

УДК 334.722.012.63/64.330.34

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС КАК КОНСТИТУИРУЮЩАЯ ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Миронова Ирина Станиславовна, канд. экон. наук, доц.

Сотников Станислав Михайлович, канд. экон. наук, доц.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394018; e.mail: irina.mironova@icloud.com; ectr@econ.vsu.ru

Цель: выявление роли малого и среднего предпринимательства в процессе формирования конкурентной среды и развития конкуренции в повышении эффективности общественного производства. *Обсуждение:* проанализированы подходы к определению параметров отнесения хозяйствующих субъектов к малому и среднему бизнесу, дана структурная характеристика таким видам деятельности, выявлены факторы, отрицательно влияющие на функционирование малых и средних предприятий, предложены основные направления по развитию малого и среднего предпринимательства. *Результаты:* малый и средний бизнес в своем распоряжении имеют ограниченные ресурсы. В этой связи, поддержка такого типа предприятий является необходимым условием их устойчивого развития.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, критерии классификации, экономическая конъюнктура, доминирующее положение, бизнес-инкубаторы, инвестиции, экономика, конкуренция, факторы, конкурентная среда.

DOI: 10.17308/meps.2017.1/1619

Термины «малый и средний бизнес», «малое и среднее предприятие» представляют собой понятия, характеризующие различную как по форме, так и по существу предпринимательскую деятельность. Параметры и критерии классификации таких хозяйствующих субъектов в разных национальных экономиках далеко не тождественны. Например, размер капитала и объем продаж (Япония, Великобритания, Италия); монополистическое положение на рынке (США); правовой статус (Франция); форма собственности (Венгрия); различия между ремесленной и промышленной фирмой (ФРГ); независимое или зависимое положение в крупной производственной структуре (Япония) и т.д. Подобная множественность критериев обуславливает необходимость поиска наиболее обобщенных показателей, отражающих

специфику функционирования предприятий малого и среднего бизнеса как с количественной, так и с качественной стороны.

В международной статистике основным критерием, определяющим размер предприятия, выступает численность занятых (иногда в сочетании с величиной годового объема продаж или балансовой стоимостью активов). При этом понятия «малый бизнес» и «малые и средние предприятия» обычно употребляются в экономической литературе как синонимы.

Большинство стран используют ряд критериев для выделения малого бизнеса. Например, в Болгарии, Венгрии, Германии, Латвии – два показателя: численность и годовой оборот, а в Армении и Азербайджане – численность и вид деятельности в какой-либо отрасли национальной экономики.

В европейской практике верхней границей малого и среднего предпринимательства является 250 человек, а в практике США – 500 человек [6]. В соответствии с классификацией Евросоюза малое или среднее предприятие должно отвечать двум критериям: численность и финансовые параметры, а также быть экономически независимым.

Верхняя граница малого и среднего бизнеса по числу занятых в 250 человек определена на основании результатов исследований. На предприятиях, где количество работающих превышает 250 человек, имеется существенно более сильный менеджмент во всех сферах предпринимательской деятельности: в производстве, продаже, маркетинге, исследованиях и разработках, в вопросах кадровой политики [7].

На малых предприятиях сосредоточена преобладающая часть рабочей силы в таких странах, как Япония, Италия, Швейцария, еще большее количество работающих – в США и ФРГ. По данным ООН, малый и средний бизнес предоставляет почти половину рабочих мест и производит от 1/3 до 2/3 национальных ВВП [7].

Среднестатистическое предприятие ЕС имеет всего 6 наемных работников. От 12 до 25% всех рабочих мест несельскохозяйственного сектора в экономике стран ЕС приходится на ремесленные предприятия [6].

Российские критерии отнесения предприятия к малому и среднему бизнесу были установлены Федеральным законом № 88-ФЗ от 14 июня 1995г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». В то же время определение среднего бизнеса в российском законодательстве отсутствовало. 11 июля 2007 г. Советом Федерации РФ был одобрен Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и установлены границы сектора малого и среднего предпринимательства, а также выделена категория микропредпринимателей.

В качестве основного критерия для структуризации хозяйствующих субъектов выбрана численность занятых. Причем какой-либо дифференциации ценовых порогов в зависимости от вида деятельности, типа бизнеса, его организационно-правовой формы не предусмотрено.

В силу процедурных сложностей по изменению в тексте закона критерия отнесения к малому и среднему бизнесу в зависимости от объема выручки, который необходимо корректировать как минимум на уровень инфляции, предусмотрено, что пороговые значения показателя выручки от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость за календарный год устанавливает Правительство Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства [5].

Малые предприятия – это юридические лица (включая временно приостановивших хозяйственную деятельность на срок не более 2 лет) со средней численностью работников до ста человек включительно; выручка от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС должна составлять не более 800 млн рублей. Выделяются микропредприятия – субъекты малого предпринимательства (включая временно приостановивших хозяйственную деятельность на срок не более 2 лет), со средней численностью работников до 15 человек включительно; выручка от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС должна составлять не более 120 млн рублей.

Средние предприятия – юридические лица, средняя численность работников от ста одного до двухсот пятидесяти человек; выручка от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС должна составлять не более 2 млрд рублей [5].

Важным в анализе является структурная характеристика малого и среднего предпринимательства. В России 38,7% сосредоточено в торговле и ремонте предметов личного потребления [4]. В странах с рыночной системой хозяйствования в секторе малого предпринимательства сосредоточена достаточно большая часть экономически активного населения и производится около половины валового внутреннего продукта.

Роль малого и среднего предпринимательства значительна не только в количественном аспекте, но и в качественном – по функциональным задачам, которые они решают в экономике. К классическим для развитых стран задачам, решаемым малым и средним предпринимательством, относятся следующие:

- формирование и развитие конкурентных отношений в экономике, нивелирование колебаний экономической конъюнктуры, обеспечивающие особый механизм сбалансирования спроса и предложения;

- деятельность малых и средних фирм выступает серьезным ограничителем произвола в монополистическом ценообразовании. В развитии современной экономики имеет место так называемое «снижение глубины самостоятельной переработки продукта», когда в монополиях часто сосуществуют участки мелкого производства, отличающегося низкой производительностью труда. Мелкие производители могут конкурировать со вспомогательными подразделениями крупных предприятий;

- развитие конкуренции создает систему сильных стимулов для бо-

лее эффективного использования знаний, умений, энергии и трудолюбия населения, что в свою очередь позволяет более активно разрабатывать и использовать имеющиеся материальные, кадровые, организационные и технологические ресурсы.

Малое и среднее предпринимательство более восприимчиво к новым идеям и созданию инноваций (на одного сотрудника приходится в 2-3 раза больше инноваций, чем на одного работника крупного предприятия) [1,9]. Малые предприятия более гибки, быстрее переключаются на разработку, апробацию и производство новой продукции, от которой крупный бизнес зачастую отказывается из-за высокой степени риска. Темпы освоения новых видов изделий или услуг у малых предприятий на 30% больше, а эффективность (при гораздо меньших затратах) выше в несколько раз. По оценкам Национального научного фонда США, малые фирмы производят в 6 раз больше нововведений в расчете на одного занятого, чем крупные, им требуется в среднем 2,2 года, чтобы выйти со своим новшеством на рынок, тогда как крупным – 3,5 года [7]. У малых фирм относительно невысокие издержки производства на начальном этапе инновационного процесса, поскольку, как правило, длительность этого этапа может повлиять на освоение и выпуск новой продукции.

– присущие малому предпринимательству гибкость и высокая приспособляемость к изменчивости рыночной конъюнктуры способствует стабилизации макроэкономических процессов в стране. Малое предпринимательство успешно функционирует на небольших рыночных сегментах. Если крупные формы предпринимательства способствуют повышению общеэкономической эффективности за счет экономии на масштабах деятельности, то малые предприятия придают хозяйству гибкость, мобильность, удовлетворяя разнообразные потребности населения;

– малое и среднее предпринимательство способствует формированию диверсифицированной экономической системы, повышая ее устойчивость;

– высока социальная значимость малого и среднего предпринимательства, она обусловлена прежде всего самим фактом сосредоточения в этом секторе части рабочих мест. В годы кризиса, когда в базовых отраслях развернулась крупномасштабная структурная и технологическая перестройка, на первый план выходит способность малых предприятий «впитывать» рабочую силу, ускоренно высвобождавшуюся в ходе реорганизации крупных предприятий.

Однако имеется ряд факторов, которые ограничивают возможности развития малого предпринимательства, особенно значительно тормозит недостаток собственных финансовых средств (для более половины субъектов), неопределенность экономической ситуации в стране (для трети предприятий) (табл. 1).

Характерно, что темпы роста производительности труда в расчете на одного занятого в секторе малого бизнеса нередко оказывались выше, чем

темпы роста заработной платы. В этом проявляется та свойственная малому бизнесу экономия на трудовых издержках – сдерживание заработной платы при опережающем росте производительности труда, которую крупным предприятиям с их сильными профсоюзами осуществлять гораздо труднее и которая составляет одно из главных конкурентных преимуществ.

Таблица 1

Распределение малых предприятий по оценке факторов, ограничения деятельности (в процентах от общего числа организаций) [4].

	2011	2012	2013	2014	2015
Недостаточный спрос на продукцию	24	22	22	24	27
Недостаток собственных финансовых средств	58	54	59	49	52
Высокий процент коммерческого кредита	27	29	29	28	29
Сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов	15	17	17	14	16
Инвестиционные риски	10	11	11	11	10
Неудовлетворительное состояние технической базы	7	7	9	7	5
Низкая прибыльность инвестиций в основной капитал	7	8	9	9	10
Неопределенность экономической ситуации в стране	26	28	25	24	32
Несовершенная нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционные процессы	6	8	6	7	5

Малые предприятия по сравнению с крупными в отдельных странах занимают доминирующее положение как по числу, так и по удельному весу в производстве товаров, выполнении работ, оказании услуг. В настоящее время наблюдается тенденция перехода производства на гибкие технологические линии, на которых продукция изготавливается мелкими партиями, но при этом со множеством модификаций. В последнее время многие крупнейшие корпорации, такие как «Jeneral Electric», «Ford Motors», «IBM», «Siemens», «Microsoft», «Johnson & Johnson», приступили к реорганизации своих предприятий путем замены огромных промышленных комплексов небольшими заводами, отделяя подразделения в самостоятельные узкоспециализированные производства, способные более гибко реагировать на изменение рыночной конъюнктуры и оперативнее осваивать технологические новшества.

Поддержке развития в стране малого и среднего предпринимательства содействовал процесс формирования необходимой инфраструктуры, в России появились такие важные элементы инфраструктуры укрепления малого бизнеса, как консалтинговые агентства, учебно-деловые центры, бизнес-инкубаторы, технопарки и инновационно-технологические центры.

Согласно сложившейся классификации технопарки, так же как и бизнес-инкубаторы, относятся к элементам инфраструктуры, обеспечивающим комплексную поддержку малого предпринимательства. При этом если бизнес-инкубаторы ассоциируются прежде всего с поддержкой малого бизнеса вообще, то технопарки, в первую очередь, – инновационного.

Первые бизнес-инкубаторы возникли еще в начале 90-х годов как организации и структуры с ограниченным персоналом, развивающие малое предпринимательство. Они облегчают начальные стадии развития новых

предприятий, представляя им физическое пространство для работы, помещения и сооружения на основе совместного пользования, доступ к большому набору услуг и хорошо подобранный комплекс программ деловой поддержки. Последний включает постоянную помощь в управлении предприятием, доступ к финансированию, предоставление существенных ценовых льгот, специализированные программы обучения и пр. Подразумевается, что нахождение в бизнес-инкубаторе рассчитано только на несколько первых лет, достаточных для становления малого предприятия.

Процесс создания инкубаторов шел достаточно высокими темпами, они создавались по инициативе региональных администраций, в рамках совместных программ с зарубежными фондами, при крупных предприятиях на высвобождаемых площадях и т.д., было учреждено «Национальное содружество бизнес-инкубаторов» с целью координации и управления процессом становления бизнес-инкубаторов в регионах России.

Сегодня основным направлением деятельности содружества является обеспечение поддержки уже действующих и начинающих свою деятельность бизнес-инкубаторов с помощью передачи обобщенного и систематизированного опыта. В год в среднем создается 136 бизнес-инкубаторов, резидентами которых стали более 10,4 тыс. человек субъектов малого предпринимательства (табл. 2).

Таблица 2

Деятельность бизнес-инкубаторов субъектов малого и среднего предпринимательства [5]

Года	Количество бизнес-инкубаторов, единиц	Общая площадь бизнес-инкубаторов, м ²	Количество малых предприятий – резидентов бизнес-инкубатора единиц	Общее количество работников малых предприятий – резидентов бизнес-инкубатора, человек
2014	133	280922,1	2140	10624
2015	139	303983,1	2319	10178

Таким образом, сложилась разветвленная инфраструктура поддержки малого бизнеса и, в частности, инновационного. Однако при этом необходимо признать, что эффективность деятельности отдельных элементов этой инфраструктуры существенно различается из-за разной обеспеченности ресурсами и неодинаковом уровне профессионализма управляющих команд, качестве менеджмента.

В целом эффективность работы сформированной инфраструктуры оказалась ниже ожидаемой по следующим причинам:

– из-за несоответствия масштабов инфраструктуры недостаточным реальным ресурсам, направляемым на поддержку малого и среднего предпринимательства. Например, объем субсидий из госбюджета на поддержку малого и среднего предпринимательства составил в 2012 году – 20 800 000 тыс. руб., а в 2015 – 19 374 822 тыс. руб. [4]. В этой связи следует отметить, например, что в США бум создания научных парков и учредительства фирм

для разработки технологических новаций был связан со скачкообразным ростом расходов на национальные научно-технические программы и проекты (космос, оборона, компьютеры новых поколений, новые технологии в микроэлектронике и так далее). С другой стороны, опыт Германии также говорит о том, что для реализации программ поддержки проектов малых предприятий часто вовсе необязательно формировать самостоятельную инфраструктуру. Крупнейшее учреждение Германии, осуществляющее в федеральном масштабе программы поддержки малого бизнеса, не располагает и не стремится к созданию филиальной сети, а опирается в своей работе на существующие банковские структуры;

- недостатки системы отбора и финансирования инновационных проектов, следствием чего, стало снижение эффективности деятельности инфраструктуры в целом;

- слабое использование современных информационных технологий (Интернет) для ведения малого предпринимательства. При этом наибольшее число интернет-пользователей относится к отраслям науки и научного обслуживания, рыночной инфраструктуры, транспорта с численностью работающих 50-100 человек.

Основными направлениями использования малыми предприятиями сети Интернет являются поиск необходимой информации, деловая переписка по электронной почте, презентация и продвижение своих товаров и услуг. Кроме того, использование элементов электронной коммерции позволяет предприятиям получить целый ряд возможностей:

- существенно расширить границы рынка. В России нет, как в странах ЕС, языковых и существенных культурных барьеров между регионами, одинаковы и основные законы. Следовательно, для продаж могут быть доступны сразу все регионы России. Наряду с этим у предприятий появляется принципиальная возможность организовать продажу своих товаров в другие страны мира;

- сократить время реакции на изменения конъюнктуры рынков. Использование элементов электронной коммерции позволяет существенно уменьшить время на маркетинговые исследования и ускорить продвижение продукции на рынок;

- значительно минимизировать издержки и уменьшить время на выпуск новой продукции.

Малое и среднее предпринимательство становится серьезным фактором социальной и политической стабильности в обществе и в значительной степени является экономической основой становления среднего класса. Развитие такого вида бизнеса позволяет обеспечить решение как экономических, так и социальных задач, способствует формированию конкурентной среды, насыщению рынка товарами и услугами, снижению уровня безработицы, увеличению налоговых поступлений в бюджеты всех уровней и т.д.

Развитие малого и среднего предпринимательства в социальном аспек-

те означает, прежде всего, рост уровня жизни населения, занятого предпринимательской деятельностью, создание рабочих мест, распространение вторичной занятости как дополнительного источника доходов для населения. Кроме того, малый бизнес смягчает социальную нагрузку на бюджет.

Экономический эффект от результатов деятельности малого бизнеса оценивается с точки зрения увеличения его вклада в объем выпускаемой продукции (услуг), повышение качества и конкурентоспособности создаваемых товаров и услуг, увеличения вклада в доходы бюджета.

В последние годы отмечаются тенденции к увеличению сектора малого и среднего бизнеса в России, хотя темпы его развития отстают от Европы, в частности, в решении проблем занятости населения и насыщения рынков товарами и услугами.

В последние годы увеличивается число малых предприятий в экономике России. В 2010 году их было 1644, 3 тыс., а в 2014 г. их число составило 2103,8 тыс., т.е. рост – 28%. Иная тенденция по средним предприятиям – с 25,2 тыс. в 2010 г. их число уменьшилось до 13,7 тыс. в 2014 г., т.е. их численность сократилась наполовину. На малых предприятиях было занято 10,8 млн человек, на средних 1,6 млн чел., что в общей сумме составляет 12,4 млн чел. Удельный вес работников малых предприятий составляет 23,6%, а в средних только 3,5%. В среднем на малых предприятиях занято 6 человек, а на средних предприятиях – 121 человек [4].

По обороту малые предприятия производят продукции на 16,7 трл руб., что превышает 20% ВВП [4]. Оборот в 2014 году в малых предприятиях в среднем составил 12,5 млн руб., а на средних предприятиях – 367, 2 млн руб. Рост оборота в расчете на одного работника за 2010 – 2014 гг. на малых предприятиях – 29,4%, тогда как на средних предприятиях он был более динамичным – рост на 50% [4].

Существенное отличие между малыми и средними предприятиями по инвестициям в основной капитал из государственного бюджета: поступления бюджетных средств в средние предприятия составляет 6%, тогда как в малые 0,6%, что в 10 раз меньше [4]. Это свидетельствует о недостаточности внимания государства к вопросу финансовой помощи малым предприятиям.

В создавшихся условиях без специально проводимой на государственном уровне политики по стимулированию развития малого и среднего предпринимательства реализовать потенциал этой формы хозяйствования сложно. Многие страны мира уже констатируют наступление рецессии в 2015 г., при этом не существует определенности, как долго и насколько глубоко охватит кризис те или иные национальные экономики.

Необходимость разработки основных направлений развития малого и среднего предпринимательства актуальна, так как малый и средний бизнес изначально имеет неравное положение в доступе к материальным, финансовым и технологическим ресурсам и включает:

– создание условий для увеличения собственных финансовых средств;

- предоставление более льготных режимов по уплате НДС и налога на прибыль;
- государственные гарантии по банковским кредитам;
- специальные налоговые режимы для исследования и внедрения новшеств;
- разработка целевых программ микрофинансирования из венчурных организаций;
- увеличение объема государственных закупок.

Несмотря на всеобщее понимание необходимости поддержки малого бизнеса, она реализуется непоследовательно. Одной из причин такой ситуации является слабое отстаивание интересов малого и среднего предпринимательства на высоком государственном уровне. Не секрет, что в настоящее время идет мощное лоббирование интересов олигархической части российского бизнеса и в их числе компаний-экспортеров.

Необходимо активно снижать налоговое бремя на малые и средние предприятия. Российские представители малого бизнеса считают, что сложившееся налогообложение чрезмерно, особенно в условиях кризиса. Поправки же в Налоговый кодекс носят опаздывающий характер.

Список источников

1. Ключевые меры по укреплению рыночных институтов, обеспечению стабильности условий собственности и развития конкуренции, стимулированию малого предпринимательства, разработанные в рамках Стратегии–2020 // *Стратегия социально-экономического развития страны до 2020 года*. Доступно: <http://2020strategy.ru> (дата обращения: 12.12.16).
2. Курдин А. Конкуренция и конкурентная политика в условиях слабой защиты прав собственности // *Экономическая политика*, 2011, по. 4, с. 96-106.
3. Курнышева И.Р., Городецкий А.Е. *Институты конкурентной политики в регулировании новой индустриализации*. Москва, ИЭ РАН, 2012.
4. Малое и среднее предпринимательство в России–2015. Доступно: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 12.12.16).
5. Медведев Д. Совещание о мерах поддержки малого и среднего предпринимательства // *Совещание правительства*, 2014, 03 февраля. Доступно: <http://government.ru> (дата обращения: 12.12.16).
6. Оценочный отчет Европейской комиссии за 2015 год // *Официальный сайт ЕС*. Доступно: <http://ec.europa.eu> (дата обращения: 12.12.16).
7. Райбман Н. Нобелевскую премию по экономике получил Ж.Тироль // *Ведомости*. 2014, 13 октября. Доступно: <http://www.vedomosti.ru> (дата обращения: 12.12.16).
8. Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в РФ на период 2013-2024 гг. // *Официальный сайт ФАС РФ*. Доступно: <http://www.fas.gov.ru> (дата обращения: 12.12.16).
9. Усик Н.И. Формирование конкурентной среды и конкурентная политика // *Теоретическая экономика*, 2012, по. 4, с. 33-42.
10. Цухло С.В. *Конкуренция в российской промышленности в 2007-2012 гг.* Москва, Изд-во ин-та Гайдара, 2013.
11. Шаститко А.Е., Павлова Н.С. О сбалансированности инструментов конкурентной политики // *Бюллетень конкурентной политики*, 2012, по. 7, с. 1-12.
12. Яковлев А.А. Какая политика нужна для повышения конкурентоспособности российского бизнеса? // *Стратегия социально-экономического развития страны до 2020 года*. Режим доступа: <http://2020strategy.ru> (дата обращения: 12.12.16).

SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS AS A CONSTITUTIONAL FRAMEWORK FOR ECONOMIC DEVELOPMENT

Mironova Irina Stanislavovna, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.

Sotnikov Stanislav Mikhailovich, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394018;

e-mail: irina.mironova@icloud.com; ectr@econ.vsu.ru

Purpose: this article defines the role of small and medium-sized businesses in the formation of a competitive environment. *Discussion:* identifying the parameters that characterize small and medium business, allows distinguishing several important indicators. These parameters include structural characteristics of small and medium-sized businesses, factors that affect on small and medium business and possible directions for development. The authors talk about the role of technology parks and business incubators as elements of supporting business. *Results:* small and medium businesses have limited access to resources. Therefore, support for the development of these areas of business is a necessary condition.

Keywords: small business, medium business, classification criteria, economic conjuncture, dominant position, business incubators, investments, economy, competition, factors, competitive environment.

References

1. Ključevye mery po ukrepleniui rynochnykh institutov, obespecheniui stabil'nosti uslovii sobstvennosti i razvitiia konkurentсии, stimulirovaniui malogo predprinimatel'stva, razrabotannye v ramkakh Strategii 2020. *Strategiia sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia strany do 2020 goda*. Available at: <http://2020strategy.ru> (accessed: 12.12.16). (In Russ.)
2. Kurdin A. Konkurentsiia i konkurentnaia politika v usloviakh slaboi zashchity prav sobstvennosti. *Ekonomicheskaiia politika*, 2011, no.4, pp. 96-106. (In Russ.)
3. Kurnysheva I.R., Gorodetskii A.E. *Instituty konkurentnoi politiki v regulirovanii novoi industrializatsii*. Moscow, IE RAN, 2012. (In Russ.)
4. Maloe i srednee predprinimatel'stvo v Rossii. 2015. Available at: <http://www.gks.ru> (accessed: 12.12.16). (In Russ.)
5. Medvedev D. Soveshchanie o merakh podderzhki malogo i srednego predprinimatel'stva. *Soveshchanie pravitel'stva*, 2014, 03 feb. Available at: <http://government.ru> (accessed: 12.12.16). (In Russ.)
6. Otsenochnyi otchet Evropeiskoi komissii za 2015 god. Ofitsial'nyi sait ES. Available at: <http://ec.europa.eu> (accessed: 12.12.16). (In Russ.)
7. Raibman N. Nobelevskuii premiiu po ekonomike poluchil Zh.Tirol'. *Vedomosti*, 2014, 13 ok. Available at: <http://www.vedomosti.ru> (accessed: 12.12.16). (In Russ.)
8. Strategiia razvitiia konkurentсии i antimonopol'nogo regulirovaniia v RF na period 2013-2024 gg. *Ofitsial'nyi sait FAS RF*. Available at: <http://www.fas.gov.ru> (accessed: 12.12.16). (In Russ.)
9. Usik N.I. Formirovanie konkurentnoi sredy i konkurentnaia politika. *Teoreticheskaiia ekonomika*, 2012, no. 4, pp. 33-42. (In Russ.)
10. Tsukhlo S.V. *Konkurentsiia v rossiiskoi promyshlennosti v 2007-2012 gg*. Moscow,

Press In-ta Gaidara, 2013. (In Russ.)

11. Shastitko A.E., Pavlova N.S. O sbalansirovannosti instrumentov konkurentnoi politiki. *Biulleten' konkurentnoi politiki*, 2012, no. 7, pp. 1-12. (In Russ.)

12. Iakovlev A.A. Kakaia politika nuzhna dlia povysheniia konkurentosposobnosti rossiiskogo biznesa? *Strategiia sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia strany do 2020 goda*. Available at: <http://2020strategy.ru> (accessed: 12.12.16). (In Russ.)