

# Перспективы реализации стартапов многофункциональных проектов и их масштабирования в условиях ограниченного спроса на территориях малых населенных пунктов

## Prospects for Implementing Startups of Multifunctional Projects and Their Scaling in Conditions of Limited Demand in Small Population Centers

DOI: 10.12737/2587-9111-2026-14-2-32-38

Получено: 8 февраля 2026 г. / Одобрено: 14 февраля 2026 г. / Опубликовано: 25 апреля 2026 г.

**Помялова Е.Е.**

Магистрант, ФГБОУ ВО «Тулский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»,  
Россия, 300026, г. Тула, проспект Ленина, д. 125,  
e-mail: kate-lova@mail.ru

**Pomyalova E.E.**

Master's Degree Student, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,  
125, Lenina Pr., Tula, 300026, Russia,  
e-mail: kate-lova@mail.ru

**Шишкин А.Н.**

Канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Тулский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»,  
Россия, 300026, г. Тула, проспект Ленина, д. 125,  
e-mail: fshan@mail.ru

**Shishkin A.N.**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,  
125, Lenina Pr., Tula, 300026, Russia,  
e-mail: fshan@mail.ru

**Аннотация**

В статье рассмотрены вопросы, связанные с анализом состояния малого бизнеса и прироста организаций, формирующихся в данном секторе. Произведен прогноз на основе аналитических данных перспектив развития малого бизнеса на территории РФ. Согласно проведенному анализу сформирован положительный прогноз по увеличению организаций, занимающихся малым бизнесом на территории РФ. Обоснована необходимость усиления внимания как со стороны государства, так и со стороны самих предпринимателей к организациям, которые покидают рынок. Исследование показало, что необходимость удержания предпринимателей в данном секторе будет способствовать росту доли малого бизнеса в ВВП РФ, которая ежегодно увеличивается на протяжении последних десяти лет. Рассмотрены перспективы роста количества малых городов. Приведены статистические данные, которые говорят о росте малых городов на территории РФ и, следовательно, росту физического спроса на различные услуги, в частности услуги образования, сервиса и т.д. Это доказывает возможность масштабирования бизнеса с использованием адаптированной бизнес-модели с учетом особенностей региона. Составлена модель формирования многофункционального проекта в форме стартапа и выработаны перспективы её реализации на территории малого города. Проведен анализ потребителей в виде анкетирования в рамках одного малого города, подтверждающий наличие спроса на совмещенные услуги, оказываемые в рамках одной организации.

**Ключевые слова:** проект, стартап, малые города, многофункциональный проект, малый бизнес.

**Abstract**

The article examines issues related to the analysis of the current state of small business and the growth of organizations forming in this sector. A forecast has been made based on analytical data regarding the development prospects of small business in the territory of the Russian Federation. According to the conducted analysis, a positive forecast has been formed for an increase in the number of organizations engaged in small business in the Russian Federation. The necessity of increased attention from both the state and entrepreneurs to organizations leaving the market has been justified. The study shows that retaining entrepreneurs in this sector will contribute to an increase in the share of small business in the GDP of the Russian Federation, which has been growing annually over the past ten years. The prospects for the growth of small towns have been considered. Statistical data indicating the growth of small towns in the Russian Federation and, consequently, an increase in physical demand for various services, particularly in the field of education, services, etc., have been presented. This confirms the possibility of scaling business using an adapted business model that takes into account regional characteristics. A model for the formation of a multifunctional project in the form of a startup has been developed, and prospects for its implementation in a small town have been identified. A consumer analysis has been conducted through a questionnaire survey in one small town, confirming the presence of demand for integrated services provided by a single organization.

**Keywords:** project, startup, small towns, multifunctional project, small business.

Развитие малого бизнеса в условиях трансформации экономики не только играет огромную роль как мера социальной поддержки населения и переход его на возможность самообеспечения, но и является драйвером развития экономических процессов, происходящих в системе обмена и использования ресурсов.

Перспективы формирования малого бизнеса зависят от поддержки со стороны государства и возможности на старте избежать давления конкуренции среди других игроков рынка. Исследуя перспективы развития малого бизнеса, можно обратиться к показателям статистики, отраженным на рис. 1.

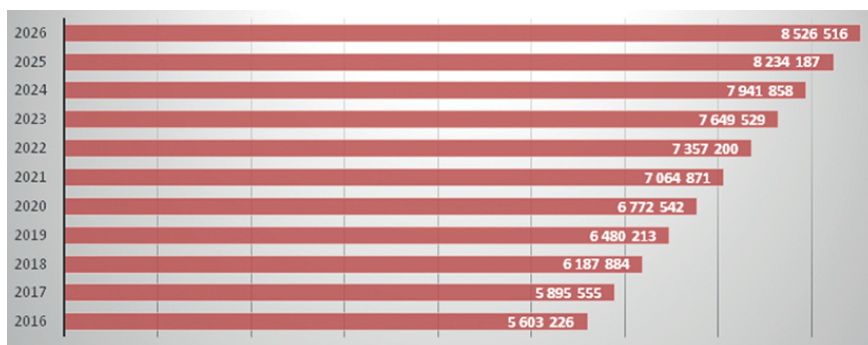


Рис. 1. Динамика субъектов малого бизнеса в РФ с 2016 по 2026 г. [8]

Согласно статистическим данным, можно отметить, что количество субъектов малого бизнеса с 2016 г. увеличилось к 2026 г. на 52%. Необходимо сказать, что провалов, характеризующих снижение количества субъектов малого бизнеса, на данном промежутке исследования не выявлено.

Несмотря на достаточно сложные процессы, которые в приведенный выше период происходили в обществе, во внутренней и внешней политике РФ, учитывая санкционное давление и ограниченность к доступу ряда ресурсов, несмотря на сложности и вызовы, с которыми сталкивается бизнес в РФ на сегодняшний день, малый бизнес активно поддерживается государством [5].

Существует ряд условий сотрудничества с финансовыми институтами и программ, которые позволяют организациям малого бизнеса преодолевать сложности с открытием и функционированием на старте. В табл. 1 отражены показатели, которые характеризуют динамику среднесписочной численности работников, занятых в сфере малого бизнеса, а также долю малого бизнеса в ВВП РФ за последние 10 лет.

Таблица 1

**Динамика изменения среднесписочной численности работников, занятых в сфере малого бизнеса и доли малого бизнеса в ВВП РФ [11]**

Год	Среднесписочная численность работников, человек	Доля малого бизнеса в ВВП, %	Ежегодное снижение числа малых предприятий около 10% от их общего объема (данные примерные на основе исследований аналитиков)
2016	13 894 567	20	780 982 (точные данные)
2017	14 251 893	21	589 555,5
2018	14 609 219	21,5	618 788,4
2019	14 966 545	21,8	648 021,3
2020	15 323 871	22,1	677 254,2
2021	15 681 197	22,4	706 487,1
2022	16 038 523	22,7	735 720
2023	16 395 849	23	764 952,9
2024	16 753 175	23,3	794 185,8
2025	17 110 501	23,6	823 418,7
2026	17 467 827	23,9	852 651,6

Анализируя статистические данные, можно отметить, что количество людей, вовлеченных так или иначе в малый бизнес, увеличивается, активно создаются рабочие места и доля в ВВП за последние 10 лет увеличилась на 3,9% с 2016 по 2026 г. Все это говорит о том, что тот вектор, который взяло пра-

вительство РФ по поддержке и развитию малого бизнеса, будет направлен на его поддержку и развитие.

Следовательно, активизация в данной сфере будет возможна и перспективна в ближайшем будущем. Если не произойдет никаких серьезных изменений в экономической политике РФ, то можно предположить, что темп роста предприятий малого бизнеса будет сохранен и даже будет расти. Тем не менее, по данным различных аналитических агентств, в среднем 10% от общего числа предприятий малого бизнеса уходят с рынка по причине банкротства. Данные показатели растут вместе с количеством предприятий малого бизнеса и могут нивелировать некоторые успехи, которые позволяют говорить о формировании четкой тенденции развития малых предприятий и повышения их эффективности, под которой понимается не только получение дохода и функционирования на рынке, но вклад в ВВП РФ.

Причин, по которым предприятия малого бизнеса заканчивают свою деятельность, достаточно много, но одной из них и вполне важной является неспособность конкурировать с аналогичными организациями в отрасли, что содействует снижению доходов таких организаций и со временем приводит к их уходу с рынка.

Развитие малого бизнеса можно связать с государственной поддержкой проектов-стартапов. Существует много подходов к пониманию слова стартап и его определений. Можно выделить следующие: инновационный проект, запуск бизнеса, перспективный проект бизнеса, формирование нового продукта или услуги. В основе любого стартапа лежит бизнес-идея. В свою очередь, автору для того, чтобы предлагать рынку свою бизнес-идею, необходимо сформировать проект, который может выглядеть различным образом.

Существует в практике бизнеса несколько документов, которые могут служить описанием бизнес-идеи. Такими документами могут являться: паспорт проекта, бизнес-план проекта, непосредственно проект, программа [4].

В рамках перечисленных документов существует масса возможных их интерпретаций, поэтому начинающему предпринимателю, у которого есть, что предложить рынку, необходимо выбрать документ, который он будет формировать исходя из предпочтений инвестора и особенностей будущего бизнеса.

Так, например, в настоящее время не существует, с точки зрения законодательства, общих подходов к структуре бизнес-плана проекта, и, следовательно, любой инвестор может очертить для себя круг полезной информации, который может представить

ему человек, желающий развить свою идею в виде коммерческого предложения рынку.

Чаще всего люди, обладающие идеями, не имеют своих средств для создания и развития бизнеса или их средства достаточно ограничены, поэтому в ходе поиска инвесторов рассматриваются и заемные, и привлеченные средства [1].

Исходя из анализа определения стартапов, можно отметить, что большинство из них являются высоко рискованными. Риски могут быть связаны и с технологиями, которые использует предприниматель, и с возможностями продвижения продукта или услуги на рынок, и с финансированием проекта. Очень много различных воздействий оказывает внешняя среда на предпринимателя, и, следовательно, в целях минимизации данных рисков он должен формировать свою бизнес-идею так, чтобы она была достаточно гибкой уже на старте.

Гибкость проектам и бизнес-идеям дает возможность работать в кросс-функциональной предпринимательской среде. Данная среда позволяет создать систему сотрудничества и взаимодействия представителей различных видов бизнеса и направлений деятельности. В рамках такой среды у предпринимателя появляется возможность маневрировать в формировании активности разных направлений деятельности, которые входят в его проект. Таким образом, уместно говорить о развитии стартапов-проектов, основанных на многофункциональности или, по-другому, многофункциональных проектов.

Данные проекты объединяют сопутствующие виды деятельности в рамках ключевого направления бизнеса и за счет эффекта синергии позволяют получить наиболее высокие результаты по сравнению с реализацией монопроектов. Подобная технология достаточно эффективна, когда организация сталкивается с ограниченным спросом. Причем спрос может быть ограничен физически, например, численностью населения [8].

Несмотря на процесс урбанизации, который происходит, можно наблюдать в отдельных случаях зачатки переезда людей на временной или постоянной основе в провинции. Тяжелая психологическая и социальная обстановка в мегаполисах и городах-миллионниках заставляет все большее количество населения их покидать и временно проживать в небольших городах или моногородах. Это связано еще и с возможностью снизить экологическую нагрузку на организм, так как загрязненность внешней среды в крупных городах достаточно высокая. Все это будет способствовать развитию малого бизнеса в небольших поселениях.

В этом случае справедливо будет сказать, что создание любого бизнеса должно приносить не только прибыль. Речь идет не только о деньгах, но и об удовлетворении запросов общества и потребностей потребителей, которые начинают формироваться в малых городах РФ. Нетрудно догадаться, что чаще всего в качестве площадки для реализации проектов выбирают центральные районы крупных населенных пунктов, так как там будет потенциально выше трафик, спрос и, соответственно, покупательская способность. Но это не значит, что малые населенные пункты являются неликвидным местом создания бизнеса. На рис. 2 отражена динамика количества малых городов в РФ с 2016 по 2024 г.

Согласно статистическим данным, представленным на рис. 2, можно отметить, что количество малых городов возрастает. Хотя прирост незначителен, но данный рынок является открытым для многофункциональных видов предпринимательской деятельности и достаточно стабилен по своей емкости. Данные показывают возможности предпринимателей масштабировать многофункциональные проекты на различных территориях. В условиях однородности спроса, особенно на услуги, связанные со здоровым образом жизни и образовательные услуги, возможно клонирование бизнеса при адаптации его применительно к территории. Адаптация бизнес-модели может заключаться в формировании обновленной ценовой политики, набора услуг, а также средств для оказания данных услуг.

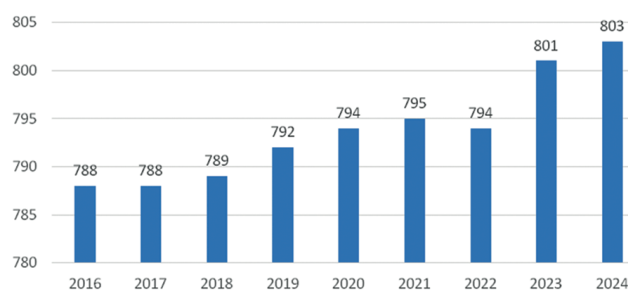


Рис. 2. Динамика количества малых городов в РФ с 2016 по 2024 г. [11]

Изначально перед исполнением проекта необходимо проанализировать рынок отдельной территории, на которой реализуется проект, оценив его потенциал, риски, возможности, конкурентов и предполагаемые локации, после чего уже приступать к разработке и построению бизнес-модели. При детальном рассмотрении всех аспектов и условий нередко оказывается, что в густонаселенных городах рынок переполнен аналогичными товарами и услугами, что, вероятно, сделает бизнес малокупаемым или вовсе не окупаемым при отсутствии уникального

торгового предложения, которое будет требовать дополнительных временных и финансовых затрат. А вот при идентичном анализе рынка малых населенных пунктов может обнаружиться, что там есть не только спрос, но и хорошая покупательская способность. На рис. 3–6 представлены основные ре-

зультаты статистики анкетного опроса, проведенного в малом населенном пункте. Анкетирование включало в себя девять вопросов, связанных с численностью выбранного для жизни города, уровнем дохода анкетированного, отношением к спорту и различным досуговым мероприятиям, а также с наличием же-



Рис. 3. Статистические данные, полученные в ходе анкетного опроса населения малонаселенного пункта

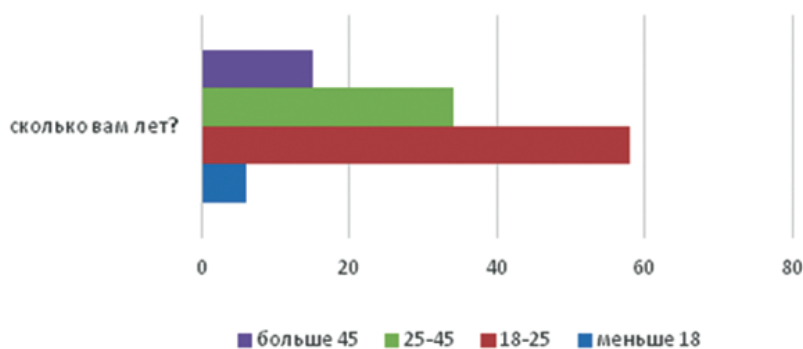


Рис. 4. Статистические данные, полученные в ходе анкетного опроса населения малонаселенного пункта

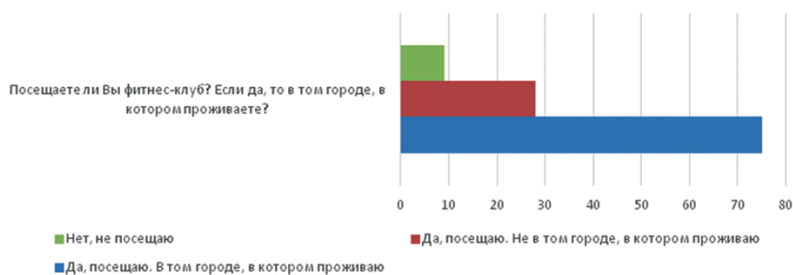


Рис. 5. Статистические данные, полученные в ходе анкетного опроса населения малонаселенного пункта



Рис. 6. Статистические данные, полученные в ходе анкетного опроса населения малонаселенного пункта

лания стать частью крупного сообщества, объединенного интересами и взглядами. Результаты опроса показали, что большим спросом фитнес-клубы и спортивные мероприятия пользуются у женщин от 18 до 25 лет с доходом 50 000–100 000 руб., проживающих в городе с населением до 100 000 человек и выбирающих фитнес-клубы в тех городах, в которых пребывают, даже в случае, когда место работы территориально находится в другом месте. Кроме того, согласно собранным данным, женщины хотели бы обрести новое окружение и иметь возможность посещать творческие и познавательные мероприятия в рамках многофункциональной фитнес-студии.

В последние годы появилась тенденция к переезду жителей из крупных населенных пунктов в близлежащие города с целью улучшения качества жизни — уменьшения стресса. Это обусловлено появлением удаленного формата работы, хорошей транспортной доступностью и выбором между многоквартирными и частными домами в пользу второго варианта. В результате создался спрос на качественные проекты, соответствующие современным тенденциям, в малых населенных пунктах.

На данный момент этот сегмент рынка является открытым и доступным для входа новых предпринимателей. Из-за отсутствия конкуренции и нехватки альтернатив на первых этапах потребители могут проявлять большую лояльность, чем в крупных населенных пунктах. Есть возможность быстро и беспрепятственно занять лидирующую позицию. Однако не следует исключать вероятность неудачного исхода вследствие неверно подобранной бизнес-стратегии. Нужно допускать, что она может заметно отличаться от той, которая принесет удачу в крупном населенном пункте [9].

Нельзя не сказать, что деятельность любой организации постоянно связана с риском. Оценка риска — процесс чрезвычайно сложный и, к сожалению, не имеющий гарантий ввиду постоянного изменения экономической ситуации. На этапе построения бизнес-модели требуется максимально точно спрогнозировать все возможные будущие обстоятельства.

Оценка риска напрямую будет связана с анализом чувствительности проекта и методами управления рисками.

Необходимо при построении бизнес-плана выделить ключевые параметры, которые могут меняться независимо от желания владельца (например, цены на сырье), и определить методы работы с ними в случае отклонения от предполагаемых значений (например, поиск аналоговых поставщиков продукции).

Успех бизнеса невозможен без правильной бизнес-идеи. Анализируя город, население которого не превышает сто тысяч человек, а расположение позволяет ежедневно работать в столице, являющейся областным центром, или вовсе перейти на удаленный формат, можно сделать вывод, что сфера услуг развивается в сниженном темпе по причине наличия рядом более перспективного, на первый взгляд, мегаполиса. Это создает возможность для развития малого бизнеса в условиях сниженной конкуренции. Сейчас рынок товаров занят маркетплейсами, а потребитель искушен обилием вариантов, поэтому данная идея сразу отходит на второй план.

Беря во внимание численность населения и сниженный трафик, не следует исключать вариант создания мультифункционального проекта, способного не только удовлетворить отдельные запросы потребителей, но и закрыть пробел в социальной инфраструктуре города, тем самым создавая новые рабочие места, привлекая дополнительный потенциальный источник сторонних инвестиций и мер государственной поддержки.

Еще одним, на первый взгляд, неочевидным плюсом реализации бизнес-проекта в небольшом городе является упрощенная модель маркетинга. Основным и наиболее действенным способом продвижения и популяризации организации здесь будет так называемое «сарафанное радио». Суть данного продвижения заключается в органическом привлечении клиентов через лояльную и прогретую аудиторию, которая самостоятельно будет организовывать небольшие нативные пиар кампании. Проще говоря, клиенты начнут рассказывать друзьям/товарищам/коллегам/родственникам о том, что им действительно нравится. И если план реализации бизнес-проекта был удачен, увеличение численности покупателей не заставит себя ждать [3].

Рассмотрим модель мультифункциональной организации на примере конкретной идеи бизнес-проекта. Можно совместить женскую фитнес-студию, не предполагающую наличия тяжелых маломобильных тренажеров, и проведение в этом же помещении творческих мастер-классов и тематических дней.

Основная проблема, на решение которой направлен проект, — отсутствие полноценных центров развития тела и души для девушек в городе. Идея состоит в создании места, в котором женщины могли бы закрыть свои потребности в общении с окружением, имеющим похожие взгляды и разделяющим их интересы, спортивном досуге и различных творческих мероприятиях, направленных на снятие стресса, обретение новых навыков и социальных контактов в комфортных и безопасных условиях [2].

Целью бизнеса, как было сказано в начале статьи, является получение прибыли через удовлетворение той или иной потребности клиента. Учитывая особенности женской психологии и базовые триггеры, являющиеся основой сферы услуг, можно выделить ключевые моменты, на которые стоит обратить внимание при реализации вышеизложенной идеи:

- **расположение помещения** (достоинством является локация в центре города либо рядом с прогулочной зоной, оснащенной парковкой/остановками общественного транспорта/кофейнями, ухоженное здание, которое будет вызывать положительные эмоции);
- **дизайн помещения, оборудования** (современное оформление даст возможность сделать поход в студию привилегированным мероприятием, повышающим статус клиента в глазах его коллег/друзей и т.д., вызовет желание поделиться с окружающими впечатлениями от посещения);
- **контингент/целевая аудитория проекта** (желание следовать за трендсеттерами и быть причастным к популярным в обществе группам — один из основных триггеров, создающих спрос на ту или иную услугу; кроме того, клиенты проекта — это сообщество, которое так или иначе связывает причастность к организации, что может способствовать установлению новых контактов);
- **удобство записи и качество общения с клиентами** (приходя за услугой в сфере красоты и душевного развития, потребитель инстинктивно хочет чувствовать, что о нем заботятся, поэтому качеству клиентского сервиса в работе с женщинами, относящимися чутко к собственным эмоциям, следует уделить особое внимание);
- **разнообразие расписания и наличие разноплановых мероприятий, удовлетворяющих запросы клиентов** (каждый человек хочет прилагать минимум усилий и получать максимум выгоды/пользы, поэтому ключом к установлению долгосрочных

финансовых отношений с потребителями будут являться вариативность спортивных занятий и наличие регулярно обновляющихся мастер-классов, что позволит не искать клиентам разнообразные досуги в иных местах).

Следует обратить особое внимание на то, что приоритетом проекта является создание стабильного крупного женского сообщества в малом населенном пункте, поэтому работа будет направлена в большей степени на удержание постоянных клиентов, которые станут приводить новых.

В долгосрочной перспективе это позволит снизить затраты на поддержание конкурентоспособности путем создания прочного и устойчивого личного бренда, который станет точкой притяжения и гарантом облегченного старта новых небольших проектов на базе уже существующего. В таких условиях процесс развития и поддержания бизнеса более понятен, надежен и предсказуем.

Дополнительно стоит отметить, что создание и развитие мультифункциональных бизнес-проектов в небольших населенных пунктах может помочь снизить отток молодежи и перспективных кадров, которые ранее не имели возможности вести полноценную культурную жизнь ввиду отсутствия подобных проектов. Это особенно важно для развития малых населенных пунктов.

Таким образом, можно сказать, что создание подобных мультифункциональных бизнес-проектов направлено не только на получение дохода в денежном эквиваленте, но и на улучшение инфраструктуры города, его развитие и поддержание населения. Укрепление межличностных связей и повышение удовлетворения граждан положительно скажется на благоустройстве среды и повышении качества жизни потребителей. Именно такой вектор развития малого бизнеса в небольшом населенном пункте принесет наибольшее удовлетворение и его владельцу, и его клиентам.

## Литература

1. *Вахорина М.В.* Поддержка малого и среднего бизнеса тульского региона: эффективность программ и новые инициативы [Текст] / М.В. Вахорина // Сборник статей: Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических измерений. Материалы X Международной научно-практической интернет-конференции. — Вологда, 2025. — С. 345–348.
2. *Инновационное предпринимательство* [Текст]: учебник и практикум для СПО / В.Я. Горфинкель [и др.]; под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. — М.: Юрайт, 2018 — 523 с.
3. *Каменнова М.С.* Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1 [Текст]: учебник и практикум для бака-
- лавриата и магистратуры / М.С. Каменнова, В.В. Крохин, И.В. Машков. — М.: Юрайт, 2018. — 282 с.
4. *Коба Е.Е.* Актуальные проблемы функционирования малого предпринимательства в России [Текст] / Е.Е. Коба // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. — 2020 — № 1. — С. 91–98.
5. *Кострова В.Н.* Проблемы развития предприятий малого бизнеса [Текст] / В.Н. Кострова // В сборнике: Молодежь и наука: шаг к успеху. Сборник научных статей 4-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых. В 5 т. Ответст. ред. А.А. Горохов. — 2020 — С. 101–104.
6. *Тисленко Д.Р.* Специфические особенности малого бизнеса в РФ [Текст] / Д.Р. Тисленко // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: россий-

- ский и зарубежный опыт. — 2020. — № 3. — С. 143–147.
7. Фролова О.Ю. Актуальные предпринимательства в России [Текст] / О.Ю. Фролова // Моя профессиональная карьера. — 2020 — Т. 3. — № 11 — С. 123–131.
  8. Федеральная налоговая служба. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. — URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=&level=2&fo=&ssrf=> (дата обращения: 04.02.2026).
  9. Халяпин А.А. Малое предпринимательство в финансовой системе региона [Текст] / А.А. Халяпин, Е.Б. Куфтырева // Новая наука: Современное состояние и пути развития. — 2018. — № 1-1. — С. 125–127.
  10. Чеботарев В.С. Малое и среднее предпринимательство как стратегический фактор экономической безопасности России [Текст] / В.С. Чеботарев // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. — 2019. — № 2. — С. 225.
  11. Эффективность экономики России: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/#)
- References**
1. Vakhorina M.V. Podderzhka Malogo i Srednego Biznesa Tul'skogo Regiona: Effektivnost' Programm i Nove Initsiativy // Sbornik statej: Global'nye vyzovy i regional'noe razvitie v zerkale sotsiologicheskikh izmerenij. Materialy X Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii. Vologda, 2025. S. 345–348.
  2. Innovatsionnoe predprinimatel'stvo: uchebnik i praktikum dlya SPO / V.Ya. Gorfinkel' [i dr.]; pod red. V.Ya. Gorfinkelya, T.G. Popadyuk. M.: Izdatel'stvo Yurajt, 2018. 523 s.
  3. Kamennova M.S. Modelirovanie biznes-protsessov. V 2 ch. Chast' 1: uchebnik i praktikum dlya bakalavriata i magistratury / M.S. Kamennova, V.V. Krohin, I.V. Mashkov. M.: Yurajt, 2018. 282 s.
  4. Koba E.E. Aktual'nye problemy funkcionirovaniya malogo predprinimatel'stva v Rossii / E.E. Koba // Aktual'nye problemy ekonomiki i menedzhmenta. 2020. № 1. S. 91–98.
  5. Kostrova V.N. Problemy razvitiya predpriyatij malogo biznesa // V sbornike: Molodezh' i nauka: shag k uspekhu. Sbornik nauchnykh statej 4-j Vserossijskoj nauchnoj konferentsii perspektivnykh razrabotok molodykh uchenykh. V 5 t. Otvetstv. red. A.A. Gorohov. 2020. S. 101–104.
  6. Tislenko D.R. Spetsificheskie osobennosti malogo biznesa v RF // Aktual'nye problemy i perspektivy razvitiya ekonomiki: rossijskij i zarubezhnyj opyt. 2020. № 3. S. 143–147.
  7. Frolova O.Yu. Aktual'nye predprinimatel'stva v Rossii // Moya professional'naya kar'era. 2020. T. 3. № 11. S. 123–131.
  8. Federal'naya nalogovaya sluzhba. Edinyj reestr sub"ektov malogo i srednego predprinimatel'stva. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=&level=2&fo=&ssrf=> (accessed 04.02.2026).
  9. Halyapin A.A., Kufityreva E.B. Maloe predprinimatel'stvo v finansovoj sisteme regiona / Novaya nauka: Sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya. 2018. № 1-1. S. 125–127.
  10. Chebotarev V.S. Maloe i srednee predprinimatel'stvo kak strategicheskij faktor ekonomicheskoy bezopasnosti Rossii / Yuridicheskaya nauka i praktika: Vestnik Nizhegorodskoj akademii MVD Rossii. 2019. № 2. S. 225.
  11. Effektivnost' ekonomiki Rossii: Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki [Elektronnyj resurs]. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/#)