



**Челябинский институт экономики  
и права им. М.В. Ладощина**

**20-летию института  
посвящается**

# **Современное развитие малого бизнеса**

**Материалы IV Всероссийской  
профессиональной конференции**

**Челябинск, 2016**

УДК 334  
ББК 65.2  
С56

Современное развитие малого бизнеса [Текст] : материалы IV Всерос. профессиональн. конф. с международ. участием / ЧОУ ВО «Челяб. ин-т экономики и права им. М. В. Лadoшина» ; [отв. ред. : С. Б. Синецкий ; редкол. : Н. В. Жданова, Л. В. Львов, Г. В. Зайцева]. — Челябинск, 2016. — 201 с.

ISBN 978-5-903270-38-5

Материалы IV Всероссийской профессиональной конференции с международным участием «Современное развитие малого бизнеса», организованной Лабораторией предпринимательства и малого бизнеса ЧОУ ВО «Челябинский институт экономики и права им. М. В. Лadoшина» (руководитель Г. В. Зайцева) и проведенной 20 апреля 2016 года, отражают современное состояние малого предпринимательства и перспективы его развития.

Содержание материалов посвящено исследованию различных аспектов функционирования малого бизнеса и предназначено для научных работников и аспирантов, специализирующихся в области малого бизнеса, специалистов-практиков, занятых в данной сфере, а также студентов, ведущих научно-исследовательскую работу.

Ответственный редактор:

**Синецкий С. Б.,** *доктор культурологии, кандидат педагогических наук, доцент*

Редакционная коллегия:

**Жданова Н. В.,** *кандидат экономических наук*  
**Львов Л. В.,** *кандидат педагогических наук, доцент*  
**Зайцева Г. В.,** *руководитель Лаборатории предпринимательства и малого бизнеса ЧОУ ВО «ЧИЭП им. М. В. Лadoшина»*

ISBN 978-5-903270-38-5

© ЧОУ ВО «Челябинский институт экономики и права им. М. В. Лadoшина», 2016

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРАНАХ-ЧЛЕНАХ ЕАЭС.....	48
<b>Москалевич Г. Н.</b> , к. ю. н., доцент, Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Республика Беларусь	
МАЛЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	52
<b>Мычка С. Ю.</b> , ст. преподаватель, АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт», г. Воронеж <b>Шаталов М. А.</b> , к. э. н., доцент, АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт», г. Воронеж	
РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ — ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	55
<b>Нургаева А. К.</b> , магистр экономики, ст. преподаватель, Жетысуский государственный университет имени И. Жансугурова, г. Талдыкорган, Республика Казахстан	
МАЛЫЙ БИЗНЕС В УКРАИНЕ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ НАНОЭКОНОМИКИ.....	59
<b>Остапенко Т. Г.</b> , к. э. н., доцент, Национальный авиационный университет, г. Киев, Украина	
ВЛИЯНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕФОРМ НА ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	62
<b>Перезовова О. В.</b> , к. п. н., Челябинский филиал ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Челябинск	
УРОВЕНЬ НАСЫЩЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ СТРУКТУРАМИ ЭКОНОМИК СУБЪЕКТОВ СТРАНЫ.....	65
<b>Пиньковецкая Ю. С.</b> , к. э. н., Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск	
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ И АРМЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ И Г. ЕРЕВАН).....	69
<b>Репина Е. А.</b> , к. э. н., доцент, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону <b>Арутюнян А. У.</b> , магистрант, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону	
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ АНТИКРИЗИСНЫХ ПРОЦЕДУР.....	71
<b>Сафронова Ю. О.</b> , аспирант, Российский государственный социальный университет, г. Москва	
ГЕНЕЗИС И СМЫСЛОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА.....	74
<b>Синецкий С. Б.</b> , д. культурологии, к. п. н., доцент, ЧОУ ВО «Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладошина», г. Челябинск	
НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА.....	77
<b>Спивакова Е. А.</b> , аспирант, Российский государственный социальный университет, г. Москва	
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ ТУРКМЕНИСТАНА.....	80
<b>Станчин И. М.</b> , д. э. н., профессор, АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт», г. Воронеж	
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	84
<b>Степанишена А. П.</b> , магистрант, Хмельницкий национальный университет, г. Хмельницкий, Украина <b>Олейник А. В.</b> , ст. преподаватель, Хмельницкий национальный университет, Хмельницкий, Украина	
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ.....	88
<b>Суркова В. В.</b> , ст. преподаватель, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Волгоградский филиал), г. Волгоград	
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ.....	92
<b>Сыркина Е. Г.</b> , директор Центра культурно-информационной деятельности управления культуры администрации г. Челябинска, г. Челябинск	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	98
<b>Таипова Э. Х.</b> , к. э. н., ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет», г. Челябинск	

## ИНСТИТУТ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

Сыркина Е. Г., директор Центра культурно-информационной деятельности управления культуры администрации г. Челябинска, г. Челябинск

Государственная культурная политика РФ призвана обеспечить приоритетное культурное и гуманитарное развитие как основу экономического процветания, государственного суверенитета и цивилизованной самобытности страны [6].

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. описаны мировые тенденции, влияющие на экономическую жизнь страны и ее регионов: исчерпание экспортно-сырьевой модели экономического развития, глобальная конкуренция, усиление роли инноваций в социально-экономической жизни общества [4]. Решение глобальных задач невозможно без развития человеческого капитала, без изменения системы национального управления хозяйственной деятельностью и поддержки инноваций.

Особая роль в этом процессе отводится институту бизнеса и предпринимательства. Цивилизованный бизнес как культурный феномен является мощным стимулом в развитии общества, а также способствует формированию новых социокультурных практик, интенсифицирующих развитие.

В современной научной и учебной литературе дается достаточно много определений бизнеса и предпринимательства. Многие ученые ставят знак равенства между данными явлениями.

Толковый словарь Уэбстера трактует бизнес как «формы активности, которые имеют своим результатом предоставление услуг и предметов потребления. Бизнес как составное понятие включает в себя обозначение этих сложных видов деятельности, связанных с закупкой и продажей предметов потребления или с финансовыми взаимодействиями людей; так, коммерция и торговля — деятельность тех, кто связан с обменом и транспортировкой предметов потребления; индустрия — деятельность тех, кто производит предметы потребления... транспорт — деятельность тех, кто вовлечен в операции людских и товарных перемещений (железные дороги, корабли, автобусные линии и т. п.)» [3, с. 22].

Бизнес (от англ. business — дело, антрепренерство, предпринимательство) — инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела [14].

Не вдаваясь в подробный анализ эволюции представлений о предпринимательстве, обозначим вектор развития данного феномена: от «специфической деятельности, направленной на извлечение прибыли» до «специализированной деятельности по достижению цели в условиях неопределенности — предпринимательство как личностная характеристика» [11].

Анализируя подходы к описанию социокультурного института бизнеса, интересным представляется рассмотрение в различных экономических школах вопросов взаимодействия культуры и экономики, роли культурных факторов в экономической жизни общества.

Классики политической экономики рассматривали культурные факторы как малозначительные, а исследования взаимодействия культуры и экономики носили нецелевой характер. Адам Смит, исследуя природу причины богатства народов, указывал, что свободная конкуренция является эффективным механизмом регуляции взаимодействия людей в экономической деятельности. Ж.-Б. Сэй усматривал взаимосвязь качества человеческого капитала и эффективности хозяйственной деятельности. Особым капиталом он считал знания и умения предпринимателя [8].

Представители исторической школы А. Шпитгоф, Й. Шумпетер, М. Вебер, Г. фон Шмоллер доказывали влияние культурных и исторических обстоятельств жизни общества на экономические законы. Религия, национальность, психологические факторы, такие как стремление людей к обогащению, влияют на формирование национального государства и народного хозяйства.

Представители институционализма Т. Веблен, У. Митчелл рассматривали «экономику как динамичный процесс развития сложной системы, обладающей определенными культурными нормами и установками, влияющими на индивидуальное поведение и предпочтения людей» [5, с. 98]. Социальные (семья, церковь, школа и др.) и политические (правительство) ин-

ституты являются, по их мнению, наследием прошлого. Образуется разрыв (запаздывание) между техническим прогрессом и трансформацией институтов. Институционалисты видели рынок как культурный феномен, а рыночный спрос как социально-культурный процесс, который зависит от социальных установок, привычек, потребительской культуры, распределения доходов.

В дальнейшем вопросы взаимодействия культуры и экономики анализировались в работах неоклассиков, в различных теориях модернизации (Б. Хозелитц), теории цивилизации (экономический детерминизм Ф. фон Хайека, Л. Фон Мизес; культурный детерминизм П. Сорокина) [5].

К настоящему времени не вызывает сомнения идея о том, что именно культура придает экономике, а следовательно, бизнесу определенный образ. Бизнес необходимо рассматривать не только как экономическое явление, он испытывает на себе влияние социальной структуры общества, культурных ценностей, личностных особенностей. И внешний образ, и собственно деловая культура предпринимателя могут формироваться стихийно под воздействием различных общественных и политических ситуаций. В то же время, этому процессу можно придать и целенаправленный характер. Целенаправленное влияние на процессы формирования внутренней культуры бизнеса, внешнего образа предпринимателя, традиции взаимоотношений бизнеса и общества, бизнеса и власти есть не что иное, как культурная политика. То есть сам институт бизнеса необходимо рассматривать в контексте культурной политики: с одной стороны, как ее объект, а с другой — как ее субъект.

Разделяя взгляды современного культуролога С. Б. Синецкого, под культурной политикой мы будем понимать «целенаправленную, перспективно (долгосрочно) ориентированную деятельность, обеспечивающую развитие общества (его части) в рамках обоснованно отобранных и искусственно внедряемых культурных норм, пропагандируемых ценностей» [9, с. 28].

Целенаправленный характер воздействия культурной политики находит свое отражение в различных государственных программах экономического развития страны и регионов, подготовки управленческих кадров, способов поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, развития промышленности и повышения ее конкурентоспособности. Основные направления реализации культурной политики в отношении бизнеса должны заключаться в следующем: создание благоприятного предпринимательского климата; формирование привлекательности занятий бизнесом, формирование позитивного образа предпринимателя; развитие механизмов поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства; совершенствование системы регионального стратегического управления; устранение административных барьеров; осуществление позитивных изменений в системах контроля бизнеса со стороны государства, повышение взаимного доверия бизнеса и общества, бизнеса и государства.

Институт бизнеса на региональном уровне представлен различными хозяйствующими субъектами (крупный, средний и малый бизнес); организациями по различным видам экономической деятельности; общественными объединениями предпринимателей (Торгово-промышленные палаты, Ассоциации предпринимателей, профсоюзы); институтами поддержки и развития предпринимательства (бизнес-инкубаторы, бизнес-центры, технопарки и др.); организациями финансовой поддержки предпринимательства; образовательными организациями в сфере бизнеса (бизнес-школы, Центры подготовки и переподготовки кадров). Различные бизнес-институты являются носителями различных смыслов, ценностей, интересов, того, что можно назвать организационной культурой (рис. 1, на примере Челябинской области).

Важной характеристикой региона и его культуры является, например, соотношение и активность институтов предпринимательских и бюджеториентированных социальных групп. При наличии значительного количества независимых бизнес-организаций, авторитетных общественных объединений предпринимателей, сети бизнес-школ, курсов, бизнес-инкубаторов, системы поддержки молодежных start-up проектов можно охарактеризовать регион как самодостаточный с точки зрения социальной защищенности населения, бюджетонаполнения и, в целом, развитости здесь предпринимательского типа культуры. И наоборот, доминирование бюджеториентированных институтов: разветвленной системы соцподдержки, сильных профсоюзов работников бюджетных отраслей, системы образования, ориентированной на воспроизводство бюджетозависимых специалистов — может свидетельствовать о сложившемся в регионе госпатерналистском складе общественных отношений [12].

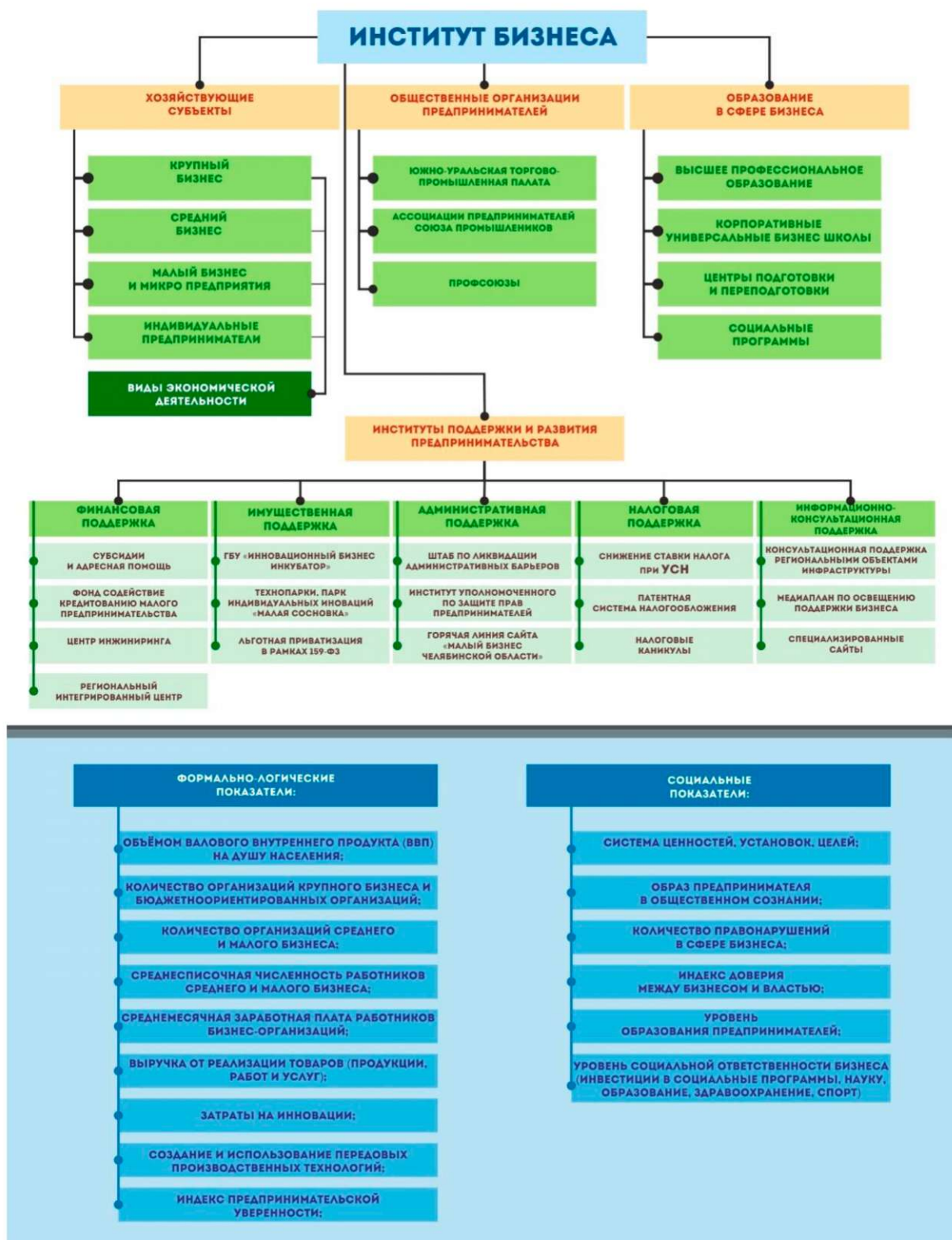


Рис. 1 — Социокультурный институт «Бизнес» (на примере Челябинской области)

Основными параметрами анализа социокультурного института бизнеса могут выступать формально-логические, статистические показатели определения эффективности региональной экономики, а также социокультурные.

1. Формально-логические показатели:

- объем валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения;
- количество организаций крупного бизнеса и бюджетноориентированных организаций;
- количество организаций среднего и малого бизнеса;
- среднесписочная численность работников среднего и малого бизнеса;

- среднемесячная заработная плата работников бизнес-организаций;
- выручка от реализации товаров (продукции, работ и услуг);
- затраты на инновации;
- создание и использование передовых производственных технологий;
- индекс предпринимательской уверенности.

## 2. Социальные показатели:

- система ценностей, установок, целей;
- образ предпринимателя в общественном сознании;
- количество правонарушений в сфере бизнеса;
- индекс доверия между бизнесом и властью;
- уровень образования предпринимателей;
- уровень социальной ответственности бизнеса (инвестиции в социальные программы, науку, образование, здравоохранение, спорт).

На начало 2016 г. в Челябинской области зарегистрировано 113 878 организаций различных организационно-правовых форм и 86 102 индивидуальных предпринимателя. Число предприятий малого бизнеса за 2015 г. составило 4185 единиц (3,6 % от общего числа всех хозяйствующих субъектов). Структура субъектов малого предпринимательства по видам экономической деятельности выглядит следующим образом. Малый бизнес отдает предпочтение оптовой и розничной торговле — 37 % от общего числа предприятий. Распространенными видами деятельности также являются «обрабатывающие производства» — 18,6 %, «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» — 12,9 %, «строительство» — 12,1 %. Торговля остается приоритетным видом деятельности и среди индивидуальных предпринимателей. Среднесписочная численность работников малых предприятий составляет 127 583 (7,4 % от общего числа занятых) человек. Численность работников крупных и средних организаций обрабатывающего производства составляет 305 340 (17,7 % от общего числа занятых). В сравнении, количество государственных и муниципальных организации составляет 6716 единиц (5,9 % от общего числа хозяйствующих субъектов). Численность работников государственных и муниципальных организаций — 433 000 (25 % от общего числа занятых) [13]. Таким образом, организациями малого бизнеса и индивидуальными предпринимателями осуществляется в основном сервисная деятельность, которая обеспечивает комфорт и безопасность, способствует расширению внутренних инвестиций, создает условия для развития предпринимательской активности и «цивилизованной» конкуренции, а также способствует самореализации индивидов [10].

Создание условий для развития малого предпринимательства в регионе является ключевым элементом диверсификации хозяйственного и культурного уклада. Отсутствие адекватных управленческих решений в направлении поддержки малого и среднего бизнеса приводит к не только к нарушению принципа доверия между экономически предприимчивым населением и властью, но и неоправданным социально-экономическим рискам (например, в случае падения конъюнктуры на продукцию крупных предприятий).

Можно констатировать, что в своих предпринимательских практиках в современной России бизнес не ждет к себе доверия от власти, реализуя на практике принцип «не верь, не бойся, не проси», что подтверждает гипотезу об архаизации российского делового пространства и частично верифицирует концепцию проф. А. Г. Эфендиева о том, что российская бизнес-среда приводит к успеху фирмы с кланово-аскриптивной социальной организацией [15]. В России контекст доверия/недоверия связан с социально-политическими нормами, культурой и институтами, принимающими решения. Ядро функционирующего доверия составляют линии поведения региональных элит, социальные нормы и ожидания, которые встроены в социальные институты [2]. Определенный тип мировосприятия и мировоззрения региональных элит и доминирующих групп обеспечивают социальный порядок, в основе которого может лежать не только доверие, но и власть (административное принуждение).

Страны с высоким уровнем социального доверия (США, страны Евросоюза, Япония, Тайвань) обладают, как правило, высокой экономической мощью, большим объемом валового внутреннего продукта (ВВП) по паритету покупательной способности (ППП). Россия же в настоящее время входит в кластер стран с низким уровнем социального доверия [2].

В России на макроуровне происходит наслаивание различных неблагоприятных факторов: отношение лиц, реально принимающих решения (государственных и муниципальных служащих), к предпринимательству по принципу «свой-чужой», отсутствие качественной предпри-

нимательской среды, неблагоприятное отношение к сфере услуг, недостаточное внимание в организациях малого и среднего бизнеса к формированию организационной культуры, противоречие между рыночной риторикой и антирыночными нормативно-правовыми актами (нормативная архаика), неформальное регулирование отношений (личные связи), в отношениях с партнерами преобладают агрессивные тенденции, в отношении с персоналом преобладают патерналистические установки, социальная ответственность бизнеса находится в стадии становления. Перечисленные выше негативные тенденции могут приводить к правонарушениям в сфере бизнеса.

В соответствии с официальной статистикой экономические преступления представляют серьезную проблему как для общества, так и для самого бизнеса.

Основными видами экономических преступлений являются:

- незаконное присвоение имущества (70 % в России и по всему миру);
- взяточничество и коррупция (58 % в России и 27 % по всему миру);
- мошенничество в сфере закупок (52 % в России и 29 % по всему миру);
- киберпреступления (25 % в России и 24 % по всему миру);
- манипулирование данными бухгалтерского учета (25 % в России и 22 % по всему миру).

Самый распространенный размер финансовых потерь от экономических преступлений в России составляют от 100 тыс. до 1 млн (30 % в России и 26 % по всему миру). Основным мотивом совершения преступлений является возможность или способность совершить преступление (76 % в России и 73 % по всему миру). Программы сокращения затрат и оптимизация бизнес-процессов привели к ослаблению системы контроля в компаниях, что создало больше возможностей для совершения мошеннических действий со стороны внутренних и внешних злоумышленников. В 82 % случаев крупные экономические преступления совершаются представителями высшего (36 %) и среднего управленческого звена (46 %), с высшим образованием (79 %), в возрасте от 31 до 40 лет (58 %), мужчины (82 %) [7]. Отчасти экономические преступления — результат злого умысла недобросовестных предпринимателей. Однако вторая их часть — результат некачественных законов и иных нормативных документов, регулирующих бизнес-процессы.

Необходимо отметить, что кроме прямых финансовых потерь, которые общество несет от того, что принято называть экономическими преступлениями, возникают и фундаментальные проблемы. Возникает воспроизводство негативной логики взаимоотношений: бизнес изначально пытается обхитрить государство, а государство — создать максимально сложные условия для ведения бизнеса. Как только данная логика закрепится на уровне культурной нормы, преодолеть ее простыми административными усилиями, без стресс-сценариев, станет практически невозможно. При усугублении ситуации в проигрыше останутся, в первую очередь, государство и общество, поскольку лишатся своей доли прибавочной стоимости, создаваемой бизнесом. Культурная политика призвана не только предотвратить традиционализацию противостояния государства и бизнеса, но сформировать отношения реального партнерства этих двух ведущих институтов.

#### Список литературы:

1. Буторина, О. В. Культура предпринимательства : сущность и составляющие [Электронный ресурс] / О. В. Буторина, Ю. С. Фукалова // Российское предпринимательство. — 2012. — № 24(222). — С. 57-62. — Режим доступа : <http://www.creativeconomy.ru/articles/27051/>
2. Давыденко, В. А. Проблемы российского бизнеса в контексте доверия : компаративистский анализ на примере семи стран [Электронный ресурс] / В. А. Давыденко, Г. С. Ромашкин, М. Сасаки. — Режим доступа : <https://docviewer.yandex.ru/>
3. Емельянов, Е. Н. Психология бизнеса [Электронный ресурс] / Е. Н. Емельянов, С. Е. Поварницына. — Режим доступа : [http://lit.lib.ru/s/shkiperowa\\_i\\_s/text\\_0020.shtml](http://lit.lib.ru/s/shkiperowa_i_s/text_0020.shtml)
4. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.ifap.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>
5. Левкин, Н. В. Место культуры в системе предпринимательства с точки зрения экономического знания [Электронный ресурс] / Н. В. Левкин // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. — Сер. : Общественные и гуманитарные науки. — 2008. —



- Вып. 2. — Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/mesto-kultury-v-sisteme-predprinimatelstva-s-tochki-zreniya-ekonomicheskogo-znaniya>
6. Основы государственной культурной политики [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://static.kremlin.ru/media/events/files/41d526a877638a8730eb.pdf>
7. Российский обзор экономических преступлений за 2014 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://www.pwc.ru/ru/ceo-survey/assets/crime\\_survey\\_2014.pdf](http://www.pwc.ru/ru/ceo-survey/assets/crime_survey_2014.pdf)
8. Светульников, М. Г. Предпринимательство и инновации / М. Г. Светульников, С. Г. Светульников. — Ульяновск : УлГТУ, 2010. — 128 с.
9. Синецкий, С. Б. Культурная политика XXI века : теоретико-методологические основания и условия осуществления : автореф. дис. ... доктора культурологии / С. Б. Синецкий. — Челябинск : ЧГАКИ, 2012. — 50 с.
10. Синецкий, С. Б. Сервисная деятельность как ресурс социально-экономической политики страны и регионов / С. Б. Синецкий // Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов : сб. науч. тр. / М-во образования и науки Челяб. обл. ; Обществ. палата Челяб. обл. ; НОУ ВПО «Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладощина». — Челябинск, 2013. — С. 53-57.
11. Синецкий, С. Б. Предпринимательство как глобальный культурный тренд [Электронный ресурс] / С. Б. Синецкий // Культура, личность, общество в современном мире : Методология, опыт эмпирического исследования : материалы XIII Междунар. конф. памяти проф. Л. Н. Когана (Екатеринбург, 18-19 марта 2010 г.) : в 4-х ч. / Федер. агентство по образованию Рос. Федерации ; Рос. общ-во социологов ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького, фак. политологии и психологии. — Электрон. дан. — Екатеринбург : УрГУ, 2010. — Ч. 2. — 1 электрон. опт. диск. — С. 183-188. — Загл. с экрана.
12. Сыркина, Е. Г. Институциональность региональной культурной политики / Е. Г. Сыркина // Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов : сб. науч. тр. / Обществ. палата Челяб. обл. ; ЧОУ ВО «Челяб. ин-т экономики и права им. М. В. Ладощина». — Челябинск : ЧОУ ВО «ЧИЭП им. М. В. Ладощина», 2015. — 238 с.
13. Челябинскстат. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://chelstat.gks.ru/>
14. Экономический словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.economicportal.ru/term-words/word-b2.html#b6>
15. Эфендиев, А. Г. Социальная организация российского бизнеса : теоретико-методологические подходы и их реализация в эмпирическом исследовании / А. Г. Эфендиев, Е. С. Балабанов // Социологические исследования. — 2012. — № 5. — С. 58-69.