

## Сравнительный анализ критериев отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу в разных странах

Д.А. Плетнёв, Е.В. Николаева, А. Кампа

Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия

D. Pletnev, E. Nikolaeva, A. Campa

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №14-18-02508)*

### Comparative Analysis of Criteria for Classifying Enterprises to Small and Medium Business in Different Countries

**Аннотация:** В статье проведен анализ критериев отнесения предприятий к крупному, малому и среднему бизнесу в разных странах, в том числе в России, СНГ, Европе, США и Японии. Эти различия не случайны, они созданы различными концепциями малого бизнеса и его ролью в экономической структуре. Сформированные критерии в различных странах являются результатом функционирования экономической и социальной систем. Практический интерес статья может представлять для исследователей, осуществляющих межстрановое сопоставление деятельности предприятий малого и среднего бизнеса.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, критерии малого предприятия, критерии среднего предприятия, сравнительный анализ.

#### Abstract

The article analyzes the criteria for classifying businesses to large, small and medium enterprises in different countries, including in Russia, the CIS, Europe, USA and Japan. These differences are not accidental, they are created by different concepts of small business and its role in the economic structure. Formed criteria are the result of the functioning of the economic and social systems. Practical interest in the article may be for researchers engaged in cross-country comparison of the activity of small and medium-sized businesses.

**Keywords:** small and medium businesses, small enterprise criteria, medium-sized enterprise criteria, comparative analysis.

Часто, когда говорят о малом или среднем бизнесе, имеют в виду вполне конкретный образ типичного предприятия. Если малое – то это организация, в которой все друг друга знают, которая сконцентрирована на одном виде деятельности, а также управляется единолично. Для среднего предприятия обычно характерно осуществление нескольких видов деятельности или участие в разных звеньях цепочки создания добавленной стоимости. Однако в разных странах в термины «малое» или «среднее» предприятие на уровне нормативной базы вкладывают существенно различающееся значение. В иных странах отдельно выделяют малые предприятия, а в других не существует такого типа, как «средние». Это накладывает существенный отпечаток на политику государства в отношении поддержки малых и средних предприятий, а также на результаты научных исследований, особенно пользующихся межстрановыми сопоставлениями. По этой причине систематизация институциональных рамок для малого и среднего бизнеса, существующих в законодательных системах разных стран, представляет существенный научный интерес.

Целью статьи является сравнительный анализ подходов к законодательному выделению малого и среднего бизнеса, критериев отнесения конкретного предприятия к малому или среднему бизнесу и взаимосвязи этих критериев с особенностями развития сектора малого и среднего бизнеса в экономике. В статье не ставится задача выбора оптимальной системы или проверки обоснованности тех или иных критериев, главным является сравнение различных систем, а также анализ того, как история, культура, экономика и законодательная система могут изменить концепцию, которая, по сути, могла бы быть одинакова.

Информационной основой исследования стали данные с государственных сайтов, чтобы иметь «законодательную» точку зрения на дефиниции малого бизнеса. В статье анализируются определения малого бизнеса в разных странах, подчеркиваются особенности каждого из них, объяснены причины выявленной специфики во взаимосвязи с экономической системой каждой страны. Для сопоставления критериев в странах, использующих различные валюты, в статье использовались курсы на 09.07.2015 [1] (при

расчете курсов валют к евро использовалась стандартная методика, основанная на кросс-курсах валют) (см. табл. 1).

Таблица 1

Используемые в работе для конвертации курсы валют

Валюта 1	Валюта 2	Курс
Евро	Российский рубль	63,08
Евро	Доллар США	1,10
Евро	Японская йена	134,21
Евро	Шведская крона	9,37
Евро	Казахстанский тенге	20547,2

Известно, что обычно объем доходов в крупных компаниях больше, чем в малых, тем не менее роль малого бизнеса является важной для общества, потому что они выступают субъектами, обеспечивающими занятость и более равномерное распределение богатства в обществе. Большое предприятие с более чем 500 работниками может обеспечить стабильную заработную плату своим сотрудникам, но большая часть доходов останется в карманах руководителей. И наоборот, 100 малых предприятий с 5 работниками в каждом будет работать с существенно меньшей дифференциацией заработных плат руководителя и рядового работника, при этом предоставит лучшую дифференциацию товаров, обеспечит лучшую конкурентоспособность. В этом случае, как гласит теория, будет уменьшаться цена товаров и повышаться их качество. Если малая компания разорится, социальное значение такой бизнес-ошибки будет не столь велико, как если бы имели дело с крупной. В России, как показывает статистика, малый бизнес не получил широкого распространения, но, в сравнении с малым бизнесом в Европе, создано искаженное представление о малом бизнесе относительно той же Европы. Если в России меньше доля малых предприятий, чем в ЕС, то это в том числе и потому, что российский закон имеет больше ограничительных параметров для компаний, которые хотели бы считаться малыми. Поэтому, если бы в России применить европейское законодательство о малых предприятиях, в России существовало бы большее количество таких компаний.

Рассмотрим особенности определения компаний среднего и малого бизнеса в России и на Евро-Азиатском пространстве (в странах бывшего СССР). В России рассматривается только выручка и то, сколько работников задействовано на предприятии, поэтому валюта баланса, оказывающая величину используемого капитала, не является важной. Максимальная выручка для средней компании составляет (начиная с 17.07.2015, до этого критерий выручки для средних и малых компаний был в два раза меньше) 2 млрд рублей (31,71 млн евро), для малой – 800 млн рублей (12,68 млн евро), для микропредприятий – 120 млн рублей (1,90 млн евро) (см. [2]). Одним документом критерии малого и среднего бизнеса существенно расширились, став ближе к евросоюзовским. По всей видимости, агрегированная статистика по России в 2015 году покажет существенный рост доли малого и среднего бизнеса, равно как и по числу предприятий, так и по совокупной выручке и прибыли. Досадно, что главная заслуга в этом – изменение критериев, а не самого малого и среднего бизнеса или регулирующих его органов. В России, как и в Европе, существует разница между микро- и малым бизнесом. Для малого бизнеса характерно максимальное количество работников: в промышленном секторе – 100 рабочих, в оптовом – 50 рабочих, в сфере торговли и услуг – 30 человек, в других областях – 50 рабочих. Компания считается микробизнесом, если в ней работают менее 15 человек, и средней, если это число колеблется между 100 и 250 человек. На российских малых предприятиях доля капитала одного или нескольких юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства (то есть «внешних» владельцев), не должна превышать 25%.

Белорусское определение малого бизнеса схоже с российским. Выделяется микро-, малый и средний бизнес, разделенный на число сотрудников: от 0 до 15 рабочих для микропредприятий, от 16 до 100 для малого бизнеса и от 101 до 250 для среднего бизнеса (см. [3]). Разница между белорусским и российским определениями состоит в том, что число рабочих является единственным параметром, используемым правительством Белоруссии. Также Министерство экономики Белоруссии создает дополнительные условия, разграничивающие различные категории по максимальному числу работников. Если рассматривать рекламные агентства и консалтинговые компании, то максимальное количество рабочих для предприятий малого бизнеса составляет 15, для среднего бизнеса – 50; для туристических компаний соответственно – 25 и 75; для издательств и средств массовой информации – 35 и 100; для розничной торговли – 50 и 250, для мебельной отрасли – 150 и 500. В промышленности и на транспорте максимальное количество рабочих составляет 100 для малого бизнеса и 400 для среднего (см. [3, 4]).

В последние 10 лет украинская власть начала процессы приведения в соответствие своего законодательства европейским нормам. Не стала исключением и сфера регулирования малого и среднего бизнеса. Был издан закон № 4618 от 2012 г. [6], в котором Украина решила применить те же критерии, которые используются практически во всем Евросоюзе. Украинская дефиниция малого бизнеса настолько схожа с европейской, что даже параметры оборота выражены в евро, хотя национальная валюта Украины – гривна. Украинский закон не содержит определения среднего бизнеса, хотя его можно вывести (см. [7]). Так, украинское правительство установило, что все компании, которые имеют менее 10 работников и оборот менее 2 млн евро, являются микропредприятиями, к компаниям малого бизнеса причисляют те, которые имеют от 10 до 50 рабочих и оборот менее 10 млн евро, а компании, имеющие более 250 сотрудников и оборот более 50 млн евро, называются крупными предприятиями.

В Казахстане имеется особое мнение законодателя о малом бизнесе. Например, только у Казахстана есть концепция МРП (месячный расчетный показатель – это коэффициент, который постоянно изменяется властями: в 2015 году он соответствует 1982 тенге (см. в [8]). В пункте 6 Закона о частном предпринимательстве Республики Казахстан ([9]) говорится, что малыми предприятиями являются все компании, которые имеют менее 100 работников и стоимость их активов за год превышает МРП не более чем в 300 000 раз. Для микропредприятий критерии: 15 человек и 30 000 МРП, для средних – 250 человек и 3 000 000 МРП). Другая особенность казахстанского определения бизнеса состоит в том, что есть некоторые виды деятельности, которые независимо от численности работников и стоимости активов будут считаться только средними или крупными компаниями. Этими видами деятельности являются производство и (или) оптовая торговля продукцией, деятельность по хранению зерна в зерновых точках, лотереи, деятельность в сфере игорного и шоу-бизнеса, деятельность по добыче, переработке и продаже нефти, нефтепродуктов, газа, электрической и тепловой энергии, деятельность, связанная с оборотом радиоактивных материалов, банковская деятельность (или определенные виды банковских операций) и деятельность на страховом рынке (кроме страхового агента), аудит, профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг, кредитное бюро и охранная деятельность (см. [9 и 10]). Средними компаниями считаются все индивидуальные предпринимательства со средним числом сотрудников более 50 человек; компании юридических лиц со среднегодовой численностью работников более 50, но не более 250 человек, и средней стоимости активов за год не более чем в 3 000 000 раз больше МРП. Крупными компаниями являются предприятия юридических лиц со среднегодовой численностью работников более 250 человек, или общей стоимостью активов за год свыше 3 000 000 МРП ([9]).

Рассмотрим подходы к определению критериев отнесения к малому и среднему бизнесу в европейских странах. На территории Европейского Союза действуют единые правила, введенные относительно недавно – в 2003 году. В настоящее время в Европейском Союзе малыми предприятиями считаются все компании, имеющие менее 50 работников и 10 млн евро годовой выручки, в то время как микрокомпании имеют максимально 10 работников и 2 млн евро годовой выручки. Чтобы относиться к категории среднего бизнеса, компании нужно иметь менее 250 рабочих и не более 50 миллионов евро годовой выручки ([11]). Ранее национальное законодательство разных стран могло устанавливать свои критерии, и тогда в Италии максимальное количество рабочих на среднем предприятии было не более 250 человек, а в Бельгии этот показатель составлял 100 человек, в Германии – 500. С 1 января 2005 года все государства Европейского Союза перешли на единые правила отнесения предприятий к малому или среднему бизнесу.

Также в Европейском Союзе действует специальное правило, согласно которому выделяют независимые, партнерские или ассоциированные предприятия малого бизнеса. Эта разница важна для учета реального состояния малого бизнеса, поскольку используются различные «гибридные» формы ведения бизнеса, например франчайзинг. Даже если такие предприятия формально подходят под определение малого бизнеса, они будут рассматриваться как средний или крупный бизнес. Закон также говорит, что один или несколько государственных органов могут контролировать непосредственно не более 25% капитала компании малого бизнеса. Аналогичные ограничения касаются права владения компаниями университетов, местных органов власти и общественности. Это не случайный выбор, а свидетельство желания ЕС увеличить уровень либерализации европейского рынка, соответствующего единому правовому полю Европы ([12, С. 18]).

Ряд европейских стран имеют свои критерии отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу. В Швеции отсутствует определение среднего бизнеса. К малому же бизнесу относятся компании, имеющие менее 50 работников, годовую выручку в 50 млн шведских крон (5,31 млн евро) и валюту баланса в размере 25 млн шведских крон (2,66 млн евро) ([13, С.4-5]). Это определение – следствие экономической системы, имеющей множество предприятий малого бизнеса, которые работают в сфере услуг и новых технологий. Особенностью

Норвегии является то, что разделение на малые, средние и большие компании не зависит от выручки или валюты баланса. Предприятием малого бизнеса считается то, которое имеет от 1 до 19 работников, среднего – от 20 до 99 работников, а крупное – более 100 работников ([14, С. 8-29]).

Соединенные Штаты Америки – пример неординарного подхода к определению малого и среднего бизнеса по множеству причин. «In this country 13-employee Instagram being purchased for \$1 billion by Facebook. While the purchase price is huge, I don't think anyone would accuse Instagram, at the time, of being anything other than a small business» («В этой стране Instagram с тринадцатью сотрудниками куплен за 1 млрд долларов компанией Facebook. Несмотря на то что стоимость покупки очень высока, я не думаю, что кто-то из-за этого перестал бы считать Instagram примером малого бизнеса») [15] (Купер, 2012). В США стандарты малого бизнеса различны для 1160 подсекторов. Существуют секторы, как, например, производство топлива, в которых максимальным количеством работников является 1500 человек, но на рынках оптовой торговли это число составляет только 100 рабочих, для рынков розничной торговли – 50 человек. Второй параметр – это годовая выручка, которая очень неоднородна. И действительно, для производства зерна или риса, как и для свиноводства, максимальный уровень выручки составляет 0,75 млн долларов США, для производства куриного яйца – 15 млн долларов США – в 20 раз больше, чем для свиноводства. Для коммерческих банков и кредитных союзов максимум составляет 550 млн долларов США в активах, для семейных гипермаркетов и радиостанций – 38 млн долларов США ежегодной выручки [16]. В Конвенции малым бизнесом в США называется компания с менее чем 500 рабочими, и, возможно, это слишком большое количество, если брать во внимание тот факт, что 73,2% компаний малого бизнеса – это индивидуальные предприниматели и 52% – это домашние фирмы [17]. В любом случае американская статистика показывает, что сейчас в США 99,7% компаний малого бизнеса, но эти данные не могут сравниться с Россией и Европой, так как параметры сильно отличаются. Шутка о том, что «в Америке всё больше!» правдива, и показатели разделения предприятий не являются исключением: европейцу сложно понять, как казино, которое приносит выручку не менее 32,5 млн долларов США в год, рассматривается как малый бизнес.

В Японии существуют три вида компаний: (1) микро-, (2) малые и средние компании и (3) крупные предприятия. В этом случае есть два определения, одно из которых было создано в постановлении о малом и среднем бизнесе, второе – в налоговом законодательстве. Постановление правительства о малом и среднем бизнесе разделяет его, основываясь на количестве сотрудников и объявленном капитале (использование этого показателя – особенность Японии). Компании малого бизнеса на рынке производства должны иметь менее 300 работников и получать не более 300 млн иен объявленного капитала, для оптовой торговли эти же показатели составят максимум 100 работников и 100 млн иен капитала, для сферы розничной торговли это 100 работников и 50 млн иен, 50 работников и 100 млн иен для сферы услуг [18, С. 8-10]. Для микрокомпаний уровень объявленного капитала такой же, как и для предприятий малого и среднего бизнеса, а количество сотрудников меньше. Для производственного сектора максимальное количество работников составляет 20 человек, для всех остальных секторов – 5 человек. Для целей налогообложения компании, которые генерируют менее 100 млн иен объявленного капитала, независимо от типа рынка, в котором они действуют, называются микрокомпаниями [19, С. 15-18]. В Европе, как и в России, малый бизнес может стать средним или крупным, если уровень оборотных активов будет увеличен. В то же время компания среднего бизнеса из-за кризиса будет сокращать своих рабочих, а уровень оборота понизится. И она может превратиться в компанию малого бизнеса. Вот почему данная компания будет рассматриваться как малый бизнес. В Японии нет такой динамики, потому что компания меняет уровень объявленного капитала только тогда, когда новые владельцы входят в общество или после приобретения другой компании. Таким образом, чтобы предприятие превратилось в среднее из крупного, оно должно понизить уровень объявленного капитала, что случается только при реструктуризации компании.

Таблица 2

Сравнительная характеристика критериев, используемых в разных странах для определения малого и среднего бизнеса

Страна	Критерии	Микробизнес	Малый бизнес	Средний бизнес
Россия	Количество работников	15 чел.	50 чел. (с исключениями 30-100 чел.)	250 чел.
	Годовая выручка	1,90 млн евро	12,68 млн евро	31,71 млн евро
Белоруссия	Количество работников	15 чел.	100 чел. (с исключениями 15-100 чел.)	250 чел. (с исключениями 50-400 чел.)
Украина	Количество работников	10 чел.	50 чел.	нет
	Годовая выручка	2 млн евро	10 млн евро	нет
Казахстан	Количество работников	15	100 чел.	250 чел. (только для юридических лиц)
	Годовая выручка	0,289 млн евро	2,89 млн евро	28,9 млн евро
Европейский Союз	Количество работников	10 чел.	50 чел.	250 чел.
	Годовая выручка	2 млн евро	10 млн евро	50 млн евро
Швеция	Количество работников	нет	50 чел.	нет
	Годовая выручка	нет	5,34 млн евро	нет
	Валюта баланса	нет	2,67 млн евро	нет
Норвегия	Количество работников	нет	19 чел.	99 чел.
Япония	Количество работников	20 чел. для производства	100 чел. для производства	
		50 чел. для других сфер	Для разных сфер от 50 до 300	
	Объявленный капитал	0,75 млн евро	2,25 млн евро (с исключениями в сторону ужесточения)	
США	Количество работников	нет	От 50 (прямые продажи) до 1550 (производство бензина)	
	Годовая выручка	нет	от 0,68 млн евро (производство зерна) до 495 млн евро (банки и кредитные союзы)	

Как видно из таблицы, прямое межстрановое сопоставление малого и среднего бизнеса не всегда некорректно. Прошлая экономическая история и процесс развития экономики, уровень бюрократической системы, политическая стабильность, уровень среднего размера экономики, географический и социальный состав всех народов – все эти факторы повлияли на формирование национальных критериев малого и среднего бизнеса. Однако, даже если бы критерии были приведены к единой шкале (например, по выручке в евро), гарантии сопоставимости не было бы из-за различия в уровне жизни и покупательной способности.



Чтобы тысячи предприятий на Украине (где критерий по выручке сформулирован в единой европейской валюте) из средних стали малыми, достаточно одной волны девальвации национальной валюты, к примеру, с 17 до 25 гривен за евро. В Америке и ряде других стран законодательно малые и средние предприятия созданы явно не для удобства статистических наблюдений. Есть интересный опыт Норвегии, где выделяют единственный критерий – число работников.

Вместе с тем концепция «SME» (small and medium-sized enterprises, малые и средние предприятия) является интернациональной, можно встретить множество исследований, касающихся, к примеру, проблемы успешности таких предприятий в разных странах (о российском опыте см. работы Д.А. Плетнёва и Е.В. Николаевой [20], Е.В. Николаевой и И.А. Беловой [21]; исследование швейцарского сектора SME проведено в работе [22]; про особенности компаний в Таиланде писали Ч. Чититхаворн и коллеги [23]; Дж. Джасра с коллегами провели исследование успешности таких компаний в Пакистане [24]). По этой причине результаты проведенного исследования могут быть полезны для сопоставления национальных практик и институциональной поддержки переноса лучших практик из одной страны в другую.

### Список литературы

1. Официальный сайт Центрального банка России. Официальные курсы валют на заданную дату, устанавливаемые ежедневно (режим доступа: [http://www.cbr.ru/currency\\_base/daily.aspx?date\\_req=09.07.2015](http://www.cbr.ru/currency_base/daily.aspx?date_req=09.07.2015)).
2. Постановление Правительства РФ от 13 июля 2015 г. № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» (режим доступа: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/637548/#ixzz3nbyMZmKXФ>).
3. Милюченко А.Г., Кудруг Ю.В. Сравнительная характеристика малого и среднего бизнеса Республики Беларусь и Федеративной Республики Германия // Сборник трудов Международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия» (Россия, г. Новосибирск, 03 февраля 2015 г.), (режим доступа <http://sibac.info/17226>).
4. Козел К.П. Особенности критериев отнесения к малому и среднему бизнесу и их отличия в Беларуси, России и Польше // Вестник БНТУ, №1, 2009, С. 90–94.
5. Средний бизнес // Дело (Бизнес-журнал), 19 Сентября 2011, (режим доступа: <http://delo.by/news/~shownews/srednij-biznes>).
6. Закон Украины от 22 марта 2012 года № 4618-VI «О развитии и государственной поддержке малого и среднего предпринимательства в Украине».
7. Хмелевский И., Новый закон о господдержке малого и среднего предпринимательства // Налоги и бухгалтерский учет, № 36–37, 2012 (режим доступа: <http://www.nibu.factor.ua/golden/doc.html?id=25073>).
8. Сизивцев С., Что такое МРП (месячный расчетный показатель)? // Де-факто [Электронное издание], 2010, (режим доступа: <http://www.defacto.kz/node/20/>).
9. Закон Республики Казахстан 31 января 2006 года № 124-III «О частном предпринимательстве» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2015 г.) (режим доступа: [http://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=30044096#pos=205;-230&sel\\_link=1000000358](http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30044096#pos=205;-230&sel_link=1000000358)).
10. Сизинцев С. Условия, по которым предпринимательство относится к малому, среднему или крупному // Де-факто [Электронное издание], 2013, (режим доступа: <http://www.defacto.kz/content/usloviya-pokotorym-predprinimatelstvo-otnositsya-k-malomu-srednemu-ili-krupnomu>).
11. European Union, "Definition of micro, small and medium-sized enterprises", 2003, (режим доступа: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV:n26026>).
12. European Union, «New definition of SME», 2008, (режим доступа: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme\\_definition/sme\\_user\\_guide\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_it.pdf)).
13. European Union, «Annexes accounting report 2011, Sweden», (режим доступа: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/files/annexes\\_accounting\\_report\\_2011/sweden\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/files/annexes_accounting_report_2011/sweden_en.pdf)).
14. Iversen E. Norwegian Small and Medium-Sized Enterprises and the Intellectual Property Rights System: Exploration And Analysis, 2003, (режим доступа: [http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/research/norway/norway\\_study.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/research/norway/norway_study.pdf)).

15. Cooper S. Instagram's Small Workforce Legitimizes Other Small Start-Ups // Forbes, vol. 17, 2012 (режим доступа: <http://www.forbes.com/sites/stevecooper/2012/04/17/instagrams-small-workforce-legitimizes-other-small-start-ups/>).
16. Table of Small Business Size Standards // Small Business Administration of United States of America, 2015, (режим доступа: <https://www.sba.gov/content/small-business-size-standards>).
17. Cooper S. The Government Definition of Small Business is B.S. // Forbes, vol. 20, 2012, (режим доступа: <http://www.forbes.com/sites/stevecooper/2012/09/20/the-government-definition-of-small-business-is-b-s/>).
18. Sme's in Japan, a new growth driver? Economist Intelligent Unit, 2010, (режим доступа: [http://www.economistinsights.com/sites/default/files/EIU\\_Microsoft\\_JapanSMEs\\_FINAL-WEB.pdf](http://www.economistinsights.com/sites/default/files/EIU_Microsoft_JapanSMEs_FINAL-WEB.pdf)).
19. Japan's Policy on Small and Medium Enterprises (SMEs) and Micro Enterprises // The small and Medium Enterprise Agency, 2013, (режим доступа [http://www.chusho.meti.go.jp/sme\\_english/outline/04/20131007.pdf](http://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/outline/04/20131007.pdf)).
20. Плетнёв Д.А., Николаева Е.В. Успешность среднего бизнеса Челябинской области: анализ ключевых сфер деятельности // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 21 (350). Экономика. Вып. 47. С. 128–144.
21. Николаева Е.В., Белова И.А. Трансакционные издержки и налоговая нагрузка как факторы успешности среднего бизнеса Челябинской области // Стратегии бизнеса. 2014. № 4 (6). С. 2–9.
22. Success Factors for Swiss SMEs. Company Succession in Practice, 2013. University of St. Gallen and Credit Swiss Global Research, Swiss Issues Industries June 2013, 43 p.
23. Chittithaworn, Ch., Islam A., Keawchana T., Hasliza Muhd Yusuf D., 2011. Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand // Asian Social Science, Vol. 7, No. 5; May 2011, 180–190.
24. Jasra J.M., Khan M.A., Hunjra A.I., Rehman R.A.U., Azam R.-I. 2011, Determinants of Business Success of Small and Medium Enterprises // International Journal of Business and Social Science, Vol. 2 No. 20; November 2011, pp. 274 – 281.