

УДК – 334.02:338.22

Т.А. СТЕПАНОВА, к.э.н., доцент,

А.С. КВИЛИНСКИЙ,

О.В. СЮЗЯЕВА,

Донецкий национальный технический университет.

ФОРМИРОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ КЛАСТЕРА

Малый бизнес в национальной экономике в настоящее время не занимает место стабилизирующего сегмента, каким он является в странах с развитой экономикой. Основу экономики Украины формируют субъекты крупного и среднего бизнеса. Малому предпринимательству уделяется определенное внимание, однако недостаточное для того, чтобы сделать эту сферу общественного производства достаточно заметной в общих результатах функционирования национальной экономики как в экономическом, так и в социальном плане.

Следует отметить, что в большинстве развитых стран малые предприятия обеспечивают существенные стабильные поступления в бюджеты всех уровней и предоставляют рабочие места для трудоспособного населения, а также позволяют эффективно использовать незадействованные ресурсы.

В этом плане весьма актуальной является проблема формирования возможностей для малого бизнеса и их эффективной реализации в экономике отдельных регионов, отраслей и государства в целом, а также обеспечения эффективного соединения государственных и ре-

гиональных интересов с частными интересами предпринимателей.

Все субъекты хозяйствования представляют собой систему национальной экономики и как множество ее элементов находятся в определенных взаимоотношениях и связях друг с другом, взаимодействуют с внешней средой и влияют на нее по принципу обратной связи. Малые предприятия позволяют укрепить целостность системы, обеспечить ее устойчивость, поскольку занимают ниши, в которых не работают более крупные субъекты хозяйствования.

Если проанализировать статистические данные Государственного комитета статистики Украины относительно развития малого бизнеса в стране, а именно динамику доли продукции малых предприятий в общем объеме реализованной продукции (работ, услуг), то можно отметить тенденцию снижения этого показателя, начиная с 2006 года, с некоторыми колебаниями как в сторону повышения, так и понижения (табл.1).

Таблица 1

Доля продукции малых предприятий в общем объеме реализованной продукции (работ, услуг) [1, 312-313]

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
% к общему объему реализованной продукции (объемауслуг)	8,1	7,1	6,7	6,6	5,3	5,5	18,8	18,1	16,3	16,6
Объем реализованной продукции (работ, услуг) малых предприятий (млн.грн.)	43810,1	47165,7	49394,2	65202,1	74363,5	82936,7	357252,6	436247,8	492378,7	455431,2

© Т.А. Степанова, А.С. Квилинский,
О.В. Сюзьева, 2011

В определенной степени это обусловлено тем, что в 2006 году было уточнено определение предприятий, которые относятся к малым предприятиям. Так, до 2006 года к малым предприятиям (по Хозяйственному кодексу) относили предприятия со среднесписочной численностью, не превышающей 50 работающих за отчетный год и с объемом валового дохода, эквивалентным пятистам тысячам евро по среднегодовому курсу Национального банка Украины [2, 248]. После 2006 года последний критерий был увеличен до семидесяти миллионов гривен [3, 48]. Если ориентироваться на критерии Хозяйственного кодекса в более ранней редакции, показатель доли малого предпринимательства в 2006 году составил бы 4,8% [4, 181] и далее был бы примерно на том же уровне.

Для сравнения: участие малого бизнеса в объемах реализации в странах ЕС составляет 63-67%, в США – 52-55%, а в Японии – около 80% [2, 250]. Малые предприятия создают большую часть рабочих мест в такой стране, как США, где на них заняты 99,7% всех работников [5, 14]. Почти три четверти предприятий США являются организациями, в которых работает только один человек, и они приносят прибыль в размере 580 млрд. долларов [5, 13].

Таким образом, для достижения заметных результатов в экономическом и социальном плане необходимо создавать условия для развития субъектов хозяйствования, относящихся к малому бизнесу.

Решению проблем малого предпринимательства посвящено множество научных трудов, в которых рассмотрены отдельные аспекты данных проблем. Так, вопросы развития и функционирования малого бизнеса с точки зрения регуляторной политики осветил в своих работах В.Ляшенко [6]. Отдельные вопросы долгосрочного характера развития предприятий в рамках стратегического менеджмента рассматривали также Ансофф И. [7], Варналий З. [8], Клейнер Г. [9], Минцберг Г. [10], Портер М. [11], Стрикленд А. [12], Хобта В. [13] и другие ученые и практики. Вместе с тем, в проведенных исследованиях не нашли отражения вопросы формирования возможностей для развития субъектов малого предпринимательства. В частности, не рассматривались мотивационные аспекты создания кластеров, влияющие на выбор стратегических направлений деятельности каждого из субъектов хозяй-

ствования в таком объединении, а также вопросы, касающиеся усиления суммарных возможностей (синергии) путем гармонизации интересов всех участников кластера в процессе своей деятельности.

Исходя из этого, целью настоящей статьи является определение условий создания эффективных кластеров, позволяющих реализовать синергетический эффект.

В настоящее время в украинской экономике кластеризация еще не нашла должного применения. Вместе с тем, для достижения субъектами хозяйствования стратегической гибкости своей деятельности, которая позволяет быстро и адекватно реагировать на изменения внешней среды, может использоваться объединение субъектов хозяйствования для достижения различных целей – кластер.

Формирование возможностей в рамках кластера и эффективного их использования в процессе реализации стратегии осуществляется на основе использования преимуществ соединения прескриптивного и дескриптивного подхода. В этом случае нестабильность внешней среды в определенной степени компенсируется устойчивостью экономического микроклимата кластера и возможностями использования ресурсов других участников кластера, а высокий уровень мотивации, генерируемый деловой активностью субъектов предпринимательской деятельности, позволяет обеспечить стабильность функционирования объединения.

Как известно, кластер (от англ. cluster – скопление) представляет собой сеть взаимосвязанных субъектов производственно-коммерческого объединения, включающую в себя производителей, поставщиков, потребителей, элементы промышленной инфраструктуры, исследовательские институты, которые эффективно взаимосвязаны в процессе создания добавленной стоимости. Данная формулировка и подход к созданию кластеров учитывают достижение положительных синергетических эффектов региональной агломерации за счет близости производителя и потребителя, кооперации, специализации; сетевые эффекты и ускоренную диффузию знаний за счет выделения наиболее перспективных направлений и сфер деятельности. При этом между видами и секторами деятельности отсутствуют четкие границы, и весь процесс взаимодействия и объединения субъектов предпринимательства рассматривается во взаимосвязи, взаимозависимости и взаимодействии. Характерной осо-

бенностью такого объединения является возможность получения максимальной выгоды в виде прибыли (или другого положительного результата деятельности) каждым участником процесса кластеризации, а также существенное снижение рисков.

Наиболее глубокое определение кластеру дано М. Портером, который рассматривает «кластер как группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Территориальный охват кластера может варьироваться от групп производства одного города или штата (региона) до страны или даже нескольких соседствующих стран. Кластеры имеют различную форму в зависимости от своей глубины и сложности, но большинство включает в себя: компании «готового продукта» или сервиса; поставщиков специализированных факторов производства, комплектующих изделий, механизмов, сервисных услуг; финансовые институты, фирмы в сопутствующих отраслях ... правительственные структуры, оказывающие существенное влияние на кластер, могут рассматриваться как его часть» [14, 215].

В отечественном законодательстве такая структура, как кластер специально не рассматривается, но ее можно отнести к одному из видов хозяйственного объединения, которое согласно ч.2 ст.119 Хозяйственного кодекса Украины, определяется как «объединение предприятий, образованное по инициативе предприятий, независимо от их вида, которые на добровольных началах объединили свою деятельность» [3, 87]. Вместе с тем, нельзя не отметить, что такое сотрудничество субъектов малого предпринимательства несет в себе возможную опасность частичной или полной утраты самостоятельности (ограниченность возможности принятия самостоятельных хозяйственных решений, которые касаются линии поведения на рынке, освоения новых товаров, новых технологий, выбора партнеров и т.д.). Это является весьма рискованным для малого предприятия. Основное отличие кластера от объединения и преимущество состоит в том, что первый представляет собой ситуативно, но осознанно сложившуюся совокупность субъектов хозяйствования при определенных оптимальных для каждого субъекта условиях его функционирования и развития. В таком объединении за счет усилий каждого субъекта хо-

зяйствования в кластере, направленных на достижение единой цели, кроме кумулятивного эффекта, достигается также и синергетический, как и в классических объединениях.

Если рассматривать мировой опыт кластерного развития, то сегодня можно выделить три его основных «центра», а именно: североамериканский, западноевропейский, азиатский. Государство при этом не только способствует формированию кластеров, но и само становится участником сетей. Например, в Великобритании правительство определило районы вокруг Эдинбурга, Оксфорда и юго-восточной Англии как основные регионы размещения биотехнологических фирм в рамках кластера. В Норвегии правительство стимулирует сотрудничество между фирмами в кластере «морское хозяйство». В Финляндии развит лесопромышленный кластер, куда входит производство древесины и древесных продуктов, бумаги, мебели, полиграфического и связанного с ним оборудования. Тесное взаимодействие фирм данного кластера в распространении знаний обеспечивает им конкурентные преимущества перед основными торговыми соперниками. По оценке экспертов, Финляндия лидирует по уровню как исследовательской, так и технологической кооперации [15, 72].

Таким образом, основой идеи объединения способностей и возможностей субъектов малого предпринимательства с другими субъектами хозяйствования – это использование их возможностей при максимальной экономической свободе каждого из участников данного неформального объединения и создание оптимальных условий развития. Именно последняя составляющая является связующим звеном кластера. [16, 129-130].

В качестве примера можно рассмотреть роль кластеров в экономическом развитии стран ЕС (табл.2). Отмечено, что в Дании предприятия всех кластеров характеризуются более высоким, чем в среднем по стране, уровнем производительности труда. В Италии кластеры трудоустраивают до 40% занятых в промышленности, а в Великобритании этот показатель варьируется от 15% до 40%, в Норвегии составляет около 22%. Кластеры Японии объединяют около 3000 промышленных предприятий. Более 30% ВВП создается в 12 национальных кластерах Нидерландов.

Субъекту малого предпринимательства, формирующего свою стратегию развития на основе кластерного объединения, в первую очередь, необходимо для себя выявить поле

взаимоотношений с другими участниками кластера, что составит благоприятную среду для функционирования кластера (рис.1).

Таблица 2

Роль кластеров в экономическом развитии отдельных стран ЕС [17, 82]

Страна	Количество кластеров	Роль кластеров в экономике
Дания	13 региональных и 16 национальных промышленных кластеров	Предприятия кластеров характеризуются более высоким, чем в среднем по стране, уровнем производительности труда
Италия	199 индустриальных дистриктов	Кластеры трудоустраивают до 40% занятых в промышленности
Япония	19 промышленных кластеров	Кластеры объединяют около 3000 промышленных предприятий
Нидерланды	12 национальных кластеров	В кластерах создается более 30% ВВП
Норвегия	62 кластера	В кластерах трудоустраивается около 22% занятых в промышленности
Великобритания	154 региональных кластера	Создается от 40% (Лондон) до 15% (Южный Запад) рабочих мест в регионах

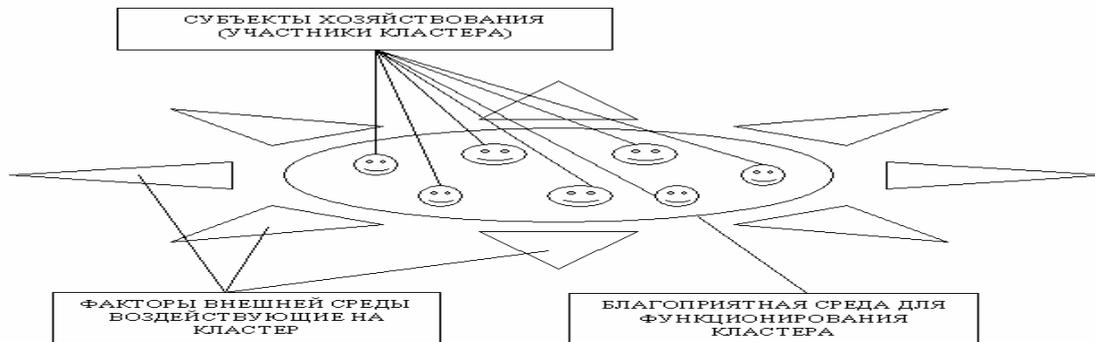


Рис.1. Условия функционирования кластера

Следующим шагом реализации возможностей и формирования стратегии субъекта малого предпринимательства является разработка плана реализации своего потенциала в рамках стратегических направлений развития, как самого субъекта, так и кластера в целом. На третьем этапе необходимо провести коррекцию стратегических планов развития в соответствии с возможным воздействием факторов внешней среды на ход событий по реализации стратегии развития. Осуществление этих этапов имеет итеративный характер, поскольку повторяется при каком-либо изменении внутренних или внешних условий, а также при достижении промежуточных целей [18, 149].

Классификацию кластеров проводят исходя из определенных внешних ограничений взаимодействия его участников, а также направлений их деятельности. Так, выделяют следующие виды кластеров: отраслевой, географический (региональный), производствен-

ный, поставщиков, потребителей, информационный и др. Вместе с тем, участник одного из таких кластеров одновременно может быть участником другого скопления.

Рассматривая кластер как совокупность субъектов хозяйствования, заинтересованных в высоких конечных результатах хозяйствования при оптимальных условиях развития и функционирования, следует также уделить внимание рассмотрению сущности синергетического эффекта, который возникает при осуществлении деятельности субъектов кластера.

В целом синергетический эффект характеризуется ростом эффективности деятельности в результате интеграции, слияния отдельных частей в единую систему за счет создания системного эффекта взаимодействия и полного использования собственных возможностей. В результате система получает превышение совокупного результата деятельности над суммой факторов, которые его составляют. Синер-

гетический эффект предоставляет возможность решить проблемы взаимосвязи между разными видами деятельности одного или нескольких субъектов малого предпринимательства для достижения более высоких результатов, чем в случае автономной деятельности каждого предприятия, которое действует в определенной группе предприятий. Оптимизация вследствие взаимодействия всех видов деятельности носит стратегический характер, поскольку в условиях нестабильной и непредсказуемой внешней среды повышается уровень неопределенности деятельности и интенсивность конкурентной борьбы.

Действие синергетического эффекта направлено на качественное изменение всей системы, а также структуры и механизмов взаимодействия его элементов. Вследствие этих изменений происходит возрастание количественных показателей функционирования, а также качественные изменения деятельности

субъектов хозяйствования за счет появления новых возможностей. Однако, если приоритет отдается краткосрочным целям с соответствующими показателями роста и рентабельности, то предприятие рискует не достичь своих долгосрочных стратегических целей. Отсутствие целеустремленности в деятельности предприятия в рамках диверсификации также не способствует получению или формированию дополнительных преимуществ за счет синергетического эффекта. Исходя из этого, субъект малого бизнеса в лице его руководящих органов должен ранжировать цели, базируясь на определенных критериях приоритетности, а также находить компромисс между целями, которые могут иметь противоположную направленность.

Синергетические эффекты проявляются в виде: торговых, операционных, инвестиционных и управленческих эффектов (рис.2).

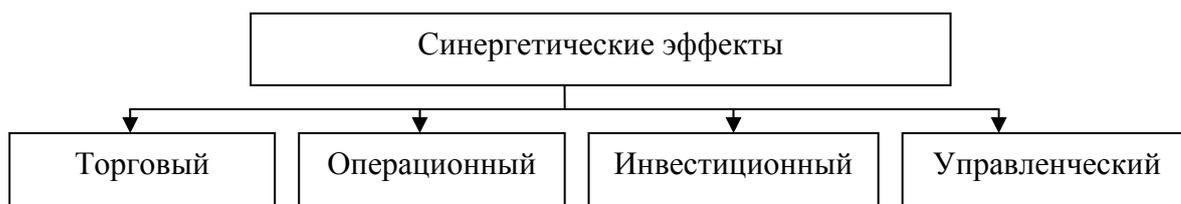


Рис. 2. Виды синергетических эффектов
(классификация, предложенная И.Ансоффом [7, 173])

Получение одного или нескольких видов синергетического эффекта позволит каждому из субъектов объединения достичь более высоких и стабильных результатов деятельности.

В условиях отечественной экономики обоснование интересов каждого из участников кластера для гармонизации интересов и достижения синергетического эффекта при совместном функционировании позволит более осмысленно формировать совокупность участников кластера, а также учитывать интересы каждого субъекта такого объединения.

Для определения критериев степени участия в кластере рассмотрим сущность стратегии субъекта хозяйствования. Отметим, что основное отличие стратегии субъектов малых от средних и крупных форм хозяйствования – это потенциальные возможности. В соответствии с выявленными возможностями и угрозами определяются направления стратегического развития.

С этой целью следует уяснить сущность понятия стратегии, чтобы четко представлять

как констатирующую, так и процессную компоненты данной экономической категории. Следует отметить, что в определениях понятия стратегии различными авторами не наблюдается существенных различий [18, 147-149]. Все они по своей сути определяют как долгосрочное, качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям.

В приведенных определениях делается акцент на долгосрочность направления развития. Однако выбранные направления и приоритеты предприятия во время его функционирования могут изменяться. Это может быть обусловлено как внешними, так и внутренними факторами, воздействующими на формирование стратегии или вынуждающими субъект хозяйствования к определенным действиям. Кроме того, как указывалось, изменения во внешней среде могут прямо или косвенно воз-

действовать на изменение стратегических направлений деятельности субъекта предпринимательства вплоть до изменения миссии, то есть основной цели существования предприятия.

Поэтому, на наш взгляд, целесообразно рассматривать стратегию развития субъекта хозяйствования в динамике его функционирования в изменяющейся внешней среде как направление с выделением приоритетов в достижении целей и реализации конкретных функций управления для улучшения количественных и качественных характеристик результатов деятельности субъекта хозяйствования. Такое определение включает ресурсную компоненту в формировании стратегии, поскольку именно возможности, которые в состоянии использовать субъект хозяйствования, являются лимитирующими при выборе путей и способов развития предприятия.

Рассмотрим формирование стратегии развития субъекта малого предпринимательства на примере предприятия ООО «Эргостиль» (г.Симферополь) и его конкурентов и одновременно в некоторых случаях партнеров: ООО «Лига-Нова» (г.Киев), ООО «МКУ» (ТМ «СТОЛ и Стул», компания «АМФ», г.Днепропетровск) и ООО «Компания «Новый стиль» (г.Харьков). Сфера деятельности всех перечисленных предприятий – производство мебели и мебельных аксессуаров, импорт товаров, оптовая и розничная торговля. Все предприятия имеют собственные розничные сети и производственные мощности. Их миссия – обеспечение населения качественной мебелью приемлемого ценового диапазона. Описание взаимоотношений между представленными субъектами хозяйствования представлено в табл.3.

Таблица 3

Характеристика взаимоотношений между участниками кластера

ПРЕДПРИЯТИЕ	ОПИСАНИЕ ОТНОШЕНИЙ	ПРЕДПРИЯТИЕ
ООО «Эргостиль»	1. Работают по системе франчайзинга, где франчайзером выступает ООО «МКУ». 2. ООО «Эргостиль» оптом приобретает товар для последующей реализации в своей розничной сети. 3. ООО «Эргостиль» сдает торговую площадь в аренду в своих торговых центрах для организации розничной торговли ООО «МКУ» под торговыми марками «СТОЛ и Стул» и «КАБИНЕТ». 4. Участвуют в совместном проведении рекламных кампаний. 5. Состоят в «Ассоциации мебельщиков Украины» 6. Совместное производство	ООО «МКУ»
ООО «Эргостиль»	1. Совместно импортируют товар. 2. Продают друг другу оптом товар. 3. Совместное проведение рекламных кампаний. 4. ООО «Лига-Нова» сдает в аренду торговую площадь для розничной торговли ООО «Эргостиль». 5. Состоят в «Ассоциации мебельщиков Украины»	ООО «Лига-Нова»
ООО «Эргостиль»	1. ООО «Эргостиль» оптом приобретает продукцию ООО «Компания «Новый стиль» ТМ «Новый стиль» для последующей ее реализации в своей розничной сети. 2. ООО «Эргостиль» использует ТМ «Новый стиль» для усиления собственного бренда. 3. Состоят в «Ассоциации мебельщиков Украины»	ООО «Компания «Новый стиль»
ООО «МКУ»	Состоят в «Ассоциации мебельщиков Украины»	ООО «Лига-Нова»
ООО «Лига-Нова»	Состоят в «Ассоциации мебельщиков Украины»	ООО «Компания «Новый стиль»
ООО «Компания «Новый стиль»	Состоят в «Ассоциации мебельщиков Украины»	ООО «МКУ»

ООО «Эргостиль» имеет неформальные связи на основе партнерских отношений с каждым из участников кластера, что позитивно воздействует на уровень капитализации данного предприятия. Дополнительным конкурентным преимуществом является то, что у предприятий партнеров-конкурентов слабо развиты партнерские взаимоотношения между собой,

поэтому отношения с ООО «Эргостиль» можно считать более устойчивыми. На рис.3 проиллюстрированы неудовлетворительные партнерские отношения ООО «Эргостиль» в производственной сфере. При организации совместных производств себестоимость продукции может быть одинаковой и уменьшенной за счет эффекта масштаба производства.



Рис.3. Взаимосвязи между предприятиями мебельной отрасли в кластере

Отношения на основе франчайзинга с ООО «МКУ» являются выгодными не только с точки зрения получения прибыли, но и капитализации ООО «Эргостиль». В условиях сотрудничества развитие партнерских отношений приведет в формированию неформального объединения кластерного типа, что позволит получить дополнительный эффект совместного функционирования: производственный, организационный, социальный и другие.

Обобщая изложенное выше, можно сделать следующие выводы:

1. Формирование возможностей субъекта малого предпринимательства осуществляется за счет эффективного взаимодействия на основе кластеризации.

2. Выявленные возможности должны быть реализованы при разработке и реализации стратегии субъекта малого бизнеса.

3. Обоснованность стратегии существенно повышается, когда она разрабатывается поэтапно, в определенной последовательности.

4. На каждом этапе выполняются процедуры, обеспечивающие выполнение стратегии путем эффективного использования взаимосвязей и взаимодействия в кластере.

5. Использование возможностей каждого субъекта кластера позволит получить синергетический эффект.

6. Основным условием формирования кластера является создание благоприятного климата для развития данного неформального объединения, а также для каждого из участников кластера.

7. Формирование кластерных структур позволяет более эффективно использовать возможности и ресурсы, которыми располагают субъекты хозяйствования.

8. Объединение малых предприятий позволяет им не только более устойчиво функционировать, но и дополнительно контролировать конкурентную среду каждым участником кластера, что снижает вероятность принятия неэффективных или нерациональных управленческих решений.

Литература

1. Статистичний щорічник України – 2009 рік / Державний комітет статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К: Консультант, 2006 р. – 562 с.

2. Степанова Т. А. Актуальные вопросы развития малого предпринимательства в Украине / Степанова Т. А., Квилинский А. С. // Научные труды ДонНТУ. Серия: Экономическая. Выпуск 31-3 (117). – Донецк, ДонНТУ, 2007. – С. 246-251.
3. Хозяйственный кодекс Украины: по состоянию на 01.03.2009г. / ВРУ – Х.: ООО "Одиссей", 2009. – 256 с.
4. Степанова Т.А. Инновационные аспекты в объединении субъектов малого предпринимательства в Украине / Степанова Т. А., Квилинский А. С. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - №5. Т. 3 (100). – Хмельницький, 2007. – с. 181 – 185.
5. Джейми С. Уолтерс. Качественная эволюция малого бизнеса: 4 ключа к успеху без необходимости расширения компании / Джейми С. Уолтерс; пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2004. – 96.
6. Ляшенко В.І. Регуляторна політика в Україні : методологія формування та режим реалізації в сфері малого підприємництва : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон.наук : спец. 08.00.03 "Економіка і управління національним господарством" / Ляшенко Вячеслав Іванович ; ІЕП НАН України. – Донецьк, 2007. – 434 арк.
7. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Игорь Ансофф ; [пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского]. – СПб.: ПИТЕР, 2003. – 543 с.
8. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – 3-є вид., стер. / Варналій Захарій Степанович – К.: т-во «Знання», КОО, 2005. – 302 с.
9. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия / Клейнер Георгий Борисович – М.: Дело, 2008. – 568 с.
10. Минцберг Г. Стратегический процесс. Пер. с англ. Серия "Теория и практика менеджмента" / Минцберг Г., Куинн Дж.Б., Гошал С.; пер. с англ. под ред. Каптуревского Ю.Н. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 688 с.
11. Портер М. Курс МВА по стратегическому менеджменту / Портер М., Самплер Дж., Прахалад С.К.; пер. с англ. под ред. Фаэй Л., Рэнделла Р.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 608 с.
12. Томпсон-мл. А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / Томпсон-мл. А.А., Стрикленд Ш А.Дж.; пер. с англ. Ганиева А.Р., Кондукова Э.В.; Изд.:12. – М.: Вильямс, 2009. – 928 с.
13. Хобта В.М. Формування та підвищення інвестиційною привабливості суб'єктів господарювання / Хобта В.М., Мешков А.В. // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 36-1. – Донецьк, ДонНТУ, 2009. – 314 с. С.118-125.
14. Портер М.Э. Конкуренция / Портер М.Э ; [пер. с англ. Пелявского О.Л., Уриханяна А.П., Усенко Е.Л. и др.]. – М.: Вильямс, 2006. – 608 с.
15. Полбицына Л.Г. Формирование кластеров в АПК как эффективный инструмент регионального развития / Полбицына Л.Г. // Научный вестник Уральской академии государственной службы. – 2008. – № 2 (3). – С. 72-74.
16. Степанова Т.А. Кластеризация и развитие предприятий малого бизнеса / Степанова Т.А., Квилинский А.С.; Трансграничное украинско-российское сотрудничество: формы, методы, перспективы: монография; [под общ.ред. В. И. Дубницкого, В. И. Ляшенко]. – Донецк: Юго-Восток, 2010. – С. 129-136.
17. Трансграничное украинско-российское сотрудничество: формы, методы, перспективы: монография; [под общ.ред. В. И. Дубницкого, В. И. Ляшенко]. – Донецк: Юго-Восток, 2010. – 419 с.
18. Степанова Т. А. Формирование стратегии развития предприятия в условиях изменчивой внешней среды / Степанова Т. А., Квилинский А. С., Сюзяева О.В. // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 36-1. – Донецьк, ДонНТУ, 2009. – С. 147-154.

Статья поступила в редакцию 25.03.2011