Дата поступления рукописи в редакцию: 29.05.2025 г.
Дата принятия рукописи в печать: 16.06.2025 г.
DOI: 10.24412/2782-3830-2025-5-212-219

КОКОРЕВ Александр Сергеевич,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры истории и экономической теории
Академия Государственной противопожарной
службы МЧС России, г. Москва,
e-mail: 11300778@mail.ru

КАЛИНЕНКО Надежда Леонтьевна,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры истории и экономической теории,
Академия Государственной противопожарной
службы МЧС России, г. Москва,
e-mail: knl1946@bk.ru

ПЕТУХОВА Марина Вениаминовна,
кандидат исторических наук, доцент,
заведующая кафедрой истории и экономической теории,
Академия Государственной противопожарной
службы МЧС России, г. Москва,
e-mail: mpetukhova1945@mail.ru

УТЯШОВА Ольга Викторовна,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры истории и экономической теории,
Академия Государственной противопожарной
службы МЧС России, г. Москва,
e-mail: 7127917@rambler.ru

ЗАБЕЛИН Александр Александрович,
Старший преподаватель кафедры
истории и экономической теории,
Академия Государственной противопожарной
службы МЧС России, г. Москва,
e-mail: zabelinn@mail.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

Аннотация*. В статье рассматриваются ключевые организационные и экономические аспекты создания и развития собственного дела в условиях современной экономики Российской Федерации на примере Московской области. Особое внимание уделяется специфике регионального бизнес-климата, мерам государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, а также вызовам, с которыми сталкиваются начинающие предприниматели. Представлены этапы организации бизнеса: от формирования идеи и выбора организационно-правовой формы до маркетинговой стратегии и привлечения инвестиций. Отмечены актуальные тренды — цифровизация, развитие инфраструктуры МСП, а также поддержка стартапов со стороны региональных институтов. В статье приведены практические рекомендации по успешному запуску и масштабированию бизнеса. Исследование основано на анализе нормативных актов, статистических данных и экспертных мнений, что позволяет сформировать комплексное представление о возможностях и рисках ведения собственного дела в Московской области.*

Ключевые слова*: малый бизнес, бизнес-план, государственная поддержка, регистрация бизнеса, предпринимательство.*

KOKOREV Alexander Sergeevich,
PhD in Economics, Associate Professor
of the Department of History and Economic Theory,
State Fire Academy of EMERCOM of Russia, Moscow

KALINENKO Nadezhda Leontievna,
PhD in Economics, Associate Professor
of the Department of History and Economic Theory,
State Fire Academy of EMERCOM of Russia, Moscow

PETUKHOVA Marina Veniaminovna,
Candidate of Historical Sciences,
Head of the Department of History and Economic Theory,
State Fire Academy of EMERCOM of Russia, Moscow

UTYASHEVA Olga Viktorovna,
PhD in Economics, Associate Professor
of the Department of History and Economic Theory,
State Fire Academy of EMERCOM of Russia, Moscow

ZABELIN Alexander Alexandrovich,
Senior lecturer of the Department of History and economic theory,
Academy of the State Fire Service EMERCOM of Russia Moscow

ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF YOUR OWN BUSINESS

Annotation. *The article examines the key organizational and economic aspects of creating and developing your own business in the modern economy of the Russian Federation using the example of the Moscow region. Special attention is paid to the specifics of the regional business climate, government support measures for small and medium-sized businesses, as well as the challenges faced by aspiring entrepreneurs. The stages of business organization are presented: from the formation of an idea and the choice of an organizational and legal form to a marketing strategy and attracting investments. The current trends are digitalization, the development of SME infrastructure, as well as the support of startups from regional institutions. The article provides practical recommendations for the successful launch and scaling of a business. The research is based on an analysis of regulations, statistical data and expert opinions, which allows us to form a comprehensive understanding of the opportunities and risks of running your own business in the Moscow region.*

Key words: *small business, business plan, government support, business registration, entrepreneurship.*

Малый бизнес является тесно сопряженным с такими факторами современной экономики, как экономический рост, социальная мобильность и предоставление рабочих мест для граждан. В условиях рыночной экономики капиталистической модели МСП представляет собой индивидуальную инициативную деятельность, направленную на производство товаров и услуг, с целью получить, в конечном итоге, прибыль [4]. Основным документом, который трактует МСП в Российской Федерации, является Гражданский кодекс [1]. Согласно данному нормативно-правовому акту, предпринимательская деятельность несет личный риск для инициатора деятельности и подлежит обязательной регистрации.

Если рассматривать малый бизнес с точки зрения науки, можно сказать, что это как процесс выявления, оценки и использования деловых возможностей, сопряжённый с принятием риска и ответственностью за конечные результаты [2]. Йозеф Алоиз Шумпетер (8 февраля 1883, Тршешть, Моравия, Австро-Венгрия — 8 января 1950, Таконик, штат Коннектикут, США) — австрийский и американский экономист, политолог, социолог и историк экономической мысли, говорил: - «Предприниматели — это особый тип склонных к инновационной деятельности людей, которых всегда меньшинство». Он трактовал предпринимательство как движущую силу инноваций и технического прогресса, а предпринимателя — как субъекта, реализующего нововведения в практической деятельности [3].

Сущность предпринимательства проявляется через ряд признаков: наличие инициативы, направленность на получение прибыли, новаторство, готовность к риску, способность к приня-

тию решений в условиях неопределённости. В рыночной системе предприниматели выполняют роль связующего звена между производственными ресурсами и потребностями общества, обеспечивая перераспределение ресурсов в наиболее эффективные сферы.

Методологической основой изучения предпринимательства выступают системный и институциональный подходы. Системный подход позволяет рассматривать предпринимательскую деятельность как комплекс взаимосвязанных элементов — от идеи и её реализации до механизмов управления и получения результата. Институциональный подход, в свою очередь, акцентирует внимание на нормативных, правовых, организационных и культурных аспектах, влияющих на предпринимательскую активность в конкретной стране или регионе [4].

В российской практике предпринимательская деятельность подразделяется на несколько категорий в зависимости от масштабов: малое, среднее и крупное предпринимательство. Наибольшее значение с точки зрения численности субъектов и их вклада в занятость имеет малый бизнес. В соответствии с Федеральным законом № 209-ФЗ от 24.07.2007 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к малым предприятиям относятся субъекты, численность работников которых не превышает 100 человек, а выручка — 800 млн рублей в год [5] (*таб.1*).

Таблица 1

Критерии отнесения субъектов к категориям малого и среднего предпринимательства.

Категория предприятия	Средняя численность работников (чел.)	Годовая выручка (млн руб.)	Примечание
Микропредприятие	до 15	до 120	Самая массовая категория МСП
Малое предприятие	до 100	до 800	Включает микропредприятия
Среднее предприятие	до 250	до 2 000	Участвует в отдельных госпроектах
Крупное предприятие	свыше 250	свыше 2 000	Не относится к категории МСП

Источник: составлено автором на основе Федерального закона № 209-ФЗ от 24.07.2007 [5].

Согласно данным Федеральной налоговой службы, по состоянию на начало 2025 года в Московской области зарегистрировано более 530 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства, что делает регион одним из крупнейших центров деловой активности в стране [6]. Высокая плотность экономических связей, развитая логистика, близость к Москве, наличие квалифицированных кадров и разветвлённой инфраструктуры — всё это формирует благоприятную среду для развития предпринимательства в регионе. Однако при этом сохраняются и определённые институциональные ограничения: административные барьеры, высокая стоимость аренды, сложность доступа к долгосрочному финансированию.

Важно отметить, что в последние годы усиливается роль предпринимательства как элемента социально ориентированной экономики. Всё большее значение приобретают такие формы, как социальное предпринимательство, зелёный бизнес, креативные индустрии. Предприниматели в этих сферах ориентируются не только на прибыль, но и на решение общественно значимых задач — занятость уязвимых групп, экологическая устойчивость, развитие сообществ [7].

Процесс создания собственного дела представляет собой последовательность взаимосвязанных организационно-правовых, экономических и управленческих действий, направленных на формирование полноценного и жизнеспособного бизнеса. На старте предпринимательского пути ключевую роль играет не только наличие бизнес-идеи, но и способность её структурировать, адаптировать к рынку, оценить ресурсы, возможные риски и целевую аудиторию. В условиях Московской области, где предпринимать-

ская среда характеризуется высокой конкуренцией и разнообразием отраслей, особенно важно учитывать региональные особенности спроса, уровень насыщенности рынка и предпочтения населения [6].

Первым шагом на пути к открытию собственного дела является формулирование бизнес-идеи. На этом этапе предприниматель определяет товар или услугу, которую намерен предложить, изучает потенциал ниши, оценивает свои компетенции и ресурсы. Популярными направлениями в Московской области являются IT-услуги, доставка, маркетплейсы, сфера общественного питания, бытовые и образовательные услуги, а также агротуризм и фермерство в пригородных районах [8].

Следующим этапом является разработка бизнес-плана — стратегического документа, в котором фиксируются цели, ключевые действия, финансовые прогнозы, структура затрат и модель монетизации. Бизнес-план позволяет не только выстроить внутреннюю логику проекта, но и служит важным инструментом для получения финансирования от банков, инвесторов или фондов поддержки. В регионе функционируют структуры, оказывающие помощь в подготовке бизнес-планов, в том числе центры «Мой бизнес» и региональные акселераторы [9].

Значительный интерес представляет процедура государственной регистрации бизнеса. В соответствии с действующим законодательством предприниматель может выбрать одну из двух основных форм: индивидуальный предприниматель (ИП) или общество с ограниченной ответственностью (ООО). Выбор формы зависит от масштабов бизнеса, степени ответственности, налоговой нагрузки и планов по расширению. В Московской области регистрация ИП и ООО осуществляется в онлайн-формате через портал Госуслуг или МФЦ, а срок регистрации в большинстве случаев не превышает трёх рабочих дней [1].

После регистрации предприниматель выбирает налоговый режим. Наиболее востребованными в регионе являются упрощённая система налогообложения (УСН) и налог на профессиональный доход (НПД). УСН удобна для малого бизнеса, предполагает два варианта: 6% от доходов или 15% от доходов за вычетом расходов. НПД, или «режим самозанятого», популярен среди фрилансеров и лиц, работающих без наёмного труда, особенно в сфере услуг — преподавания, ремонта, IT-консалтинга [5].

Организация бизнес-процессов требует выбора помещения (в случае офлайн-деятельности), закупки оборудования, набора персонала и заключения первых договоров. В Московской области активно развиваются индустриальные парки и коворкинги, что позволяет предпринимателям арендовать инфраструктуру на льготных условиях. Некоторые муниципалитеты предоставляют помещения для МСП на преференциальной основе, особенно в отдалённых районах области [10]. Отдельное внимание уделяется формированию команды. В условиях ограниченных ресурсов предприниматель часто совмещает функции руководителя, бухгалтера, маркетолога и продавца. Однако по мере роста бизнеса возрастает необходимость в найме квалифицированных специалистов и формировании устойчивой корпоративной культуры. Московская область, благодаря своей близости к столице, располагает большим кадровым потенциалом, однако предприниматели часто сталкиваются с высокой стоимостью труда и конкуренцией за специалистов [11].

Маркетинговая стратегия также является важным элементом на этапе запуска. Малый бизнес активно использует цифровые каналы продвижения: социальные сети, таргетированную рекламу, онлайн-карты, отзывы и партнерские программы. Нередко первые клиенты привлекаются через личные связи и сарафанное радио, после чего осуществляется масштабирование через цифровые инструменты.

По завершению этапов регистрации, запуска и первых продаж (рис.1) предприниматель сталкивается с необходимостью анализа результатов и корректировки бизнес-модели. Период адаптации особенно важен: именно в это время закладываются принципы управления, строятся отношения с клиентами, формируются основные финансовые потоки и определяется дальнейшая стратегия (*см. рис. 1*).

Формируя собственное дело в Московской области, предприниматели получают доступ к широкой сети поддержки: бизнес-инкубаторы, программы льготного кредитования, гарантийные фонды, обучение и наставничество. Тем не менее, они должны учитывать высокую насыщенность рынка, сложную конкурентную среду и необходимость строгого соблюдения правовых норм.

Одним из наиболее значимых факторов, влияющих на развитие бизнеса, является цифровизация. В условиях Московской области, обладающей высокой степенью технологического развития, доступом к интернету и широким внедрением IT-инфраструктуры, цифровая трансформация стала реальным инструментом для оптимизации издержек, автоматизации процессов и расширения каналов продаж. Всё больше предприятий малого сегмента переходят на онлайн-кассы, используют электронный документооборот, CRM-системы, таргетированную рекламу и маркетплейсы для продвижения [6].



Рис. 1. Этапы регистрации, запуска и первых продаж предпринимателя
Источник: составлено автором

Однако неравномерность цифровой зрелости среди предпринимателей, особенно в отдалённых муниципалитетах области, формирует технологическое неравенство, которое сдерживает рост. Для преодоления цифрового разрыва в регионе активно функционируют программы обучения через «Мой бизнес», цифровые акселераторы и грантовые конкурсы на IT-модернизацию [9].

Значимым фактором поддержки выступает инфраструктура предпринимательства. Московская область демонстрирует высокий уровень развития таких элементов, как бизнес-инкубаторы, коворкинги, центры поддержки экспорта и микрофинансовые организации. В 2024 году в регионе функционировало более 40 объектов инфраструктуры, включающих технопарки, промышленные кластеры и муниципальные агентства развития бизнеса [10]. Это обеспечивает начинающим предпринимателям доступ к консультациям, аренде помещений на льготных условиях, юридическому сопровождению и взаимодействию с инвесторами.

Среди вызовов по-прежнему актуальны кадровый дефицит и конкуренция за трудовые ресурсы. Особенно остро это ощущается в сферах строительства, логистики и промышленного производства. Молодые компании испытывают сложности с подбором квалифицированных специалистов, особенно в районах, находящихся вне агломераций. Отток кадров в Москву усиливает нагрузку на бизнес в области. В ответ на это региональные власти развивают программы дуального обучения, стажировок и создают условия для предпринимательского образования в колледжах и вузах [11]. Несмотря на действующие механизмы поддержки, такие как льготное кредитование под 3–5% годовых, программы гарантийной поддержки и региональные субсидии, значительная часть начинающих предпринимателей не имеет устойчивой кредитной истории или залогового обеспечения, что ограничивает возможности получения внешнего финансирования [5].

Отдельного внимания заслуживает административная нагрузка. Бизнес-сообщество Московской области неоднократно отмечало сложности в сфере контроля, отчётности и согласования с органами местного самоуправления. Для снижения административных барьеров реализуется проект «Регион для бизнеса», в рамках которого проводится независимая оценка качества взаимодействия предпринимателей с властями на местах [8].

Позитивную роль в стимулировании предпринимательской активности играют меры государственной поддержки. Московская область входит в число регионов, где действует обширный набор программ: гранты до 500 тыс. рублей, акселераторы для стартапов, компенсации затрат на маркетинг, выставочную деятельность и сертификацию продукции. Программа «Мой бизнес» функционирует во всех округах и оказывает сопровождение на всех этапах жизненного цикла предприятия [9]. Среди факторов роста можно выделить также активизацию предпринимательства в сельской местности и моногородах, чему способствуют программы «Сельская кооперация», поддержка фермерства, а также налоговые льготы при открытии бизнеса в приоритетных муниципалитетах. Это создаёт предпосылки для выравнивания деловой активности в пределах региона и увеличения доли самозанятости.

Формирующаяся предпринимательская экосистема Московской области сочетает финансовую, институциональную и инфраструктурную поддержку, что делает регион одной из ведущих платформ для запуска и масштабирования биз-

неса. При этом устойчивый рост возможен только при решении системных проблем: упрощении доступа к финансовым ресурсам, снижении административных рисков и развитии цифровых навыков у предпринимателей.

Развитие собственного дела на практике требует от предпринимателя не только умения организовать старт бизнеса, но и способности обеспечить его устойчивость, адаптацию к рынку и масштабирование. Московская область как динамично развивающийся регион предоставляет широкий спектр возможностей, но в то же время предъявляет высокие требования к качеству бизнес-идей, стратегии и управленческим решениям.

Одной из важнейших задач на этапе развития бизнеса является анализ рынка. Предприниматели должны детально изучать конкурентную среду, структуру спроса, демографические и поведенческие особенности потребителей. В условиях высокой плотности бизнеса в регионе (особенно в Подмосковье и близлежащих к Москве округах) простые модели ведения бизнеса, основанные на копировании, быстро теряют актуальность. Для устойчивого развития необходима чёткая уникальная ценностная модель (УЦП), которая может быть выражена в новых форматах обслуживания, персонализации предложений или гибкости логистики [6].

Серьёзным фактором роста является финансовое планирование. Предпринимателю важно не только контролировать текущие расходы, но и выстраивать систему бюджетирования, оценивать рентабельность отдельных направлений, отслеживать точку безубыточности. В Московской области доступны инструменты финансового консультирования, предлагаемые центрами «Мой бизнес», включая бесплатную оценку инвестиционных проектов и помощь в расчёте финансовой модели. Большую роль играет диверсификация источников финансирования. Помимо собственных средств и банковского кредита, предприниматели в регионе активно привлекают:

- гранты на открытие бизнеса (до 500 тыс. руб. на одного ИП);
- софинансирование проектов в рамках муниципальных программ;
- микрозаймы по ставке от 1 до 3% годовых на сумму до 5 млн руб. через областной МФО;
- инвестиции через бизнес-ангелов и краудфандинг.

На практике широкое применение получают партнёрские бизнес-модели, в том числе франчайзинг. В Московской области активно развиваются федеральные и локальные франшизы в сфере общественного питания, бытового сервиса, детского образования. Франшиза позволяет ускорить выход на рынок, минимизировать риски и воспользоваться отлаженными бизнес-процессами, однако требует строгого соблюдения условий франчайзера [11].

Ключевым направлением практического развития является масштабирование бизнеса. Это может быть как расширение географии присутствия (открытие новых точек, филиалов), так и внедрение новых товарных линеек, форматов взаимодействия с клиентами, цифровых решений. Московская область даёт широкие возможности для масштабирования благодаря развитой логистике, транспортной доступности и близости к крупным потребительским рынкам [10].

Большое значение для устойчивого развития имеет управление персоналом и построение корпоративной культуры. В регионе предприниматели часто сталкиваются с высокой текучестью кадров, особенно в массовых и низкооплачиваемых сегментах. Это требует внедрения систем мотивации, повышения прозрачности условий труда и создания лояльной команды. Использование гибких графиков, дистанционного формата, обучения и наставничества помогает снизить риски, связанные с персоналом [8]. Наконец, важным фактором является долгосрочная стратегия развития, предполагающая не просто выживание, а целенаправленное позиционирование на рынке, инвестиции в бренд, развитие клиентского сервиса и внедрение цифровых технологий.

Всё чаще предприниматели в Московской области используют методы проектного управления, элементы стратегического анализа (SWOT, PEST), CRM-системы и маркетинговую аналитику.

Организация и развитие собственного дела в условиях современной российской экономики, а особенно в Московской области, требует системного подхода, включающего как теоретические знания, так и практические навыки. Предпринимательская деятельность рассматривается не просто как форма занятости или получения прибыли, но и как важнейший элемент экономической системы региона. Малый и средний бизнес формирует конкурентную среду, создает рабочие места, способствует инновациям и территориальному развитию.

Малый бизнес занимает значимое место в экономике Российской Федерации, представляя собой один из основных источников занятости и роста валового внутреннего продукта. По состоянию на 10 января 2025 года, согласно Единому реестру субъектов МСП, общее количество предприятий составило 6,5. При этом число юридических лиц сократилось на 1,1% или на 25,820 предприятий, а число индивидуальных предпри-

нимателей (ИП) выросло на 6,6% или на 266 тысяч. Совокупно они обеспечивают около 22% ВВП страны и более 25% всех рабочих мест в экономике [6]. Тем не менее, роль малого бизнеса в России продолжает усиливаться благодаря программам государственной поддержки, упрощению административных процедур и росту цифровой инфраструктуры. Малые предприятия демонстрируют высокую гибкость, инновационность и способность быстро адаптироваться к изменениям рыночной среды, что делает их важным элементом устойчивого развития экономики.

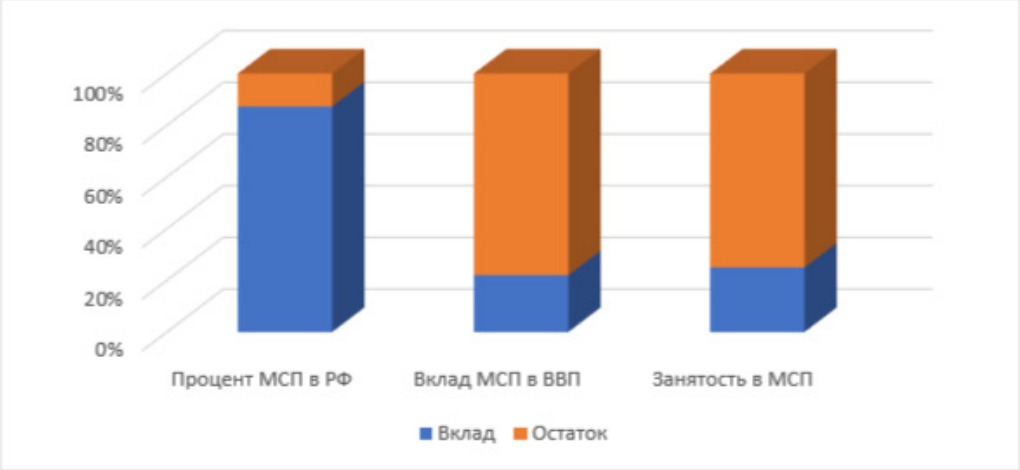


Рис. 2. Участие малого и среднего бизнеса в экономике Российской Федерации на 2025 г.
Источник: составлено авторами по данным Росстата [6]

Проведённый анализ показал, что успешное ведение бизнеса начинается с чёткой проработки идеи, корректного выбора организационно-правовой формы, грамотного бизнес-планирования и эффективного финансового управления. Московская область, благодаря развитой инфраструктуре, доступу к программам поддержки и близости к крупнейшему рынку страны — Москве, предоставляет уникальные возможности для начинающих предпринимателей. В то же время бизнес сталкивается с вызовами — высокими административными издержками, кадровым дефицитом, насыщенностью рынка и финансовыми ограничениями. Эти барьеры требуют внимательного подхода со стороны как предпринимателей, так и региональных органов власти.

Перспективы развития предпринимательства в Московской области напрямую связаны с дальнейшим совершенствованием деловой среды, расширением цифровой инфраструктуры, формированием системы непрерывного обучения и стимулированием устойчивых бизнес-моделей. В совокупности эти меры могут обеспечить устойчивый рост сектора малого бизнеса и его вклад в социально-экономическое развитие региона.

Список литературы:

[1] Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. от 01.03.2024) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 20.05.2025).

[2] Астапов К.О. Предпринимательство: теория, практика и развитие. — М.: Юрайт, 2023. — 312 с. — (Высшее образование. Бакалавриат).

[3] Шумпетер Й. Теория экономического развития. Исследование прибыли, капитала, кредита, процента и цикла. — М.: Прогресс, 2021. — 220 с.

[4] Тарасова Н.В. Институциональные основы предпринимательства // Вопросы экономики. — 2022. — № 7. — С. 103–112.

[5] О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (в ред. от 14.04.2024) // КонсультантПлюс. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_69973/ (дата обращения: 21.05.2025).

[6] Официальный сайт Правительства Московской области. Раздел «Малое и среднее предпринимательство» // Правительство МО. — URL: https://mosreg.ru/deyatelnost/malyi-i-srednii-biznes (дата обращения: 21.05.2025).

[7] Ермакова Л.В. Социальное предпринимательство: тренды и перспективы // Бизнес и общество. — 2023. — № 4. — С. 52–61.

[8] Доклад уполномоченного по защите прав предпринимателей в Московской области за 2024

год. — М.: Аппарат Уполномоченного по защите прав предпринимателей в МО, 2025. — 48 с. — URL: https://ombudsmanbizmo.ru/reports/2024.pdf (дата обращения: 22.05.2025).

[9] Портал «Мой бизнес» Московской области: цифровые сервисы, меры поддержки, акселераторы. — URL: https://мойбизнес.рф/region/moskovskaja-oblast (дата обращения: 20.05.2025).

[10] Министерство экономического развития Московской области. Государственный доклад «О развитии инфраструктуры поддержки субъектов МСП в МО в 2024 году» // Минэкономразвития МО. — URL: https://mineconom.mosreg.ru (дата обращения: 21.05.2025).

[11] Центр развития предпринимательства Московской области. Методические рекомендации по масштабированию бизнеса и использованию франчайзинга. — М.: ЦРП МО, 2023. — 36 с. — URL: https://crpmo.ru/publications/franchise-guide.pdf (дата обращения: 22.05.2025).

[12] Кокорев А.С. Маркетинг туризма//Образование и право. 2024. № 3. С. 629-634.

[13] Кокорев А.С., Зотов Е.Д. Роль цифровых технологий в современном маркетинге России // Российский научный вестник, № 3/2025. - С. 65-73.

[14] Цыпкин Ю.А., Близнюкова Т.В., Кокорев А.С. Маркетинг. Учебно-методическое пособие для практических занятий и самостоятельной работы студентов очной, очно-заочной и заочной формы обучения / Санкт-Петербург, 2024. – С. 176.

Spisok literatury:

[1] Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii (chast' pervaya) ot 30.11.1994 № 51-FZ (v red. ot 01.03.2024) // Konsul'tantPlyus: spravochno-pravovaya sistema. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (data obrashcheniya: 20.05.2025).

[2] Astapov K.O. Predprinimatel'stvo: teoriya, praktika i razvitie. — M.: Yurajt, 2023. — 312 s. — (Vysshee obrazovanie. Bakalavriat).

[3] Shumpeter J. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Issledovanie pribyli, kapitala, kredita, procenta i cikla. — M.: Progress, 2021. — 220 s.

[4] Tarasova N.V. Institucional'nye osnovy predprinimatel'stva // Voprosy ekonomiki. — 2022. — № 7. — S. 103–112.

[5] O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii: federal'nyj zakon ot 24 iyulya 2007 g. № 209-FZ (v red. ot 14.04.2024) // Konsul'tantPlyus. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_69973/ (data obrashcheniya: 21.05.2025).

[6] Oficial'nyj sajt Pravitel'stva Moskovskoj oblasti. Razdel «Maloe i srednee predprinimatel'stvo» // Pravitel'stvo MO. — URL: https://mosreg.ru/deyatelnost/malyi-i-srednii-biznes (data obrashcheniya: 21.05.2025).

[7] Ermakova L.V. Social'noe predprinimatel'stvo: trendy i perspektivy // Biznes i obshchestvo. — 2023. — № 4. — S. 52–61.

[8] Doklad upolnomochennogo po zashchite prav predprinimatelej v Moskovskoj oblasti za 2024 god. — M.: Apparat Upolnomochennogo po zashchite prav predprinimatelej v MO, 2025. — 48 s. — URL: https://ombudsmanbizmo.ru/reports/2024.pdf (data obrashcheniya: 22.05.2025).

[9] Portal «Moj biznes» Moskovskoj oblasti: cifrovye servisy, mery podderzhki, akseleratory. — URL: https://mojbiznes.rf/region/moskovskaja-oblast (data obrashcheniya: 20.05.2025).

[10] Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya Moskovskoj oblasti. Gosudarstvennyj doklad «O razvitii infrastruktury podderzhki sub"ektov MSP v MO v 2024 godu» // Minekonomrazvitiya MO. — URL: https://mineconom.mosreg.ru (data obrashcheniya: 21.05.2025).

[11] Centr razvitiya predprinimatel'stva Moskovskoj oblasti. Metodicheskie rekomendacii po masshtabirovaniyu biznesa i ispol'zovaniyu franchajzinga. — M.: CRP MO, 2023. — 36 s. — URL: https://crpmo.ru/publications/franchise-guide.pdf (data obrashcheniya: 22.05.2025).

[12] Kokorev A.S. Marketing turizma//Obrazovanie i pravo. 2024. № 3. S. 629-634.

[13] Kokorev A.S., Zotov E.D. Rol' cifrovyh tekhnologij v sovremennom marketinge Rossii // Rossijskij nauchnyj vestnik, № 3/2025. - S. 65-73.

[14] Cypkin Yu.A., Bliznyukova T.V., Kokorev A.S. Marketing. Uchebno-metodicheskoe posobie dlya prakticheskih zanyatij i samostoyatel'noj raboty studentov ochnoj, ochno-zaochnoj i zaochnoj formy obucheniya / Sankt-Peterburg, 2024. – S. 176.