

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Аннотация: В рыночных условиях развитие частного бизнеса, особенно малых и средних предприятий, играет ключевую роль для любой страны. Эффективность данного процесса выступает одним из главных индикаторов экономического роста и оказывает прямое влияние на состав и качество общенационального дохода. Основной задачей руководящего персонала современных предприятий является формирование их конкурентных преимуществ, что обеспечивает востребованность реализуемых продуктов и финансовую стабильность. При этом, реализация данной задачи усложняется в условиях постоянных внешнеэкономических изменений, усиленных санкционным давлением. Кроме того малый и средний бизнес часто сталкивается с ограниченным доступом к финансовым ресурсам, сложностями в управлении и конкуренцией со стороны крупных компаний. Анализ и сравнительная оценка конкурентоспособности малого и среднего бизнеса обеспечивает понимание ключевых факторов, влияющих на успешность этих предприятий, и дает возможность разработать стратегии и меры поддержки, направленные на укрепление их позиций на рынке. **Объект исследования** – деятельность малого и среднего бизнеса (МСБ) региона. **Цель исследования** – проведение сравнительного анализа уровня конкурентоспособности отдельных сфер малого и среднего бизнеса на примере Республики Татарстан. **Методы исследования** включают дедукцию и индукцию, анализ и синтез, документальный метод, абстрактно-логический, экономико-математический и табличный методы. **Научная новизна исследования** – формирование критериев конкурентоспособности, разработка модели сравнительной оценки конкурентоспособности малого и среднего бизнеса, применение данной модели в условиях Республики Татарстан.

Ключевые слова: развитие экономики, Республика Татарстан, конкурентоспособность предприятий, предприятия малого и среднего бизнеса, инновации, инвестиции.

COMPARATIVE ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS ENTERPRISES USING THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Abstract: In market conditions, the development of private business, especially small and medium-sized enterprises, plays a key role for any country. The effectiveness of this process is one of the main indicators of economic growth and has a direct impact on the composition and quality of national income. The main task of the management personnel of modern enterprises is to create their competitive advantages, which ensures the demand for products sold and financial stability. At the same time, the implementation of this task becomes more complicated in the

context of constant foreign economic changes, reinforced by sanctions pressure. In addition, small and medium-sized businesses often face limited access to financial resources, management difficulties and competition from large companies. Analysis and comparative assessment of the competitiveness of small and medium-sized businesses provides an understanding of the key factors influencing the success of these enterprises, and makes it possible to develop strategies and support measures aimed at strengthening their position in the market. The object of the study is the activities of small and medium-sized businesses (SMEs) in the region. The purpose of the study is to conduct a comparative analysis of the level of competitiveness of certain areas of small and medium-sized businesses using the example of the Republic of Tatarstan. Research methods include deduction and induction, analysis and synthesis, documentary method, abstract-logical, economic-mathematical and tabular methods. The scientific novelty of the research is the formation of competitiveness criteria, the development of a model for comparative assessment of the competitiveness of small and medium-sized businesses, the application of this model in the conditions of the Republic of Tatarstan.

Keywords: economic development, Republic of Tatarstan, competitiveness of enterprises, small and medium-sized businesses, innovation, investment.

В современных условиях конкурентоспособность считается ключевым элементом при формировании бизнес-стратегий субъектов хозяйствования. Это предполагает, что собственники бизнеса и высшее руководство компаний осведомлены об особенностях конкурентного поля в своей отрасли и способны оценить его влияние на внутренние процессы. Тем не менее, как показывают исследования, основная часть предприятий МСБ не имеют формализованных стратегий, а их понимание конкурентной среды зачастую ограничивается субъективными впечатлениями. [10, с. 43]

Важность анализа показателей конкурентоспособности связана с необходимостью постоянного улучшения качества продукции, организации производства, системы продвижения и других внутренних процессов для максимального соответствия запросам клиентов и бизнес-партнеров. При этом, руководству важно не только формировать нужные партнерские связи, но и уметь адаптировать бизнес-процессы к динамичным рыночным условиям.

Актуальность мониторинга конкурентоспособности для региональных субъектов МСБ подтверждается комплексом проведенных исследований в области влияния внутренних и внешних факторов на эффективность их деятельности. В настоящее время разработано большое количество подходов к оценке уровня конкурентоспособности, однако определение оптимального метода, применительно к предприятиям МСБ, продолжает быть предметом активных обсуждений в академических кругах. [9, с. 2496]

Конкурентоспособность можно определить как способность субъектов бизнеса эффективно управлять своими ресурсами для укрепления положений на целевых рынках и обеспечения роста основных экономических показателей. Основным проявлением высокой конкурентоспособности является способность

предприятия обеспечивать запланированный экономический результат в долгосрочном периоде.

Характеризуя специфику оценки конкурентоспособности региональных субъектов МСБ важно отметить, что в контексте стратегического управления выделяются два ключевых подхода: [2, с. 58]

- ресурсный подход, фокусирующийся на внутренних факторах и компетенциях и предполагающий, что конкурентные преимущества формируются за счет уникальных ресурсов и ключевых навыков, способствующих превосходству над конкурентами;

- рыночный подход, делающий акцент на характеристиках рынка или отрасли, где предприятия могут создавать определенные преимущества, работая в благоприятных для бизнеса секторах.

Эти подходы дополняют друг друга, раскрывая комплекс возможностей для обеспечения конкурентоспособности, как в узких рыночных сегментах, так и на уровне целой отрасли. При этом, восприятие конкуренции со стороны руководства существенно влияет на их стратегии и особенности реагирования на действия конкурентов. Принятие эффективных управленческих решений и способность формирования долгосрочных конкурентных преимуществ в значительной степени зависят от компетенций руководителей, в том числе, в области сравнительной оценки конкурентоспособности. [8, с. 219]

Анализ конкурентоспособности региональных субъектов МСБ традиционно базируется на изучении внутренних организационных факторов и внешнего рыночного окружения. При этом, конкурентные стратегии таких субъектов во многом зависят от эффективности использования формальных и неформальных каналов коммуникаций. Предприятия МСБ часто прибегают к неформальным средствам для получения информации, касающейся, например, разработки продуктов, организации рабочего процесса, взаимодействия с бизнес-партнерами. Такой подход предполагает наличие связи между ресурсами, доступными компании, и компетенциями ее менеджеров. Однако стратегическая конкурентоспособность обеспечивается через сложное взаимодействие между различными внутренними факторами. В частности, важно определить, как различные аспекты конкурентной среды и уникальные характеристики рынка влияют на стратегические решения. Это обеспечит возможность формирования более эффективных подходов к повышению устойчивости и конкурентоспособности субъектов МСБ на региональном рынке.

Изучение региональных аспектов оказывает большое разнообразие стратегических подходов, зависящих от характера действий конкурирующих предприятий. Каждая группа конкурентов обладает своими уникальными характеристиками и ресурсами. В контексте внутренней региональной конкуренции в России, в том числе, в Татарстане, в качестве ключевых факторов конкурентоспособности выступают ценовая политика, условия продаж и известность бренда. При выходе на внешние рынки акцент смещается в сторону инноваций и клиентоориентированности. [6, с. 57]

Стратегическое восприятие уровня конкурентоспособности руководством

региональных субъектов МСБ влияет на организацию распределения и использования ресурсов, что является ключевым аспектом укрепления рыночных позиций. В этом случае, можно выделить пять главных факторов, которые, по мнению автора исследования, оказывают ключевое воздействие на конкурентное давление на региональном уровне: [12, с. 191]

- уровень технологического развития продукта;
- возможности и ресурсы в сфере информационно-коммуникационных технологий;
- стратегии партнерских отношений;
- доступ к внешнему финансированию;
- стратегии проникновения на рынки сбыта.

Помимо приведенных факторов дополнительно можно учитывать такие переменные, как размер компании, ее возраст и специфика отрасли. При этом, важно отметить, что в зависимости от характера конкурентного давления, могут проявляться различия в уровне значимости факторов, определяющих конкурентоспособность.

Уровень технологического развития продукта можно позиционировать как ключевой элемент в конкурентной борьбе. При этом, осуществляется сравнение данного показателя с аналогичными товарами, предложенными на региональном рынке. В данном контексте необходимо отметить элемент стратегического планирования и определения технологических приоритетов, которые могут вывести компанию лидирующие позиции в своем сегменте. Кроме того, важно оценить интеграцию технологических возможностей с человеческими ресурсами и навыками, что способствует достижению конкурентных преимуществ, и возможность сочетания инновационной активности и оперативной гибкости для поддержания высокого технологического уровня и разработки продуктов, востребованных рынком. [4, с. 8]

Возможности и ресурсы в сфере информационно-коммуникационных технологий играют также важную роль в поддержании конкурентных позиций предприятий МСБ. Внедрение ИКТ необходимо позиционировать как катализатор изменений в отраслевой региональной конкуренции и инструмент повышения эффективности бизнес-процессов компании. Современные ИКТ способствуют лучшему пониманию потребностей клиентов и адаптации предприятий к меняющимся требованиям рынка. Использование цифровых решений в маркетинге и клиентском взаимодействии способствует укреплению бизнес-позиций и расширению рыночного присутствия. Наличие полноценных веб-ресурсов и электронных коммерческих систем выступают важнейшими элементами для успешного функционирования МСБ на конкурентном рынке.

Эффективные стратегии партнерских отношений предоставляют компаниям доступ к важным активам, в том числе знаниям, передовым технологиям и рыночным возможностям. Это особенно важно для субъектов МСБ, которые часто сталкиваются с ресурсными ограничениями, трудностями в реализации инновационных инициатив и расширением рынков сбыта. Поэтому развитие партнерских отношений может являться ключевой

стратегией устойчивого развития, способствуя повышению ценности продукции и услуг предприятий.

В отношении внешнего финансирования можно отметить стратегии региональных субъектов МСБ по привлечению различных форм капитала. Этот фактор особенно важен для представителей малого и среднего бизнеса, особенно в современных нестабильных экономических условиях. Для расширения своей деятельности, реализации инновационных проектов и повышения экспортного потенциала предприятиям МСБ требуются дополнительные инвестиции. В региональном контексте доступ к этим ресурсам ограничен и преимущественно связан с получением партнерских займов или банковских кредитов. Исследования показывают, что предприятия МСБ часто испытывают сложности в области банковского кредитования из-за высоких процентных ставок и ограниченного развития банковской системы, и не всегда используют заемные средства, даже если в случаях нехватки средств. [8, с. 245]

Разнообразие рынков, на которых компании осуществляют свою деятельность, напрямую влияет на их способность конкурировать, воздействуя на производственные и распределительные факторы. Исследования показывают, что расширение рынков сбыта повышает инновационные возможности компании. Для субъектов МСБ важно не только укреплять свои позиции на региональных рынках, но и рассматривать новые территории для расширения клиентской базы и увеличения производственных мощностей. Однако, выход на внешние рынки часто сопровождается проблемой ограниченного доступа к информации, что требует от предприятий стратегического подхода и использования уникальных данных.

В российском региональном контексте большинство субъектов малого бизнеса сконцентрированы на локальных рынках, где они испытывают меньшую конкуренцию из-за наличия входных барьеров и ограниченной привлекательности для крупных предприятий. Субъекты среднего бизнеса стремятся расширить своё присутствие до уровня Содружества Независимых Государств. Таким образом, предприятия, функционирующие преимущественно на региональных рынках, как правило, сталкиваются с меньшим давлением конкуренции, однако имеют значительно меньший потенциал развития.

Сравнительная оценка конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в Республике Татарстан проводится по следующей модели.

1 Для оценки выбраны следующие сферы: [3, с. 23]

- выпуск продуктов питания;
- изготовление одежды;
- производство мебели;
- информационно-коммуникационные технологии;
- производство торгового оборудования;
- транспортные услуги, грузоперевозки;
- маркетинговые услуги.

2 По каждой сфере деятельности случайно отобраны по 20 предприятий

малого бизнеса и 20 – среднего бизнеса.

3 Система оценки конкурентоспособности представлена в таблице 1.

Таблица 1

Система оценки конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в Республике Татарстан

Критерий	Оценка критерия, балл				
	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
Уровень технологического развития продукта	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий
Возможности и ресурсы в сфере информационно-коммуникационных технологий	-	Наличие веб-сайта	Наличие веб-сайта Частичная цифровизация функциональных областей	Наличие веб-сайта Организация электронной торговли Цифровизация ключевых функциональных областей	Наличие веб-сайта / мобильного приложения Организация электронной торговли Полная цифровизация функциональных областей
Стратегии партнерских отношений	Партнеры в регионе Татарстана	Партнеры в Татарстане	Партнеры в России	Партнеры в России и СНГ	Партнеры в России, СНГ и дальнем зарубежье
Доступ к внешнему финансированию	Отсутствие внешнего финансирования	Небольшие краткосрочные кредиты	Средние кратко- и долгосрочные кредиты	Крупные кратко- и долго-срочные кредиты, лизинг	Активное использование внешнего финансирования, участие в государственных финансовых программах
Уровень проникновения на рынки сбыта	Реализация продукции в регионе Татарстана	Реализация продукции в Татарстане	Реализация продукции в России	Реализация продукции в России и СНГ	Реализация продукции в России, СНГ и дальнем зарубежье

4 Оценка конкурентоспособности осуществлялась на основе экспертных авторских оценок, анализа данных, представленных на веб-ресурсах исследуемых предприятий, а также на основе результатов личного контакта с представителями предприятий (по электронной почте, телефону и мессенджерам). [1, с. 9]

Результаты оценки показаны в таблице 2.

Таблица 2

Результаты оценки конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса в Республике Татарстан

Сфера деятельности	Оценка, балл	Итого,
--------------------	--------------	--------

	Уровень технологического развития продукта	Возможности и ресурсы в сфере информационно-коммуникационных технологий	Стратегии партнерских отношений	Доступ к внешнему финансированию	Уровень проникновения на рынки сбыта	балл
Выпуск продуктов питания						
Малый бизнес	3,2	3,6	3,1	1,9	2,9	14,7
Средний бизнес	3,2	4,4	3,7	3,4	4,1	18,8
Изготовление одежды						
Малый бизнес	3,1	3,4	2,9	2,1	2,7	14,2
Средний бизнес	3,4	4,5	3,6	3,4	3,8	18,7
Производство мебели						
Малый бизнес	3,7	3,2	3,1	2,1	3,1	15,2
Средний бизнес	3,7	4,5	3,5	3,6	4,1	19,4
Информационно-коммуникационные технологии						
Малый бизнес	4,5	4,4	3,8	1,7	3,7	18,1
Средний бизнес	4,8	4,8	4,1	3,2	4,2	21,1
Производство торгового оборудования						
Малый бизнес	3,7	3,9	3,2	2,2	2,7	15,7
Средний бизнес	4,4	4,6	4,1	2,9	3,5	19,5
Транспортные услуги, грузоперевозки						
Малый бизнес	2,4	3,2	3,4	2,8	3,4	15,2
Средний бизнес	3,3	4,1	4,6	4,4	4,2	20,6
Маркетинговые услуги						
Малый бизнес	3,4	3,8	3,2	2,1	3,2	15,7
Средний бизнес	4,2	4,5	3,7	2,7	3,9	19,0

Таким образом видно, что средний бизнес в Республике Татарстан обладает значительно более существенным потенциалом по всем рассмотренным критериям. Особенно следует выделить доступ к внешнему финансированию и уровень проникновения на рынки сбыта.

Для более точной оценки конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса в Татарстане, проведено ранжирование критериев по следующей схеме: [11, с. 344]

- уровень технологического развития продукта – 26%;
- возможности и ресурсы в сфере информационно-коммуникационных технологий – 19%;
- стратегии партнерских отношений – 21%;
- доступ к внешнему финансированию – 14%;
- уровень проникновения на рынки сбыта – 20%.

Результаты оценки конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в Республике Татарстан с учетом ранжирования представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Результаты оценки конкурентоспособности малого и среднего

бизнеса в Республике Татарстан с учетом ранжирования

Сфера деятельности	Оценка с учетом ранжирования					Итого, балл
	Уровень технологического развития продукта	Возможности и ресурсы в сфере информационно-коммуникационных технологий	Стратегии партнерских отношений	Доступ к внешнему финансированию	Уровень проникновения на рынки сбыта	
Выпуск продуктов питания						
Малый бизнес	0,83	0,68	0,65	0,27	0,58	3,01
Средний бизнес	0,83	0,84	0,78	0,48	0,82	3,75
Изготовление одежды						
Малый бизнес	0,81	0,65	0,61	0,29	0,54	2,90
Средний бизнес	0,88	0,86	0,76	0,48	0,76	3,74
Производство мебели						
Малый бизнес	0,96	0,61	0,65	0,29	0,62	3,13
Средний бизнес	0,96	0,86	0,74	0,5	0,82	3,88
Информационно-коммуникационные технологии						
Малый бизнес	1,17	0,84	0,8	0,24	0,74	3,79
Средний бизнес	1,25	0,91	0,86	0,45	0,84	4,31
Производство торгового оборудования						
Малый бизнес	0,96	0,74	0,67	0,31	0,54	3,22
Средний бизнес	1,14	0,87	0,86	0,41	0,7	3,98
Транспортные услуги, грузоперевозки						
Малый бизнес	0,62	0,61	0,71	0,39	0,68	3,01
Средний бизнес	0,86	0,78	0,97	0,62	0,84	4,07
Маркетинговые услуги						
Малый бизнес	0,88	0,72	0,67	0,29	0,64	3,20
Средний бизнес	1,09	0,86	0,78	0,38	0,78	3,89
Среднее значение						
Малый бизнес	0,89	0,69	0,68	0,30	0,62	3,18
Средний бизнес	1,00	0,85	0,82	0,47	0,79	3,95

Таким образом, исходя из предложенной модели оценки, средний уровень конкурентоспособности предприятий малого бизнеса в Республике Татарстан составил 3,18 балла, а предприятий среднего бизнеса - 3,93 балла. [5, с. 14]

В заключение проведенного анализа стоит подчеркнуть, что технологическое развитие и привлечение внешних инвестиций не являются достаточными условиями для обеспечения необходимого комплекса конкурентных преимуществ и гарантии стабильного присутствия малого и среднего бизнеса на целевых рынках. В зависимости от специфики деятельности предприятий могут потребоваться дополнительные маркетинговые программы, кастомизация продукции, развитие брендинга, международная сертификация и ряд других действий, реализация которых может значительно их позиции на целевых рынках. Также в данном контексте

важно отметить роль государственной политики Республики Татарстан с точки зрения предоставления стратегических и финансовых программ для бизнеса, поддержки экспорта, помощи в получении сертификатов качества. Подобные меры поддержки способны значительно улучшить позиции малого и среднего бизнеса в регионе, повысить его потенциал и предоставить возможность эффективно конкурировать на глобальном уровне.

Список литературы

1. *Абдулганиев, Ф. С.* Анализ реализации национального проекта "малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы в Республике Татарстан" / Ф. С. Абдулганиев // *Экономический вестник Республики Татарстан.* – 2020. – № 1. – С. 5-11.
2. *Закиров, Т. Р.* Поддержка малого и среднего предпринимательства на примере Республики Татарстан / Т. Р. Закиров // *Научные труды Центра перспективных экономических исследований.* – 2022. – № 23. – С. 56-61.
3. *Каримова, Л. К.* Развитие малого и среднего предпринимательства в регионах Российской Федерации (на примере Республики Татарстан) / Л. К. Каримова, Д. А. Шарипова // *Российские исследования.* – 2020. – Т. 1, № 1. – С. 18-26.
4. *Кашаева, Д. Р.* Малый бизнес в Республике Татарстан: риски в условиях пандемии и пути их снижения / Д. Р. Кашаева, О. А. Пястолов // *OpenScience.* – 2021. – Т. 3, № 4. – С. 4-9.
5. *Коренкова, О. В.* Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в республике Татарстан / О. В. Коренкова // *Столыпинский вестник.* – 2022. – Т. 4, № 10. – С. 12-10.
6. *Кудрявцев, М. В.* Технология блокчейн для малого и среднего бизнеса в условиях нестабильности двадцатых годов 21-го века / М. В. Кудрявцев // *Путеводитель предпринимателя.* – 2023. – Т. 16, № 4. – С. 51-59.
7. *Кузнецова, Р. Ф.* Анализ деятельности саморегулируемых организаций по поддержке малого бизнеса в Республике Татарстан / Р. Ф. Кузнецова // *Социальные и экономические системы.* – 2023. – № 3-2(44). – С. 213-226
8. *Мансурова, Т. Г.* Проблемы реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство» в Республике Татарстан / Т. Г. Мансурова, О. В. Коренкова // *Экономика и предпринимательство.* – 2022. – № 11(148). – С. 242-247.
9. *Медяник, Ю. В.* Тенденции социально-экономического развития малых и средних городов (на примере города Лениногорска Республики Татарстан) / Ю. В. Медяник // *Экономика, предпринимательство и право.* – 2020. – Т. 10, № 10. – С. 2489-2504.
10. *Ршоян, К. С.* Российская государственная политика в отношении малого бизнеса (на материале республики Татарстан) / К. С. Ршоян // *Студенческий.* – 2023. – № 17-6(229). – С. 42-44.

11. Смахова, Э. Э. Поддержка малого и среднего бизнеса: проблемы и особенности / Э. Э. Смахова // Научный аспект. – 2023. – Т. 3, № 6. – С. 340-345.
12. Фесина, Е. Л. Развитие теневых процессов в малом бизнесе Республики Татарстан / Е. Л. Фесина, А. Е. Суглобов // Инновационное развитие экономики. – 2020. – № 3(57). – С. 187-192.

References

1. *Abdulganiev, F. S.* Analysis of the implementation of the national project “small and medium-sized businesses and support for individual entrepreneurial initiative in the Republic of Tatarstan” / F. S. Abdulganiev // Economic Bulletin of the Republic of Tatarstan. – 2020. – No. 1. – P. 5-11.
2. *Zakirov, T. R.* Support for small and medium-sized businesses on the example of the Republic of Tatarstan / T. R. Zakirov // Scientific works of the Center for Advanced Economic Research. – 2022. – No. 23. – P. 56-61.
3. *Karimova, L. K.* Development of small and medium-sized businesses in the regions of the Russian Federation (on the example of the Republic of Tatarstan) / L. K. Karimova, D. A. Sharipova // Russian Research. – 2020. – Т. 1, No. 1. – P. 18-26.
4. *Kashaeva, D. R.* Small business in the Republic of Tatarstan: risks in a pandemic and ways to reduce them / D. R. Kashaeva, O. A. Pyastolov // OpenScience. – 2021. – Т. 3, No. 4. – P. 4-9.
5. *Korenkova, O. V.* Problems of development of small and medium-sized businesses in the Republic of Tatarstan / O. V. Korenkova // Stolypin Bulletin. – 2022. – Т. 4, No. 10. – P. 12-10.
6. *Kudryavtsev, M. V.* Blockchain technology for small and medium-sized businesses in the conditions of instability of the twenties of the 21st century / M. V. Kudryavtsev // Entrepreneur’s Guide. – 2023. – Т. 16, No. 4. – P. 51-59.
7. *Kuznetsova, R. F.* Analysis of the activities of self-regulatory organizations to support small businesses in the Republic of Tatarstan / R. F. Kuznetsova // Social and economic systems. – 2023. – No. 3-2(44). – pp. 213-226
8. *Mansurova, T. G.* Problems of implementing the national project “Small and Medium Enterprises” in the Republic of Tatarstan / T. G. Mansurova, O. V. Korenkova // Economics and Entrepreneurship. – 2022. – No. 11(148). – pp. 242-247.
9. *Medyanik, Yu. V.* Trends in the socio-economic development of small and medium-sized cities (on the example of the city of Leninogorsk in the Republic of Tatarstan) / Yu. V. Medyanik // Economics, entrepreneurship and law. – 2020. – Т. 10, No. 10. – P. 2489-2504.
10. *Rshoyan, K. S.* Russian state policy in relation to small business (based on the material of the Republic of Tatarstan) / K. S. Rshoyan // Student. – 2023. – No. 17-6(229). – pp. 42-44.
11. *Smekhova, E. E.* Support for small and medium-sized businesses: problems and features / E. E. Smekhova // Scientific aspect. – 2023. – Т. 3, No. 6. – P. 340-345.

12. *Fesina, E. L.* Development of shadow processes in small business in the Republic of Tatarstan / E. L. Fesina, A. E. Suglobov // Innovative development of the economy. – 2020. – No. 3(57). – pp. 187-192.