

УДК 332.1:658.5.011(075)

Профессор Е.В. Сибирская

(Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова) кафедра статистики.

тел. (499) 237-93-49

E-mail: e-sibirskaya@rambler.ru

доцент Е.В. Симонова

(Орловский государственный институт экономики и торговли) кафедра истории, философии, рекламы и связей с общественностью. тел. (4862) 43-08-31

E-mail: jezzi@mail.ru

Professor E.V. Sibirskaya

(Moscow, Russia. Plekhanov Russian University of Economics) Department of Statistics.

phone (499) 237-93-49,

E-mail: e-sibirskaya@rambler.ru, lud_proz@mail.ru

associate Professor E.V. Simonova

(Oreol state institute of economy and trade) Department of stories, philosophies, advertizing and public relations. phone (4862) 43-08-31

E-mail: jezzi@mail.ru

Типология обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса

Typology of ensuring competitiveness of small innovative and large business

Реферат. На современном этапе развития экономики основным критерием ее эффективности является конкурентоспособность. По мере вовлечения России в мировые хозяйственные связи акцент в вопросах конкурентоспособности перемещается на предприятия малого инновационного бизнеса и к крупным хозяйствующим субъектам. В данной статье рассмотрена типология обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса на основе форм их взаимодействия как один из элементов методологии конкурентоспособности. Предлагаемые различными авторами классификации конкуренции и конкурентоспособности, что очевидно из приведенного в статье материала, перекликаются друг с другом. Формирование конкурентных отношений способствует созданию развитого, цивилизованного рынка, что включает различные сферы хозяйствования. Благодаря активному интересу к проблемам повышения конкурентоспособности субъектов малого инновационного и крупного бизнеса, которые возникли в следствии развития рыночных отношений, появилось большое количество разработок, направленных на решение этой методологической проблемы. Типология исследований является одним из ключевых моментов методологии исследования. Исследования могут быть разными. Необходимо видеть и понимать это разнообразие, чтобы выбрать наиболее подходящие к процессу обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса. Упорядочить всю совокупность самых различных типов исследований можно в таблице типологического анализа. Она представляет собой дихотомическое представление различных типов обеспечения конкурентоспособности, выделенных по различным критериям. Критерии отражают основные характеристики исследования и его практические потребности. В заключение рассмотрения исторических предпосылок к формированию представлений о конкуренции отметим, что представления о конкуренции эволюционировали в силу усложнения социально-экономических отношений в обществе. Таким образом, в настоящее время в социально-экономическом пространстве можно встретить проявление многообразия видов конкуренций на различных рынках. Причем, проявляет себя конкуренция на каком-либо рынке в конкретный период времени и по отношению к конкретному предмету конкуренции. На одном рынке может проявлять себя только одна видовая конкуренция какой-либо классификации и несколько видовых конкуренций составляющих ее типологию.

Summary. At the present stage of development of economy by the main criterion of its efficiency competitiveness is. In process of involvement of Russia in world economic communications the accent in questions of competitiveness moves on the enterprises of small innovative business and to large economic entities. In this article the typology of ensuring competitiveness of small innovative and large business on the basis of forms of their interaction as one of competitiveness methodology elements is considered. The classifications of the competition and competitiveness offered by various authors that is obvious from the material given in article, have something in common with each other. Formation of the competitive relations promotes creation of the developed, civilized market that includes various spheres of managing. Thanks to active interest in problems of increase of competitiveness of subjects of small innovative and large business who arose in a consequence of development of the market relations, there was a large number of the development directed on the solution of this methodological problem. The typology of researches is one of the key moments of methodology of research. Researches can be different. It is necessary to see and understand this variety to choose the ensuring competitiveness of small innovative and large business, most suitable to process. It is possible to order all set of the most various types of researches in the table of the typological analysis. It represents dichotomizing representation of various types of ensuring competitiveness allocated by various criteria. Criteria reflect the main characteristics of research and its practical requirements. In conclusion of consideration of historical prerequisites to formation of ideas of the competition we will note that ideas of the competition evolved owing to complication of the social economic relations in society. Thus, now in social and economic space it is possible to meet manifestation of variety of types of competitiveness in various markets. And, the competition in any market during the concrete period of time and in relation to a concrete subject of the competition proves. In one market only one specific competition of any classification and some specific competitiveness of components its typology can prove.

Ключевые слова: типология, конкурентоспособность, малый инновационный бизнес, крупный бизнес, процесс обеспечения

Keywords: typology, competitiveness, small innovative business, large business, providing process

© Сибирская Е.В., Симонова Е.В., 2014

На современном этапе развития экономики основным критерием ее эффективности является конкурентоспособность. По мере вовлечения России в мировые хозяйственные связи акцент в вопросах конкурентоспособности перемещается на предприятия малого инновационного бизнеса и к крупным хозяйствующим субъектам. В данном исследовании при создании методологии обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса на основе форм их взаимодействия одним из важнейших этапов является обоснование типологии как основного элемента.

Типология (от греч. *tipos* – отпечаток, форма) означает:

1) учение о классификации, упорядочении и систематизации сложных объектов, в

основе которых лежат понятия о нечетких множествах и о типе;

2) учение о классификации объектов, связанных между собой генетически;

3) учение о классификации сложных объектов, между которыми трудно провести строгие разграничительные линии и которые экзemplифицируются их некоторыми типичными образцами [15].

В отличие от классификации, основанной преимущественно на количественных показателях, в основу типологии обычно берутся также и более важные качественные признаки [16]. М. Саритх в работе «Конкурентоспособность: многоуровневый анализ» сделал попытку представить типологию стратегий обеспечения конкурентоспособности (таблица 1) [9].

Т а б л и ц а 1

Типология стратегий обеспечения конкурентоспособности по М. Саритху

Классификационный признак	Виды стратегий обеспечения конкурентоспособности
По целевому назначению	генеральная; базовая; отраслевая; маркетинговая
По субъекту воздействия	на хозяйствующие субъекты рынка; на потребителя
По сроку реализации	долгосрочные; среднесрочные; текущие
По способу достижения конкурентных преимуществ	активные; защитные; промежуточные
По способу охвата рынка	виолентные; пациентные; коммутантные; эксплерентные
По типу конкурентных преимуществ	стратегия дифференциации; стратегия низких издержек; стратегия фокусирования
По особенностям использования	общие; частные
По стабильности рыночной ситуации	Основные; альтернативные

Типология конкурентоспособности по определению Всемирного экономического форума включает три основных элемента: уровни (макроэкономика, отрасль, сектор, предприятие); факторы (труд, капитал и т. д.); политику (поддержка

инноваций, инвестиций, промышленности, накопления или перераспределения и т. д.) [10, 11, 14]. Типология конкуренции, по мнению Четыркиной Н.Ю. представлена на рисунке 1 [19].

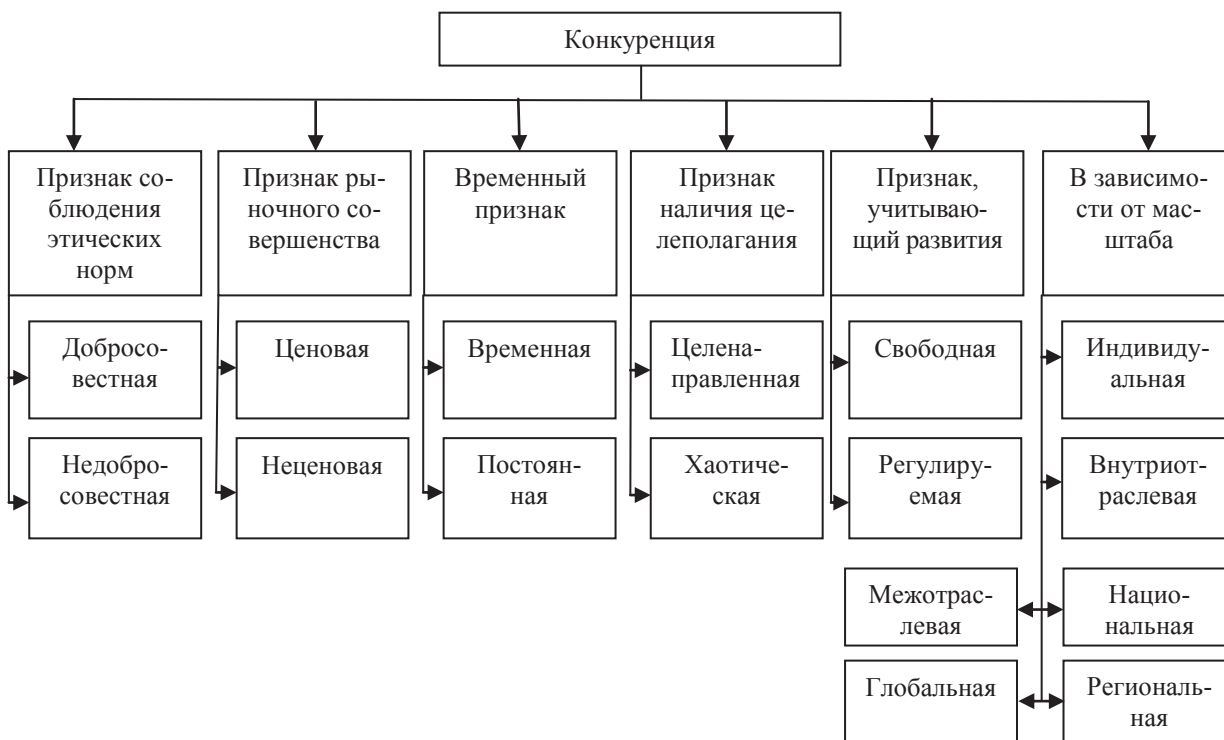


Рисунок 1. Типология конкуренции

Прежде чем перейти к разработке типологии, заявленной в задачах данного исследования, важно обосновать, почему именно взаимодействие малого инновационного и крупного бизнеса являются важным для авторской «типологии обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса».

Развитие малого инновационного и крупного бизнеса предполагает структурную перестройку экономики, быстрое реагирование на изменения рыночной конъюнктуры.

В условиях нашей страны малый инновационный бизнес пока еще не может быть основой экономики, однако он может стать связующим звеном, которое обеспечивало бы бесперебойную работу крупных предприятий, К тому же малые и средние предприятия – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального дохода [17].

Малые инновационные предприятия участвуют в решении проблемы занятости населения, причем создание малого предприятия часто не требует значительных капиталовложений. И, во-вторых, малые предприятия, как правило, не обремененные крупными основными фондами, легче перестраивают производственные процессы, сохраняя уровень своей конкурентоспособности, в силу чего часто являются генераторами инноваций [3].

По сравнению с крупными и средними фирмами малые предприятия имеют ряд существенных преимуществ, способствующих созданию и продвижению инноваций [12, 13, 20-23], в том числе:

- тесное взаимодействие с потребителями, лучшее понимание их потребностей;
- более гибкое реагирование на изменения спроса;

- возможность производить небольшие партии продукции, а также предоставлять специфические услуги, что не всегда бывает выгодно крупным компаниям.

Малый бизнес является важным двигателем инновационной деятельности в регионах России по следующим причинам: часто малые предприятия служат стартовой площадкой для становления крупных и средних предприятий, при этом инновационность малых предприятий является одним из важнейших условий их успеха и роста.

Относительно низкий уровень затрат на создание малых инновационных предприятий снижает порог вхождения на рынок для ученых и предпринимателей, намеренных осуществлять коммерциализацию результатов научных исследований, что способствует занятости населения (в первую очередь высококвалифицированных специалистов).

Вследствие принятия Федерального закона от 02.08.2009 г. № 217-ФЗ малые предприятия становятся важным инструментом коммерциализации результатов научных исследований, проводимых в научных и образовательных организациях [1].

К крупному бизнесу мы будем относить экономических агентов (субъектов), которые в процессе текущего функционирования оказывают существенное влияние на национальную экономику в целом или, по крайней мере, на некоторые ее сектора. Можно сформулировать и по-другому. В качестве содержательного критерия отнесения той или иной структуры к крупному бизнесу выбирается ее способность изменять экономические институты («правила игры») в сфере своей деятельности. Такая способность определяется, прежде всего, масштабами этой структуры, но иногда ключевую роль могут играть и другие факторы, например, особенности ее технологической специализации или рыночного позиционирования [6].

Если воспользоваться математической терминологией, то субъект крупного бизнеса – это экономический агент, способный оказывать столь сильное влияние на окружающее пространство, что в результате меняется топология последнего (оно «искривляется», «рвется» и т.д.). Так понимаемый термин «крупный бизнес» полностью соответствует широко используемому англоязычному термину «big business». В западной экономической теории и практике близкими к нему являются такие понятия, как «компания общенациональной значимости» или «транснациональная корпорация». В социальных науках и политологии часто в одном ряду с термином «big business» находятся также «big state» и «big trade unions» [2].

Существуют разные точки зрения о месте крупного бизнеса в развитии отечественной экономики. Одна из них отводит ему роль основной движущей силы. В соответствии с ней не просто развитие, а экономический прорыв обеспечивается тесным взаимодействием и взаимопомощью малого инновационного и крупных компаний.

Состояние конкуренции оценивается с использованием системы определенных показателей (индикаторов). В такой системе показателей можно выделить следующие признаки наличия конкуренции [2]: структурные; поведенческие; функциональные.

К структурным признакам можно отнести достаточно большое число покупателей и продавцов и отсутствие искусственных барьеров

входа на рынок. Среди поведенческих признаков можно отметить независимость действий хозяйствующих субъектов, отсутствие неэффективных производителей, правильную информацию о рынке, отсутствие дискриминации. В числе функциональных признаков можно выделить отсутствие сверхприбыли, соответствие товаров требованиям потребителей, инновационное поведение хозяйствующих субъектов [2].

Увеличение общего количества экономических субъектов, занимающихся хозяйственной деятельностью, свидетельствует о расширении конкурентных отношений и возможностях развития конкурентной среды (рисунки 2-5).

Важно отметить положительную тенденцию роста предприятий в сфере строительства (на 18,3 %), в сфере торговли автотранспортными средствами и их технического обслуживания (на 10,8 %), в сфере транспорта и связи (на 10,7 %), сфере управления эксплуатацией жилых домов (на 31,1 %).

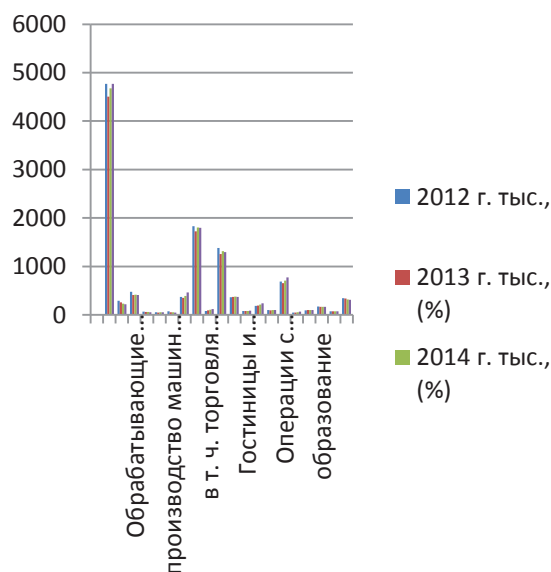


Рисунок 2. Изменение предприятий по видам экономической деятельности в 2012-2014 гг. (%)

Как следует из рисунков 2 и 3, применительно к распределению хозяйствующих субъектов по формам собственности за последние 2 года наблюдается устойчивая тенденция увеличения числа частных организаций и сокращения число государственных и муниципальных организаций.

Продолжалось сокращение числа работающих в общественном (государственном и муниципальном) секторе, доля которого снизилась до одной трети всех работающих. В

сфере малого и среднего предпринимательства по состоянию на 1 ноября 2014 г. (по данным Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ») наблюдался рост: количества малых предприятий (включая микропредприятия) – на 20 %, численности индивидуальных предпринимателей – на 10 %, средней совокупной численности работников, занятых на малых предприятиях, – на 12 %, оборота малых предприятий – на 19 %, вклада продукции, производимой малыми предприятиями, в совокупный объем ВВП – на 4 %.

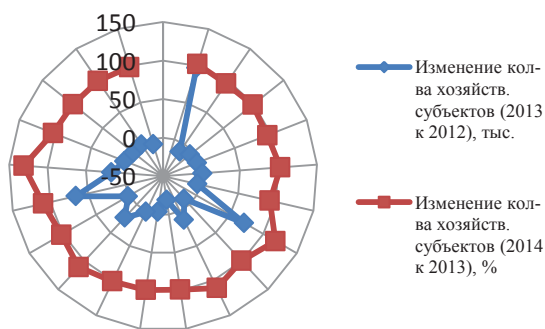


Рисунок 3. Изменение количества предприятий (%)

Согласно исследованию компании «Стратеджи Партнерс» (входит в группу компаний Сбербанка России), сейчас в мире «резко снижается эффект масштаба. Малый и средний бизнес обеспечивает основную динамику развития современной промышленности, возрастают шансы малых компаний, возникают абсолютно новые игроки» [4].

Не стоит бояться передавать малым компаниям отдельные компетенции крупных, работы хватит всем. Согласно тому же исследованию, потребители по всему миру хотят постоянно получать, во-первых, новые продукты, во-вторых, продукты, изготовленные с учетом их уникальных требований.

Только головное предприятие может осознать сложнейшее техническое изделие целиком. Это совсем другая работа, она не под силу малому бизнесу: для нее нужен большой коллектив, умеющий работать синхронно, а это достигается годами. В зарождающиеся же компании следует вывести разработку отдельных инновационных решений. Впрочем, российские власти осознают проблему и пытаются стимулировать развитие малого и среднего предпринимательства.

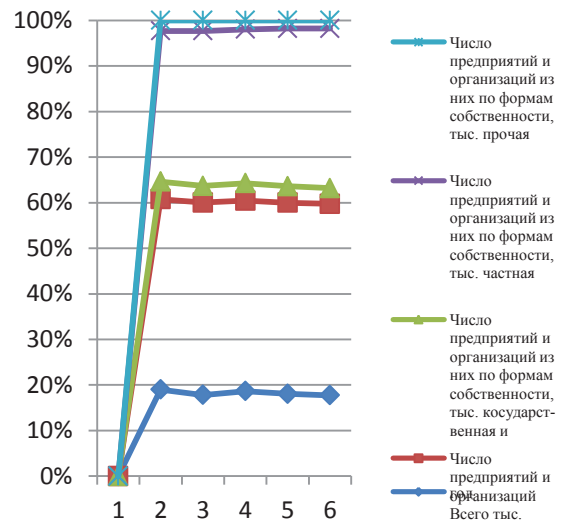


Рисунок 4. Распределение предприятий и организаций по формам собственности (на 1 января соответствующего года)

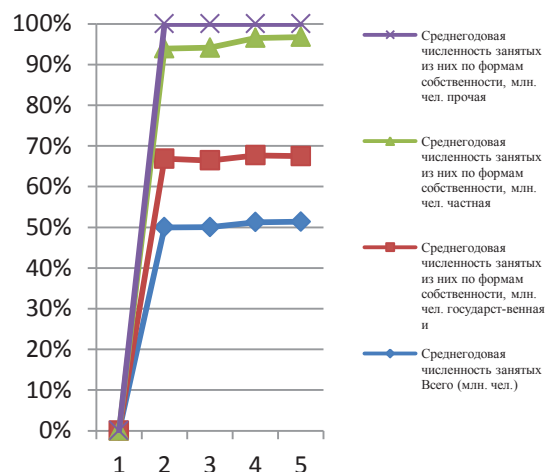


Рисунок 5. Среднегодовая численность занятых за 5 лет (на 1 января соответствующего года)

Уже сейчас малые и средние предприятия должны обеспечивать не менее 10 % заказов госкомпаний и инфраструктурных монополий, а в будущем эта доля должна вырасти еще сильнее. Некоторые госкомпании, правда, пытаются обходить это требование, но не все: Объединенная авиастроительная корпорация, к примеру, сама ищет подрядчиков среди малых предприятий. Большие надежды на увеличение роли малого и среднего предпринимательства в экономике мы связываем с законопроектом «О промышленной политике», который сейчас находится на рассмотрении в Госдуме [4].

Типология обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса

Классификационный признак обеспечения конкурентоспособности	Параметры, характерные для малых инновационных предприятий	Формы взаимодействия	Параметры, характерные для крупных предприятий
по происхождению	Индивидуальный семейный бизнес Самостоятельный малый бизнес Поставщики крупных фирм Бизнес, выделившийся из более крупного	производственно-технологические; организационно-управленческие; финансово-экономические; экономико-правовые; административно-юридические; организационно-культурные; внешне-экономические; научно-технические	Политические Правовые Экономические Социально-культурные
по объективности существования	Обеспечение ниши малого инновационного предприятия в своем сегменте рынка Обеспечение адекватности системы управления малым предприятием Обеспечение взаимозависимости и взаимообусловленности элементов инновационности в предпринимательской деятельности Обеспечение инновационных методов управления в процессе обеспечения конкурентоспособности	производственно-технологические; экономико-правовые; административно-юридические; научно-технические.	Степень рыночной ориентации Динамизм финансовой системы Человеческие ресурсы Природные ресурсы Социально политическая стабильность Система менеджмента качества
по размерности	Экзогенная, которая обеспечивается за счет внешних по отношению к менеджменту предприятия факторов; Эндогенная, которая обеспечивается за счет реализации внутреннего потенциала, внутрипроизводственных факторов (техника, персонал, менеджмент); Системная, которая обеспечивает совместным действием как эндогенных, так и экзогенных факторов (собственные конкурентные преимущества усиливаются за счет различных факторов) [7]	организационно-управленческие; экономико-правовые; организационно-культурные; научно-технические	Экзогенная, которая обеспечивается за счет внешних по отношению к менеджменту предприятия факторов; Эндогенная, которая обеспечивается за счет реализации внутреннего потенциала, внутрипроизводственных факторов (техника, персонал, менеджмент); Системная, которая обеспечивает совместным действием как эндогенных, так и экзогенных факторов (собственные конкурентные преимущества усиливаются за счет различных факторов) [7]
по однородности и разнообразию структурных элементов	Конкуренты Ресурсы Потребители Инфраструктура Взаимодействие с органами власти Макро- и микро- климат	производственно-технологические; организационно-управленческие; финансово-экономические; экономико-правовые; научно-технические.	Конкуренты Ресурсы Потребители Инфраструктура Взаимодействие с органами власти Макро- и микро- климат

по сложности	Быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования Большая гибкость и оперативность в принятии решений Большая оперативность в выполнении решений Меньшие расходы при осуществлении деятельности (в т.ч. расходы на управление) Большая возможность проявить свои возможности Большая способность вводить изменения в производственный процесс Более высокая оборачиваемость собственного капитала Большая склонность к экономии и бережливости Большой уровень мотивации в достижении успеха Большая информированность о потребительских предпочтениях	<i>производственно-технологические;</i> <i>организационно-управленческие;</i> <i>финансово-экономические;</i> <i>экономико-правовые;</i> <i>административно-юридические;</i> <i>организационно-культурные;</i> <i>внешне-экономические;</i> <i>научно-технические</i>	Политико-административные Законодательно - регулятивные Экономические Институциональные Научно-технические Природные или географические Инфраструктурные Социально-демократические Социокультурные Международные Общественная среда Конкуренцию [5,8, 18].
--------------	---	--	---

В связи с вышеизложенным, сформулируем авторскую концепцию типологии обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса (таблица 2), под которой будем понимать классификацию признаков обеспечения конкурентоспособности характерных для малого инновационного и крупного бизнеса с формами взаимодействия между ними.

По нашему мнению следует выделить 5 классификационных признаков обеспечения конкурентоспособности (по происхождению; по объективности существования; по размерности; по однородности и разнообразию структурных элементов; по сложности) которые характеризуют всю совокупность его свойств. Авторы представляют их потенциальным источником информации данного процесса, а исследование и описание характерных для малых инновационных и крупных предприятий, как процесс извлечения этой информации из источника.

К формам взаимодействия малого инновационного и крупного бизнеса автор относит:

- производственно-технологические;

- организационно-управленческие;
- финансово-экономические;
- экономико-правовые;
- административно - юридические;
- организационно-культурные;
- внешнеэкономические;
- научно-технические.

Данная типология может работать при системе экономических законов: спроса и предложения; композиции; пропорциональности; предложением и ценой; спросом и ценой; конкуренции; наименьших; онтогенеза; возрастания дополнительных затрат; синергии; убывающей доходности; упорядоченности; масштаба производства; единства и анализа синтеза; экономии времени; самосохранения и др.

Таким образом, практика становления малых инновационных предприятий подтверждает его высокую значимость в процессе обеспечения конкурентоспособности. Тем самым предприятия малого бизнеса получают дополнительный импульс для обеспечения конкурентоспособности, основанный на опыте крупных предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1 Бортник И.М., Золотарев А. П., Киселев В. Н., Коцюбинский В. А. и др. Инструменты анализа инновационной деятельности малого предпринимательства в России // Инновации. 2013. №3 (173). С. 26-38

2 Доклад о состоянии конкуренции В Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fas.gov.ru/netcat_files/225/164/h_4af70a1e5f02759438ca2194c5647917#2.

3 Кульков В. М.. Российская экономическая модель. М.: ТЕИС, 2009

4 Недорослев С. Эффект масштаба: почему крупным предприятиям нужен малый бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/konkurentsya/267055-effekt-masshtaba-pochemu-krupnym-predpriyatiyam-nuzhen-malyi-biz>.

5 Новиков Н. И. Аспект: основные признаки конкурентоспособности субъекта и объекта. Экономика и организация металлургического производства // Известия высших учебных заведений. Черная металлургия. 2002. № 10. С. 68-74.

6 Паппэ Я.Ш., Галукина Я.С. Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. 423 с.

7 Пехтерев В.В. Эндогенные и экзогенные факторы конкурентоспособности субъектов рынка: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2010. 30 с.

8 Радулов Д.Д. Теоретические подходы к исследованию проблемы классификации факторов конкурентоспособности предприятий // Российское предпринимательство. 2013. № 13 (235). С. 15–22.

9 Саритх М. Конкурентоспособность: многоуровневый анализ. М., 2004. 191 с.

10 Серебрякова Н.А., Смольянова Е.Л. Основные проблемы развития инновационно-инвестиционного потенциала Воронежской области // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 2. С. 52–60.

11 Серебрякова Н.А. Структурная и функциональная асимметричность развития // Регион: системы, экономика, управление. 2011. № 3 (14). С. 34–40.

12 Сибирская Е.В. Система стратегического планирования на региональном уровне // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. 2012. Т. 1. С. 7–11.

13 Строева О.А. Институциональные факторы моделирования инновационного развития // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. 2012. Т. 1. № 3. С. 121–126.

14 Структурные основы конкурентоспособности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://brancheconomy.info/strukturniye-osnovi-konkurentosposobnosti>.

15 Типология [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.insai.ru/slovar/tipologiya>.

16 Типы стран по уровню социально - экономического развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://geospravka.ru/index.php/references_in_geography/типы-стран-по-уровню.html.

17 Харитонов П. В. Организационная культура как фактор конкурентоспособности предпринимательской деятельности // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 26 (207). Вып. 28. С. 142–146.

18 Цыганков Д.Б. Внедрение оценки регулирующего воздействия в Российской Федерации – на пути к «умному» регулированию? // Коллоквиум «Оценивание программ и политик: методология и применение»: сборник материалов. М.: ГУ-ВШЭ, 2010. С. 213–236.

19 Четыркина Н.Ю. Управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. 128 с.

20 Hausman A. Innovativeness among small businesses: Theory and propositions for future research. Industrial Marketing Management. Официальный сайт Центра информационной поддержки малого бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://smallbusinesses.ru>.

REFERENCES

1 Bortnik I.M., Zolotarev A. P., Kiselev V. N., Kotsiubinskii V. A. et al. Tools of the analysis of innovative activity of small business in Russia. // Innovations, 2013, no. 3 (173), pp. 26–38. (In Russ.).

2 The report on a condition of the competition In the Russian Federation. Available at:

fas.gov.ru/netcat_files/225/164/h_4af70a1_e5f02759438ca2194c5647917#2.

3 Kul'kov V. M. Russian economic model. M.: TEIS, 2009. (In Russ.).

4 Nedoroslev S. Scale effect: why the large enterprises need small business. Available at: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/konkurentsiya/267055-effekt-masshtaba-pochemu-krupnym-predpriyatiyam-nuzhen-malyi-biz>.

5 Novikov N. I. Aspect: main signs of competitiveness of the subject and object / Economy and organization of metallurgical production. News of higher educational institutions. Ferrous metallurgy, 2002, no. 10, pp. 68–74. (In Russ.).

6 Pappe Ia. Sh., Galukhin Ia. S. Russian large business: first 15 years. Economic chronicles of 1993–2008. M.: Prod. house of GU HSE, 2009. 423 p. (In Russ.).

7 Pekhterev V. V. Endogenous and exogenous factors of competitiveness of subjects of the market. Diss. cand. econ. sci. abstr. Moscow, 2010. 30 p. (In Russ.).

8 Radulov D. D. Theoretical approaches to research of a problem of classification of factors of competitiveness of the enterprises. Russian business, 2013, no. 13 (235), pp. 15–22. (In Russ.).

9 Sarikh M. Competitively: multilevel analysis. Moscow, 2004. 191 p. (In Russ.).

10 Serebriakova N. A., Smolianova E.L. Main problems of development of innovative investment potential of the Voronezh region. Regional economy: theory and practice, 2009, no. 2, pp. 52–60. (In Russ.).

11 Serebriakova N. A. Structural and functional asymmetry of Development. Region: systems, economy, management, 2011, no. 3 (14), pp. 34–40. (In Russ.).

12 Sibirskaya E.V. System of strategic planning at the regional level. Theoretical and applied questions of economy and services sector, 2012, vol. 1, pp. 7–11. (In Russ.).

13 Stroeve O. A. Institutional factors of modeling of innovative development. Theoretical and applied questions of economy and services sector, 2012, vol. 1, no. 3, pp. 121–126. (In Russ.).

14 Structural bases of competitiveness. Available at: <http://brancheconomy.info/strukturniye-osnovi-konkurentosposobnosti>. (In Russ.).

15 Typology. Available at: <http://www.insai.ru/slovar/tipologiya>. (In Russ.).

16 Types of the countries on level socially - economic development. Available at: http://geospravka.ru/index.php/references_in_geography/типы-стран-по-уровню.html. (In Russ.).

17 Kharitonov P. V. Organizational culture as factor of competitiveness of business activity. Bulletin of the Chelyabinsk state university, 2010. no. 26 (207), pp. 142–146. (In Russ.).

18 Tsygankov D.B. Introduction of an assessment of the regulating influence in the Russian Federation – on the way to "clever" regulation?. Colloquium "Estimation of programs and politician: methodology and application": collection of materials. Moscow, GUVSHE, 2010. pp. 213–236. (In Russ.).

19 Chetyrkina N. Iu. Management of competitiveness of the organizations of a services sector. SPb.: SPBGUEF, 2009. 128 p. (In Russ.).

20 Hausman A. Innovativeness among small businesses: Theory and propositions for future research. Industrial Marketing Management. Available at: <http://smallbusinesses.ru>. (In Russ.).