

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**ИТОГОВАЯ РАБОТА  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА»**

**ТЕМА «СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ И ПРИЧИНЫ  
ШИРОКОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ  
ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРОБЛЕМА ГИГАНТОМАНИИ»**

Реферат выполнила А.В.Саржанова

Специальность 45.05.01 Перевод и переводоведение курс 2

Профиль Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений

Реферат проверил  
канд. эконом. наук З.В. Хетагурова

Краснодар

2024

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
2.1 Государственная политика в отношении МСП и гигантомании.....	14
2.2 Рекомендации по поддержке МСП и решение проблемы гигантомании.....	16
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	18
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	19

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Тема МСП и гигантомании актуальна в связи с растущей ролью МСП в экономике и опасениями по поводу негативных последствий чрезмерной концентрации экономической власти. Понимание этих вопросов имеет решающее значение для разработки государственной политики, направленной на поддержку МСП и содействие более инклюзивной и устойчивой экономике.

Малые и средние предприятия (МСП) играют жизненно важную роль в экономике и обществе. Они составляют подавляющее большинство предприятий во всем мире и являются основными создателями рабочих мест и двигателями инноваций. Однако тенденция к чрезмерному росту и концентрации экономической власти в руках крупных предприятий, известная как гигантомания, может иметь негативные последствия для общества и экономики.

Главной целью работы является исследование социально-экономического значения малых и средних предприятий, выявление причин их широкого распространения и анализ проблемы гигантомании.

Исходя из цели, можно обозначить следующие *задачи* данной работы:

- рассмотреть социально-экономическое значение МСП;
- проанализировать причины широкого распространения МСП;
- исследовать проблему гигантомании и ее последствия;
- предложить рекомендации по поддержке МСП и решению проблемы

гигантомании.

Объектом исследования являются малые и средние предприятия и крупные предприятия в различных отраслях и странах.

Предметом исследования является социально-экономическое значение малых и средних предприятий и проблема гигантомании.

## **1. Социальное значение малых и средних предприятий**

### **1.1. Понятие, сущность и функции малых предприятий**

Малое предпринимательство (или иначе его называют малым бизнесом) является важным субъектом экономической системы Российской Федерации. Он имеет большое значение как для формирования самой структуры экономики страны, так и для ее развития. Кроме того, надо сказать о том, что малое предпринимательство выполняет ряд важным социально-экономических задач, таких как создание рабочих мест, повышение конкуренции в стране, участие в формировании бюджетов всех уровней и так далее.

Для того, чтобы наиболее полно рассмотреть сущность и значение малого предпринимательства для экономики России, необходимо для начала определить, что скрывается за самим понятием «малое предпринимательство».

Малое предпринимательство - сектор экономики, который определяется деятельностью субъектов малого предпринимательства на рынке товаров, работ и услуг. Субъектом малого предпринимательства является малое предприятие.

Как свидетельствует мировая практика, основным показателем, позволяющим признать хозяйствующие субъекты малыми предприятиями, является численность работников за определённый период времени. Наряду с указанным показателем используются также такие критерии, как ежегодный оборот предприятия, величина его активов, размер уставного капитала.

Кроме того, численность работников за отчетный период не должна превышать следующих предельных уровней:

- в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 человек;
- в оптовой торговле – 50;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30;

- в других отраслях и при осуществлении других видов деятельности –  
50.

Малое предприятие обязательно является государственным или арендным, частным или действующим на основе какой-то иной формы собственности. Его деятельность регулируется уставом, утвержденным учредителем. Оно обладает самостоятельностью в осуществлении своей хозяйственной деятельности, распоряжается выпускаемой продукцией, прибылью, остающейся после уплаты налогов и других обязательных платежей в бюджет, самостоятельно определяет формы, системы и размеры оплаты труда. По инициативе работающих и с согласия собственника имущества такое предприятие может быть создано (выделено) из состава действующего, одного или нескольких структурных подразделений (цехов, участков), а также создано вновь. Им предоставляются определенные льготы по налогообложению. Оснащенные необходимыми средствами производства, малые предприятия обладают высокой маневренностью и способностью быстро осваивать технические и технологические новинки, адаптироваться в условиях меняющегося спроса. Рациональное их сочетание с предприятиями крупными позволяет полнее учесть интересы и возможности потребителей отдельных областей (регионов) в различных видах продукции, экономические и другие требования.

Развитие сети малых предприятий направлено на демонополизацию народного хозяйства, ускоренное внедрение в производство достижений научно-технического прогресса, товарно-денежную сбалансированность рынка, социальную переориентацию производства. Малые предприятия могут образовываться: государственными органами, уполномоченными управлять имуществом, юридическими лицами, а также гражданами, членами их семей и другими, совместно ведущими хозяйственную деятельность.

Важно отметить, что согласно российскому законодательству к субъектам малого бизнеса относятся также предприниматели без образования

юридического лица, так как к ним применяются правила, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями.

Таким образом, определен критерий выделения малых предприятий – численности работающих. Несвершенство данного критерия представляется автору очевидным. Например, на электростанции, где многомиллионные основные фонды приводятся в действие несколькими работниками. Дело в том, что универсальных критериев выделения малых предприятий, позволяющих безошибочно определять предприятия по видам, не существует. Поэтому представляется целесообразным, ориентируясь точно на численность работников, определять по каждой отрасли, с учетом специфики производства, какие предприятия нельзя относить к малым. В случае возникновения спорных вопросов, решать их в индивидуальном порядке.

Многопрофильные малые предприятия, которые осуществляют несколько видов деятельности, определяются по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или прибыли.

В этой связи становится очевидным, что для малых предприятий не существует какой-то универсальной, общей для всех их видов системы ценообразования, материально-технического снабжения, оплаты труда, управления и т.д. Все эти системы функционирования предприятия определяются по их видам.

К основным функциям малого предпринимательства относятся: инновационность, противодействие монополизму и поддержание нормальной конкурентной среды, противодействие безработице и создание новых рабочих мест, повышение совокупного дохода широких слоев населения и соответственно расширение потребительского спроса, повышение профессиональной активности, возвращение предпринимательских навыков, духа, традиций как очень существенного института гражданского общества,

формирование среднего класса как основы социально-политической стабильности нации.

Инновационная компонента присутствует во многих направлениях деятельности малого бизнеса. Субъекты малого предпринимательства оказываются своего рода «губкой», впитывающей и распространяющей на локальных рынках производственные и бизнес-идеи, уже успешно реализованные в других странах, регионах. В такой инновационной деятельности малые предприятия за счет своей гибкости обычно опережают крупные предприятия. Очевидна большая польза для национальных хозяйств от всей инновационной деятельности малого бизнеса.

Крайне важно для национальной экономики то, что малые предприятия стимулируют конкуренцию в сферах деятельности крупного бизнеса, противодействуют монополизму. Инновационность и гибкость малых предприятий, высокий уровень конкуренции в самой сфере малого бизнеса позитивно воздействует на все сферы хозяйственной жизни.

В малом бизнесе практически отсутствуют препятствия для межотраслевого и внутриотраслевого перелива капиталов, движения рабочей силы. Малые предприятия, в отличие от крупных, не могут диктовать рынку уровень цен на свою продукцию. При этом любые просчеты крупных предприятий, включая установление и длительное поддержание монопольно завышенных цен, снижение качества, выпуск морально устаревшей продукции, используется субъектами малого бизнеса для выхода на традиционные рынки сбыта продукции крупных компаний и отнятия у них части прибыли.

Тем самым малые предприятия вносят свой позитивный вклад в обеспечение нормальной конкурентной среды в национальной экономике, «подстегивают» крупные предприятия к проведению регулярных модернизаций, к максимальному использованию, внедрению в производство и менеджмент новинок технического прогресса.

Малое предпринимательство играет роль социального демпфера. Оно способно вбирать в себя высвобождающуюся (особенно в периоды экономических депрессий) рабочую силу, повышать уровень благосостояния широких слоев населения, укреплять демократические институты общества, социальное партнерство, расширяет средний класс. Тем самым в современном обществе оно в немалой мере обеспечивает общую социальную стабильность как важнейший момент нормального, сбалансированного социального развития страны и ее национального хозяйства.

Как показывает мировая практика, основным критерием, на основе которого предприятия различных организационно правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, является в первую очередь средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии. В ряде научных работ под малым бизнесом понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником. Как правило, наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу является:

- численность персонала;
- размер уставного капитала;
- величина активов;
- объем оборота (прибыли, дохода).

Таким образом, малые предприятия можно образовывать, во-первых, выделением структурных единиц из состава объединений и предприятий, цехов, производств, других подразделений, во-вторых, на акционерных началах. Последний путь в современных условиях перехода к рынку и создания рыночной инфраструктуры является оптимальным.

Малые предприятия могут учреждаться совместно с государственными, общественными, кооперативными предприятиями, частными лицами, а также организациями других форм собственности.

Развитие любой формы предпринимательства зависит в основном от двух условий: внутренней экономической обстановки в стране в целом и ее

регионах и способности конкретного предпринимателя использовать данные ему права для реализации своих хозяйственных целей. В большей степени эти факторы воздействуют на развитие малой экономики, которая наиболее чувствительна к конкретным условиям хозяйственной конъюнктуры и для которой личные черты конкретного руководителя предприятия во многом определяют конечный результат экономических решений.

В зависимости от того, какой вид деятельности и какую стратегию поведения выбирает предприятие на рынке, в экономике западных стран выделяют следующие виды малых предприятий: коммунанты, пациенты, эксплеренты.

Малые предприятия первой группы, как правило, специализируются на изготовлении отдельных узлов и деталей, иногда осуществляют промежуточную сборку. Эти предприятия очень тесно взаимодействуют с крупными предприятиями через систему кооперационных связей, систему субподряда. С помощью этих предприятий крупное производство освобождается от невыгодного ему вспомогательного неэффективного производства. Малые предприятия этой группы находятся в сильной зависимости от крупных и ведут жесткую конкурентную борьбу между собой.

Предприятия второй группы специализируются на выпуске конечной (готовой) продукции, ориентированной в основном на локальные рынки сбыта с ограниченным спросом, на местные источники сырья и материалов. Это производство продуктов, одежды, обуви, мелкие строительные работы. Они достаточно независимы от крупных, иногда могут составить и сырьевую конкуренцию крупному предприятию благодаря высокому качеству выпускаемого продукта.

Предприятия третьей группы - так называемые рискованные фирмы или инновационные предприятия, занимаются в основном научными, конструкторскими разработками, коммерческим освоением технических открытий, производством опытных партий товаров.

Производственные кооперативы, акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью и т.д. - все коммерческие организации, независимо от их организационно-правовой формы, могут относиться к субъектам малого бизнеса, т.е. быть так называемыми «малыми предприятиями».

Встречаются случаи, когда осуществляется несколько видов деятельности. Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли.

## **1.2 Понятие, сущность, и функции средних предприятий**

Средние предприятия (СП) занимают важное место в экономике многих стран. Они вносят значительный вклад в создание рабочих мест, производство товаров и услуг и экономический рост. В этом докладе мы рассмотрим сущность, понятие и функции средних предприятий.

Сущность средних предприятий:

СП представляют собой тип предприятия, который находится между малыми и крупными предприятиями по размеру, обороту, количеству сотрудников и организационной структуре. Хотя точные критерии определения СП могут различаться в зависимости от страны и отрасли, они обычно характеризуются следующими признаками:

**Размер:** СП обычно имеют больше сотрудников и больший оборот, чем малые предприятия, но меньше, чем крупные предприятия.

**Структура собственности:** СП часто являются частными компаниями, принадлежащими одному или нескольким акционерам.

**Организационная структура:** СП имеют более формализованную организационную структуру, чем малые предприятия, с четким разделением обязанностей и уровней управления.

Инновации: СП часто внедряют инновации в свои продукты, услуги и процессы, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке.

Понятие средних предприятий:

Понятие СП варьируется в зависимости от страны и отрасли. В некоторых странах существуют официальные определения СП, установленные законом или нормативными актами. Например, в Европейском союзе СП определяются как предприятия с численностью сотрудников от 50 до 250 человек и годовым оборотом не более 50 миллионов евро.

В других случаях понятие СП может быть более гибким и зависеть от конкретных критериев, установленных отраслевыми ассоциациями или исследовательскими учреждениями.

СП выполняют ряд важных функций в экономике:

Создание рабочих мест: СП являются основными создателями рабочих мест, обеспечивая занятость для миллионов людей во всем мире.

Инновации: СП часто являются источником инноваций, внедряя новые продукты, услуги и процессы.

Конкуренция: СП способствуют конкуренции на рынке, создавая альтернативы крупным корпорациям и малым предприятиям.

Региональное развитие: СП вносят вклад в региональное развитие, создавая рабочие места и поддерживая местные экономики.

Социальная ответственность: СП часто играют активную роль в своих сообществах, поддерживая местные мероприятия и благотворительность.

СП являются неотъемлемой частью экономики, выполняя важные социальные и экономические функции. Они создают рабочие места, стимулируют инновации, способствуют конкуренции и вносят вклад в региональное развитие. Понимание сущности, понятия и функций СП имеет решающее значение для разработки политики, направленной на поддержку их роста и процветания.

### **1.3. Социальное значение малых и средних предприятий**

Помимо своего экономического вклада, МСП играют важную социальную роль в обществе:

**Социальная интеграция:** МСП предоставляют возможности для трудоустройства и самозанятости людям из уязвимых слоев населения, таких как женщины, молодежь и инвалиды. Они создают рабочие места в местных сообществах, способствуя социальной сплоченности и снижая социальную изоляцию.

**Региональное развитие:** МСП вносят вклад в региональное развитие, создавая рабочие места и поддерживая местные экономики. Они способствуют диверсификации экономики и снижают зависимость от крупных отраслей или работодателей.

**Предпринимательский дух:** МСП воплощают предпринимательский дух и поощряют инновации и самозанятость. Они служат ролевой моделью для будущих предпринимателей и вдохновляют людей на создание собственных предприятий.

**Распределение доходов:** МСП способствуют распределению доходов, создавая возможности для людей из разных слоев общества заработать на жизнь и улучшить свой уровень жизни.

**Устойчивость сообщества:** МСП поддерживают местные сообщества, спонсируя мероприятия, жертвуя средства на благотворительность и предоставляя товары и услуги местным жителям. Они способствуют развитию чувства общности и гордости за местность.

**Другие социальные преимущества:** МСП могут предоставлять гибкие рабочие часы и условия, что особенно ценно для людей с семейными обязанностями или инвалидностью. Они могут предлагать возможности обучения и профессионального роста для сотрудников. МСП часто поддерживают местные предприятия и поставщиков, укрепляя местную экономику.

Поддерживая МСП, мы создаем более инклюзивное и устойчивое общество, которое ценит предпринимательский дух, способствует социальной интеграции и поддерживает региональное развитие.

## **2 Проблема гигантомании**

### **2.1 Государственная политика в отношении МСП и гигантомании**

Малые и средние предприятия (МСП) и гигантомания являются двумя важными аспектами государственной политики. МСП играют жизненно важную роль в экономике, создавая рабочие места, стимулируя инновации и способствуя региональному развитию. Гигантомания, с другой стороны, может иметь негативные последствия для конкуренции, инноваций и распределения доходов. В этом докладе мы рассмотрим государственную политику в отношении МСП и гигантомании, направленную на поддержку МСП и смягчение негативных последствий гигантомании.

Поддержка малых и средних предприятий:

-правительства могут использовать различные политические меры для поддержки МСП, в том числе:

-финансовая поддержка: Предоставление льготных кредитов, грантов и налоговых льгот для МСП.

-бизнес-инкубаторы и акселераторы: Создание пространств и программ, которые предоставляют МСП доступ к ресурсам, наставничеству и поддержке.

- регулирование: Упрощение нормативных требований и уменьшение административного бремени для МСП.

-закупки правительства: Назначение определенного процента государственных закупок для МСП.

-образование и обучение: Обеспечение доступа к образованию и программам обучения предпринимателей и владельцев МСП.

-смягчение гигантомании. Правительства могут реализовать следующие меры для смягчения негативных последствий гигантомании:

-антимонопольное законодательство: Принятие и обеспечение соблюдения законов, которые предотвращают монополизацию рынка и поддерживают конкуренцию.

-прозрачность и отчетность: Требование от крупных предприятий раскрывать информацию о своей деятельности, структуре собственности и влиянии на рынок.

-разделение и демонополизация: В крайних случаях правительства могут принудительно разделять крупные предприятия на более мелкие, чтобы восстановить конкуренцию.

-поддержка конкурентов: Оказание поддержки и поощрение конкурентов, чтобы бросить вызов доминирующему положению крупных предприятий.

Регулирование цен и прибыли: Введение регулирования цен или нормы прибыли для крупных предприятий в определенных отраслях.

Балансировка поддержки МСП и смягчения гигантомании.

Эффективная государственная политика должна учитывать как поддержку МСП, так и смягчение гигантомании. Правительствам необходимо найти баланс между содействием росту и конкурентоспособности МСП и предотвращением чрезмерной концентрации экономической власти в руках крупных предприятий. Это может быть достигнуто путем реализации целенаправленных мер поддержки МСП, которые не создают барьеров для входа на рынок и не препятствуют конкуренции.

Государственная политика в отношении МСП и гигантомании имеет решающее значение для создания инклюзивной и конкурентоспособной экономики. Поддержка МСП способствует созданию рабочих мест, инновациям и региональному развитию, в то время как смягчение гигантомании предотвращает негативные последствия концентрации экономической власти. Правительствам необходимо найти баланс между этими двумя целями, реализуя политику, которая поддерживает МСП и одновременно способствует конкуренции и инновациям.

## **2.2 Рекомендации по поддержке МСП и решение проблемы**

### **гигантомании.**

Малые и средние предприятия (МСП) жизненно важны для экономики, создавая рабочие места, стимулируя инновации и способствуя региональному развитию. Гигантомания, с другой стороны, может иметь негативные последствия для конкуренции, инноваций и распределения доходов. В этом докладе представлены рекомендации по поддержке МСП и решению проблемы гигантомании, основанные на передовом опыте и исследованиях.

Поддержка малых и средних предприятий.

-финансовая поддержка: Обеспечение доступа МСП к доступному финансированию путем предоставления льготных кредитов, грантов и налоговых льгот.

-бизнес-инкубаторы и акселераторы: Создание и поддержка бизнес-инкубаторов и акселераторов, которые предоставляют МСП доступ к ресурсам, наставничеству и поддержке.

-упрощение регулирования: Упрощение нормативных требований и уменьшение административного бремени для МСП, чтобы позволить им сосредоточиться на своем бизнесе.

-закупки правительства: Выделение определенного процента государственных закупок для МСП, чтобы дать им возможность конкурировать за крупные контракты.

-образование и обучение: Предоставление доступа к образованию и программам обучения предпринимателей и владельцев МСП, чтобы повысить их навыки и знания.

Решение проблемы гигантомании:

-антимонопольное законодательство: Укрепление антимонопольного законодательства и обеспечение его соблюдения для предотвращения монополизации рынка и поддержания конкуренции.

-прозрачность и отчетность: Требование от крупных предприятий раскрывать информацию о своей деятельности, структуре собственности и влиянии на рынок.

-разделение и демонополизация: В крайних случаях правительства могут принудительно разделять крупные предприятия на более мелкие, чтобы восстановить конкуренцию.

-поддержка конкурентов: Оказание поддержки и поощрение конкурентов, чтобы бросить вызов доминирующему положению крупных предприятий.

-регулирование цен и прибыли: Введение регулирования цен или нормы прибыли для крупных предприятий в определенных отраслях.

Балансировка поддержки МСП и решения гигантомании:

-целенаправленная поддержка: Реализация целенаправленных мер поддержки МСП, которые не создают барьеров для входа на рынок и не препятствуют конкуренции.

-поддержка конкуренции: Поощрение конкуренции и предоставление МСП равных условий для конкурирования с крупными предприятиями.

-регулярный мониторинг и оценка: Регулярный мониторинг и оценка эффективности политики в отношении МСП и гигантомании для внесения необходимых корректировок.

Поддержка МСП и решение проблемы гигантомании имеют решающее значение для создания инклюзивной и конкурентоспособной экономики. В этом докладе представлены рекомендации, основанные на передовом опыте и исследованиях, которые могут помочь правительствам разработать эффективную политику. Реализация этих рекомендаций может способствовать росту и процветанию МСП, одновременно предотвращая негативные последствия чрезмерной концентрации экономической власти.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малые и средние предприятия (МСП) играют жизненно важную роль в экономике и обществе. Они являются основными создателями рабочих мест, двигателями инноваций и вносят значительный вклад в региональное развитие. Однако тенденция к гигантомании, или чрезмерному росту и концентрации экономической власти в руках крупных предприятий, может иметь негативные последствия для общества и экономики.

В этой работе мы рассмотрели социально-экономическое значение МСП, причины их широкого распространения и проблему гигантомании. Мы также исследовали государственную политику в отношении МСП и гигантомании, направленную на поддержку МСП и смягчение негативных последствий гигантомании.

Эффективная государственная политика должна учитывать как поддержку МСП, так и смягчение гигантомании. Правительствам необходимо найти баланс между содействием росту и конкурентоспособности МСП и предотвращением чрезмерной концентрации экономической власти в руках крупных предприятий. Это может быть достигнуто путем реализации целенаправленных мер поддержки МСП, которые не создают барьеров для входа на рынок и не препятствуют конкуренции.

Поддерживая МСП и решая проблему гигантомании, мы можем создать более инклюзивную, устойчивую и процветающую экономику. Экономика, в которой МСП могут процветать и вносить свой вклад в общество, а крупные предприятия несут ответственность за свои действия и обеспечивают равные условия для всех.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Малое предпринимательство: учебник для бакалавров и магистров. - М.: Юрайт, 2020. - С.115-130.
2. Аксененко Н. Е. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства: зарубежный опыт и российские реалии // Вестник Финансового университета. - 2020. - № 3 (145). - С. 22-33.
3. Буянова О. А., Захарова И. А. Экономика малого и среднего предпринимательства: учебник для бакалавров. - М.: ИНФРА-М, 2023.
4. Водяхов А. В., Курганова А. В. Гигантомания и малый бизнес: к вопросу о сбалансированном развитии экономики // Terra Economicus. - 2023. - Том 17, № 1. - С. 21-32.
5. Коротков Э. М. Малый бизнес: теория и практика: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2022. - С.80-83.
6. Малоеисреднее предпринимательство: проблемы, тенденции, перспективы развития / под ред. В. В. Симоненко. - М.: РУСАЙНС, 2021. - С.20-22.
7. Экономика малого и среднего предпринимательства в цифровой экономике / под ред. А. Ю. Юданова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. - С.10-20.
8. Егорова Е. Н., Скворцова Е. В. Ключевые факторы и тенденции развития малых и средних предприятий в современной экономике // Вестник Уральского государственного экономического университета. - 2021. - № 3 (83). - С. 102-110.
9. Кулагина Е. А., Коваленко М. А. Инновационный потенциал малого и среднего предпринимательства как драйвер экономического роста // Вестник Томского государственного университета. Экономика. - 2022. - № 4 (58). - С. 101-112.
10. Цуканова О. А. Влияние малого и среднего предпринимательства на экономику регионов России // Экономический вестник Ростовского

государственного экономического университета (РИНХ). - 2020. - Том  
16, № 4. - С. 137-148.