

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 316



### ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ФОРМИРОВАНИЕ АДАПТАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

### THE INFLUENCE OF CONTEMPORARY FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS ON THE FORMATION OF ADAPTATION STRATEGIES OF SMALL BUSINESS IN MODERN RUSSIA

**Гнатюк Александр Николаевич**

Соискатель кафедры философии  
и социологии Адыгейского  
государственного университета,  
г. Майкоп, Россия,  
e-mail: gnatma@ya.ru

**Aleksandr N. Gnatyuk**

Applicant for Candidate's degree  
of the Department of Philosophy  
and Sociology of Adyghe State University,  
Maikop, Russia,  
e-mail: gnatma@ya.ru

В статье анализируются особенности влияния современного финансово-экономического кризиса на формирование адаптационных стратегий российского малого предпринимательства. Автором отмечается, что в качестве основных проблем функционирования малого бизнеса в настоящее время выступают высокий уровень налогов, сложность бюрократических процедур, неопределенность экономической ситуации, высокие проценты по коммерческим кредитам, качество законодательного регулирования экономики, недостаток долгосрочных инвестиционных проектов. Решению этих и других проблем призвана способствовать Стратегия развития малого и

The article analyzes the peculiarities of the impact of current financial and economic crisis on the formation of adaptation strategies of Russian small business. The author notes that the main problems of functioning of small business in the present high level of taxes, complexity of bureaucratic procedures, uncertainty of economic situation high interest rates on commercial loans, the quality of the legislative regulation of the economy, the lack of long-term investment projects. Solving these and other problems is intended to promote a Strategy of development of small and medium enterprises in the Russian Federation for the period till 2030 In case of successful implementation of this Strategy, a

среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. В случае успешной реализации данной стратегии малый бизнес сможет развиваться более эффективно, приспособиться к негативным последствиям финансово-экономического кризиса, реализовать адаптационную стратегию развития в рамках осуществляемой предпринимательской деятельности.

**Ключевые слова:** адаптация, адаптационные стратегии, малый бизнес, предпринимательство, малое предпринимательство.

small business will be able to develop more efficiently, to adapt to the negative effects of the financial and economic crisis, implement the adaptation strategy development in the framework of business activities.

**Keywords:** adaptation, adaptation strategy, small business, entrepreneurship, small business.

## Введение

Экономические кризисы, периодически происходящие в современном мире, оказывают существенное воздействие на функционирование субъектов малого предпринимательства, что обуславливает необходимость в поиске и практическом применении оптимальных адаптационных стратегий, позволяющих предпринимателям приспособиться к условиям кризисной рыночной среды. Современный финансово-экономический кризис, начавшийся в России в 2014 г., обыкновенно связывается специалистами с такими факторами, как снижение цен на нефть, введение западными странами санкций против нашей страны, а также девальвация рубля по отношению к другим иностранным валютам. Как известно, данный кризис имел такие негативные социально-экономические последствия, как увеличение инфляции, снижение доходов населения, спад производства, увеличение числа безработных и другие последствия, которые не преодолены вплоть до настоящего времени.

### Малое предпринимательство в условиях кризиса

Рассматриваемый финансово-экономический кризис не мог не оказать воздействия на функционирование малого предпринимательства в силу присущих последнему специфических характеристик. Дело в том, что наряду с рядом достоинств, свойственных предприятиям малого бизнеса (гибкость, простота и дешевизна управления и т.д.), для них характерны и определенные слабости или недостатки, к числу основных из которых принято относить чрезмерную зависимость от внешней среды, неустойчивость к финансовым и другим потрясениям, недостаток ресурсов, сложности со сбытом продукции и ряд других [1, с. 11–13]. По оценкам специалистов, для малых предприятий в современной России, несмотря на присущий им значительный инновацион-

ный потенциал, определяющий конкурентные преимущества, формируемые самой сущностью предпринимательства как новаторства, в целом характерны низкий уровень эффективности бизнеса и повышенный риск предпринимательской деятельности [2, с. 161]. Так, в частности, одной из важнейших проблем малых предприятий в условиях кризиса обыкновенно выступает недостаток финансовых ресурсов. Данная проблема, как правило, усугубляется тем обстоятельством, что банкам зачастую бывает невыгодно выдавать небольшие кредиты, которые как раз и требуются малому бизнесу. С учетом всех этих обстоятельств неудивительно, что современный финансово-экономический кризис, оказавший крайне негативное воздействие на ситуацию в сфере предпринимательства в целом, наиболее сильно затронул именно малый бизнес, испытывающий на себе различные негативные последствия, связанные с кризисом.

Многие малые предприятия в современных условиях, как было отмечено выше, остро нуждаются в финансовых средствах, которые имеются в достаточном количестве не у каждого бизнесмена. Вследствие такого положения предпринимателям приходится брать кредиты у банков для того, чтобы обеспечить наибольшую эффективность ведения собственного бизнеса, а нередко и для элементарного выживания в условиях кризисной рыночной среды. Однако в настоящее время многие банки отказываются кредитовать субъекты малого бизнеса по той причине, что имеется определенный риск, связанный с перспективой невозврата предоставленных данными кредитными организациями денежных средств. Те же банки, которые все-таки соглашаются предоставлять кредиты малым предпринимателям, нередко предъявляют к своим заемщикам весьма жесткие требования, включающие наличие хорошей кредитной истории организации, прибыли в определенном объеме, залогового имущества, которое имеется в распоряжении не у всех субъектов малого бизнеса. Другой значимой проблемой для данной категории предпринимателей являются высокие процентные ставки по кредитам, достигающие до 30 % годовых и более, что, как указывает З.З. Калаева, является «непосильной ношей» для многих предприятий малого бизнеса [3, с. 505].

Как отмечается в специальных исследованиях, в настоящее время более 90 % малых предприятий не могут начать производство без заемных средств и кредитов. В соответствии с данными, представленными в аналитических материалах Министерства экономического развития и торговли РФ, малый бизнес в нашей стране ежегодно нуждается в 30 млрд кредитов, однако получает он только 10–15 % от этой суммы.

Если брать общий объем всех выдаваемых кредитов, то лишь небольшая часть из них (не более 6 %) выдается малому бизнесу. Материалы общероссийского исследования отечественных банков, проводившегося Ассоциацией региональных банков, свидетельствуют о том, что на практике кредит удается получить лишь трети (33,9 %) из числа обратившихся за его получением предпринимателей. Причем в массе этих кредитов основную часть составляют так называемые микрокредиты: около половине обратившихся за кредитом малых предпринимателей они были предоставлены на сумму от 3 до 60 тыс. рублей, в то время как относительно крупные кредиты, от 300 до 600 тыс. рублей, составили всего 7,5 % [4, с. 138]. Как уже неоднократно отмечалось выше, ограниченность финансовых ресурсов является одной из основных проблем, с которыми сталкиваются в настоящее время представители малого бизнеса в процессе адаптации к сложным социально-экономическим условиям в современной России; данная проблема, в свою очередь, напрямую связана с получением банковских кредитов. В рамках социологического опроса, проведенного Ассоциацией региональных банков, анализировались в том числе и те препятствия, которые возникают у малых предпринимателей в процессе получения кредитов в отечественных банках. Как показал проведенный опрос, при решении вопроса о том, выдавать или не выдавать кредит конкретному предпринимателю, банки руководствуются прежде всего таким критерием, как финансовое состояние малого предприятия (такой вариант ответа выбрали 91,6 % опрошенных банковских работников). Вторым значимым критерием выступает хорошее обеспечение кредита (81,9 %), третьим – кредитная история заемщика (75 %) [4, с. 139].

С точки зрения Ш.А. Агаян, приведенные эмпирические данные являются свидетельством того, что большинство российских банков в настоящее время предпочитают кредитовать преимущественно те малые предприятия, которые хорошо зарекомендовали себя на рынке, достаточно успешно ведут свой бизнес и имеют хорошую кредитную историю, в то время как новым малым компаниям получить в банке кредит, который можно было бы использовать в качестве стартового капитала, оказывается весьма затруднительно. В качестве основной причины такого положения на рынке кредитования малого бизнеса специалистами обычно указывается наличие крупных кредитных рисков, что подтверждается и данными указанного исследования, проведенного Ассоциацией региональных банков России. Руководители российских банков, в частности, рассматривают высокие риски кредитования в качестве основной причины, препятствующей увеличению объемов креди-

тования малого предпринимательства (данный вариант ответ выбрали 58,3 % респондентов из числа руководящих банковских работников). Среди других причин рассматриваемого положения на рынке кредитных услуг участниками данного опроса были выделены такие, как отсутствие надежного заемщика (45,8 %), недостаточная ресурсная база (22,2 %), высокие операционные издержки (12,5 %), отсутствие спроса на условиях банка (12,5 %) [4, с. 139].

В то же время, на наш взгляд, было бы не совсем справедливо рассматривать в качестве единственного виновника той ситуации, которая сложилась на рынке кредитования малого предпринимательства, исключительно банки: дело в том, что нередко сами представители малого бизнеса выстраивают свою политику таким образом, что делают практически невозможным для себя получение банковских кредитов. Одна из существующих классификаций адаптационных стратегий малого бизнеса предусматривает деление стратегий адаптации на легальные и нелегальные, из которых последние связаны с использованием предпринимателями тех или иных противоправных практик, включающих фальсификацию отчетных данных, уход от налогообложения или неуплату налогов и т.д. Многие представители отечественного малого бизнеса применяют в рамках своей деятельности указанные нелегальные адаптационные стратегии, оказываясь практически в сфере теневой экономики, что на практике создает для этих субъектов дополнительные проблемы, связанные в том числе с получением кредитов в банках. Даже тем предпринимателям, которые ведут бизнес на легальной основе, зачастую оказывается невыгодно показывать весь свой бизнес в официальной отчетности, что производится ими с целью оптимизации налогообложения. Руководствуясь стремлением уйти от налогов, многие субъекты малого бизнеса стараются скрыть от налоговых органов его реальные масштабы, практически не отражают в балансах прибыль, занижают фонд заработной платы на предприятиях, не показывают имеющиеся активы и т.д. Именно представители рассматриваемой категории предпринимателей чаще всего сталкиваются с проблемой получения банковских кредитов, поскольку банки нередко предпочитают работать с известными им клиентами, имеющими хорошую кредитную историю. Даже в ситуациях, когда банки работают преимущественно с проверенными компаниями, они тоже рискуют оказаться в убытке в том случае, если им не удастся выявить какие-либо финансовые проблемы у своих заемщиков, часть бизнеса которых все равно, как правило, находится в теневом секторе и по этой причине никак не может контролироваться банками.

На практике встречаются такие ситуации, когда даже платежеспособные предприниматели не могут получить заемные средства для развития своих предприятий, поскольку банки предпочитают кредитовать только проверенных клиентов, что нередко оборачивается для начинающих бизнесменов фактическим недопуском в сферу легального бизнеса. При этом многие предприниматели сами не хотят связываться с банками, поскольку взаимодействие с кредитными организациями обычно имеет следствием легализацию деятельности бизнес-субъектов, к чему многие из них не стремятся (подобные предприниматели могут брать необходимые для них заемные средства у нелегальных организаций, в том числе и у представителей криминалитета). К сказанному следует добавить, что банки при кредитовании малых предприятий часто сталкиваются с отсутствием высоколиквидных залогов в виде коммерческой недвижимости у данных предприятий, поэтому проценты по кредитам для этой категории заемщиков могут быть достаточно высокими, что отпугивает от банков многих их потенциальных клиентов. В результате получается, что значительная часть хорошо работающих малых компаний не прибегает к получению банковских кредитов вследствие большой цены, которую необходимо платить за пользование ссудой, а стремятся получить кредит, напротив, предприятия со сложной финансовой ситуацией, оказывающиеся неспособными адаптироваться к условиям внешней среды (стремление эффективных малых предприятий ориентироваться исключительно на собственные средства может выступать в качестве сдерживающего фактора развития их бизнеса). На основании вышеизложенного можно констатировать, что успешной адаптации малых предприятий к условиям финансово-экономического кризиса на практике зачастую препятствует политика как кредитных организаций (банков), так и самих малых компаний, использующих в своих деятельности неэффективные адаптационные стратегии, призванные способствовать приспособлению данных субъектов к условиям внешней рыночной среды и дальнейшему развитию их бизнеса.

### **Адаптационные стратегии представителей малого бизнеса**

С целью выявить наиболее распространенные в настоящее время адаптационные стратегии представителей малого бизнеса целесообразно обратиться к результатам антикризисного мониторинга, представляющего собой исследование в области предпринимательства, которое осуществляет в нашей стране общероссийская общественная организация «Опора России». Данный мониторинг осуществляется путем опроса предпринимателей, что позволяет использовать полученные в результа-

те его проведения эмпирические данные для выделения наиболее типичных для представителей малого бизнеса адаптационных стратегий, направленных на приспособление данных субъектов к условиям современного финансово-экономического кризиса. Мониторинг, проведенный в 2016 г., показывает, что современные российские предприниматели используют различные стратегии адаптации, позволяющие им сохранить свои предприятия на рынке и по возможности преуспеть в борьбе с конкурентами [5]. Материалы, полученные «Опорой России», свидетельствуют о том, что абсолютное большинство малых предпринимателей не ориентированы на закрытие своих предприятий, распродажу активов. При этом многие из субъектов малого бизнеса готовы к снижению цен на производимые ими товары и услуги, сокращению объемов их выпуска. Среди новых тенденций, обнаруженных в 2016 г., экспертами выделяется значительное усиление конкуренции на рынке (на данное обстоятельство обратили внимание 61,6 % респондентов-предпринимателей) [6].

Проведенный общероссийской общественной организацией «Опора России» антикризисный мониторинг также показывает, что для значительного числа (36 %) малых компаний приоритетом или ведущей адаптационной стратегией в настоящее время выступает ориентация на изменение ассортимента товаров и услуг (это касается предприятий, представляющих различные сегменты рынка: от производственного бизнеса до информационного и торгового). Для 28 % субъектов малого предпринимательства такой стратегией является переориентация бизнеса, а для 22 % – сокращение персонала организации (интересно, что в соответствии с результатами антикризисного мониторинга 2015 г. эти показатели составляли 29, 24 и 25 % соответственно). Результаты мониторинга 2016 г. наряду с прочими результатами позволили выявить три основополагающие проблемы, с которыми сталкиваются в настоящее время представители отечественного малого бизнеса: снижение спроса на производимую данными компаниями продукцию, девальвация российской валюты, дефицит финансовых ресурсов. Многие предприниматели, о чем свидетельствуют полученные «Опорой России» эмпирические данные, сталкиваются с проблемами при попытке взять в банке кредит, необходимый для развития бизнеса: 38,1 % представителей малого бизнеса, в частности, пытались взять кредит в течение последних нескольких месяцев, однако около половины из них получили немотивированный отказ. В 34 % случаев банки не указали причину отказа в выдаче кредитов своим потенциальным клиентам, при этом в 14,7 % случаев, как отмечают эксперты, вина в неполучении кредита лежит на

самых предпринимателях, которые не смогли предоставить залог или какие-либо гарантии возврата кредита. Наряду с этим наблюдается и увеличение процентной ставки по кредитам, о чем мы уже писали выше (на это обстоятельство обращают внимание 42,4 % представителей малого бизнеса). Так, минимальная ставка по кредитам составила 9 % годовых в 2016 г. (в 2015 г. – 7 %), а максимальная – 49 % (в 2015 г. – 45 %) [5].

Как указывает один из авторов антикризисного мониторинга, руководитель Центра экспертиз и анализа проблем предпринимательства О. Сапа, наибольшую обеспокоенность у малых предпринимателей, стремящихся адаптироваться к условиям современного финансово-экономического кризиса, вызывает рост их собственных долгов, которые большинство бизнесменов стремятся не умножать, однако добиться этого по различным причинам удается далеко не всем субъектам малого бизнеса [6]. Так, в частности, с трудностями в процессе расчета по долгам в первом полугодии 2016 г. столкнулись 40 % малых предпринимателей, сократить же долги удалось весьма незначительному количеству бизнесменов (7,6 %). У трети респондентов-предпринимателей (33,9 %) произошло увеличение задолженности; 43,7 % бизнесменов задолжали денежные средства поставщикам продукции, необходимой для осуществления их бизнеса; 34,7 % имеют задолженности по аренде производственных, торговых и других помещений, а также коммунальным платежам; 24,3 % оказались не в состоянии осуществлять необходимые платежи по взятым кредитам и выплачивать в полном объеме заработную плату своим работникам; 23,9 % не исполняют должным образом обязанности, связанные с выплатой налоговых платежей. Сами представители малого бизнеса, если судить по результатам проведенного «Опорой России» антикризисного мониторинга, ставят на первое и второе места по степени важности долги перед поставщиками продукции и государственными налоговыми органами, а на третьем месте, соответственно, оказались задолженности по заработным платам работникам малых предприятий [5].

Сложности в процессе адаптации представителей малого бизнеса к условиям финансово-экономического кризиса в современной России отмечаются и в ряде других эмпирических исследований, проведенных крупнейшими отечественными социологическими центрами. Так, исследование, подготовленное социологами, представляющими Всероссийский центр исследования общественного мнения (ВЦИОМ), совместно с аппаратом уполномоченного при президенте по защите прав предпринимателей Б. Титова, показало, что в настоящее время имеются

факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса в нашей стране, к которым относятся «высокий уровень налогообложения, сложность бюрократических процедур и неопределенность экономической ситуации». Рассматриваемая неопределенность связана не только с реалиями современного финансово-экономического кризиса: она, с точки зрения А.А. Кашпура, вообще выступает в качестве специфической характеристики российской деловой среды в целом (характерная для этой среды повышенная неопределенность, по мнению данного исследователя, может приводить к радикальным изменениям рыночной ситуации, способным происходить в самые короткие сроки, причиняя при этом серьезный ущерб малым предприятиям). Данная ситуация, как отмечает А.А. Кашпур, вызвана совокупным воздействием широкого спектра негативных факторов, препятствующих в современных российских условиях успешному ведению бизнеса. К числу этих факторов исследователь относит высокий уровень коррупции, неразвитость и изношенность инфраструктуры, высокий уровень налогообложения для малого бизнеса, а также чрезмерное вмешательство различных государственных учреждений, препятствующее эффективной деятельности субъектов малого предпринимательства [7, с. 41]. Очевидно, что действие этих негативных факторов, значимых и в периоды стабильного функционирования экономики, существенно возрастает в тех случаях, когда страна сталкивается с деструктивными последствиями затяжного финансово-экономического кризиса, который переживает в настоящее время Российская Федерация [11].

Что касается исследования, проведенного ВЦИОМ, то в его рамках была проведена серия интервью (всего было проведено 2041 интервью) с руководителями малого бизнеса, индивидуальными предпринимателями в феврале-марте 2016 г. Из опрошенных респондентов-бизнесменов 47 % обозначили главным сдерживающим фактором высокий уровень налогов, 42 – сложность бюрократических процедур, 31 % – неопределенность экономической ситуации. Четвертое место в рейтинге негативных факторов заняли высокие проценты по коммерческим кредитам, пятое – качество законодательного регулирования экономики, шестое – недостаток долгосрочных инвестиционных проектов. К сожалению, как свидетельствуют результаты данного исследования, проведенного ВЦИОМ, по этим факторам отсутствует какая-либо позитивная динамика, иначе говоря, абсолютное большинство предпринимателей не видят сколько-нибудь значительных улучшений применительно к выделенным негативным факторам, оказывающим соответствующее отрицательное воздействие на развитие малого бизнеса.

Единственным позитивным фактором, положительно влияющим на ситуацию в сфере малого предпринимательства, выделенным значительной частью респондентов-бизнесменов (39 %), оказался уровень технологического оснащения предприятия, в случае с которым было замечено определенное улучшение [8]. В целом, если судить по результатам рассматриваемого эмпирического исследования, в первую пятерку первостепенных задач предприятий малого бизнеса входят привлечение клиентов (55 %), наращивание прибыли (50 %), развитие новых направлений бизнеса (35 %), сокращение издержек (34 %), расширение сети сбыта и поиск новых партнеров (по 29 %) [9]. Эффективное решение этих и других задач, стоящих в настоящее время перед российскими малыми предпринимателями, требует применения оптимальных адаптационных стратегий, призванных помочь субъектам малого бизнеса приспособиться к условиям кризисной рыночной среды.

### **Заключение**

Следует отметить, что обозначенные проблемы функционирования малого бизнеса в условиях современного финансово-экономического кризиса осознаются на официальном уровне, что нашло отражение в Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. В соответствии с замыслом разработчиков данной стратегии она призвана выступить в качестве механизма, позволяющего осуществить координацию действий органов государственной власти и местного самоуправления, представителей предпринимательских организаций и объединений с целью формирования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, функционирующей на основе ожиданий представителей бизнеса и населения страны в целом. Реализация данной стратегии будет содействовать эффективной адаптации малых предприятий к условиям современного финансово-экономического кризиса, а в более широких масштабах – созданию конкурентоспособной, гибкой и адаптивной экономики. Разработчики стратегии, в частности, планируют, что к 2030 г. благодаря предусмотренным ею различным мероприятиям, направленным на поддержку малого бизнеса, удастся увеличить долю малых и средних предприятий в ВВП страны в 2 раза (с 20 до 40 %), оборот малых и средних предприятий – в 2,5, производительность труда в этом секторе – в 2 раза, долю обрабатывающей промышленности в обороте сектора малого и среднего предпринимательства (без учёта индивидуальных предпринимателей) – до 20 % и долю количества занятых в этой сфере в общей численности занятого населения – до 35 %.

Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. предполагает реализацию следующих приоритетных направлений поддержки малого бизнеса: интеграция функций поддержки малого и среднего предпринимательства; стимулирование спроса на продукцию малых и средних компаний на основе расширения их доступа к государственным закупкам; создание условий для повышения производительности труда на предприятиях данного вида; обеспечение доступности финансовых средств для малого бизнеса; совершенствование налоговой государственной политики и повышение качества государственного регулирования в сфере малого предпринимательства; стимулирование предпринимательской активности в отдельных регионах страны. В целом Стратегия развития малого и среднего предпринимательства направлена в первую очередь на снижение давления различных государственных органов и учреждений на субъекты малого бизнеса, увеличение обеспеченности малых предприятий необходимыми финансовыми ресурсами, расширение программ субсидирования малых компаний и т.д. В случае успешной реализации данной стратегии малый бизнес сможет развиваться более эффективно, приспособиться к негативным условиям внешней среды, в том числе к последствиям финансово-экономического кризиса, реализовать адаптационную стратегию развития в рамках осуществляемой предпринимательской деятельности.

#### Литература

1. *Карпов С.А.* Последствия мирового кризиса для российского малого предпринимательства: вызовы и возможности адаптации // Финансист. 2009. № 1.
2. *Филобокова Л.Ю., Григорьева О.В.* Оценка и управление конкурентоспособностью малого предпринимательства на основе стратегии инновационного роста // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 3.
3. *Калаева З.З.* Влияние кризиса на малый и средний бизнес в России // Молодой ученый. 2016. № 2.
4. *Агаян Ш.А.* Проблемы кредитования малого предпринимательства в РФ // Молодой ученый. 2012. № 3.
5. Антикризисный мониторинг «Опоры России». Май 2016 г. [Электронный ресурс]. URL: [www.spbopora.ru/projects](http://www.spbopora.ru/projects) (дата обращения: 18.06.2016).

#### References

1. *S.A. Karpov.* Posledstviya mirovogo krizisa dlya rossiyskogo malogo predprinimatel'stva: vyzovy i vozmozhnosti adaptatsii // Finansist. 2009. № 1.
2. *L.Yu. Filobokova, O.V. Grigor'eva.* Otsenka i upravlenie konkurentosposobnost'yu malogo predprinimatel'stva na osnove strategii innovatsionnogo rosta // Audit i finansovyy analiz. 2013. № 3.
3. *Z.Z. Kalaeva.* Vliyanie krizisa na malyy i sredniy biznes v Rossii // Molodoy uchenyy. 2016. № 2.
4. *Sh.A. Agayan.* Problemy kreditovaniya malogo predprinimatel'stva v RF // Molodoy uchenyy. 2012. № 3.
5. Antikrizisnyy monitoring «Opory Rossii». May 2016 g. [Elektronnyy resurs]. URL: [www.spbopora.ru/projects](http://www.spbopora.ru/projects) (data obrashcheniya: 18.06.2016).

6. Зыкова Т. Без спроса никуда // Российская газета. Федеральный выпуск. 2016. № 6963 (95). 4 мая.

7. Кашпур А.А. Адаптационный механизм в стратегическом управлении промышленными предприятиями «малых форм» // Экономические науки. 2013. № 11.

8. Свой бизнес сегодня и 25 лет назад // Пресс-выпуск ВЦИОМ. 2016. [Электронный ресурс]. URL: [wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707](http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707) (дата обращения: 20.10.2016).

9. Горелова Е. Малый бизнес выиграл от слабой конкуренции // Ведомости. 2016. 26 июля.

10. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.» [Электронный ресурс]. URL: [www.consultant.ru/.../f3fa9da4fab9fba49fc9e0d938761ccffdd288bd](http://www.consultant.ru/.../f3fa9da4fab9fba49fc9e0d938761ccffdd288bd) (дата обращения: 23.09.2016).

11. Самыгин С.И., Верещагина А.В., Рачипа А.В. Финансовая безопасность государства в условиях экономической глобализации: специфика рисков и угроз // Гуманитарий Юга России. 2016. № 1. С. 169–177.

6. T. Zykova. Bez sprosa nikuda // Rossiyskaya gazeta. Federal'nyy vypusk. 2016. № 6963 (95). 4 maya.

7. A.A. Kashpur. Adaptatsionnyy mekhanizm v strategicheskom upravlenii promyshlennymi predpriyatiyami «malykh form» // Ekonomicheskie nauki. 2013. № 11.

8. Svoy biznes segodnya i 25 let nazad // Press-vypusk VTsIOM. 2016. [Elektronnyy resurs]. URL: [wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707](http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707) (data obrashcheniya: 20.10.2016).

9. E. Gorelova. Malyy biznes vyigral ot slaboy konkurentsii // Vedomosti. 2016. 26 iyulya.

10. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 02.06.2016 № 1083-r «Ob utverzhdenii Strategii razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossiyskoy Federatsii na period do 2030 g.» [Elektronnyy resurs]. URL: [www.consultant.ru/.../f3fa9da4fab9fba49fc9e0d938761ccffdd288bd](http://www.consultant.ru/.../f3fa9da4fab9fba49fc9e0d938761ccffdd288bd) (data obrashcheniya: 23.09.2016).

11. S.I. Samygin, A.V. Vereshchagina, A.V. Rachipa. Finansovaya bezopasnost' gosudarstva v usloviyakh ekonomicheskoy globalizatsii: spetsifika riskov i ugroz // Gumanitariy Yuga Rossii. 2016. № 1. P. 169–177.

*Поступила в редакцию*

*16 декабря 2016г.*