывается не в пользу малого бизнеса. Это прежде всего проблема со сбытом товара, недополучение дохода в силу уменьшения покупательской способности населения, высокие проценты ставки по получению кредитов, увеличение арендных ставок и т. д. Все это и многое другое затрудняет развитие малого бизнеса. Все перечисленное также способствует уходу малого бизнеса в теневую экономику. Отсутствие свободно доступных заемных средств также негативно сказывается на деятельности МСП. Так, для российского малого бизнеса в начале 2018 года реальная ставка по кредитам на срок свыше 1 года составляла не менее 7%, что при текущих уровнях маржинальности в большинстве видов деятельности значительно понизило возможность заимствований.

Предприниматели в этих условиях сокращают деятельность, не показывают действительную прибыль, сокращают выплаты официальной заработной платы, что приводит к снижению выплаты налогов и платежей во внебюджетные фонды. По-прежнему высок налоговый прессинг, и малые предприятия испытывают чрезмерное давление, что также ухудшает положение малого бизнеса. Если ранее теневой сектор имел оттенок серого цвета, то сейчас постепенно переходит в черный. Сегодня теневой сектор предлагает услуги, которые раньше не пользовались спросом или были недостаточно популярны. Лидером по теневым услугам считаются крупные мегаполисы – Москва, Санкт-Петербург и др. Именно в мегаполисах создаются все условия для развития теневого сектора, тогда как в небольших муниципальных образованиях все намного сложнее и жестче.

Безусловно, что не все МСП оказались в сложной ситуации. Те из них, которые производят недорогую, но и качественную продукцию и оказывают услуги, а также те, которые не пользуются кредитами или имеют поддержку банков, выполняют государственные заказы, имеют достаточно высокий шанс сохранить свой бизнес в кризисных условиях.

ВЦИОМ опубликовал данные о рейтинге факторов, сдерживающих развитие МСП, представим его на рис. 5.

Анализ представленного опроса позволяет сделать вывод о том, что представители МСП в качестве основных проблем называют экономическую неопределенность, растущие издержки и снижение спроса.

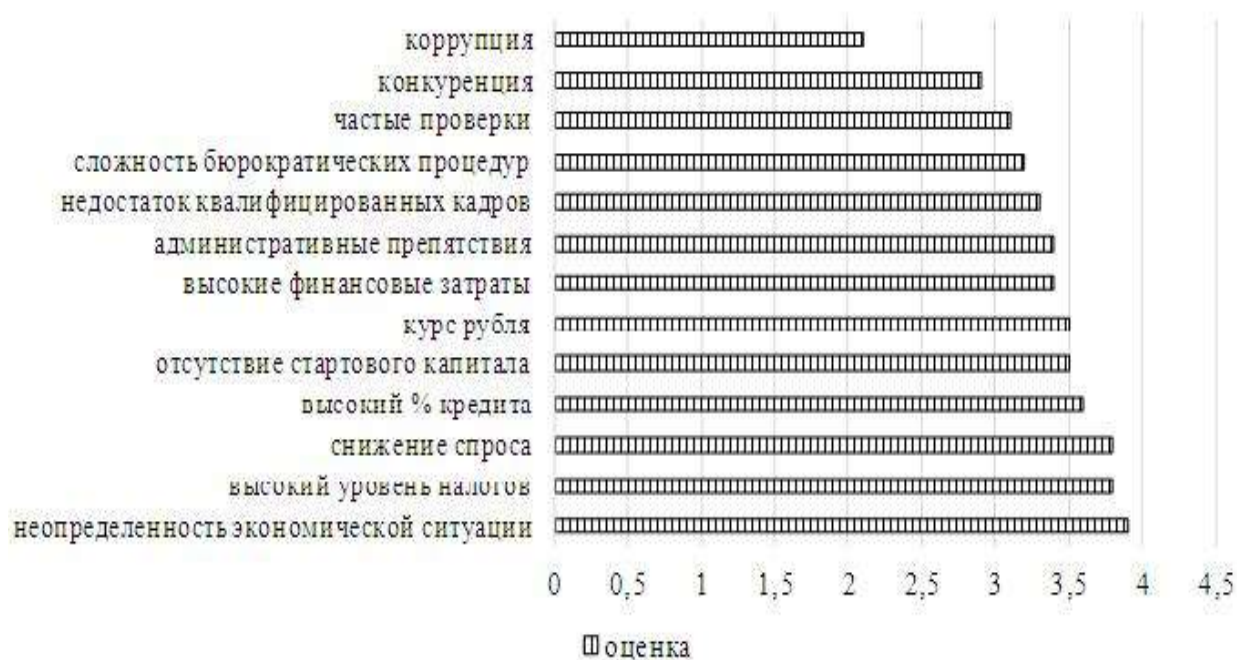


Рис. 5. Рейтинге факторов, сдерживающих развитие МСП

По мнению эксперта, к негативным факторам, оказывающим влияние на деятельность МСП, относятся:

- высокий уровень налоговой нагрузки;
- завышенные тарифы на услуги инфраструктурных монополий;
- сохраняющаяся опасность уголовного давления;
- значительная административная нагрузка;
- низкая эффективность программ поддержки МСП.

Основные векторы повышения эффективности малого бизнеса в условиях нестабильности и экономической рецессии

В качестве основных векторов повышения эффективности малого бизнеса в условиях нестабильности и экономической рецессии можно обозначить следующие направления:

- изменение условий кредитования МСП посредством снижения процентной ставки и решения проблем залогового обеспечения;
- обеспечение доступности долгосрочных займов инновационным предприятиям с высокопроизводительными рабочими местами;
- предоставление более значительной государственной, в том числе и грантовой поддержки МСП в таких отраслях, как сельское хозяйство, промышленность, товарное производство, IT-технологии, социальные услуги, здравоохранение, образование;

- внедрение гибкой системы налогообложения, которая предусматривает льготы для развития новых видов деятельности;
- создание специализированной инфраструктуры объектов, которые бы обеспечивали предпринимателям действенную помощь различных видов;
- проведение постоянного мониторинга эффективности мер, предпринимаемых государством по поддержке МСП, и их совершенствование.

Вывод

Проведенное исследование подтверждает вывод, что, несмотря на принятую в 2016 году Стратегию развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года, в которой были определены приоритетные направления и целевые индикаторы развития малого бизнеса на долгосрочную перспективу, в условиях нестабильности и экономической рецессии первыми под удар нестабильности экономики попадают МСП, как наименее защищенные от внешних экономических воздействий. Несмотря на предпринимаемые в современный период государством многочисленные попытки поддержать МСП: налоговые каникулы, субсидии, снижение ставок по кредитам, гранты, и др. [12] – эти субъекты экономики по-прежнему испытывают трудности в условиях кризиса. Сегодня прежде всего востребованы меры по финансовой обеспеченности предприятий малого бизнеса, так как финансовая поддержка весьма значима в обеспечении стабильной работы МСП. При этом отметим необходимость эффективного использования всех инструментов государственного регулирования, так как только это поможет МСП занять свое место в экономике России и оказать помощь в решении имеющихся проблем в экономике.

Список источников

1. Бостонская консалтинговая группа. Общая статистика малого бизнеса. – Режим доступа: <https://www.bcg.com/publications/2018> (дата обращения 01.03.2019).
2. European Commission's Portal for small businesses. Communication from the commission Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/enterprise/sme/index_en.htm (дата обращения 01.03.2019).
3. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»//Собрание законодательства РФ. – 2007. – N 31. – Ст. 4006.

4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства /– Федеральная налоговая служба РФ: Официальный сайт: - Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения 01.03.2019).
5. Послание Президента РФ Федеральному собранию от 01.03.2018//Российская газета. N 46, 02.03.2018.
6. Аналитика // Российская венчурная компания (РВК): Официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.rvc.ru/analytics> (дата обращения 02.03.2019).
7. Предпринимательство // Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat (дата обращения 02.03.2019).
8. **Титов Б.** Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и Мир / Институт экономики роста им. Столыпина П. А. 2018. – Режим доступа: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir> (дата обращения 02.03.2019).
9. **Капустина Е. И., Русаков М. А.** Сравнение государственной поддержки малого бизнеса в развитых странах и РФ // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. – 2017 – №1. – С. 22–27.
10. **Каштанов Н. Н., Курьяков И. А.** История развития малого предпринимательства: проблемы и перспективы // СТЭЖ. – 2008. – №5. – С. 5–8.
11. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ): Официальный сайт. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=37> (дата обращения 02.03.2019).
12. **Конакова М.В., Хлутков А.Д.** Поддержка малого бизнеса в интересах рахвития конкуренции при осуществлении закупок для государственных нужд в Санкт-Петербурге // Ученые записки Международного банковского института. 2017. № 21. С. 134-145.

References

1. Boston Consulting Group. General statistics of small business. – Rezhim dostupa: <https://www.bcg.com/publications/2018> (the date of the appeal is 03/01/2019).
2. European Commission’s Portal for small businesses. Communication from the commission Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. – Rezhim dostupa://ec.europa.eu/enterprise/sme/index_en.htm (contact date 01/03/2019).
3. Federal Law of 24.07.2007 N 209-FZ (as amended on 12/27/2018) «On the development of small and medium-sized businesses in the Russian

- Federation» //Collection of the legislation of the Russian Federation. – 2007. – N 31. – Art. 4006.
4. Unified register of small and medium-sized businesses // Federal Tax Service of the Russian Federation: Official site. – Rezhim dostupa: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (access date 01.03.2019).
 5. Message from the President of the Russian Federation to the Federal Assembly of 03/01/2018 // Rossiyskaya gazeta. N 46, 03/02/2018.
 6. Analytics // Russian Venture Company (RVC): Official site. – Rezhim dostupa: <https://www.rvc.ru/analytics> (request date 02.03.2019).
 7. Entrepreneurship // Federal State Statistics Service: Official site. – Rezhim dostupa: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat (the date of appeal 02/03/2019).
 8. **B. Titov.** Sector of small and medium enterprises: Russia and the World / Institute of Economics of Growth. Stolypin P. A. 2018. – Rezhim dostupa:<http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir> (appeal date 02.03.2019).
 9. **Kapustina E.I., Rusakov M.A.** Comparison of state support for small businesses in developed countries and the Russian Federation // Bulletin of BSU. Economics and management. – 2017. – №1. – Pp. 22–27.
 10. **Kashtanov N. N., Kuryakov I. A.** The history of the development of small business: problems and prospects // STEZH. – 2008. – №5. – P. 5–8.
 11. All-Russian Public Opinion Research Center (VTsIOM): Official site. – Rezhim dostupa: <https://wciom.ru/index.php?id=37> (the date of appeal 02/03/2019).
 12. **Konakova M.V., Khlutkov A.D.** Podderzhka malogo biznesa v interesakh rakhvitiya konkurentsii pri osushchestvlenii zakupok dlya gosudarstvennykh nuzhd v Sankt-Peterburge // Uchenyye zapiski Mezhdunarodnogo bankovskogo instituta. 2017. № 21. S. 134-145.