

УДК 338.242
ББК 65.9(2Рос)09
JEL D29, E62, G28, H32, M21, O38

Российское предпринимательство: текущее состояние и перспективы развития в условиях санкций

Хойхина Софья Ильинична, студент кафедры экономики, Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
Адрес: 199178, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Средний просп. В.О., 57/43
E-mail: skhoykhina-19@edu.ranepa.ru

Научный руководитель: **Версоцкий Роман Реонадович**, старший преподаватель кафедры экономики, Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
Адрес: 199178, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Средний просп. В.О., 57/43
Адрес: Средний пр. В.О. д. 57/43, Санкт-Петербург, Россия, 199178
E-mail: versotskiy-rr@ranepa.ru

Аннотация: Малый и средний бизнес является важной частью экономики России и играет значительную роль в создании рабочих мест и развитии инноваций. Однако в условиях пандемии COVID-19 и экономических санкций, предприниматели столкнулись с рядом трудностей. В статье исследуется роль современного малого и среднего предпринимательства в экономике России, анализируя статистические данные, а также проблемы и перспективы развития данного сектора в новой реальности. Рассмотрено влияние вводимых санкций на деятельность российских предприятий. В работе проанализированы современные меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, проблемы налогообложения и доступа к финансовым ресурсам, а также возможности для улучшения инвестиционного климата и стимулирования предпринимательской активности, влияющие на экономический рост и инновационное развитие страны и отечественного бизнеса. Предложены процессы внедрения цифровых технологий в различные аспекты бизнеса для повышения его эффективности и конкурентоспособности. Определены перспективные направления для создания новых малых и средних предприятий и особенности ведения предпринимательской деятельности в условиях беспрецедентного санкционного давления.

Ключевые слова: бизнес; экономика; государство; новая реальность; цифровые технологии; санкции.

Russian entrepreneurship: current state and development prospects under sanctions

Sofya I. Khoykhina, student of the Department of Economics, North-West Institute of Management – branch of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation
Address: 199178, Srednii prosp. V.O., Saint Petersburg, Russian Federation
E-mail: skhoykhina-19@edu.ranepa.ru

Supervisor: **Roman R. Versotsky**, senior lecturer of the Department of Economics, North-West Institute of Management – branch of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation
Address: 199178, Srednii prosp. V.O., Saint Petersburg, Russian Federation
E-mail: versotskiy-rr@ranepa.ru

Abstract: Small and medium-sized businesses are an important part of the Russian economy and play a significant role in creating jobs and developing innovations. However, in the

context of the COVID-19 pandemic and economic sanctions, entrepreneurs faced a number of difficulties. The article examines the role of modern small and medium-sized businesses in the Russian economy, analyzing statistics, as well as the problems and prospects for the development of this sector in a new reality. The impact of the imposed sanctions on the activities of Russian enterprises was considered. The work analyzed the latest measures of state support for small and medium-sized businesses in the Russian Federation, problems of taxation and access to financial resources, as well as opportunities to improve the investment climate and stimulate entrepreneurial activity, affecting the economic growth and innovative development of the country and domestic business. The processes of introducing digital technologies into various aspects of the business are proposed to increase its efficiency and competitiveness. Promising directions for the creation of new small and medium-sized enterprises have been identified and the peculiarities of doing business in the context of unprecedented sanctions pressure.

Keywords: business; economy; state; new reality; digital technologies; sanctions.

Введение

Внимание всего мира сейчас приковано к событиям происходящим в политической сфере. Каждый день мы получаем информацию о новых санкциях, введённых руководством стран Запада во главе с США против нашей страны. Из-за негативного влияния этих мер на экономику России многие отечественные работодатели оказались в сложной ситуации и были вынуждены откорректировать планы работы возглавляемых ими предприятий и дальнейших действий, направленных на повышение устойчивости компаний. Серьёзно изменились и потребительские предпочтения за этот период. Кризис, вызванный санкциями, ожидаемо вынудил большую часть россиян сократить расходы. В этой связи следует упомянуть и продолжающуюся пандемию COVID-19, которая вынудила многих бизнесменов изменить подход к своей деятельности, а некоторых и вовсе закрыть свой бизнес. Сокращение штатного состава, торговых точек и т.д., такие процессы продолжаются и в настоящее время. В статье рассмотрено, каковы же перспективы российского малого и среднего предпринимательства (МСП) и какие меры необходимо принять для его поддержки и успешного развития.

Материалы и методы

Регулирование деятельности и меры по поддержке малого и среднего предпринимательства определяются Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

В статье 6 данного закона говорится об основных целях и принципах государственной политики в отношении МСП:

«2. Основными целями государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:

1) развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в целях формирования конкурентной среды в экономике Российской Федерации;

2) обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) обеспечение конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства;

4) оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок Российской Федерации и рынки иностранных государств;

5) увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) обеспечение занятости населения и увеличение самозанятости;

7) рост доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта;

8) увеличение доли уплаченных субъектами малого и среднего предпринимательства налогов в налоговых доходах федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов» [1].

Тем не менее, научная литература до настоящего времени не содержит однозначного определения понятия «государственное регулирование предпринимательской деятельности». Преимущественно, данное понятие формулируется исследователями-юристами, специализирующимися в области теории и конституционного права, а также коммерческого права. Вот как определяет это понятие И.А. Смагин: «Под государственным регулированием предпринимательской деятельности следует понимать деятельность государства, которая представлена его органами и направлена на реализацию государственной политики в области экономической политики предпринимательской деятельности» [7]. В.П. Савелов дает следующее определение: «Государственное управление предпринимательской деятельностью – влияние государства на условия работы торговых структур с целью обеспечения устойчивости экономического развития страны» [6].

Результаты

Для эффективного управления бизнесом требуется обеспечить комфортные внешние условия. Одной из ключевых задач Правительства Российской Федерации, а также региональных и муниципальных органов власти, является формирование благоприятных условий для стимулирования развития предпринимательства.

Поддержка предпринимательства со стороны государства предполагает осознанное создание экономических и правовых условий, а также предоставление стимулов, направленных на поощрение развития бизнеса и привлечение материальных и финансовых ресурсов в эту сферу на специальных условиях.

Степень развитости малого и среднего бизнеса зависит от общего состояния экономики государства и от роли в ней крупных компаний. Некоторые международные компании ушли с российского рынка, а многие приостановили свою деятельность на территории нашей страны. Нарушение логистических связей с Европейскими поставщиками и потребителями оставило многих отечественных предпринимателей у «разбитого корыта». К примеру, предприниматели в сфере торговли, бизнес которых связан с приобретением и продажей косметики – пострадали достаточно серьезно. Сейчас некоторые поставки остановлены, на фоне возникшего ажиотажного спроса, иногда переходящего в панику, произошла скупка товаров и создание «стратегического запаса», в соответствии с финансовыми возможностями потребителя, но его хватит на пару месяцев. Есть поставщики, которые включились в схему параллельного импорта, но данная технология имеет помимо плюсов, и ряд минусов – увеличивается логистическая цепочка, а значит, что для конечного потребителя увеличивается цена продукта, что негативно влияет и на продавца, и на потребителя.

Предпринимателям стоит обратить внимание на то, что на выбор человека влияют не только предпочтения, но и ограничение бюджетом, что немаловажно. Из-за введенных санкций рынок претерпел значительные изменения. Недостаточный объем предложения товаров привёл к «потребительскому дефициту». Потребители начинают экономить на фоне общего снижения доходов, роста цен.

Обсуждение

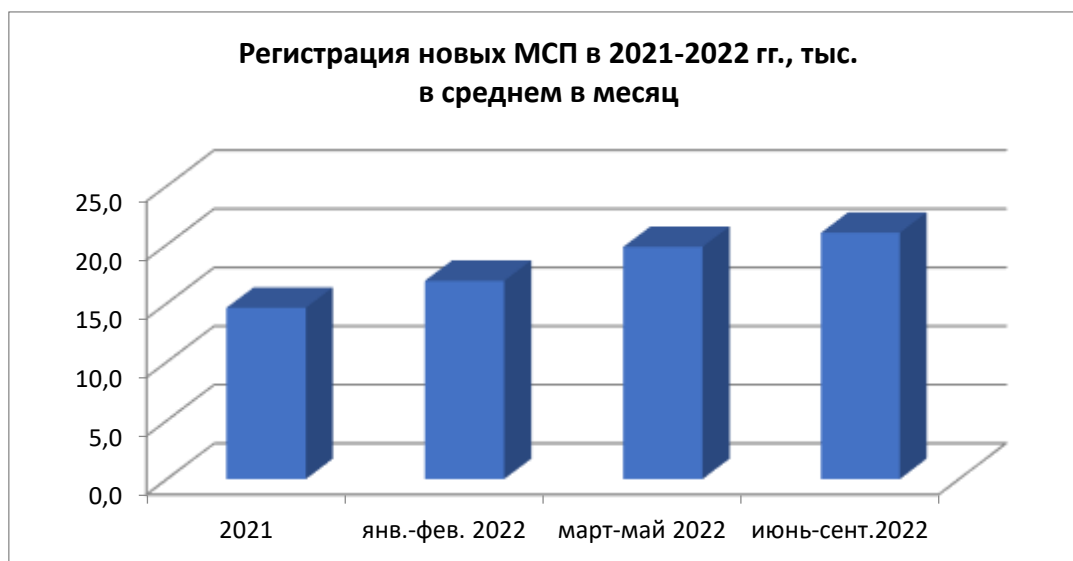
Текущее санкционное давление и антироссийская политика многих стран не только сдерживают развитие отечественного бизнеса на международном уровне, но и приводят к изменениям в российском законодательстве:

- С 11 января 2022 года Банк России вправе устанавливать требования к операционной надежности при оказании финансовых услуг кредитными и иными финансовыми организациями.

- С 1 января 2022 года IT-гиганты должны были создать филиал, открыть представительство или учредить юридическое лицо в РФ.
- С 1 января 2022 года для юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и нотариусов изготавливать квалифицированную электронную подпись может только ФНС РФ. С 1 марта 2022 года компании и ИП обязаны будут применять машиночитаемые доверенности для использования сотрудниками, действующими по доверенности, в электронном документообороте.
- С 1 сентября 2022 года перенесено вступление в силу положений закона о возможности сбора и обработки биометрических персональных данных в частных системах.
- С 1 сентября 2022 года в РФ внедрена единая система маркировки рекламы, ее созданием и ведением займется Роскомнадзор.

К ноябрю 2022 года Российская экономика находилась в периоде сложной экономической трансформации, которая оказывала разнонаправленное воздействие на малые и средние предприятия (МСП). Успешное функционирование МСП, которые в настоящее время обеспечивают около 40% общего оборота и занятых в стране, будет иметь важное значение для скорости адаптации российской экономики. Более того, в условиях санкционного давления на крупные российские компании роль МСП в социально-экономическом развитии будет продолжать расти.

Официальная статистика показывает, что несмотря на санкционное давление и ухудшение экономической ситуации, развитие частных предпринимательских инициатив в России продолжается наращиваться. Среднее количество МСП, которые регистрировались каждый месяц, с марта по сентябрь 2022 года, увеличилось на 20% по сравнению с первыми двумя месяцами этого года и на 39% по сравнению со средним показателем 2021 года.



*Рис. 1. / Fig. 1. Регистрация новых МСП в 2021-2022 гг., тыс. в среднем в месяц /
Registration of new SMEs in 2021-2022, thousand on average per month*

Источник: рассчитано по данным федеральной налоговой службы Российской Федерации [19]

Следует отметить и снижение административной нагрузки на малый бизнес – результат совместной работы Минэкономразвития и корпорации МСП [14].

Вводимые поправки направлены на следующие аспекты:

- Уменьшение размера штрафов для малых предприятий, приравняв их по размеру к ИП.
- Не штрафовать одновременно должностное и юридическое лицо в том случае, если виноват только работник.

- Не суммировать штрафные санкции в рамках одной проверки. Одна проверка - одна санкция.

Данные меры должны, по мнению разработчиков, существенно помочь субъектам малого и среднего бизнеса нашей страны укрепить своё положение на рынке и нарастить конкурентные преимущества

Уход международных компаний с российского рынка также предоставляет уникальную возможность, для развития отечественного бизнеса, развития внутреннего рынка нашей страны, к примеру, по таким направлениям, как: бытовая химия, одежда, обувь, товары для дома, внутренний туризм и т.д. Государство поддерживает данные направления достаточно активно.

Власти объявили о дополнительных мерах, направленных на поддержку российской экономики:

1. В течение трех лет, все IT компании в России будут освобождены от уплаты налога на прибыль, а их сотрудникам будет предоставлена возможность получить льготные условия для ипотеки и отсрочки от призыва на военную службу;

2. Сохранение льготного кредитования малого и среднего бизнеса ФОРТ 3.0 для сохранения занятости;

3. До конца текущего года плановые проверки малого и среднего бизнеса будут приостановлены;

4. Государственные органы получают право на продление сроков уплаты налогов как на федеральном, так и на региональном уровне.

Государство активно поддерживает молодых предпринимателей (до 25 лет). После открытия своего дела такие предприниматели смогут получить грант от 100 до 500 тыс. руб., а если бизнес ведётся в арктической зоне – до 1 млн. руб. Также существенно облегчается регистрация предприятия. Зарегистрировать бизнес в России теперь можно онлайн за один день, сообщает ФНС России [19].

Пострадавшие от санкций предприятия могут претендовать на кредитные каникулы, также льготные кредиты для малого и среднего бизнеса под 4,5% и 3% соответственно. Деньги можно будет направить на закупку оборудования, капремонт производственных помещений или запуск новых производств. Размер кредита: для микропредприятия – до 200 млн. руб.; для среднего бизнеса – до 500 млн. руб.; для среднего – до 1 млрд. руб. [19] Льготная программа будет действовать 3 года, кредит можно взять на 10 лет. Льготная ставка будет действовать 5 лет. В приоритетном порядке компании в сфере логистики и гостиничного бизнеса, сфера услуг. Для получения такого кредита предприятие должно соответствовать следующим критериям:

1. Состоять в Едином реестре субъектов малого и среднего бизнеса;
2. Не проходить процедуру банкротства; не иметь задолженностей по зарплате сотрудникам;
3. Бизнес должен быть зарегистрирован на территории России;
4. Сфера вашего бизнеса признана пострадавшей.

При выполнении этих условий предпринимателям необходимо подготовить пакет документов, которые соответствуют критериям госпрограммы и обратиться в банки – партнёры Корпорации МСП (ПАО Сбербанк; ПАО ВТБ; ПАО Промсвязьбанк) [17], дождаться одобрения и получить кредит.

С целью поощрения предпринимательской активности и сокращения налоговой нагрузки на работодателей предлагается снизить страховые взносы для всех предпринимателей до уровня 12-15% от всей суммы оплаты труда. Опыт, полученный во время пандемии, показал, что уменьшение ставок не приводит к снижению доходов Пенсионного фонда России (ПФР), а, наоборот, они увеличиваются. В результате снижения страховых взносов, работодатели стали платить зарплату официально, а не в "конвертах", что привело к росту налогооблагаемой базы: количество предпринимателей, начавших уплачивать взносы, компенсировало снижение ставок.

Изучив результаты опросов, проведённых среди представителей малого и среднего бизнеса, можно сделать вывод, что порядка 45% из них считают наиболее эффективной мерой поддержки в текущей ситуации отсрочку по налогам, 16,5% одобрили введение льготных кредитов, а 14,4% – поддержали мораторий на плановые проверки. В то же время 23,2% бизнесменов не считают полезной ни одну из принятых мер¹.

В России есть вполне сформировавшаяся инфраструктура и желание делать новый продукт, что позволяет всей системе сегодня работать, а предпринимателям и даже существующим банкам – открывать новые возможности для продуктов и новых идей.

Нужно понимать, что двигатель экономики – это спрос. Спрос в нынешнее время растёт, из-за ухода зарубежных компаний. Но не стоит браться за те проекты, в которых не разбираешься, с длинным сроком окупаемости, у которых большие риски.

За первые четыре месяца 2023 года количество новых предпринимателей, зарегистрированных в сфере информационных технологий, увеличилось на 17% по сравнению с аналогичным периодом в 2022 году. В целом отрасль информационных технологий продолжает оставаться лидером в этом показателе, поскольку в течение указанного периода было создано более тысячи новых компаний, включая индивидуальных предпринимателей и организации с ограниченной ответственностью. Эти данные были опубликованы в исследовании, проведенном компанией «Деловая среда» и медиахолдингом Rambler&Co в конце мая 2023 года [16].

По рейтингу городов с наибольшим числом предпринимателей, начавших бизнес в сфере информационных технологий, Москва занимает первое место. В этом городе также сосредоточено 57% предпринимателей старше 35 лет. На втором месте находится Санкт-Петербург, а за ним следуют Московская и Ленинградская области, а также Краснодарский край, где доля молодых предпринимателей самая высокая – 59%. Большинство новых ИТ-компаний создают мужчины, их доля составляет 77%, в то время как женщины составляют 23% [16]. Среди ключевых мотивов для запуска нового бизнеса в данной сфере 16% участников исследования указали потребность страны в качественном и безопасном программном обеспечении.

Изучив мнения специалистов, можно выделить четыре базовые стратегии для бизнеса в условиях новой реальности:

1. Удерживать тот уровень, который есть на данный;
2. Сокращать издержки;
3. Переводить часть предприятия в краудсорсинг;
4. Внедрение инноваций (импортозамещение).

Есть технология вывода продукции на рынок за относительно короткий срок – это формирование собственной клиентской базы.

CRM – система управления взаимоотношения с клиентами, автоматизирует взаимодействия с заказчиками, оптимизация маркетинга и следствие введение системы – улучшение обслуживания клиентов.

Преимущества CRM системы:

- Существенно ускоряется процесс обработки и анализа данных [8].
- Вводится электронный документооборот.
- Конкурентное преимущество на рынке.

Технология влияет на срок вывода продукции на рынок за счет улучшения контактов с поставщиками и клиентами. Так, данная технология улучшает эффективность производственного процесса.

Разнообразие форм поддержки для IT сферы вполне обоснованно, поскольку по данным маркетинговых исследований, доля продаж через интернет на маркетплейсах демонстрирует устойчивый рост последние два года, примером может послужить: OZON –

¹ Составлено автором на основании данных Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. URL: <https://rspp.ru/> (Дата обращения: 25.05.2023)]

российский интернет-магазин, предоставляющий на данный момент – широчайший ассортимент товаров и услуг. В 2022 году компания демонстрирует существенный рост оборота (по некоторым данным до 80% по отношению к прошлому году) [13].

У Ozon существует потенциал для увеличения своей доли на рынке электронной коммерции в России с текущих 6% до 27% к 2025 году, а также для достижения 6% на общем розничном рынке [15]. Однако на данный момент оценить, какие затраты понадобятся компании для достижения такого роста, затруднительно.

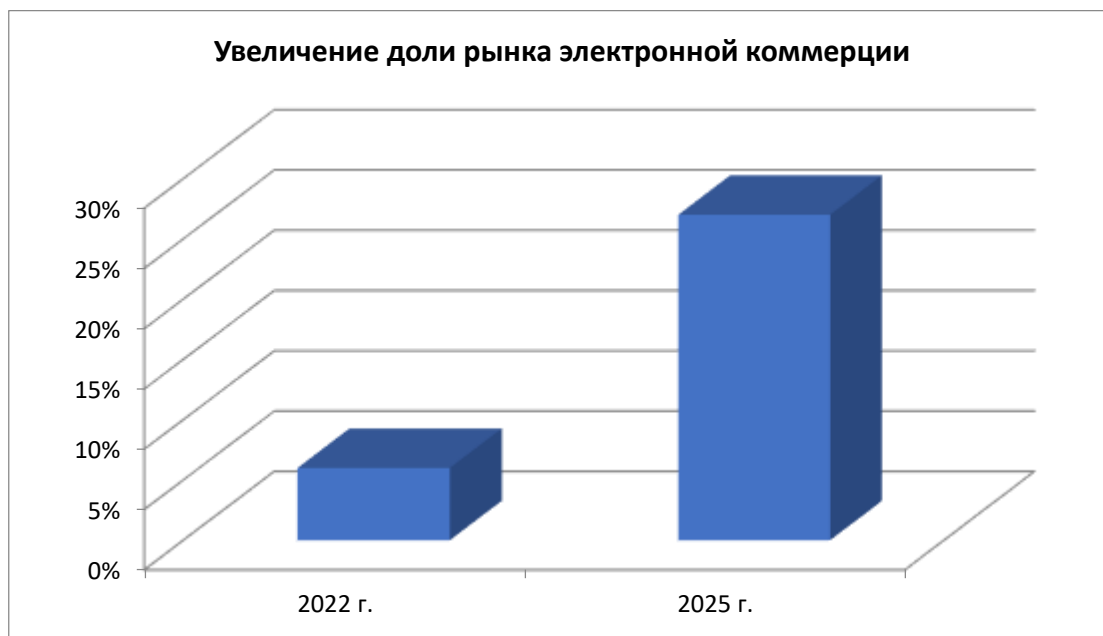


Рис. 2. / Fig. 2. Увеличение доли рынка электронной коммерции /
Increasing e-commerce market share

Источник: составлено автором на основании данных аналитической компании Data Insight [15]

Для улучшения своей деятельности компании нужно будет расширить сеть складов и увеличить свою географическую присутствие. FBO (Fulfillment by Ozon) - это модель, при которой продажи осуществляются через склад Ozon. В этом случае продавцы поставляют свои товары на склад Ozon, где они хранятся до момента заказа клиентом. Когда заказ поступает, сотрудники склада берут на себя обработку и комплектацию заказа, после чего отправляют его клиенту.

Маркетплейс сейчас доставляет товары из-за рубежа, что облегчает логистику для многих предпринимателей. И есть все основания полагать, что рынок e-commerce будет расти и дальше. Маркетплейс – онлайн-площадка, на которой встречаются два контрагента. Один из них хочет купить товар или услугу, а другой – продать. Обладая современным технологическим функционалом, маркетплейс предоставляет участникам сделки ряд возможностей:

- Компания может представить свой товар существенно большей аудитории.
- Потребитель изучает ассортимент товаров онлайн, не выходя из дома.
- Можно сразу заключить договор (купли-продажи или оказания услуг).
- Продавец может рассчитаться с клиентом используя различные платежные сервисы.

Основное преимущество маркетплейс модели заключается в возможности приобретения всего необходимого в одном месте, что позволяет экономить время потребителей, у которых оно постоянно уменьшается. Развитие российских маркетплейсов расширяет возможности для жителей России.

Как в период пандемии, так и в условиях введения санкций, люди все чаще предпочитают онлайн-покупки, и маркетплейсы получают новый импульс для развития своих сервисов. Крупные маркетплейсы, испытывая количественный рост, также претерпевают качественные изменения в своих сервисах. Темпы увеличения количества заказов увеличились на 65% [16]. В 2022 году российский рынок электронной коммерции продемонстрировал выдающуюся динамику в сфере заказов, и он вошел в топ-тройку лучших лет. Основной вклад в рост числа заказов в 2022 году внесли крупные универсальные онлайн-рынки: во второй половине года их доля в общем объеме заказов достигла 73% [16], впервые превысив половину общего объема продаж. В настоящее время мы наблюдаем несколько ключевых тенденций в развитии российских онлайн-площадок: появление новых финансовых услуг, значительное расширение ассортимента товаров, развитие направления B2B, активное привлечение малых бизнесов и улучшение логистических процессов.

Перспективные направления работы для малого и среднего предпринимательства в данной сфере:

- Расширение ассортимента товаров на маркетплейсах.
- Увеличение количества пунктов выдачи заказов.
- Развитие бизнеса, связанного с логистикой.

Выводы

В целом можно сказать, что малый и средний бизнес в России продолжит свое существование, государство сейчас активно поддерживает предпринимателей. Наиболее пострадавшей отраслью является сфера обслуживания, которая составляет весомую часть расходов российского потребителя. Предпринимателям стоит обратить внимание, что на выбор человека влияют не только предпочтения, но и бюджетные ограничения, что немало важно. Рынок претерпел значительные изменения, в новой реальности достаточно много сфер для развития/открытия бизнеса по производству и реализации нового продукта, замещения импортных товаров. В современных условиях Россия находится на этапе формирования культуры потребления. Предприниматели расширяют и адаптируют свой ассортимент в соответствии с предпочтениями и пожеланиями потребителей. Главная цель предпринимательского сообщества нашей страны – выход экономики России на показатели устойчивого экономического роста.

Литература

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ // Правовая база «Консультант» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.
2. Гетманова А.В. Эффективность и перспектива развития CRM-систем в экономике // ФЭН наука. 2014. – № 4 (31). – С. 9. – EDN SBDNWR. – ISSN: 2224-1744. – eISSN: 2226-3292.
3. Дмитриева Е.О., Архипов П.А. Теоретические основы и системы мер государственного регулирования сектора МСП в РФ // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». – 2021. – Т. 4, № 1. – С. 69. – EDN DQBHRM. – eISSN: 2658-4964.
4. Ершова И.В. Малое и среднее предпринимательство: трансформация российской системы кредитования и микрофинансирования // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2018. – № 1. – С. 99-124. DOI 10.17072/1995-4190-2018-39-99-124. – EDN YVIBKK. – ISSN: 1995-4190. – eISSN: 2658-7106
5. Зиновкина А.В. Филимонова Е.А. Внедрение CRM-программ в систему развития компаний // Вопросы экономики и финансов современное состояние актуальных проблем: Материалы Региональной научно-практической конференции, Калуга, 24 апреля 2019 года. – Калуга: АКФ «Политоп», 2020. – С. 62-68. – EDN VFEJFD. – ISBN: 978-5-93821-265-7.
6. Савелов В.П. Российское предпринимательское право // М.: МИЭМП. 2004. – 360 с.

7. Смагина И.А. Предпринимательское право // М.: Омега-Л. 2007. – 286 с.
8. Ускенбаева, Р.К., Булегенов Д.А. CRM система как необходимый компонент успешного бизнеса // Молодой ученый. – 2016. – № 10(114). – С. 101-105. – EDN WAOANF. – ISSN: 2072-0297. – eISSN: 2077-8295
9. Фридеман В. Нердингер. Ориентация на клиента. Современная практика работы с клиентами. - М.: Гуманитарный центр, 2014. – 180 с. – ISBN: 966-8324-08-0.
10. Чиркова Ю.Р. Управление трудовой мотивацией персонала: современные механизмы и методы изучения // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2020. – № 6(37). – С. 62-74. – EDN GODELL. – eISSN: 2409-7179.
11. Шкрабалюк А.А. Мотивация персонала: сущность и значение как функции управления персоналом // Молодой ученый. – 2021. – № 5(347). – С. 297-301. – EDN TXRDBJ. – ISSN: 2072-0297. – eISSN: 2077-8295.
12. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru/> (дата обращения: 01.12.2022).
13. Официальный сайт OZON [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ozon.ru/> (дата обращения: 20.05.2023).
14. Официальный сайт государственной платформы поддержки предпринимателей [Электронный ресурс]. URL: <https://мсп.пф/> (дата обращения: 20.05.2023).
15. Официальный сайт исследовательского агентства Data Insight [Электронный ресурс]. URL: (дата обращения: <https://www.tadviser.ru/> 27.05.2023).
16. Официальный сайт медиахолдинга Rambler&Co [Электронный ресурс]. URL: (дата обращения: <https://rambler-co.ru/news/550> 27.05.2023).
17. Официальный сайт ПАО «Сбербанк» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sberbank.ru/ru/person> (дата обращения: 20.05.2023).
18. Официальный сайт федеральной государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 20.05.2023).
19. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn78/> (дата обращения: 20.05.2023).

Reference

1. Federal Law «On the Development of Small and Medium-Sized Businesses in the Russian Federation» dated 24.07.2007 N 209-FZ. Legal Framework «Consultant» [Electronic Resource]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.
2. Getmanova A.V. Efficiency and perspective of CRM systems development in economics. *FEN science*. 2014;4(31):9. EDN SBDNWR. ISSN: 2224-1744. eISSN: 2226-3292.
3. Dmitrieva E.O., Arkhipov P.A. Theoretical foundations and systems of public regulation of the SME sector in the Russian Federation. *Scientific and educational journal for students and teachers «StudNet»*. 2021;4(1):69. EDN DQBHRM. eISSN: 2658-4964.
4. Ershova I.V. Small and medium-sized enterprises: transformation of the Russian credit and microfinance system. *Bulletin of Perm University. Legal sciences*. 2018;1:99-124. DOI 10.17072/1995-4190-2018-39-99-124. EDN YVIBKK. ISSN: 1995-4190. eISSN: 2658-7106.
5. Zinovkina A.V., Filimonova E.A. Introduction of CRM programs into the company development system. *Questions of economics and finance, current state of current problems: Materials of the Regional Scientific and Practical Conference, Kaluga, April 24, 2019*. Kaluga: ACF «Politop», 2020:62-68. EDN VFEJFD. ISBN: 978-5-93821-265-7.
6. Savelov V.P. *Russian business law*. М.: MIEMP. 2004:360.
7. Смагина И.А. *Entrepreneurial law*. М.: Омега-Л. 2007:286.
8. Uskenbaeva R.K., Bulegenov D.A. CRM system as a necessary component of successful business. *Young scientist*. 2016;10(114):101-105. EDN WAOANF. ISSN: 2072-0297. eISSN: 2077-8295
9. Friedeman W. Nerdinger. *Customer orientation. Modern customer experience*. М.: Humanitarian Center, 2014:180 с. ISBN: 966-8324-08-0.

10. Chirkova Yu.R. Management of labor motivation of personnel: modern mechanisms and methods of study. *Russian science and education today: problems and prospects*. 2020;6(37):62-74. EDN GODELL. eISSN: 2409-7179.
11. Shkrabalyuk A.A. Personnel motivation: essence and meaning as functions of personnel management. *Young scientist*. 2021;5(347):297-301. EDN TXRDBJ. ISSN: 2072-0297. eISSN: 2077-8295.
12. Official Internet portal of legal information [Electronic resource]. URL: <http://pravo.gov.ru/> (accessed date: 01.12.2022).
13. Official OZON [Electronic Resource] website. URL: <https://www.ozon.ru/> (accessed date: 20.05.2023).
14. Official website of the state platform for supporting entrepreneurs [Electronic resource]. URL: <https://mcp.pф/> (accessed date: 20.05.2023).
15. The official website of the research agency Data Insight [Electronic Resource]. URL: (accessed date: <https://www.tadviser.ru/> 27.05.2023).
16. The official website of the Rambler & Co media holding [Electronic Resource]. URL: (Accessed on: <https://rambler-co.ru/news/550> 27.05.2023).
17. Official website of Sberbank PJSC [Electronic Resource]. URL: <http://www.sberbank.ru/ru/person> (accessed date: 20.05.2023).
18. Official website of federal state statistics [Electronic resource]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (accessed date: 20.05.2023).
19. Official website of the Federal Tax Service [Electronic Resource]. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn78/> (accessed date: 20.05.2023).