

Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук

На правах рукописи

Никонов Владимир Александрович

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ
МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
(на примере города Москвы)**

Научная специальность 5.4.2. Экономическая социология

Диссертация на соискание ученой степени
кандидат социологических наук

Научный руководитель:
доктор социологических наук, профессор
Виктор Васильевич Воронов

Москва

2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

	Стр.
ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	16
1.1. Социологический подход к исследованию понятия предпринимательства	16
1.2. Экономико-правовые основы структуры малого бизнеса и характеристики субъектов малого бизнеса	29
ГЛАВА II. СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ МЕГАПОЛИСА	42
2.1. Современное состояние малого бизнеса в условиях мегаполиса (на примере г. Москвы)	42
2.2. Социально-демографические и социально-профессиональные характеристики руководителей малого бизнеса.....	72
2.3. Свойства рабочей силы, занятой в малом бизнесе.....	86
ГЛАВА III. ОСНОВНЫЕ ПУТИ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ МЕГАПОЛИСА	107
3.1. Социальный капитал малого бизнеса Москвы в основе решения социальных проблем предпринимателей мегаполиса	107
3.2. Социальная защищенность граждан как важнейшее условие развития малого бизнеса	123
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	154
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	170
ПРИЛОЖЕНИЯ	192

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Обращение к теме развития российского малого бизнеса накануне тридцатилетней годовщины рыночных реформ и программ поддержки предпринимательства в России было неслучайным. В настоящее время малый бизнес России по-прежнему испытывает трудности в разрешении ключевых проблем становления, поддержки и развития. Все больше привлекают внимание исследователей вопросы предпринимательской активности граждан, их вовлеченность в социальную трудовую среду малого бизнеса, социально-экономические факторы, влияющие на процесс развития малого бизнеса. Однако, если на первых порах рыночных реформ 90-х гг. прошлого века предпринимательская активность может быть интерпретирована как вынужденный отклик на тяжелейшую экономическую ситуацию в стране (безработица, низкие зарплаты), то в последующие периоды стабилизации экономики возникает необходимость всестороннего анализа факторов, оказывающих влияние на процессы трансформации малого бизнеса.

В условиях кардинальных политических изменений социально-экономическое развитие государства сопряжено с множеством различных трудностей. Малый бизнес, как неотъемлемое звено экономики многих развитых стран мира, регулирует широкий спектр социальных функций: от решения задач в сфере занятости населения и удовлетворении его потребностей до реализации гражданином своего профессионального потенциала; снижения социальной напряженности вследствие конкуренции за экономико-трудовые ресурсы граждан и, соответственно, растущего спроса на них.

Среди многочисленных исследований малого бизнеса (экономических, социальных, правовых и других) недостаточно изучены на сегодняшний день вопросы, касающиеся профессионально-личностных характеристик предпринимателей и их работников. Проблемы развития малого бизнеса

являются не только экономическими, но и социальными, поэтому необходим анализ: социокультурных и деловых качеств владельцев и работников малого бизнеса, выстроенных ими в процессе взаимодействия моделей поведения, синхронизации интересов и т.п. Разнообразные государственные и частные проекты в поддержку малого бизнеса не могут быть реализованы, по мнению автора, в полной мере без учета субъективных и объективных факторов, качественно влияющих на его социальную трансформацию.

При этом вне поля зрения для понимания процесса становления и развития малого бизнеса остаются социально-профессиональные компетенции, мотивации и условия взаимодействия представителей всех социальных групп, входящих в социальную структуру малого бизнеса,¹ восприятие ими своих позиций, удовлетворенность условиями и результатами труда. Поэтому чрезвычайно важно учитывать многие социальные аспекты функционирования малого бизнеса: комплексная среда обитания, правосознание граждан, качество рабочей силы, условия и оплата труда, сопричастность к общему делу, горизонты планирования и другое.

В экономике государства именно мегаполисы, как центры притяжения финансовых и трудовых ресурсов, играют ключевую роль. Они же демонстрируют максимальные результаты деятельности малого бизнеса. Тем не менее, в масштабах мегаполиса ряд вопросов, касающихся эффективности функционирования малого бизнеса в результате влияния на него основных регулирующих факторов, требуют дополнительного изучения.

Таким образом, актуальность исследования определяется необходимостью анализа и осмысления трансформации малого бизнеса, как процесса кардинального изменения сознания его участников, отражающегося на культуре поведения и восприятии деловых норм, в условиях мегаполиса, ее содержательных элементов, а также необходимостью научного обоснования

¹ Полянй К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб.: Алетейя, 2002. 320 с.

решения основных социально-экономических проблем развития этого бизнеса.

Степень научной разработанности темы исследования.

Предпринимательский слой являлся предметом исследования зарубежных ученых-классиков – социологов и экономистов, таких как Т. Гоббс, М. Вебер, Т. Веблен, В. Зомбарт, Р. Кантильон, Дж. М. Кейнс, К. Поланьи, А. Смит, Ж.-Б. Сэй, Й. Шумпетер. А также отечественных – И. Т. Посошков, С.И. Булгаков, М.И. Туган-Барановский и других.

Ввиду междисциплинарного подхода к анализу проблемы исследования в данной работе использовалась следующая типология научной базы:

1. *Понятие и содержание предпринимательства* представлены в трудах Д.В. Бышова, В.В. Гуляевой, А.В. Гусева, В.О. Ключевского, А.И. Кравченко, С.К. Никитиной. Разработке вопросов социологической направленности исследования бизнес-слоя посвящены работы таких классиков, как Л. Brentano, Дж. К. Гэлбрейт, В. Зомбарт, Н. Смелзер. Направление экономической составляющей научных категорий «предпринимательство», «малый бизнес», их структура и содержание, выражены в трудах К. Маркса, А. Маршалла, Ф. Хайека и дополнены С.Ю. Барсуковой, В.В. Леонтьевым, Н.А. Павлюка, Ф.Э. Шереги.

2. *Социологический аспект* данного феномена рассматривали в своих трудах ученые: М. Вебер, В. Зомбарт, Й. Шумпетер, С.Н. Булгаков, М.И. Туган-Барановский. Социально-экономический характер исследований прослеживается в работах отечественных ученых, где подвергается анализу место современного предпринимательского слоя в социальной структуре трансформирующегося российского общества, это труды Л.И. Абалкина, А.В. Виленского, Т.И. Заславской, Ю.М. Осипова, В.В. Радаева, Н.М. Римашевской, Ж.Т. Тощенко, А.Ю. Чепуренко, О.И. Шкаратана.

3. *Социально-стратификационный аспект* данной проблематики рассматривался такими социологами, как З.Т. Голенкова, Н.И. Лапин, Т. Парсонс, М.Н. Руткевич, П. Сорокин, У. Уорнер.

Анализ научной литературы по изучаемой тематике позволяет утверждать, что, несмотря на наличие большого количества работ о малом бизнесе, требуют дополнительного анализа социально-трудовые отношения его субъектов, их социально-демографические и социально-профессиональные характеристики. Остаётся также актуальным вопрос значимости развития малого бизнеса и особенностей его функционирования в условиях мегаполиса. В этой связи предложена попытка обобщения многолетнего периода исследования субъектов малого бизнеса и их работников, ориентированная на понимание причин их изменений.

Научная проблема исследования определяется, с одной стороны, актуализацией задач развития малого бизнеса в мегаполисе, а, с другой – отсутствием четких дефиниций элементов социально-стратификационной структуры, их трансформации в результате социальных взаимодействий малого бизнеса с его внутренней и внешней средами.

Объект диссертационного исследования – малый бизнес в высокоурбанизированном социуме (г. Москва) со свойственными ему социально-экономическими функциями и изменениями в развитии после 1991 г.

Предметом диссертационного исследования являются процессы трансформации субъектов малого бизнеса, изменения их положения и характеристик во внутренней и внешней среде деятельности.

Целью диссертационного исследования является выявление тенденций развития малого бизнеса в крупных городах Российской Федерации и факторов, влияющих на их формирование.

Для достижения цели необходимо решить следующие **задачи**:

- определить понятие субъекта малого бизнеса;
- выявить специфику указанных субъектов, а также организационную структуру малого бизнеса;

– изучить современное состояние малого бизнеса с позиций социально-демографических и социально-профессиональных характеристик его руководителей и работников;

– определить социально-экономические, правовые и психологические факторы функционирования и трансформации малого бизнеса и их влияние на изменение социальной структуры этого бизнеса;

– выявить особенности взаимодействия руководителей и работников малого бизнеса в условиях различных социокультурных и социально-экономических изменений;

– обосновать эффективные пути решения социальных проблем функционирования малого бизнеса в высокоурбанизированном социуме.

Гипотеза исследования. В основе трансформации (кардинальных положительных изменений) малого бизнеса лежит профессиональная деятельность всех его участников (совокупный человеческий капитал) – субъектов малого бизнеса, рабочего персонала, а также выстроенная модель коммуникации между ними. Социальная ответственность субъектов малого бизнеса формируется в результате постоянного стимулирующего воздействия государственного механизма регулирования и контроля.

Теоретико-методологическая основа исследования. В диссертационной работе в качестве теоретической и методологической базы исследования используются концептуальные идеи и принципы, содержащиеся в работах классиков и современников зарубежной и отечественной социологии: М. Вебера, В. Зомбарта, Й. Шумпетера, Т.И. Заславской, В.В. Радаева, В.А. Ядова. Применялись теоретические работы социологов: классовая теория К. Маркса, теории стратификации М. Вебера и П. Сорокина, теория предпринимательства Дж. К. Гэлбрейта, анализ экономической деятельности с позиций социальной теории Н. Дж. Смелзера, теории социального взаимодействия Г. Зиммеля и социального обмена Дж. Хоманса и других. Нашли свое отражение понятие социальной системы Т. Парсонса, структурный функционализм Р. Мертона, концепция «экономического

человека» А. Смита, основы микроэкономики А. Маршалла, формы социального поведения Т. Веблена.

Источниковую и эмпирическую базу исследования диссертации составили данные Федеральной службы государственной статистики за 2009-2019 гг. по вопросам развития малого бизнеса в России, а также нормативно-правовые документы государственного, регионального и местного уровня, оказывающие влияние на поддержку и развитие малого бизнеса, его защищенности в условиях мегаполиса – г. Москвы.

1. Эмпирическая база исследования представлена *первичными данными*, собранными, обработанными и проанализированными в процессе выполнения диссертационной работы. Также представлена результатами авторских социологических исследований: 1) «Социально-профессиональная характеристика московских предпринимателей», 2013-2017 гг. (массовый опрос предпринимателей г. Москвы по квотной, многоступенчатой выборке, N = 525 чел.); 2) «Социальный портрет российского предпринимателя» (массовый опрос студентов московских вузов по случайной выборке, 2015-2017 гг., N = 105 чел.); 3) «Социально-экономические проблемы предпринимательской деятельности» (телефонное интервью по стратифицированной случайной выборке стационарных номеров коммерческих компаний г. Москвы с владельцами малого бизнеса мегаполиса, март-апрель 2019 г., N = 218 чел.); 4) «Условия и характер труда работников малого бизнеса» (экспресс-опрос работников малого бизнеса Москвы, 2013-2018 гг., квотная выборка, N = 175 чел., 45 малых предприятий); 5) «Социальная защищенность предпринимательства в условиях мегаполиса» (ассоциативное интервью с субъектами малого бизнеса г. Москвы по «гнездовой» выборке, 2016-2017 гг., N = 61 чел.); 6) Массовый опрос предпринимателей г. Москвы по квотной, многоступенчатой выборке, 2018-2019 гг., на базе бизнес-форумов «Трансформация», N = 184 чел.; 7) Мини-опросы, проведенные автором в 2019-2021 г. на базе столичных центров Моя карьера, Моя работа (центры занятости) и Профессионал (учебный центр)

среди соискателей вакансий (квотный признак – работа на предприятиях малого бизнеса г. Москвы, N = 284 чел.).

2. Кроме того, диссертантом были использованы результаты применения метода *вторичного анализа* социологических данных, собранных учеными в ходе выполнения различных проектов таких представительных аналитических центров, как «ВЦИОМ», «ФОМ», «РБК», «Ромир», «РwС», «НАФИ», «Автостат», «РИА-рейтинг» и др.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- введены понятия «маргинализированный бизнес», «маргинализированный работник», «десперативный работник», «автономный работник»;
- выявлены взаимосвязь и взаимовлияние кадровой политики и корпоративной культуры на качественный состав основных социальных групп в современной структуре малого бизнеса Москвы, предпринимательский потенциал предприятия;
- доказано влияние социальных факторов на качество трансформации малого бизнеса и предпринимательской деятельности;
- предложены критерии оценки качества предпринимательской деятельности, а также критерии оценки социального рейтинга предпринимателя;
- предложены эффективные способы функционирования малого бизнеса с позиций его социальной защищенности в условиях мегаполиса.

Основные научные результаты.

Выявлены особенности процесса трансформации малого бизнеса в условиях мегаполиса. Они заключаются в сохранении традиционных управленческих и кадровых практик, отличающихся слабой социальной консолидацией основных участников этой формы бизнеса, их социально-профессиональной неоднородностью, а также неустойчивой гражданской модальностью их правосознания. Наблюдается высокий спрос предпринимателей на молодых, амбициозных работников, мотивированных на работу в условиях многозадачности и трудовых перегрузок, и устойчивый

тренд на сотрудничество с наемными работниками, не отличающимися избирательностью в выборе профессиональных предпочтений и условий труда, основную долю которых составляют социально незащищенные группы граждан (молодежь, иногородние, мигранты). Выявлено, что с дискриминацией трудовых прав сталкивается каждый второй работник малого бизнеса Москвы (неформальная занятость, депремирование, хроническая усталость и т.д.). Кроме того, растет доля работников, оказавшихся в сильной зависимости от жизненных обстоятельств (материальные и жилищные обязательства). Автор именует таких работников – десперативными. По-прежнему, в основе возобновления кадров выступает ресурсный потенциал регионов: от 46% до 78% сотрудников составляют приезжие граждане из других субъектов РФ и ближнего зарубежья. Главной стратегией малого бизнеса Москвы является стратегия низких горизонтов планирования и выживания: среди владельцев и работников малого бизнеса в условиях их профессиональной и экономической несостоятельности все чаще выступают скрытые формы заёмного труда – аутсорсинг, аутстаффинг, посреднические схемы найма и оплаты труда, уход от исполнения своих трудовых обязательств. Как следствие – более 95% субъектов малого бизнеса от их общего числа составляют микропредприятия, что говорит о том, что минимизация роли государства, задающего эталон социально-экономической модели роста за счет стимулирующих, правовых и контрольных механизмов в условиях развития либеральной модели рыночной экономики, приводит к формированию в малом бизнесе и обществе в целом адаптивной монополии низких стандартов качества жизни (защищенности, условий труда, продукции, услуг и т.д.), исключающей развитие гражданского общества и малого бизнеса².

Представлена авторская классификация основных участников малого бизнеса в мегаполисе. Она заключается в формировании среди них

² Никонов В.А., Воронов В.В. Малый бизнес Москвы и изменения трудовых установок его участников // Власть. 2022. № 1. С. 177-185.

предпринимателей «вынужденной необходимости», работающих в качестве самозанятых как на административных (руководящих), так и линейных должностях, что является отражением состояния профессионального работника в отсутствие должного государственного регулирования его социальных гарантий, а также потребности работника в самореализации и социальной справедливости³.

В связи с этим обоснована и сформулирована авторская концепция справедливой оплаты труда наёмных работников в малом бизнеса. Она может быть представлена следующим образом:

Оклад + стимулирующая надбавка для восполнения свободного ресурса (времени, материальных затрат, сил).

Автор исходит из мысли, что развитие, как поступательный процесс, сопряжено с чувством собственного достоинства (имидж), мотивацией, благоприятной средой (социальное окружение), уровнем предлагаемых (и потребляемых) товаров и услуг. Обладание необходимым свободным ресурсом, предполагающим возможность материального накопления (инвестиций), а также достаточное количество времени и силы на развитие, позволяет формировать окружение роста, мотивированное на развитие профессиональных компетенций, генерирование идей и производство востребованных товаров и услуг. Капитализация материальных ресурсов и профессиональных компетенций позволяет говорить о поступательном развитии бизнеса, формировании среднего класса.⁴

³ Никонов В.А. Самозанятость граждан: перспективный переход от адаптации к рынку до полноценного малого бизнеса // Будущее социологического знания и вызовы социальных трансформаций (к 90-летию со дня рождения В. А. Ядова): сборник материалов по итогам Международной науч.-практ. конф. (Москва, 2019 г.). М.: ФНИСЦ РАН, 2019. С.763-768.

⁴ Никонов В.А. Средний класс как основа развития предпринимательства в России // Научная дискуссия: вопросы социологии, политологии, философии, истории: Сб. науч. статей по материалам I международной научно-практ. конф. М.: Изд-во «Интернаука», 2016. №5. С.120-129.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Эволюционный характер трансформационных процессов в малом бизнесе замедлен как внешними факторами (политические, социально-экономические), так и внутренними (ценностные, профессиональные). Так, в Москве, как центре притяжения рабочей силы, в структуре малого бизнеса преобладает высокая дифференциация социальных групп при их низком взаимодействии. В этой связи выстраивание в среде малого бизнеса корпоративной культуры и профессиональной этики, необходимых для успешного построения рабочего процесса, находится в неразвитом состоянии. Отсутствие социального партнерства, уклонение от правовых обязательств по отношению к работникам и государству становится доминантой корпоративной культуры многих организаций малого бизнеса Москвы.

2. Теневой рынок труда, возникающий в результате слабой социальной защищенности граждан, поддерживает необходимые условия существования малого бизнеса в Москве, обостряя определенные социальные риски – платежеспособность, правозащитность, занятость. Основная часть рабочей силы в сфере малого бизнеса пренебрегает карьерными ожиданиями и базовыми специализациями ради более высокой зарплаты и благоприятной среды, проявляя высокую адаптивность к вынужденному характеру работы, теряя при этом эффективность профессионального потенциала.

3. Недобросовестная и слабая конкуренция (в первую очередь по качеству предлагаемых товаров и услуг, условий труда) являются одними из главных причин низкой степени развития малого бизнеса в России. При дальнейшем стимулировании со стороны государства samozанятости («предпринимательского духа») и соблюдении правовых гарантий для samozанятых граждан, доля последних будет неуклонно расти ввиду низкой социальной защищенности наемного работника в организациях малого бизнеса.

4. Высокая интернальность среди субъектов малого бизнеса и рабочего персонала обусловлена кризисом взаимодействия и доверия как между ними,

так и по отношению к государственным механизмам социальной поддержки. Социальная защищенность субъектов малого бизнеса в мегаполисе коррелирует с экономическими, правовыми, социальными, культурными, ментально-психологическими и географическими факторами. Трансформация малого бизнеса возможна при условии оптимизации социальной защищенности его субъектов и работников, а также усиления социального блока федеральных программ развития малого бизнеса при повышении эффективности систем государственного (общественного) регулирования, контроля и ответственности. Необходимым условием качественной трансформации малого бизнеса в России является появление значительной доли среднего класса среди населения, как наиболее избирательной и требовательной потребительской среды; достаточным условиям трансформации является появление гражданского общества.

Соответствие темы диссертации требованиям паспорта специальности ВАК. Исследование выполнено в рамках научной специальности 5.4.2. Экономическая социология. Тема исследования п.п. 4. Мотивация экономической деятельности, 5. Социально-экономические группы, структуры и институты, 6. Экономическое поведение, 8. Социальный контроль в экономике, 11. Социальные проблемы занятости, 12. Социально-трудовая мобильность, 13. Социальная защита в системе экономических отношений, 26. Социальные условия предпринимательской деятельности и самостоятельная занятость.

Достоверность и обоснованность результатов диссертационного исследования достигаются непротиворечивостью используемых теоретико-методологических оснований, комплексным применением социологических подходов, сочетанием количественной и качественной стратегий исследования, а также корректным применением нормативно-правовой базы, положений социологии, статистики по вопросам предпринимательства, как социального явления, и характера социально-стратификационных изменений бизнес-слоя в условиях мегаполиса.

Научно-практическая значимость исследования состоит в том, что расширен понятийно-категориальный аппарат отраслевой социологии предпринимательства путем авторских трактовок определенных понятий. Разработана структура социально-демографических и социально-профессиональных характеристик по вопросам малого бизнеса, что может быть использовано в дальнейших исследованиях.

Программа и инструментарий проведенных социологических исследований могут применяться в целях диагностики степени развитости слоя малого бизнеса не только в условиях мегаполиса, но и в различных субъектах Российской Федерации.

Сформулированные положения могут использоваться в научно-педагогической деятельности, в процессе преподавания соответствующих дисциплин вузов, например, таких как: «Социология труда», «Качественные методы социологических исследований», «Экономическая социология», «Антикризисное управление», «Региональная экономика», «Региональная социология», «Исследование социально-экономических и политических процессов», и др.

Предложенные рекомендации и выводы, содержащиеся в диссертации, могут быть рассмотрены в качестве основы для последующих научных исследований в области социологии, экономики и государственного управления, а также использованы в целях дальнейшей оптимизации и развития законодательства в области социально-экономического регулирования.

Апробация работы. Результаты исследования и практические рекомендации нашли отражение в докладах на следующих международных и локальных научно-практических конференциях: 1) XVI-ая Международная научно-практическая конференция «Молодой ученый: вызовы и перспективы» (Москва, 2016); 2) L-ая Международная научно-практическая конференция «Научная дискуссия: вопросы социологии, политологии, философии, истории» (Москва, 2016 г.); 3) Международная научно-

практическая конференция «Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации» (Пенза, 2016 г.); 4) III-ий Международный конкурс «Лучшая научная статья - 2016» (Пенза, 2016 г.); 5) V-ая Международная научно-практическая конференция «Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее» (Пенза, 2016 г.); 6) Международная научно-практическая конференция «Экономика в условиях социально-техногенного развития мира» (Брянск, 2016 г.); 7) VII-ая «Грушинская социологическая конференция» (Москва, 2017 г.); 8) XVII-ая Международная научно-практическая конференция «Социально-экономические науки и гуманитарные исследования» (Новосибирск, 2017 г.); 9) XII-ые «Сорокинские чтения» (Москва, 2018 г.); 10) Международная научно-практическая конференция «Концепция устойчивого развития науки в современных условиях» (Казань, 2018 г.).

По теме диссертации опубликованы 12 научных статей, общим объемом 10,8 п.л., в том числе 6 – в российских изданиях перечня ВАК.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры Центра изучения регионов России Института социологии ФНИСЦ РАН.

Структура диссертации состоит из введения, двух разделов, трёх глав, заключения, списка литературы, приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

1.1. Социологический подход к исследованию понятия предпринимательства

Многовековая история развития предпринимательства и формирования соответствующих социальных слоев общества, как свидетельствует анализ классической и современной социологической и экономической литературы претерпевает существенные изменения в формах выражения и в структурной характеристике. До сих пор неизменно ведется научный спор о самом понятии «предприниматель».

Изначально суть последнего рассматривалась в классических философских источниках. Английский философ Томас Гоббс увязывал предпринимательство и труд человека с позиций внимания к ним со стороны государства, подчеркивая, что предпринимательство через труд несет в себе социальное благо: «...необходимо поощрять всякого рода промыслы, судоходство, земледелие, рыболовство, и все отрасли промышленности...»⁵.

Большинство исследователей утверждает, что сам термин «предприниматель» появился благодаря ирландскому экономисту Р. Кантильону, который в своей книге «Эссе о природе торговли вообще» попытался охарактеризовать человека, подвергающего себя риску непостоянных доходов.

Термин «предприниматель» («entrepreneur», фр.) был заимствован из французского и как экономическая дефиниция впервые появился во «Всеобщем словаре коммерции»⁶, изданном в Париже в 1723 г. и, ввиду своего чрезвычайно широкого содержания, сразу стал предметом исследований многих ученых-экономистов. К категории предпринимателей Кантильон

⁵ Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского / Соч. в 2 т. Т.2 М., 1991. 736 с.

⁶ Брюлон С. Экстракт Савариева лексикона о коммерции. СПб.: Типография Академии наук, 1742. 1072 с.

относил не только купцов, ремесленников и фермеров, а также разбойников, нищих и прочих лиц с неопределенным заработком, подчеркивая, что предприниматель вовсе не обязательно должен что-либо производить или заниматься предпринимательской деятельностью только на свои деньги. Предпринимательская функция, по Кантильону, четко отличается от функций капиталиста или управляющего, и связана исключительно с несением бремени риска⁷.

Шотландский экономист и философ Адам Смит рассматривал предпринимателя как ключевую фигуру конкурентной экономики, собственника и организатора внедрения передовых технологий. В основном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» А. Смит указывал на фундаментальные свойства человеческой природы, которые наиболее полно раскрываются в деятельности предпринимателей в условиях конкуренции. Предприниматели являются агентами прогресса социально-экономической системы, собственниками капитала, берущие на себя риск хозяйствования, а прибыль выступает их интересом⁸.

Французский экономический деятель Ж.-Б. Сэй считал предпринимателем человека, берущегося «за свой счет и на свой риск» создавать какой-либо продукт, годный для собственного употребления. В своих трудах «Трактат политической экономии» (1803 г.) и «Полный курс политической экономии» (1828 г.) Сэй изложил развитую теорию производства и распределения, отводя важную роль самому предпринимателю, главная функция которого заключалась в координации факторов производства (земли, капитала, людей), включающих не только труд, но и научные знания, необходимые для организации производственного процесса⁹.

⁷ Кантильон Р. Эссе о природе торговли в общем плане // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. М.: Мысль, 2004. Т. 1. С. 269-278.

⁸ Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2009. 956 с.

⁹ Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии / Сост. М.К. Бункина. М.: Дело, 2000. 232 с.

Д. Рикардо усматривал в предпринимателе человека рационального, идущего на риск в угоду коммерческой прибыли и реализации задуманных целей, и выполняющего роль капиталиста-инвестора¹⁰.

Американский социолог Т. Веблен, представитель экономической ветви институционального направления, рассматривал предпринимателя как праздный класс, «капитанов промышленности», присваивающих лучшую часть продукции общественного производства, заинтересованных лишь в извлечении прибыли путем операций купли-продажи. Главный интерес предпринимателей, подчеркивал Веблен, сосредоточен на купле-продаже на рынке «бумажных титулов собственности» и, в меньшей степени – экономической эффективности¹¹.

Значительный вклад в развитие теории предпринимательства и формирования бизнес-слоев внесла работа М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма», где капиталистическое предпринимательство есть воплощение рациональной организации свободного труда, и использование возможностей предпринимательского духа. Предпринимателю-капиталисту, как носителю рациональности, нельзя отрицать существование в мире бизнеса морали и этики¹².

По мнению немецкого экономиста В. Зомбарта, предприниматель должен обладать капиталистическим духом, быть завоевателем, торговцем-организатором, его главная цель – «стремление к процветанию и росту своего дела». «Предпринимательские натуры – это люди с ярко выраженной интеллектуально-волюнтаристской одаренностью, которой они должны обладать сверх обычной степени...»¹³.

В основе предпринимательской деятельности находится человеческий потенциал: человек принимает осмысленное решение заниматься

¹⁰ Рикардо Д. Собрание сочинений. СПб., 1908. 302 с.

¹¹ Веблен Т. Теория праздного класса. М., 1984. 183 с.

¹² Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / Избранные произведения: пер. с нем.; под общ. ред. Ю.Н. Давыдова. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

¹³ Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / Пер. с нем.; изд. подгот. Ю. Н. Давыдов, В. В. Сапов. М.: Наука, 1994. 154 с.

предпринимательством и осуществляет его реализацию в процессе работы над своим бизнес-проектом. В этой связи уместно отметить необходимые социально-личностные и профессиональные качества, которыми должны обладать предприниматели, их мотивы и социально-психологические установки.

С точки зрения представителя классической теории предпринимательства, австрийского социолога и экономиста Й. Шумпетера, предпринимателем может называться человек, осуществляющий новые возможности, комбинации, новатор своего дела: «... предприниматели – это хозяйственные субъекты, функцией которых является осуществление новых комбинаций и которые выступают как активные субъекты предприятия». Шумпетер теоретически расширяет круг предпринимателей, включая в него всех тех, кто выполняет указанную функцию, то есть, это не только частные лица, но и работники организации, экономисты, юристы, финансисты и мн. др. Кроме того, ученый разделяет такие понятия как «капиталист» и «предприниматель», особенностью последних, как социальной группы, является их немногочисленность: «... предприниматели – это особый тип склонных к инновационной деятельности людей, которых всегда меньшинство. Большинство никогда не является способным к инновационной деятельности»¹⁴.

Классик экономической науки Дж. М. Кейнс выделял предпринимателя в качестве основной фигуры капиталистической экономики, выступая за усовершенствование государственной политики регулирования экономики. Кейнс видел социально-психологический тип хозяйственника, со свойственными ему такими качествами, как умение правильно соотнести потребление и сбережение, способность к риску, новаторство, активность, дух уверенности в перспективах¹⁵.

¹⁴ Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 410 с. С.169-178.

¹⁵ Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос-АРВ, 2002. 352 с.

Представитель австрийской школы экономики Ф.А. Хайек, выделяя предпринимательство в качестве движущей силы рыночных механизмов, как борцов за честную конкурентность, выступал за неограниченную свободу предпринимательской деятельности при поддержании рыночного порядка¹⁶.

Ученый-экономист И. Кирцнер рассматривает предпринимателя как человека, предпринимающего решения в неравновесном реальном состоянии рыночной экономики, в условиях неравномерного распределения цен. Предприниматель, по Кирцнеру, обладает повышенной «чуткостью» к возможностям извлечения прибыли, играющий на разнице цен ресурсов¹⁷.

Продолжатель традиций институционализма в экономике Джон К. Гэлбрейт, разделяя функции собственников капитала и представителей «техноструктуры», отождествляет понятия «менеджмент» и «предпринимательство», утверждая, что техноструктура монополизует рынки, подчиняя себе механизмы формирования цен, поэтому состояние несовершенной конкуренции предоставляет продавцу возможность манипулировать ценами, получая прибыль¹⁸.

П. Друкер, в свою очередь, развивал мысль о необходимости совершенствования знаний предпринимателя и его способности к развитию, отмечая, что предпринимателем может называться только человек, бизнес которого создает «новый рынок, формирует новых покупателей». По его мнению, предпринимательство – это специфическая социальная деятельность, обязательно связанная с инновациями, придание ресурсам новых свойств с целью создания благ. Инновационный характер предпринимателя активизирует новые рыночные возможности, комбинируя факторы производства¹⁹.

Ключевую роль в предпринимательской деятельности отводил лауреат Нобелевской премии по экономике М. Аллэ. Методами экономико-

¹⁶ Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия // МЭиМО. 1989. №12. С.6-14.

¹⁷ Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. Челябинск: Социум, 2010. 272 с.

¹⁸ Гэлбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества. М.: Прогресс, 1976. 390 с.

¹⁹ Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. М., 1992. 349 с.

теоретического и сравнительного исторического анализа ученый доказал, что экономически эффективной может быть только рыночная конкуренция, при которой возможно обеспечение реального социального прогресса²⁰.

Р. Хизрич, американский профессор кафедры предпринимательства, отождествляет предпринимательство с «процессом по созданию нечто нового, несомненно, обладающего стоимостью», а самого предпринимателя – как человека, возложившего на себя все опасности финансового, психологического и социального характера, и получающего в награду за этот труд деньги и удовлетворение результатом. По его мнению, предприниматель – это «человек, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение».²¹

Первым российским автором, исследовавшим предпринимателей, называют И.Т. Посошкова, подготовившего в 1724 г. свой знаменитый труд – «Книгу о скудости и богатстве», изданный в 1840 году, в котором провозглашается равенство экономических возможностей представителей всех сословий, в т.ч. предпринимателей. По сути, в данной работе были заложены новые идеи о социальной защищенности предпринимательских слоев²².

Социологические исследования предпринимательства начала XX в. представлены российскими учеными М. И. Туган-Барановским²³ (о кооперации как формы организации предпринимательской деятельности) и С. Н. Булгаковым²⁴ (относительно духовной стороны экономической деятельности, рассматривая творческую составляющую в качестве основополагающей).

²⁰ Аллэ М. Единственный критерий истины – согласие с данными опытами // МЭиМО. 1989. № 11. С.34-39.

²¹ Хизрич Р. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха, М. Питерс. М.: Прогресс-Универс, 1991. 159 с.

²² Посошков И.Т. Книга о скудости и богатстве. М.: Экономическая газета, 2011. 424 с.

²³ Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации. М.: Экономика, 1989. 509 с.

²⁴ Булгаков С.Н. Философия хозяйства. М.: Наука, 1990. 413 с.

Академик Л.И. Абалкин одним из важнейших признаков предпринимателя выделял «ориентацию на достижение коммерческого успеха, ответственности за самостоятельность принимаемых им решений, а также их последствия»²⁵.

Социолог И.В. Долгорукова, определяет малое предпринимательство «как форму проявления общественных отношений, которая может способствовать повышению материального и духовного потенциала общества»²⁶, при этом указывая на недостаточное внимание к вопросам формирования данного социального института со стороны государства и общественных организаций, что мешает малому предпринимательству развиваться так эффективно, как это происходит в развитых странах»²⁷.

Исследователь Г.Б. Кошарная, подчеркивала, что субъекты предпринимательства имеют определенную социальную ответственность, которая сопряжена нравственностью и культурой общества, и это социальное служение является престижной и уважаемой сферой деятельности. Социально ответственная политика бизнесмена отражает моральный климат общества, выраженный в нетерпимом отношении к мошенничеству, а также уважении к достоинству человека²⁸.

Постперестроечный период предпринимательства, место и роль бизнес-слоев в экономике России наиболее полно отразили отечественные социологи О.В. Крыштановская²⁹ и Т.И. Заславская³⁰.

В.В. Радаев посвятил ряд работ изучению групп предпринимателей, их социально-демографическим и профессиональным характеристикам, а также мотивам предпринимательской деятельности, подняв вопрос «вынужденного

²⁵ Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве. М.: Прогресс-Академия, 1994. 128 с.

²⁶ Долгорукова И.В. Малое предпринимательство как социальный институт в современной России: социологический анализ: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Долгорукова Ирина Владимировна. М., 2006. 180 с. С.12-20.

²⁷ Там же

²⁸ Кошарная Г.Б. Социальная ответственность субъектов предпринимательства: история и современность // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. №1 (29). С.100-108.

²⁹ Крыштановская О.В. Трансформация старой номенклатуры в новую российскую элиту // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С.51-65.

³⁰ Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Общественные науки и современность. 1995. №1. С.17-32.

предпринимательства»³¹. Выделяя социальную значимость предпринимательства, Э.Н. Фетисов и Я.Г. Яковлев определяли его как важный фактор социального прогресса, а самих предпринимателей – как «пионеров формирования гражданского общества»³².

В работе «Предпринимательство как особый вид деятельности» исследователь В.Г. Смольков характеризует предпринимателя как «предприимчивого человека», однако с негативным оттенком, выделяя его мотивацию к сверхдоходам и денежной выгоде.³³

Д.Н. Дьяконенко под субъектами малого бизнеса понимал «институциональные единицы, удовлетворяющие системе финансово-экономических (число занятых, общая выручка, величина активов) и финансово-политических критериев (структура уставного капитала, доля субъектов малого бизнеса в конкретной отрасли, рентабельность активов и продукции)»³⁴.

Социолог Ю.В. Быстрицкая расширила представления о содержании сфер деятельности представителей малого бизнеса, указывая на форму ее социальной организации – «малое предприятие», как самоорганизующуюся малую целевую группу, в основе функционирования которой заложены формализованные социальные отношения и взаимодействия³⁵.

Ретроспектива дефиниций предпринимателя и предпринимательства, показывает, что, начиная с Гоббса и Кантильона практически все определения содержали понятия риска, ответственности, новаторства и прогресса, творчества и, наконец, значимости, для экономического развития. Можно согласиться с классическим определением экономиста М.Г. Лапусты, что «предпринимательство – это явление, отражающее всю совокупность

³¹ Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Аспект Пресс, 1998. 368 с.

³² Фетисов Э.Н. О социальном аспекте предпринимательства. Концептуальное введение в проблему // СОЦИС. 1993. № 1. С.24-30

³³ Смольков, В.Г. Предпринимательство как особый вид деятельности // СОЦИС. 1994. №2. С.15-22.

³⁴ Дьяконенко Д.Н. Финансовое обеспечение деятельности субъектов малого бизнеса: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / Дьяконенко Дмитрий Николаевич. Краснодар, 2012. 30 с.

³⁵ Быстрицкая Ю.В. Организационная культура малых предприятий: социологический аспект: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Быстрицкая Юлия Викторовна. М., 2001. 25 с.

отношений (экономических, социальных, организационных, личностных и др.), связанных с организацией предпринимателями своего дела, производством товаров (выполнением работ, оказанием услуг) и получением желаемого результата в виде прибыли (дохода)»³⁶.

Что касается российских предпринимателей, то, по мнению многих исследователей, они всегда отличались высокой адаптивностью, работоспособностью, ярко выраженными лидерскими качествами, упорством и желанием заработать. Во многом, опираясь на инициативу и нестандартность мышления русского предпринимательства, российское государство смогло осваивать новые земли.³⁷

Для данного исследования наиболее привлекательны работы ученых, содержащие идеи о социальной природе предпринимательства и значении предпринимательской деятельности для общества. Обращает внимание не только возрастающая рационализация поведения индивидов, но и наличие у них необходимого социального ресурса. Среди них наиболее известны такие социологи-экономисты, как М. Вебер, В. Зомбарт, Й. Шумпетер. Социальные основы предпринимательской деятельности рассматриваются диссертантом в рамках их социальной значимости, полезности и потенциала для социально-экономического развития. Этим объясняется интерес к исследователям классической социологии предпринимательства.

Так, в основе профессиональной деятельности предпринимателя, по мнению М. Вебера, не должно быть накопление капитала как такового, а напротив, преобладать стремление к рентабельности и рациональности ведения хозяйства. Это достижимо при ориентации не на практические, а на идеальные цели, содержащие признание высокой нравственной ценности. Престиж той или иной деятельности определяется ее социальной полезностью.

³⁶ Лапуста М. Г. Предпринимательство. Москва: ИНФРА-М, 2012. 608 с. С. 12.

³⁷ Бессолицын А.А. История российского предпринимательства. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2015. 400 с. С.55.

Вместе с этим В. Зомбарт, рассматривая социальные характеристики предпринимателя, считает, что помимо наличия у них «святой хозяйственности», сочетающей в себе бережливость и рационализацию, необходима «деловая мораль», отражающая благонадежность и пунктуальность в исполнении обязательств и др.

Особый интерес для данной работы представляют труды, принадлежащие основателю социологии предпринимательства Й. Шумпетеру, который в качестве главной задачи предпринимателя, приводящей к качественным социальным трансформациям, считал создание «новых комбинаций» в производстве, дающих преимущество перед конкурентами. Подобная «инновационная» деятельность соотносится с производством нового блага или созданием принципиально нового качества известных благ, внедрением или освоением принципиально нового. Й. Шумпетер в основе качественных изменений предпринимательства рассматривает необходимость «созидательного разрушения» – деятельность предпринимателей, направленную на «открытие новых рынков, внутренних и внешних», «развитие экономической организации от ремесленной мастерской и фабрики до крупных концернов»³⁸.

Свойства предпринимателя, представленные в различных концепциях, можно обобщить и сформулировать следующим образом: *предприниматель – это инициатор, самостоятельно организующий и осуществляющий на свой риск социально-экономическую деятельность, направленную на получение прибыли или личного дохода* [124, с. 95].

При этом, для деятельности предпринимателя так же отмечаются общие характерные черты: «самостоятельность», «инициативность», «новаторство», «ответственность» и «риск».

³⁸ Шумпетер Й. А. Капитализм, Социализм и Демократия / пер. с англ. М.: Экономика, 1995. 540 с.

Во многих источниках даются достаточно близкие определения предпринимательству: в одном *предпринимательство* понимается как «форма проявления общественных отношений, возникающих в результате инициативной деятельности индивидуальных или коллективных хозяйствующих субъектов в сферах производства, распределения и потребления материальных и духовных благ, нацеленной, как правило, на получение прибыли (дохода) и осуществляемой от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность»³⁹, в других – как «самостоятельная инициативная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли»⁴⁰ или как «инициативная, в рамках действующего законодательства, деятельность по созданию, функционированию и развитию предприятия, имеющая своей целью сбыт производимой продукции (услуг) и получение прибыли»⁴¹.

Тем не менее, рассматривать *предпринимательство* как особый вид деятельности, направленный на извлечение прибыли и основанный на самостоятельной инициативе, ответственности и на инновационной предпринимательской идее без определенной социальной роли, на наш взгляд, не совсем корректно.

По нашему мнению, степень социальной роли предпринимательской деятельности неразрывно связана с социальной политикой государства, главная задача которого состоит не только в «гармонизации общественных отношений, обеспечении политической стабильности и гражданского согласия»⁴², но и в появлении социальных ресурсов, направленных на формирование духовно-личностного роста граждан. Вдумчивый анализ показывает, что преодоление индивидуального коммерческого прагматизма возможно благодаря целенаправленной государственной политике,

³⁹ Социология: Энциклопедия / сост. А.А. Грицанов и др. Мн., 2003. 1312 с. С. 784.

⁴⁰ Толковый словарь по управлению / сост. С.Н. Петрова и др. М.: АЛАНС, 1994. 252 с. С. 127.

⁴¹ Словарь-справочник по экономике / сост. Л. П. Кураков, В. Л. Кураков. М.: Гелиос АРВ, 1999. 462 с. С.244.

⁴² Социальная политика: парадигмы и приоритеты / под общ. ред. В.И. Жукова. М.: Изд-во МГСУ «Союз», 2000. 312 с. С.10.

мотивирующей к ценности созидательного труда. М.Ф. Черныш справедливо считает, что основная задача социального государства – максимально оградить человека от риска быть униженным бедностью, гарантируя ему обеспечение равных прав и возможностей⁴³. Возможность использовать свой потенциал благодаря грамотной социальной политики, а не вследствие сложившихся социально-экономических обстоятельств.

Здесь уместно отметить предпринимательство *добровольное*, основанное на осознанном выборе человека в результате наличия у него определенного предпринимательского потенциала (стартовые возможности, наследственная среда, склад мышления) и предпринимательство *вынужденное*, т.е. по необходимости (например, в результате роста материальных обязательств в условиях низкого заработка). Практика показывает, что процесс формирования определенного склада предпринимательского мышления у граждан возможен в результате действия как благоприятных, так и неблагоприятных обстоятельств. В любом случае, как отметил М.Ф. Черныш, став на путь предпринимательства, человек (предприниматель) должен обладать «выдающимися способностями, врожденными либо приобретенными путем долгой и кропотливой работы»⁴⁴.

Кроме того, наличие или отсутствие у населения «предпринимательского духа» по-прежнему остается важнейшим условием развития малого предпринимательства в стране. Василий Леонтьев в одном из последних своих интервью настаивал: «Россию на ноги поставит дух предпринимательства – других средств нет». Далее, развивая свою мысль о важности частой предпринимательской инициативы, он, в свою очередь, подчеркивал необходимость государственного регулирования, утверждая, что

⁴³ Круглый стол. Обсуждение статьи А.А. Яковлева «Куда идет глобальный капитализм?» // Мир России. Социология. Этнология. 2022. №3. С.18-22.

⁴⁴ Там же

состязательный рыночный механизм функционирует под строгим контролем государства»⁴⁵.

Вместе с тем, соглашаясь с необходимостью государственного регулирования рынка, следует избегать его радикализма, проявляющегося в доминировании и тотальном контроле государства, утраты доверия населения к органам власти и, как следствие, падению социальной активности.

Отсюда происходит необходимость комплексного исследования факторов, влияющих на трансформацию малого бизнеса. В основе методологического исследования нами выбран системный подход, принимая во внимание, что он не исключает других методов познания. Рассматривая малый бизнес как определенную систему, мы учитываем воздействие на него как внешних, так и внутренних факторов, так или иначе оказывающих влияние на его функционирование.

Несмотря на то, что системного подхода в науке придерживались многие ученые-социологи, среди которых О. Конт, Г. Спенсер, В. Парето и др., нам особенно близка теория Т. Парсонса, позволяющая описывать структуру и механизмы взаимодействия друг с другом индивидов и групп, оценивать степени влияния их друг на друга⁴⁶. Отдельный интерес представляет способность российского малого предпринимательства достаточно долго функционировать, добившись определенного равновесия между деловыми интересами и способами их достижения в условиях неблагоприятных социально-экономических реформ.

Рассматривая в качестве важнейшей сферы социальной ответственности малого бизнеса занятость населения, автор считает целесообразным более подробно изучить вопросы трудовых отношений в малом бизнесе: условия

⁴⁵ Леонтьев В.В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика. М.: Политиздат, 1990. 415 с. С. 15-17.

⁴⁶ Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Теория и история экономических и социальных институтов и систем. М., 1993. С. 94-122.

найма, работы и оплата труда, корпоративная культура, добросовестная конкуренция и т.д.

1.2. Экономико-правовые основы структуры малого бизнеса и характеристики субъектов малого бизнеса

Исследование методологических основ предпринимательства, заложенных многими зарубежными и российскими учеными-экономистами, социологами, философами, показывает, что формулировка научных категорий «предпринимательство» и «предпринимательская деятельность» имеют различные предметные области. Экономисты определяют «предпринимательство» как организационно-экономическую форму бизнеса, историки – как профессиональную организацию, социологи – как социальный институт, философы – как совокупность отношений по поводу достигательного взаимодействия людей в материальной сфере, правоведы – как организационно-правовую форму бизнеса.

В современной России существует формальное обоснование данного понятия, согласно п.1 ст.2 ГК РФ: «предпринимательская деятельность – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве» [2].

Многообразие видов предпринимательских структур в целом имеет неформальный характер, проявляется в трех организационных формах предпринимательства: индивидуальной, партнерства и корпорации, которые, в свою очередь, подразделяются на две группы – частные и общественные. К первой группе относятся индивидуальные предприниматели и партнерства, а ко второй – корпорации.

Исследователи [34, 35, 86 и др.] отмечают возможность появления новых форм, способствующих повышению благосостояния граждан, связанных именно с малым предпринимательством.

В науке укоренилась тождественность понятий «малое предпринимательство» и «малый бизнес», анализ которых показывает, что отличительной чертой данных дефиниций выступает именно категория «доходности», без учета «социальной составляющей хозяйственной деятельности, присущей понятию «предпринимательство», а также отсутствие стремления «малого бизнеса «стать связующим звеном между крупным и средним предпринимательством, и обществом в лице потребителя» [90, с.18].

Другими словами, категория «малое предпринимательство» больше соотносится с финансовой стороной деятельности, а понятие «малый бизнес» определяется ролью, местом и его структурным соотношением с крупным и средним бизнесом.

Правовая характеристика субъектов малого бизнеса указывает на определенную деятельность физического или юридического лица, направленную на получение прибыли путем предоставления населению услуг или продажи товаров.

В первой половине 90-х гг. XX в. критерии отнесения предприятий к малому бизнесу в России неоднократно менялись, по мере вступления в силу новых законов о малом предпринимательстве. В 1995 г. в соответствии с п.1 ст.3 принятого Федерального закона РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», устанавливался критерий по долевого участию субъектов в уставном капитале (не более 25% субъектов), а также по средней численности работников для разных отраслей: в промышленности, строительстве и на транспорте – не более 100 человек, в научно-технической сфере и сельском хозяйстве – не более 60 человек, в оптовой и розничной торговле – 50 и 30 человек, соответственно [5].

Правовые критерии, относившие предпринимателей или организацию к субъектам малого бизнеса, в дальнейшем были представлены в федеральном

законе № 209-ФЗ от 24.07.2007 г., направленном на развитие малых форм предпринимательства в стране [7].

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 13 июля 2015 г. № 702 [14], Постановлением Правительства РФ от 04.04.2016 г. № 265 [15] и поправками в Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [7], к малому бизнесу сегодня относятся юридические лица и предприниматели, официально внесенные в государственный реестр и отвечающие следующим требованиям:

1. «Доля участия государственных компаний в уставном капитале общества не превышает 25%, иностранных и отечественных – 49%;
2. Штатная численность работников, включая работников на полставки, а также проходящих испытательный срок, за прошедший год не превышает 100 человек;
3. Выручка за предыдущий год без учета вычета НДС, согласно финансовой отчетности, не превышает сумму в размере 800 млн рублей. С 1 августа 2016 г., при неизменности, указанной выше суммы, финансовым показателем было установлено предельное значение доходов за предыдущий год: все «доходы от предпринимательской деятельности» по налоговому учету согласно налоговой декларации».

С 1 августа 2016 года создан единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП). Его формирует Налоговая служба самостоятельно, на основании отчетности субъектов малого бизнеса: сведений о доходах; среднесписочной численности сотрудников; данных из Единого госреестра юридических лиц и Единого госреестра индивидуальных предпринимателей; информации от других государственных органов [67].

В рамках оптимизации вопросов толкования понятий малого, среднего и микропредприятия с 1 января 2005 года все государства Европейского Союза в соответствии с Рекомендацией Комиссии ЕС 2003/361/ЕС от 6 мая 2003 года

перешли на единые правила отнесения предприятий к малому или среднему бизнесу [214].

Несмотря на отсутствие четкой дифференциации микро- и малых предприятий, например, в США, наибольшее количество предприятий малого бизнеса составляют предприятия с численностью работников, не превышающих 9 человек [72, с.15]. В иностранной экономической литературе существует гораздо более четкое распределение понятий «бизнес» и «предпринимательство» и, соответственно, «малый бизнес» и «малое предпринимательство». Термины «предпринимательство» (entrepreneurship) и «предприниматель» (entrepreneur) используются в этих источниках в том случае, когда подчеркивается особый характер деятельности предпринимателя, т.е. новаторский, творческий подход к делу. Так, под предпринимательством понимается не просто стремление к получению максимальной прибыли, а экономическое творчество.

Как было выше сказано, под *малым бизнесом* мы понимаем предпринимательскую деятельность, предусмотренную действующим законодательством, отвечающую установленным государством критериям и выполняющую социально-экономические функции в обществе: обеспечения занятости отдельных групп населения в условиях неопределенности развития социума. В связи с этим субъекты малого бизнеса – это физические и юридические лица, ведущие социально-хозяйственную деятельность в рамках правового поля и отвечающие требованиям установленных критериев.

Необходимо отметить появление в субъектах малого бизнеса его подгруппы – микропредприятий. Несмотря на достаточно обширную историю их распространения по всему миру, изучение и внедрение соответствующих программ поддержки микропредприятиям часто приписывают США. В России к микропредприятиям относят в основном индивидуальных предпринимателей, однако, по существующему законодательству, к ним относят и крестьянское хозяйство, и даже общество с ограниченной ответственностью. Главное, чтобы средняя численность работников не

превышала 15 человек за отчетный период, а выручка от реализации продукции, без учета НДС, не превышала 120 млн руб.

В ходе данного исследования был произведен сопоставительный анализ, который позволил обобщить данные о субъектах малого бизнеса в развитых странах (Таблица 1).

Таблица 1 – Субъекты малого предпринимательства и критерии соответствия

Субъект малого предпринимательства	Средняя численность работников за предшествующий календарный год	Выручка от реализации без учета НДС за предшествующий календарный год	Доля сторонних организаций в уставном капитале компании	Страна (содружества стран)
Микропредприятие	не более 15 чел.	120 млн руб.	не более 49%	Россия
Малое предприятие	не более 100 чел.	800 млн руб.	не более 49%	
Микропредприятие	не более 10 чел.	2 млн евро	не более 25%	Европейский союз
Малое предприятие	не более 50 чел.	10 млн евро	не более 25%	
Микропредприятие	не более 9 чел.	-	-	США
Малое предприятие	не более 500 чел.	7 млн долл.	-	

Источник: рассчитано автором на основе вышеуказанных статистических данных ЕС, США и РФ [72, 94]

Из таблицы 1 видно, что в России применима Европейская модель соотношения субъектов предпринимательства к малому бизнесу. Вообще, мировой опыт развития малого предпринимательства свидетельствует, что доля занятого данной деятельностью населения составляет в развитых странах более 50 %, а степень развитости данного социального слоя служит катализатором инноваций и регионального роста экономики.

Предпринимательская деятельность может осуществляться не только частными лицами и их объединениями, но и государственными предприятиями. В связи с этим принято различать «государственное» и «частное» предпринимательство.

Государственное предпринимательство, по сути, выполняет социальные функции, осуществляя и реализуя решения определенных социально-экономических задач, направленных на поддержку жизненно важных предприятий и отраслей хозяйства в энергетике, транспорте, науке и т.д. Однако, гарантированная помощь государства и, как следствие, низкая вероятность банкротства приводит к низкой готовности государственных предприятий к рыночной конкуренции, рентабельности и качеству организации производства, а отсутствие хозяйственной самостоятельности и зависимости от управленческих решений вышестоящих государственных органов – к менее гибким и быстрым управленческим реакциям, по сравнению с частным предпринимательством.

Последнее осуществляется от имени частного предприятия или предпринимателя. Частный бизнес, самостоятельно направляя свою деятельность, руководствуется потребностями рынка и максимально быстрым извлечением прибыли, с учетом последствий рисков. Обладая собственным имуществом, индивидуальные (частные) предприниматели осуществляют свою деятельность исключительно на коммерческой основе, в то время как государственное юридическое лицо может осуществлять свою деятельность, как на коммерческой, так и некоммерческой основе.

Несмотря на существующие различия государственного и частного предпринимательства, их ключевые принципы во многом идентичны: предполагается наличие инициативы, ответственности, стремления к максимуму прибыли.

Осуществление государственного предпринимательства в правовом поле возможно лишь в качестве юридического лица, тогда как одной из организационно-правовых форм непосредственно частного

предпринимательства является индивидуальный предприниматель (ИП) – физическое лицо.

Вместе с тем, выбирая организационную форму той или иной предпринимательской деятельности, необходимо исходить из совокупности субъективных возможностей предпринимателя и объективной действительности. В этой связи заслуживает внимания предложенное С.А. Выдриным разделение форм предпринимательства на «организационно-правовые» и «организационно-экономические». К первым отнесены товарищества, общества, кооперативы, ко вторым – концерны, ассоциации, консорциумы и финансово-промышленные группы⁴⁷.

Направленность предпринимательской деятельности дифференцируется по видам такой деятельности: производственная, коммерческая торговля, предоставление различных услуг, финансовая и консультативная. Одной из популярных форм хозяйствующих субъектов в России среди представителей малого бизнеса является «общество с ограниченной ответственностью» (ООО), обладающее существенными преимуществами, по сравнению с другими организационно-правовыми формами (в конце 2019 г. – 857791 субъект). Так, к юридическим субъектам малого бизнеса могут быть отнесены хозяйственные общества, производственные и потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

Физическими субъектами малого бизнеса являются индивидуальные предприниматели (ИП). Предприниматель, занимающийся *производственной деятельностью*, ориентирован в основном на процесс производства продукции, товаров и услуг с целью дальнейшей продажи, при этом его мотивом является извлечение денежной прибыли. Субъект *коммерческого предпринимательства* отличается посредническо-спекулятивной деятельностью, предполагающей получение выгоды в результате реализации товара и услуг по более высокой цене. *Финансовый предприниматель* (банкир,

⁴⁷ Выдрин С.А. Сущность предпринимательства: понятие и виды // Известия ВолгГТУ. 2007. №7. С.49-51.

аудитор, страховщик, специалист по лизингу) использует деньги и ценные бумаги в качестве предмета купли-продажи, реализуя их покупателям посредством продажи или в кредит, при этом прибыль получает с процентов и прибавочного капитала. *Предприниматель-консультант*, осуществляющий консалтинговую деятельность, предоставляет платные консультационные услуги в сферах финансов, управления, кадров, маркетинга, недвижимости и другое.

Выделяя социально-экономическую роль малого бизнеса, автор в работе, в первую очередь стремится проанализировать ситуацию с занятостью социально-уязвимых групп населения, в частности, молодежи, женщин, инвалидов, иммигрантов и др. Именно на предприятиях малого бизнеса эти социальные группы нередко приобретают опыт, знания, определяют для себя дальнейшие пути своего профессионального роста.

Однако современная Россия существенно уступает развитым странам по объему занятых в малом бизнесе. К примеру, к 2012 г. среднесписочная численность занятых в малом бизнесе составила более 10,4 млн человек, это было 15,3% экономически активного населения. На малых и средних предприятиях вместе трудилось 18,1%, тогда как в США этот показатель составлял 70%, Японии – 78%, Италии – 73%, Франции – 54% [34, с.15].

Очевидно, что процесс деиндустриализации многих российских регионов, малый бизнес которых не смог стать важнейшим сектором региональной экономики, отразился на занятости населения в виде стихийных попыток встроиться в мировой рынок.

Как видно из Таблицы 2, наиболее благоприятные условия для развития малого бизнеса сложились в Центральном округе РФ.

Таблица 2 – Основные показатели малых предприятий по округам РФ по состоянию на 1 января 2019 г. [160]

Федеральный округ / субъект России	Число МП на конец 2018 г., тыс.	Число МП на 10000 чел. населения	Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	Оборот малых предприятий, млрд. руб.
Центральный	937,3	238	3423,9	24238,8
г. Москва	526,9	418	1464,0	16006,9
Северо-Западный	371,5	267	1217,4	4977,8
г. Санкт-Петербург	234,4	444	621,3	3317,5
Южный	226,3	138	878,7	2803,2
Северо-Кавказский	53,9	55	253	927,0
Приволжский	484,0	163	2098,6	5863,0
Уральский	254,5	206	886,1	3004,3
Сибирский	322,5	167	1164,8	3631,5
Дальневосточный	118,8	192	462,0	1808,6
ИТОГО по РФ	2659,9	181	10719,9	53314,2

Субъекты малого бизнеса России географически распределены неравномерно: почти половина предпринимателей сосредоточена в Центральном (31%) и Приволжском (18%) федеральных округах. Большинство малых предприятий работают в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств и мотоциклов (60,4% общего оборота малых предприятий), обрабатывающих производств (10,4%), а также строительстве (7,5%) [212].

В начале 2019 г., согласно аналитической оценки Сбербанка РФ, в российском микробизнесе в среднем работает по три сотрудника, в малых компаниях - 27 человек, при этом индивидуальные предприниматели редко дорастают до среднего бизнеса - в июне 2019 года таких организаций было всего 316 [154].

По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) ФНС России на декабрь 2022 г. из 5969048 субъектов малого бизнеса 95,7% от общего числа составляют

микропредприятия. Малые предприятия составляют 4%, а наименьшее количество – средние предприятия – не более 0,3%.

Данное распределение субъектов МСП (рис.1) наглядно показывает отсутствие гарантированных механизмов и условий, необходимых для развития малого бизнеса до уровня компаний среднего звена. Это в определенной степени объясняет факт падения у граждан интереса к малому бизнесу в России: «лишь 12% находят его привлекательным (для сравнения, в США 57% населения желает владеть собственной компанией)» [120, с.42; 148]. Показатель привлекательности российского малого бизнеса для талантливых работников остается на низком уровне: 32,94 балла (Россия занимает 109-е место из 125) [235].

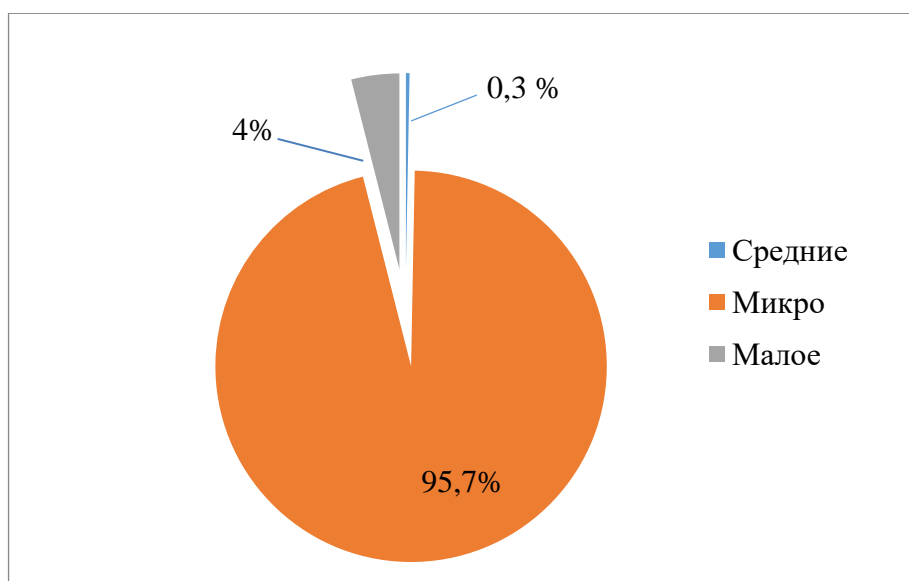


Рисунок 1 – Распределение субъектов МСП в России в 2019 г. (по данным статистики государственной регистрации ФНС РФ)

Специфической чертой малого бизнеса всех российских регионов, по мнению А.В. Виленского, является «крайне высокое распространение в нем вынужденного предпринимательства» [50, с.10].

Необходимость поиска средств к существованию с максимально выгодной для себя формой реализации трудового потенциала все больше разворачивает многих граждан в сторону малого бизнеса, получившую

название как самозанятость. Самозанятые – это предприниматели поневоле, не все из них обладают предпринимательскими качествами (способность к риску, адаптивность к нестандартным ситуациям, работоспособность, выраженные лидерские качества и другое).

Самозанятые – это физические лица, осуществляющие самостоятельную трудовую деятельность (без найма работников) по основной или дополнительной занятости [119, с.764]. В 2019 г. доля самозанятых в общей численности занятого населения России составляла 22%, причем существенная их часть находится в теневом секторе – 64% (около 10–11 млн самозанятых граждан) [139, с.68].

Профессионально-личностные характеристики работников российского малого бизнеса также заслуживают самого пристального изучения. Так, ряд рекрутинговых компаний отмечают длительное падение уровня подготовки квалифицированных кадров в российских компаниях. По индексу навыков сотрудников Россия занимает 27-е место среди 33 стран мира [236].

С трудностями сталкивается малый бизнес с ремесленной формой организации труда, где производится и продается оригинальная продукция, сделанная руками, и не в фабричных масштабах. Известно, что мировой рынок ремесленной («крафтовой») продукции устойчиво растет. По данным аналитиков, выручка от продажи товаров ручной работы в 2020 году составила 718 миллиардов долларов. Правительства многих стран понимают значимость этого тренда и уделяют внимание поддержке и регулированию ремесленнической деятельности. В России ее касается лишь одна статья в законе «О развитии малого и среднего предпринимательства» и несколько положений закона «О народных художественных промыслах».⁴⁸ Тем не менее, наибольшую готовность к предпринимательской карьере демонстрируют молодые люди, преимущественно жители крупных городов и областных

⁴⁸ Крафтовый бизнес. Как заработать, сидя дома? 15.04.2021. URL: <https://otr-online.ru/programmy/prav-da/kraftovyy-biznes-kak-zarabotat-sidya-doma-50342.html> (доступно 26.08.2021)

центров, причем, как отмечают исследователи, «резервы пополнения рядов предпринимателей находятся преимущественно в среде самозанятых» [212].

Малое предпринимательство рассматривается как развивающаяся самоорганизующаяся система, складывающаяся под влиянием как внешних, так и внутренних факторов, отражающих систему социально-экономических интересов государства и предпринимательских структур. Обновленные рыночные отношения и инфраструктура российского рынка, стабильная политическая и экономическая обстановка, рациональная система налогообложения и кредитования, правовые, социально-культурные, природно-географические факторы – все это формирует целостное социально-экономическое пространство по обеспечению необходимой жизнедеятельности предпринимателя.

Выводы:

1. Малый бизнес – это предпринимательская деятельность, предусмотренная действующим законодательством, отвечающая установленным государством критериям и выполняющая социально-экономическую функцию обеспечения занятости населения. При этом социальная ответственность малого бизнеса заключается не только в предоставлении рабочих мест, но и в формировании деловой этики, исключающей ущемления жизненных интересов общества: рост безработицы, дискриминация труда, недобросовестная конкуренция, обман потребителя и др.

Субъекты малого бизнеса (предприниматели) – это физические и юридические лица, ведущие социально-хозяйственную деятельность в рамках правового поля. С точки зрения социологии, субъект малого бизнеса – это отдельный гражданин либо добровольное объединение граждан, осуществляющих социально-хозяйственную деятельность, связанную с получением прибыли и обладающих правом принятия ключевых решений с учетом социокультурной самобытности.

Исследования представителей малого бизнеса показали, что российские предприниматели имеют более выраженную самостоятельность и автономность, по сравнению с представителями других стран, а также сильную психологическую защиту от социального неодобрения. Этому способствовало не только несбалансированность рынка, отсутствие реальной и последовательной поддержки со стороны государства, но и открытое противопоставление бизнеса жесткому государственному регулированию предпринимательской деятельности.

2. Наибольшее распространение в России среди субъектов малого бизнеса получили микропредприятия, для которых характерно преобладание деятельности в сфере обращения: торговля и оказания услуг. В последние годы пытаются получить развитие в городах деятельность молодежи в сфере производства: малое ремесленное производство оригинальных товаров («крафтовое» предпринимательство): одежда, украшения, торты, пиво, поделки из дерева и другое. Городская молодежь формирует новую ремесленную молодежную предпринимательскую субкультуру, характеризующуюся горизонтальной мобильностью, размыванием границ между работой и досугом, активным развитием неформального образования.

3. Развитые рыночные отношения и инфраструктура рынка, стабильная политическая и экономическая обстановка, рациональная система денежного обращения и кредитования, правовые, социально-культурные, природно-географические факторы – все это сформировало целостное благоприятное социально-экономическое пространство по обеспечению необходимой жизнедеятельности предпринимателя.

4. Преимущественные социально-экономические показатели малых предприятий Центрального округа РФ и особенно г. Москвы на фоне остальных округов позволяют дать качественную оценку состоянию малого бизнеса в мегаполисе, проследить трансформацию его социальной структуры с учетом региональной специфики.

ГЛАВА 2. СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ МЕГАПОЛИСА

2.1. Современное состояние малого бизнеса в условиях мегаполиса (на примере г. Москвы)

Москва – крупнейший экономический центр страны. По целому ряду ключевых показателей – объёмам промышленного производства, торговли, услуг – российская столица неизменно лидирует среди субъектов Российской Федерации. Однако, в мировом рейтинге лучших городов для жизни Москва занимает только 68 место из 140. В многофакторном анализе учитывались безопасность, состояние экономики, инфраструктуры, экологии и др. [237].

Отраслевая структура экономики Москвы характеризуется наличием практически полного спектра предприятий разных видов собственности. В Москве действует свыше одного миллиона юридических лиц: они работают в разных отраслях, совместно создавая валовой региональный продукт (ВРП) города. По данным Департамента экономической политики и развития Москвы, за последние 10 лет уровень ВРП в столице (в расчёте на душу населения) повысился до отметки в 1,5 млн руб. – это примерно в 2,5 раза выше, чем в среднем по России [106].

По объёму потребительских расходов в 2020 году (172,5 млрд долл. США) Москва занимает 3 место среди городов Европы и входит в двадцатку крупнейших потребительских рынков в мире. Объём розничного товарооборота города Москвы в 2016 году превысил 4,5 трлн руб. (77,5 млрд долл. США). На долю Москвы приходится 16% оборота российской розничной торговли. Среднедушевые денежные доходы населения в городе Москве по итогам 2020 года составили около 75,6 тыс. руб. в месяц [132].

Москва, являясь основным центром притяжения рабочей силы как регион с высоким уровнем развития экономики, тем не менее, занимает 14-е место в рейтинге регионов с самой высокой отрицательной динамикой

«регистрации» предприятий. Количество закрывшихся предприятий в 2019 г. здесь в 2,77 раза превышает количество созданных в 2018 году. Ежегодный показатель роста количества индивидуальных предпринимателей в Москве, по которому столица занимает первое место в России, также сопровождается значительным ростом обратных процессов.

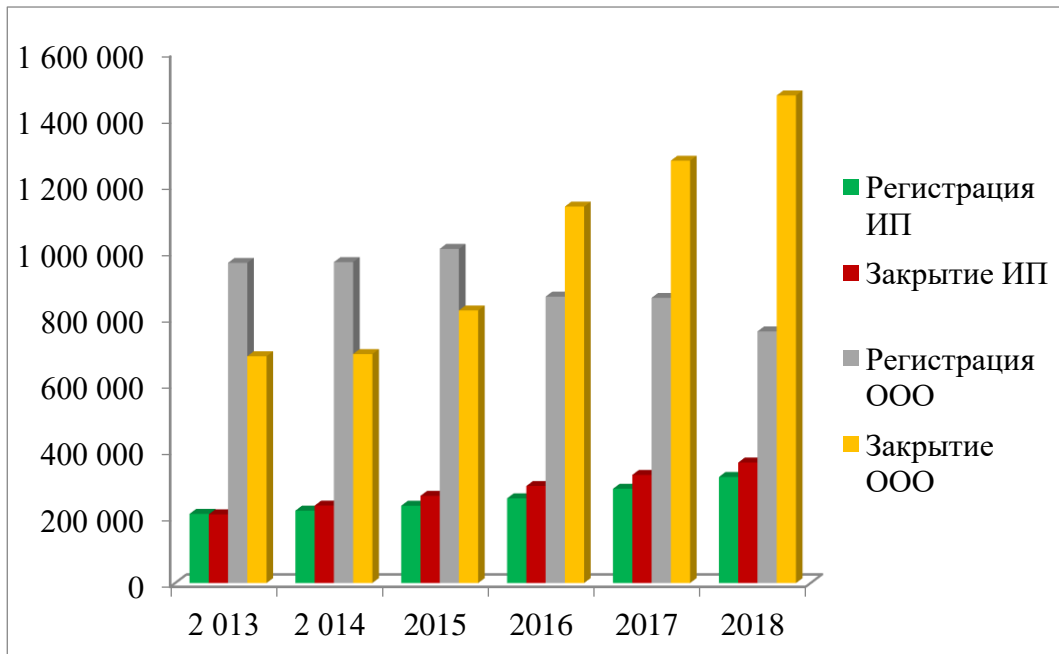


Рисунок 2 – Динамика количества субъектов малого бизнеса в Москве за период 2013-2018 гг. (по данным статистики государственной регистрации ФНС РФ)

Несмотря на то, что официальные органы ФНС и статистики достаточно уклончиво комментируют причины, вызывающие прекращение предпринимателем своего бизнеса, социологические опросы автора выявили следующие основные трудности ведения малого бизнеса в Москве в 2019 г. (рисунок 3). По-прежнему вызывают много нареканий у предпринимателей несовершенство законодательства и, как следствие, трудность его восприятия, административный прессинг, высокие налоговые отчисления.



Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие Вы испытываете трудности по ведению бизнеса в Москве?» в 2019 г., в % от общего числа опрошенных (N= 184)

Спекулятивный характер рыночных отношений (обогащение за счёт использования разницы цен на товары в течение определённого срока) в России из-за нестабильности экономики не мотивирует малый бизнес Москвы на производство: развитие производственного потенциала малого бизнеса сопряжено с высокими материальными затратами, большими сроками окупаемости, экономическими рисками, связанными с неопределённостью точек сбыта, административными прессами, дефицитом инвестиционных фондов и финансовых дотаций, влиянием внешней экономической конъюнктуры, а главное – отсутствием должной государственной поддержки (65% респондентов заявляют, что полученная ими поддержка не имела практической реализации в последующем), и, прежде всего, неразвитостью механизмов социальной защищённости в данной области.

По-прежнему самыми распространенными сферами малого бизнеса в Москве являются торговля (49%) и предоставление услуг (33%) (строительство, консалтинг, транспортные перевозки и др.) (см. рис. 4).

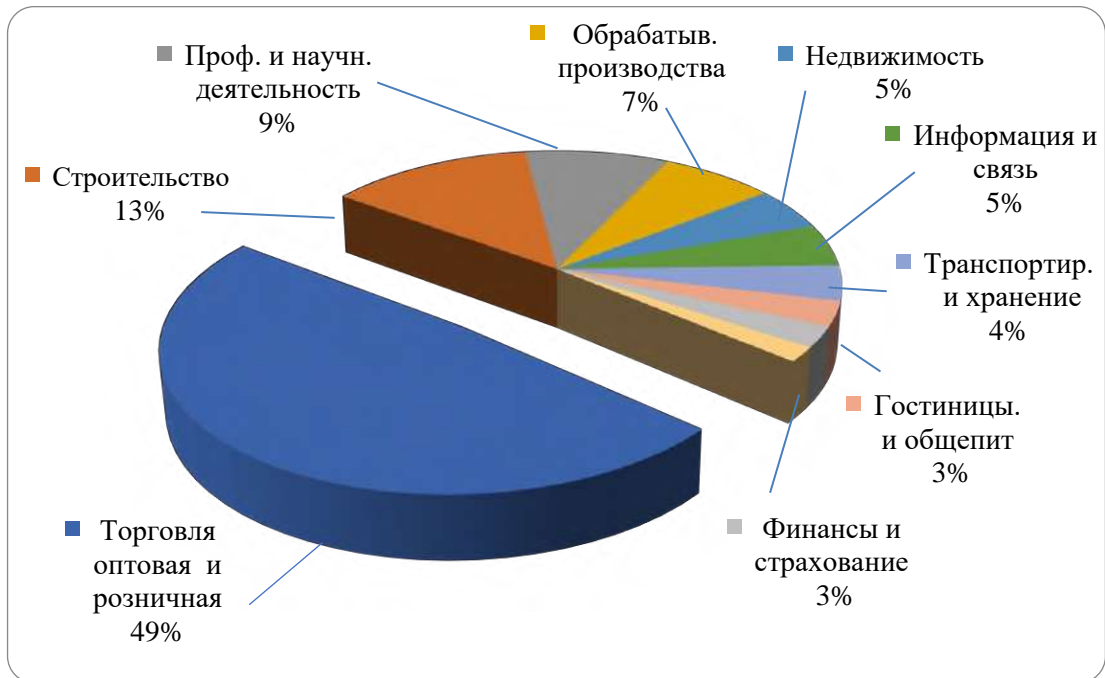


Рисунок 4 – Распределение субъектов малого бизнеса в Москве по отраслям в 2019 г. (по данным Мосгорстата)

При этом, в сфере малого бизнеса Москвы работает 2,5 млн чел., что составляет более 35% от всей рабочей силы столицы, т.е. каждый третий работающий в Москве [53]. По итогам 2021 года на территории города Москвы зарегистрировано более 860 тысяч самозанятых граждан (более 22 % самозанятых граждан Российской Федерации) [39]. Подсчет же процента трудовой миграции из стран бывшего соцлагеря в малом бизнесе столицы до сих пор вызывает трудности у официальных органов власти, поскольку процедура их официального трудоустройства достаточно обременительна для работодателя.

Анализ количества субъектов малого бизнеса по г. Москве показал следующую картину (таблица 3).

Таблица 3 – Сводная таблица статистики малого бизнеса по г. Москве за 2016-2021 гг.

Кол-во малых предприятий на конец года	Год	Всего	из них:			
			Юр.лицо		ИП	
			микро	малое	микро	малое
Субъектов	2016	740450	501515	46961	191309	665
Работников, чел.		2106370				
Видов продукции						
Субъектов	2017	781826	515079	45797	220263	687
Работников, чел.		2215335				
Видов продукции		372				
Субъектов	2018	785454	490022	41713	252965	754
Работников, чел.		2196999				
Видов продукции		746				
Субъектов	2019	822997	509697	40660	271886	754
Работников, чел.		2173378				
Видов продукции		820				
Субъектов	2020	718108	386187	33381	297504	1036
Работников, чел.		4430793				
Видов продукции		2518				
Субъектов	2021	765821	384101	33162	347261	1297
Работников, чел.		4152749				
Видов продукции		3064				
Субъектов	2022	820736	409549	33809	375753	1627
Работников, чел.		1918338				
Видов продукции		1862				

Источник: по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) ФНС России, январь 2022 г.

Большинство представителей малого бизнеса Москвы представляют собой граждан, занимающихся предпринимательской деятельностью с краткосрочными экономическими стратегиями, неоднократно меняющих направление своей деятельности, название и статус своего юридического лица ввиду определенных трудностей социально-экономического характера (высокие налоговые и кредитные ставки, низкая покупательская способность населения, господствующее положение крупных торговых сетей и другое).

Трансформация малого бизнеса г. Москвы как процесс кардинального изменения сознания его субъектов, отражающийся на культуре их поведения и восприятии деловых норм в данном разделе исследования будет

рассматриваться с точки зрения воздействия социальных, экономических, правовых, политических, информационно-образовательных и психологических факторов.

К *экономическим факторам* мы будем относить экономическую ситуацию в изучаемом регионе, уровень инфляции, государственную политику в сфере экономики (антимонопольное и налоговое регулирование, состояние финансово-кредитных институтов, внешнеторговые операции), развитие инфраструктуры региона, состояние научно-технического потенциала региона, инвестиционная привлекательность, потребительский спрос. Показательным фактором в экономике региона является рейтинг его привлекательности в человеческих и финансовых ресурсах (таблица 4).

Таблица 4 – Рейтинг социально-экономической привлекательности города Москвы, 2018.

Наименование критерия	Значение/место 2018 г.
Средний душевой доход населения в месяц, руб.	59203/4
ВРП на душу населения, руб.	1103453,3/6
Потребительская способность населения:	
- оборот розничной торговли, млн. руб.	4282410/1
- объем платных услуг на душу населения, руб.	134180/1
- объем транспортных услуг на душу населения, руб.	49704/1
Уровень занятости	75,1
Инвестиции:	
- в основной капитал, млн. руб.	1703085/2
- сальдо иностранных инвестиций, млн. руб.	11809/1
Кадровый потенциал:	
- число образовательных организаций высшего образования и научных организаций	179/1
- выпуск бакалавров, специалистов, магистров, тыс. чел.	219,1/1
- число предпринимателей на 10000 чел. населения	71,8**/87
Другое	
- средняя стоимость аренды торговой площади, тыс. руб./кв.м	56,24
- средняя стоимость аренды офисной площади, тыс. руб./кв.м	27,0

Источник: Сводные данные, составлены автором по итогам массового социологического опроса и данных Мосгорстата, по состоянию на январь 2018 г.

РАНХ и ГС при Президенте РФ в 2017 г. составила рейтинг «Инновационный бизнес в регионах России», по результатам которого оценила концентрацию ресурсов для развития высокотехнологичных отраслей экономики, позволяющей оценить привлекательность того или иного региона для бизнеса. По итогам рейтинга Москва заняла первое место. В пятерку наиболее привлекательных регионов также вошли Санкт-Петербург, Московская область, Республика Татарстан и Нижегородская область [76].

Несмотря на высокую, по мнению Д. Бадовского, политизированность избирателей мегаполисов и их более рационализированное отношение к выборам [108], социологическими исследованиями автора установлено, что политическую активность предприниматели проявляют редко, опасаясь серьезных последствий со стороны административных и правоохранительных органов. Политическую ситуацию в стране расценивают как стабильную, но не приносящую каких-либо существенных положительных изменений в социально-экономическом развитии страны. Среди существующих политических партий 82% опрошенных бизнесменов не видят партию, способную кардинально повлиять на положение малого бизнеса в стране и связывают это с низкой социальной активностью основных масс населения и неограниченным административным ресурсом власти на работников государственных и бюджетных органов. Назвать конкретные политические партии и общественно-политические объединения, выступающие в поддержку предпринимателей России, смогли лишь 5% респондентов. Отчасти эти данные коррелируют с мнением ряда исследователей о причинах поражения предпринимательского блока в парламентских выборах 2016 г. [129, с.221].

Серьезную озабоченность вызывает у предпринимателей негативный образ России за рубежом и непоследовательность власти в формировании образа страны, способной защищать своих граждан.

Несмотря на то, что из 65 партий, зарегистрированных Минюстом РФ на июнь 2018 г., 92,4% находятся в Москве, предприниматели столицы не проявляют активного интереса к процессам политического характера [182].

Многие респонденты из числа предпринимателей уверены, что решение многих экономических вопросов как малого бизнеса, так и государства в целом лежит в политической плоскости. С политической волей государственной власти они связывают улучшение инвестиционного климата и защиту прав предпринимательской собственности, а также вопросы коррупции, нелегального предпринимательства, экономических преступлений. 76% предпринимателей оценили политическую систему как непригодную для развития экономического потенциала государства. Бизнесмены выразили критические прогнозы, связывая ситуацию с растущей международной изоляцией России, отсутствием политических свобод и действенных механизмов влияния на власть. Указали на клановость монополий, неподсудность и безответственность власти, сопряженную с низкой эффективностью руководства.

Как следует из результатов очередного глобального опроса «Барометр уверенности компаний» аудиторско-консалтинговой группы ЕУ, 84% руководителей российских предприятий готовы отказаться от части активов из-за их неэффективности или каких-либо выявленных рисков. При этом, основная активность рынка связана с продажей малого бизнеса, и на данный момент предложение превышает спрос: только 32% инвесторов готовы вложиться в новые проекты. Главным риском, угрожающим развитию бизнеса, 55% респондентов в России назвали геополитическую напряженность [33].

Кроме того, все большую озабоченность среди представителей малого бизнеса Москвы вызывает растущая этническая преступность в столице, посягающая на экономическую и правовую безопасность предпринимательства в регионе. В большинстве своем данную проблему бизнесмены также связывают с политическими решениями миграционных процессов, отмечая неблагоприятные районы Москвы по распределению основных миграционных потоков: северо-восточный, юго-восточный, южный и юго-западный.

Вместе с тем, распределение субъектов малого бизнеса в Москве в настоящее время никак не связано с национальной-территориальной идентичностью района, а скорее зависит от места проживания и финансовых возможностей предпринимателей.

Анализ статистических распределений численности субъектов малого предпринимательства позволил автору скоррелировать их процентное соотношение по административным округам г. Москвы (таблица 5).

Таблица 5 – Численность субъектов малого предпринимательства по округам г. Москвы, 2017-2018 гг.

№п/п	Наименование округа	Площадь, кв.км	Численность населения, чел.	Плотность населения, чел/кв.км	Численность субъектов МБ, тыс. / %
1	Восточный округ	154,84	1507198	9734,19	66,3166/10,1
2	Западный округ	153,03	1368731	8943,95	71,5694/10,9
3	Зеленоградский округ	37,20	239861	6447,89	9,1924/1,4
4	Северный округ	113,73	1160576	10205,02	61,7204/9,4
5	Северо-Восточный округ	101,88	1415283	13891,26	61,0638/9,3
6	Северо-Западный округ	93,28	990696	10620,56	37,4262/5,7
7	Центральный округ	66,18	769630	11630,14	129,3502/19,7
8	Юго-Восточный округ	117,56	1385385	11784,52	65,66/10,0
9	Юго-Западный округ	111,36	1427284	12816,59	58,4374/8,9
10	Южный округ	131,77	1776789	13483,72	70,2562/10,7
11	Новомосковский округ	361,36	216709	599,7	21,0112/3,2
12	Троицкий округ	1084,34	122522	112,99	
13	ИТОГО:	2526,53	12380664	4950,06	656,6

Источник: Составлена автором по данным Мосгорстата [131] и ГБУ Малый бизнес Москвы, 2017-2018 гг. [158]

Отчасти это объясняется тем, что в мегаполисах бизнес намного труднее вывести на приемлемый уровень рентабельности. Однако, более весомую роль, по мнению диссертанта, играют ряд других причин.

Так, более 40% опрошенных предпринимателей считают, что в регионе есть отрасли, доступ в которые искусственно затруднен из-за влияния на него крупного бизнеса. По данным опроса «ОПОРЫ РОССИИ», около 83% малых и средних компаний сталкивались с проблемами на входе в крупные торговые сети. Основные сложности связаны с требуемым объемом поставок, нерентабельной закупочной ценой, длительной отсрочкой платежа, требованиям ритейлеров к производству, сертификации, логистике и узнаваемости бренда [40].

Завышенная арендная ставка (в 2020 г. – 4750 руб. за 1 кв. м в год [Постановление Правительства Москвы от 03.12.2019 № 1598-ПП]) приводит к тому, что малый бизнес постепенно уходит из столицы. К тому же высокая арендная плата в результате отражается и на стоимости продукции. Малым предпринимателям трудно конкурировать с крупными торговыми сетями.

1 июля 2015 г. представители малого бизнеса лишились преимущественного права на выкуп арендованных помещений, если те находятся в собственности субъектов РФ и муниципальных образований.

Кроме того, теперь организации, применяющие упрощенную систему налогообложения (УСН) обязаны уплачивать налог на имущество, исходя из его кадастровой стоимости. Также в городах федерального значения был введен торговый сбор (Федеральный закон от 29 ноября 2014 г. № 382-ФЗ), причем ставка устанавливается субъектами РФ за квартал в расчете на объект торговли или на его площадь. Ограничены они будут только расчетной стоимостью патента, выданного на три месяца (ст. 415 НК РФ), что, несомненно, является серьезным ударом по развитию малого бизнеса в Москве.

Основную долю затрат после аренды помещений предприниматели Москвы связывают с взаимодействием с властями. Москва занимает первое место в России по численности чиновников на 1000 человек населения – 121,3 человек [138]. Нашим социологическим опросом выявлено, что лишь 2,7% субъектов малого бизнеса уверены в правовой возможности отстаивать

законные интересы своего бизнеса в Москве вопреки воле региональных властей.

Владельцы малого бизнеса отмечают заметное увеличение не только налогового администрирования, но и количество негативной судебной практики по налоговым спорам. Согласно исследованиям, компанией PwC, рейтинг эффективности региональной налоговой политики в 2017 г., Москва занимает лидирующие позиции, однако, вопросы снижения налоговой нагрузки все еще остаются для московских предпринимателей ключевыми [166].

Президент РФ, оценив сложившуюся ситуацию в вопросах эффективного взаимодействия и защиты представителей отечественного бизнеса, ввел в стране новую государственную должность, представляющую их интересы – омбудсмен по правам предпринимателей. Правовой статус Уполномоченного по защите прав предпринимателей в городе Москве и его Управления определяется Законом города Москвы от 30.10.2013 № 56 «Об Уполномоченном по защите прав предпринимателей в городе Москве» [25].

За весь период работы московского бизнес-омбудсмана к нему было зафиксировано 2880 обращений предпринимателей, 79% из которых связано с административными правонарушениями. Наибольшее количество обращений (34%) поступает из Центрального административного округа столицы. Среди сфер правоотношений по существу обращений лидируют имущественно-земельные отношения (24%), услуги (19%) и торговля (18%). По результатам разбирательства с обращениями предпринимателей в более трети из них (31%) не нашлось подтверждения совершенных ими правонарушений [183].

Согласно мониторингу открытости государственных органов власти, в г. Москве, проведенному исследователями РАНХ и ГС в июне 2015 г. среди предпринимателей и научных экспертов, индекс открытости составил 48 баллов из 100 возможных, что характеризовалось ими как низкий. Наиболее актуальными вопросами оставались в сфере государственных закупок и

прозрачности конкурсных процедур, а также информировании предпринимателей о льготах, субсидиях и проведенных проверках [105].

По данным Федеральной антимонопольной службы (ФАС), конкурсные закупки, проводимые для нужд госкомпаний «в 95% случаях, являются имитацией торгов», что говорит о несовершенстве законодательного регулирования процедуры закупок и является серьезным препятствием для реализации представителями малого бизнеса своей продукции на рынке [52].

Согласно авторскому интервью, проведенному с владельцами малого бизнеса Москвы в 2019 году (N = 218)⁴⁹, респонденты оценили уровень своей правовой защищенности как низкий. Основные претензии касались объективных требований контролирующих органов к работе бизнеса, вопросам уголовного преследования (в том числе по причине конфликта интересов), возмещения материальных затрат в связи с недобросовестным предпринимательством (уклонение от исполнения партнерских обязательств, игнорирование требований судебных органов и т.д.) и незаконной предпринимательской деятельностью. В большинстве ответов предпринимателей правовая защищенность, по их мнению, должна быть направлена на обеспечение экономической защиты бизнеса. Правовая среда определяет результативность функционирования предпринимательской деятельности, исключая незаконное перераспределение собственности, рейдерство и способствует развитию рыночного общества, свободного от патерналистских установок. Либерализация рынка в авторском понимании строится на незыблемости частной собственности, свободной честной конкуренции, исключая административное давление и обеспеченные верховенством права.

Результаты интервью представлены на рисунке 5.

⁴⁹ Телефонное интервью с владельцами малого бизнеса мегаполиса по стратифицированной случайной выборке стационарных номеров коммерческих компаний г. Москвы «Социально-экономические проблемы предпринимательской деятельности» // Авторское исследование, март-апрель 2019 г., N = 218 чел.

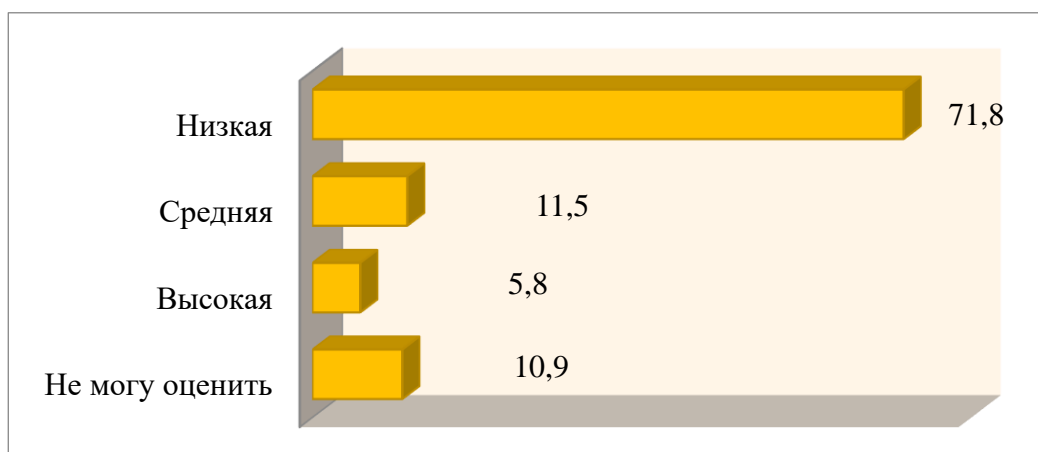


Рисунок 5 – Распределение ответов владельцев малого бизнеса в г. Москве относительно уровня своей правовой защищенности, 2019 г., % от общего числа опрошенных (N=218).

Характерно, что, несмотря на существующий дефицит коммуникаций между предпринимателями и органами власти, большинство опрошенных предпринимателей (85%) склонны считать, что добиться какой-либо существенной поддержки без покровительства во властных структурах практически невозможно. В первую очередь к данному вопросу предприниматели относят проблемы урегулирования экономических споров и правовой защиты бизнеса.

Более 78% опрошенных респондентов не считают возможным вести бизнес-планирование на срок более двух лет. Главной причиной этого они видят в непоследовательной по отношению к ним политике государства, низкой возможности реализации своих прав, интересов, влияния, а также в отсутствии конструктивного взаимодействия с органами власти. При этом, как правило, предприниматели предпочитают не вступать в споры с государством, что вкупе с низкой оперативностью и качеством государственного управления на местах порождает дефицит здоровой конкуренции.

Социологические опросы позволили выявить и экономические риски, которым подвержены субъекты малого бизнеса по г. Москве (рисунок 6).



Рисунок 6 – Экономические риски предпринимателей Москвы (по результатам ответов владельцев малого бизнеса в г. Москве, 2019 г., % от общего числа опрошенных, N=218).

Проблема недобросовестности контрагентов – одна из ключевых в обеспечении экономической защищенности предпринимателя. Так, органы ФНС по результатам налоговой проверки могут исключить из состава расходов, в целях исчисления налога на прибыль, и из сумм НДС подлежащих вычету, суммы, уплаченные по договорам с фирмами, государственная регистрация, которых была признана недействительной. Подобное развитие ситуации также возможно в случаях неуплаты недобросовестным контрагентом входного НДС, если он не числится в едином государственном реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ/ЕГРИП), если не сдает отчетность в налоговую инспекцию и др. Помимо этого ФНС вправе начислить добросовестному предпринимателю штраф за получение необоснованной налоговой выгоды. Все сводится к тому, что при выборе контрагента организация должна была проявить должную осмотрительность, которая, по мнению Минфина РФ, заключается в определенных проверочных мероприятиях.

Рынок нелегального бизнеса и услуг постоянно расширяется. Сюда в первую очередь относятся торговля, частные автоперевозки, медицинские и строительно-отделочные услуги.

По предварительной оценке, директора департамента финансового мониторинга и валютного контроля Банка России Ю. Полупанова, теневой оборот торговли основных оптово-розничных рынков Москвы («Фуд Сити», «Садовод» и «Москва») составляет порядка 600 млрд руб. в месяц, достигая при этом 20–25% от ежемесячного оборота розничной торговли в России [201].

Нарушители несанкционированной торговли, привлекаются к административной ответственности по ст. 6.3, 14.15 КоАП РФ, однако, несмотря на все усилия правоохранительных органов, полностью ликвидировать подобную торговлю не удастся. Штрафы, взимаемые с торговцев, фактически никак не воздействуют на ситуацию ввиду их низкой экономической чувствительности [16].

Другим немаловажным фактором является *психологическая* составляющая. Ряд авторов рассматривают социальную защищенность непосредственно с позиции психологической науки – это «создание внутреннего психологического комфорта, поддержание уверенности, минимизация тревожности, удовлетворенности межличностным взаимодействием» [254, с.128]. Это объясняется несколькими субъективными и объективными причинами.

Во-первых, Москва является самым населенным и густонаселенным (по плотности населения) регионом России – в мегаполисе, по данным Росстата, насчитывается 12 380 664 человек с плотностью 4 834,31 человек на квадратный километр. Это значительно превосходит другие густонаселенные регионы, например, в городе федерального значения Санкт-Петербург – 3 764,49 чел./ км² [160].

Во-вторых, предпринимательская деятельность, помимо множества неопределенностей и обязательств, сопряжена с рядом других стрессовых моментов. Так, например, большинство предпринимателей связывают периодичность своего негативного психологического состояния, кроме всего прочего, с агрессивным ритмом мегаполиса и, в частности, с неконтролируемыми процессами внешнего характера: общая атмосфера

обезличенности и напряжения среди граждан, повсеместные ремонтно-строительные работы, транспортные заторы, невозможность разрешения большинства споров в досудебном порядке, девиантность поведения в мультикультурном обществе. Помимо этого, не менее существенное влияние на психологическое состояние человека оказывают климатические условия региона: температура воздуха, длительность светового дня, количество солнечных дней в году и т.д.

Тем не менее, отмечаются и положительные стороны предпринимательской деятельности в Москве. Мотивы привлекательности работы в бизнесе в условиях мегаполиса хорошо известны: экономическое развитие региона, финансовые возможности граждан, развитая городская и социальная инфраструктуры, перспективы развития и т.д. Главным и основным мотивом переезда в мегаполис большинство начинающих предпринимателей связывают с его возможностями, в первую очередь в наиболее востребованных видах малого бизнеса – сфере услуг и торговле.

В-третьих, в Москве сосредоточилось наибольшее количество носителей выборочного спроса. Избирательность московских потребителей и их требовательность к качеству разнообразной продукции заставляет предпринимателей в условиях высококонкурентной среды считаться не только с предпочтениями потребителей, но и с их склонностью в отстаивании своих законных прав. В данном случае следует говорить о сформированности в Москве определенной потребительской культуры, в основе которой лежит умение граждан активно анализировать и мониторить товары, услуги, цены, взаимодействовать с органами государственной власти.

Экологическая защищенность. Наименее привлекательной Москва кажется россиянам с точки зрения экологической обстановки: 78% опрошенных отмечали более лучшую экологию в регионах [171]. По данным ряда иностранных исследователей (США, Японии, Швеции и Норвегии), Москва вырабатывает ежегодно 99,5 мегатонны углекислого газа [174]. Этому в немалой степени способствует огромный автопарк столицы: в Москве и

области зарегистрировано 7,2 млн машин, а ежедневно по городу передвигается 3,6 млн. автомобилей [96]. Кроме того, согласно статистике аналитического агентства Автостат, 42% автопарка столицы по экологическому классу не превышает уровень "Евро-3", в Подмосковье – 49,5% [186].

Информационно-образовательная защищенность. В последнее время Москва достигла значительных успехов в развитии электронных сервисов, что и привело к первому месту в рейтинге ООН [107]. Средняя стоимость широкополосного доступа к сети Интернет в Москве меньше чем в большинстве мегаполисов мира, а качество доступа сравнимо с Сингапуром и Лондоном. По уровню проникновения мобильной связи и фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет Москва опережает большинство регионов России [193]. В результате этого возможность получения информационной поддержки в Москве посредством доступа в Интернет осуществляется практически повсеместно и ограничивается только моделью девайса и трафиком пользователя.

Информационная поддержка предпринимателей представлена в мегаполисе широким спектром услуг различных организаций как государственных (Центры занятости населения, ГБУ «Малый бизнес Москвы»), так и общественных (Общероссийское объединение предпринимателей «Опора России»), негосударственных (торгово-промышленные палаты), некоммерческих (центры развития предпринимательства) и коммерческих. Информационная поддержка осуществляется посредством консультаций в вопросах правовой и финансовой поддержке предпринимателей Москвы. Основной блок консалтинга приходится на ознакомление с программами государственной поддержки предпринимательства, а именно: гранты на открытие собственного дела, субсидирование процентной ставки по кредитам, предоставление субсидий субъектам малого бизнеса, компенсация части затрат, связанных с обучением и повышением квалификации в сфере предпринимательства и т.д.

Несмотря на обширный круг предоставляемой информации, большинство опрошенных предпринимателей столицы расценивают целесообразность ее получения по итоговому результату. Так, например, 65% респондентов отмечают относительную важность предоставляемой информации, заявляя, что полученная ими информационная поддержка не имела практической реализации в последующем. Респонденты обращают внимание на форму и качество предоставляемых консультативных услуг. Как правило, по словам предпринимателей, консультация сводится к декларации «прописных истин», мотивационным бизнес-семинарам и конференциям. Данный результат опроса отчасти подтвержден рядом журналистских расследований касательно эффективности реализации информационной поддержки предпринимателей в практические бизнес-проекты [92].

Перечисленные выше факторы оказывают воздействие на трансформационные процессы в социальной структуре общества в целом. Влияние российского общества на малый бизнес проявляется в социокультурных, организационных и управленческих особенностях последнего; в поведенческих реакциях предпринимателей и их работников на государственное регулирование политических и социально-экономических процессов в стране. Принимая к рассмотрению две наиболее распространенные сферы деятельности малого бизнеса Москвы – торговлю и услуги, мы отмечаем в данных секторах общий принцип их структуризации. Так, социальные группы в большинстве из них образуются по социально-профессиональному и социально-этническому принципу, причем этнический аспект наиболее четко прослеживается в группах низкоквалифицированного труда. В таблице 6 представлена наиболее характерная структура малого бизнеса Москвы.

Таблица 6 – Структура малого бизнеса г. Москвы, 2018-2019 гг.

Наименование		
Класса	Социальной группы	Социального признака
Средний класс	Предприниматель	Работодатель
Владелец		
Администрация	Функциональный руководитель	Исполнители интеллектуального труда (служащие)
	Ген. директор, комм. директор, финансов. директор, гл. бух, нач. отдела	
Исполнители среднего звена	Функциональный специалист	
	Логистик, бухгалтер, юрист, инженер, завхоз	
	Менеджер по продажам	
Низший класс (рабочий класс)	Продавец	Исполнители физического труда (производственные рабочие)
	Водитель	
Исполнители нижнего звена	Рабочий	

Источник: по результатам авторского опроса владельцев малого бизнеса в г. Москве, 2019 г., % от общего числа опрошенных, N=218.

Как видно из таблицы 6, в структуре малого бизнеса автор относит к среднему классу социальную группу малых предпринимателей (владелец предприятия) и класс исполнителей, т.е. наемных работников, дифференцированных по уровню исполнения обязательств: верхний (администрация) и средний. Исполнители нижнего звена отнесены к низшему классу. Элементы данной структуры характерны для большинства организаций малого бизнеса и практически не подвергаются изменениям, за исключением качественного и количественного наполнения. По мнению

автора, соотношение качественно-количественных характеристик звеньев структуры, а также их взаимодействие между собой являются наиболее значимыми в процессе рассмотрения ее трансформации. Помимо этого, выделяется определенная статусность в соответствии с принадлежностью к той или иной социальной группе, удовлетворенности трудовой деятельностью, восприятию собственного положения.

Качественный состав социальной группы зависит от наличия сотрудников, обладающих высокими профессиональными качествами: образование, опыт, коммуникативные навыки, ценность (уникальность). Наиболее ценными сотрудниками в данных сферах считаются те, кто обладает существенными коммерческими коммуникациями в деловой среде. Вместе с тем, в настоящее время практически не рассматриваются такие немаловажные качества специалиста как образование, культура поведения и наставничество. Доля креативных исполнителей, обладающих высокой мотивацией и важным набором профессионально-личностных качеств, как, по мнению работодателей, так и, по мнению их работников, остается на низком уровне. Примечательно, что причину такого положения работодатели видят в нехватке специалистов, а работники – в их избытке. Так, более двух третей опрошенных работников малого бизнеса отмечали излишнее количество в организациях специалистов с дублирующими функциями.

Качественный состав социальных групп малого бизнеса зачастую выстроен под проекты с максимальной быстрой окупаемостью, что не может не отражаться на общей корпоративной культуре организации, уровне предоставляемых ею услуг.

Тем не менее, более половины опрошенных предпринимателей не занимаются выстраиванием коммуникабельного взаимодействия между структурными звеньями ввиду того, что не считают возможным планировать свою деятельность на срок более двух лет. В результате этого социальные группы подобных структур отличаются низким уровнем взаимодействия и доверия, а сотрудники зачастую лишены мотивации.

Особый интерес представляет социальная группа – менеджер по продажам. Многолетний процесс трансформации малого бизнеса в России затронул не только функциональные обязанности, но и статус данной социальной группы. Так, если в начале 2000-х гг. уровень менеджера оценивался по его способностям в организации труда подчиненных сотрудников, контролю и общему руководству, то за последние 15 лет обязанности большинства российских менеджеров сводятся к поиску и привлечению клиентов и продаже товаров (услуг). С учетом длительного периода сложной социально-экономической ситуации в стране престиж данной профессии стал стремительно падать: нестабильность заработной платы дополняются плохими условиями труда, отсутствием перспектив карьерного роста и общим падением деловой активности в стране. Дефицит рабочих мест позволил работодателям предлагать условия труда, находящих отклик все больше среди молодых иногородних граждан. Даная социальная группа наиболее ярко представлена людьми, имеющими дисбаланс между профессиональными компетенциями и возможностями их реализации: 78,4% менеджеров работают не по специальности, а более 54% не имеют финансовых возможностей изменить направление деятельности. В результате кадровой селекции, построенной на диспропорции между потребностями современной экономики и профессионально-личностными характеристиками потенциальных работников, в данной группе все чаще наблюдаются интеллектуальное расслоение, социальная напряженность и текучесть кадров. Среди всех социальных групп малого бизнеса именно менеджеры по продажам занимают, согласно опросу, лидирующее положение по количеству граждан (более 40%), имеющих продолжительные периоды безработицы или скрытого трудоустройства⁵⁰.

⁵⁰ Мини-опросы, проведенные автором в 2013-2018 гг. на 45 малых предприятиях г. Москвы, квотная выборка, N = 175 чел. (работники малых предприятий сферы торговли и услуг (предельная численность работников предприятий – 100 человек) из числа специалистов сбыта, маркетинга, бухгалтерии, логистики, складского хозяйства).

Приток рабочей силы, вовлеченной в рынок труда малого бизнеса, как правило формируется на условно-профессиональном и регионально-культурном принципах.

Дискриминационные моменты отбора претендентов в данной группе (возраст, внешность, образование) сведены к минимуму. Невостребованность и отсутствие перспектив в условиях острого дефицита приемлемых вакансий приводят граждан к отчаянию и ломке культурно-нравственных установок: социокультурный пласт людей, вовлеченных в малый бизнес, все больше приобретает черты временного присутствия с неопределенной судьбой. Все это отражается на качестве выполняемых работ и партнерских обязательств. Главной стратегией выживания среди работников малого бизнеса в условиях их профессиональной и экономической несостоятельности все чаще выступают скрытые формы заёмного труда – аутсорсинг, аутстаффинг, посреднические схемы найма и оплаты труда, уход работодателя от своих трудовых обязательств. Стремительно растут объёмы серого рынка труда. В период с 2009 по 2020 г., согласно аналитикам SuperJob, процент граждан, готовых работать по серой зарплате, практически не падал ниже 40% [173].

Малый бизнес Москвы все больше приобретает черты с негативной окраской: это либо вынужденная работа (ремесло), когда вместо целей роста отдается предпочтение обеспечить приемлемый доход, либо примитивная посредническая деятельность, основной задачей которой является сиюминутная выгода.

Дешёвая и, по сути, юридически бесправная рабочая сила, по мнению автора, является, серьезным препятствием на пути к высокотехнологичному инновационному производству и притоку квалифицированных кадров. Выстраивается модель управления, во многом безразличная по отношению к своему объекту управления. Так, большинство работодателей, по мнению их сотрудников кадровых служб, не владеют информацией о своих работниках относительно состава семьи, условий и места проживания, материального достатка, профессиональных интересах и др. Помимо этого работодатели не

проявляют интерес в вопросах адаптации новых сотрудников и причинах увольнения действующих. В условиях высокого дефицита профессиональных привлекательных вакансий в этом отпадает необходимость.

Привлекательной вакансией, по мнению автора, является вакансия, предлагающая официальное трудоустройство в соответствии с трудовым законодательством, четким функционалом профессиональных обязанностей, условиями работы и оплатой труда, отвечающими профессиональным интересам работника. Существенным подтверждением привлекательности вакансии служит практическое подтверждение заявленных в ней условий труда, материальных и карьерных ожиданий. Социально-правовые гарантии государственных вакансий ориентируют значительное количество работников старше 40 лет на приоритет трудоустройства в госсектор.

Под воздействием ряда неблагоприятных факторов, в первую очередь, теневой экономики, коррупции, безуспешности попыток досудебного урегулирования, отсутствия честной конкуренции малый бизнес Москвы вынужден работать в режиме краткосрочных горизонтов планирования и извлечение прибыли, что приводит к появлению класса социально невостребованных и нереализованных граждан, обладающих избыточной компетенцией для занимаемой (предлагаемой) должности, не имеющих возможности для профессионального и личностного роста, реализации своего ресурса.

По-прежнему, согласно аналитикам, ВЦИОМ, с 2004 г. (и ранее) сохраняется общая обстановка напряженности и недоверия между предпринимателями и его работниками, выражающаяся в постоянном запросе работников на правовое регулирование данных отношений на государственном уровне [167].

Анализ социальной структуры малого бизнеса выявил особенности ее формирования на основе социально-демографических и профессиональных характеристик социальных групп. Среди них определяющими являются

возраст, наличие навыков и опыта работы, готовность к труду на предлагаемых условиях, самовосприятие своего жизненного статуса.

Малый бизнес Москвы замкнулся в определенных рамках кадровой селекции: предпочтение отдается гражданам, отличающимся высокой лояльностью и низкой притязательностью к условиям и оплате труда. По-прежнему, в основе возобновления кадров выступает ресурсный потенциал регионов: от 46% до 78% сотрудников составляют приезжие граждане из других субъектов РФ и ближнего зарубежья [118, с.173].

Процесс трансформации малого бизнеса представлен диссертантом на основе сравнения двух временных периодов в Приложении И. Кроме того, автор предлагает также рассмотрение трансформационных процессов малого бизнеса с точки зрения качества предпринимательской деятельности его субъектов – комплексной характеристики, отражающей в себе три основных аспекта:

- *социокультурный аспект* (профессиональный уровень и духовно-этические принципы, миссия, общественная значимость);
- *экономический аспект* (спрос, платежеспособность);
- *правовой аспект* (качество исполнения обязательств).

Исходя из этого, мы, учитывая относительность и субъективность критериев в оценке успешности бизнеса, будем придерживаться позиции, в которой успешность бизнеса определяется реализацией поставленных целей, положительной динамикой развития и социальной пользой.

С другой стороны, бизнес, в котором постепенно утрачиваются необходимые аспекты, будем рассматривать как бизнес, находящийся на пути маргинализации. К основным признакам маргинализованного субъекта малого бизнеса автор относит:

- низкая востребованность предлагаемой продукции и услуг (потребителем товаров и услуг часто выступают материально заинтересованные лица, либо покупатели с низким уровнем доходов);

- отсутствие долгосрочных перспектив и низкий уровень предпринимательской культуры (психоэмоциональный комфорт);
- текучесть кадров как следствие качества подбора, мотивации персонала, а также удовлетворенности условиями и оплатой труда.

Установление подобных критериев продиктовано необходимостью более полного понимания современного состояния малого бизнеса в мегаполисе. Здесь следует отметить, что вопросы самоидентификации своего статуса (и статуса своего бизнеса) для многих респондентов вызывает массу противоречивого понимания. Так, успешным свой бизнес признает только 12,3% опрошенных предпринимателей, однако признать его маргинализированным отказалось более половины респондентов (64,2%). Подобная картина складывается в ходе опроса работников малого бизнеса относительно их социального статуса. Несмотря на признание своих скромных доходов, 76,8% работников относят себя к представителям среднего класса.

Принимая во внимание дискуссионный характер термина «средний класс», автор, тем не менее, отмечает его основное качество – материальное обеспечение, позволяющее вести образ жизни, неразрывно связанный с высокой потребительской избирательностью, способностью к накоплению, инвестированию и реализации широкого круга потребностей, мотивацией к деятельности, развитию. Формирование среднего класса, в понимании автора, происходит тогда, когда основную часть его составляют не зависимый бюрократический аппарат и сросшиеся с ним различные ведомства, а квалифицированные экономически свободные граждане, обладающие высокой экономической и социальной активностью. К этому разряду граждан относится *автономный работник* – социально востребованный профессионал, адаптированный к рыночным условиям, способный самостоятельно осуществлять организацию и оценку своего труда как при работе по найму, так и в качестве самозанятого.

Динамика взаимодействия потребителей и субъектов малого бизнеса Москвы осложняется в течение длительного времени практически не подвергающихся изменениям одними и теми же причинами. Так в ноябре – декабре 2014 г. в трех административных округах столицы автором был проведен опрос среди жителей мегаполиса (смешанный метод, N=375) относительно их опыта при взаимодействии с малым бизнесом Москвы. Основными претензиями потребителей к малому бизнесу столицы были названы:

- низкое качество исполнения обязательств – 54,7%;
- высокие цены – 23,2%;
- малый ассортимент услуг – 16,1%;
- другое – 6%.

Следует признать, что несмотря на неблагоприятную последовательность социально-экономических факторов за период 2014 -2021 гг. уровень претензий со стороны потребителей к малому бизнесу только усилился. Так, в феврале-марте 2021 г. автором было проведено аналогичное исследование потребительских суждений в двух других административных округах столицы (смешанный опрос, N=215). Результаты двух опросов приведены на рисунке 8.

Как видно, основная доля претензий распределяется на низкое качество исполнений обязательств (качество и время предоставления услуги, соблюдение договоренностей, рекламационная работа) и высокую стоимость предлагаемого товара (услуги). Кроме того, респонденты отмечают отсутствие определяющего, конкурентного преимущества в ассортиментах услуг малого бизнеса одного сегмента. Подобная картина наблюдается в ответах работников малых предприятий, которые также невысокого мнения о качестве

предоставляемых их организациями товаров и услуг (61,2% респондентов оценивают качество исполнения обязательств как посредственные)⁵¹.

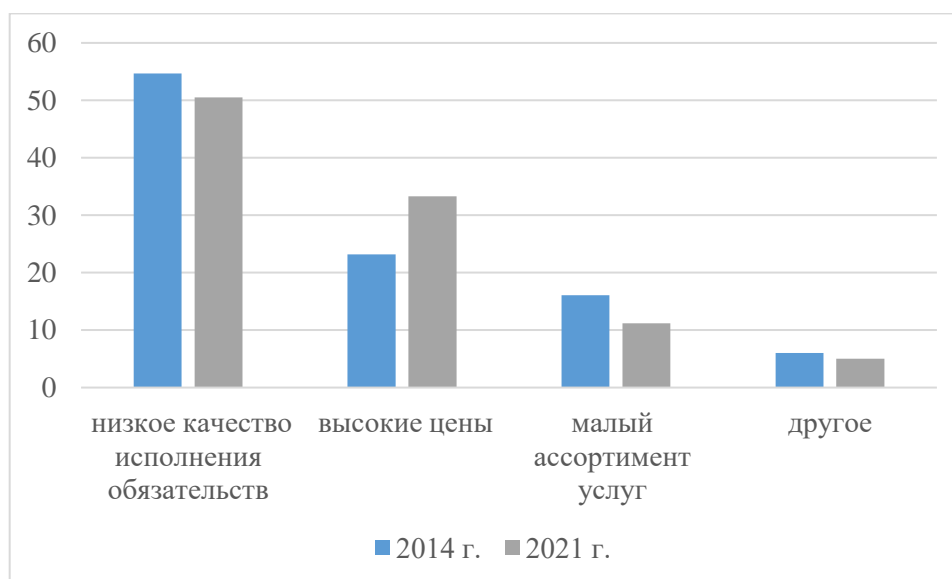


Рисунок 8 – Распределение ответов респондентов-потребителей относительно их претензий во взаимодействии с предприятиями малого бизнеса г. Москвы (по данным авторского опроса 2014-2021 гг., N=215 чел.)

По результатам ответов респондентов, имеющих опыт работы на предприятиях малого бизнеса, на вопрос о причинах их увольнения (N = 121 – в 2014 г., N = 104 – в 2021 г.), по-прежнему среди основных причин преобладают:

- низкая заработная плата – 64,3%;
- неудовлетворительные условия труда – 42,2%;
- отсутствие перспектив – 38,7%;
- систематическое пренебрежение трудовым законодательством и нормами охраны труда -31,1%;
- другое -7%.

⁵¹ Мини-опросы, проведенные автором в период 2013-2019 гг. на малых предприятиях г. Москвы и среди соискателей вакансий на базе московского Центра занятости населения Моя работа, квотная выборка, (квотный признак – работа (опыт работы) на предприятиях малого бизнеса г. Москвы), N = 289 чел.

Безальтернативность трудоустройства порождает целый сегмент сотрудников с признаками профессиональной маргинализации – внешняя причастность к профессии сочетается с внутренним ее неприятием. Кроме того, зачастую социально-непривлекательные условия труда находят отклик исключительно среди работников, сильно зависимых от жилищных условий, опыта работы и внутренних установок. Автор именует таких работников – *десперативными*. Десперативные работники (от лат. *desperatio* – безысходность) – это работники, вынужденные принимать для себя непривлекательные условия труда вследствие сильной зависимости от ряда социально-экономических факторов.

Одной из причин появления десперативных работников, как социального явления, автор считает экстенсивное развитие малого бизнеса вследствие высокой концентрации трудовых мигрантов. Интенсивность притока внутренних и внешних трудовых мигрантов в Москву делает возможным для работодателя выстраивать соответствующую кадровую селекцию, позволяющую долгое время не предпринимать действий к улучшению условий труда. Доля гарантированной части оплаты труда большинства респондентов малого бизнеса в 2019 г. не превышала трети от величины их заработной платы⁵².

Согласно анализу ИСЭПН РАН, в 2018 г. доля въезжающих на работу в Москву в общей численности занятых составила 22%. Трудовые мигранты предпочитают Центральный федеральный округ, куда в 2019 году приехала почти половина из них (49,8%), где по доле трудящихся мигрантов среди трудоспособного населения безусловным лидером является Москва, - 25,1%. В 2019 году в Москве на трех трудоспособных "коренных" россиян приходился один мигрант [163].

⁵² Мини-опросы, проведенные автором в 2019 г. на базе московского Центра занятости населения Моя работа, среди соискателей вакансий, квотная выборка (квотный признак – работа на предприятиях малого бизнеса г. Москвы), N = 114 чел.

В результате этого, наиболее квалифицированные сотрудники, не согласные с предложенными условиями труда, вытесняются десперативными работниками. Очевидно, что вопросам автоматизации и механизации производства на данных предприятиях уделяется второстепенная роль. Несмотря на то, что по данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Россия занимает шестое место в мире по числу рабочих часов в год (1972 часов против, 1800 часов у американцев и 1400 - у немцев или голландцев), эффективность работы в отличие от западных стран остается на низком уровне.

Предлагаемая заработная плата на предприятиях малого бизнеса часто непрозрачна и сильно зависима от ряда внешних и внутренних факторов (экономических, правовых, психологических и др.). В этой связи для многих респондентов (более 67%) по-прежнему предпочтительной остаются вакансии госорганов, где система распределения заработной платы понятна, стабильна, а трудовые и социальные гарантии имеют более защищенную форму.

В этой связи в таблице 7 предложены критерии престижности работы в соответствии с рядом предложенных условий.

Таблица 7 – Категории престижности работы

Уровень зарплаты	Уровень трудовых обязательств	Уровень условий труда	Категория престижности работы
Высокий	Средний	Высокий	Крайне высокая
	Высокий	Высокий	Высокая
Средний			
Средний	Средний	Высокий	Средняя
		Высокий	
		Средний	
	Высокий	Средний	Низкая
Средний	Средний	Низкий	Средняя
		Средний	
	Высокий	Средний	Низкая

		Низкий	
Низкий	Высокий	Высокий	Крайне низкая
		Средний	
	Средний	Средний	
	Высокий	Низкий	
	Средний	Низкий	

Источник: разработка автора

Критерии выделения категорий престижности работы следующие:

1. заработная плата: высокая зарплата – от 120 тыс. руб. в месяц; средняя – от 80 тыс. руб. в месяц; низкая – менее 80 тыс. руб.

2. условия труда: высокие – комфортное рабочее место, строгое соблюдение трудового законодательства, профессиональная вовлеченность и карьерный рост, наличие помещений для приема пищи, проведения занятий, переговоров (совещаний), релаксации, спорта и т.д.; средние - комфортное рабочее место, соблюдение трудового законодательства, профессиональная вовлеченность, наличие комнат для приема пищи, раздевалок и т.д.; низкие – не соответствующие средним условиям.

3. трудовые обязательства: высокие – жесткие требования к соблюдению трудового распорядка и функциональных обязанностей сотрудника; средние – лояльные требования к соблюдению трудового распорядка и функциональных обязанностей сотрудника.

Большинство работников малого бизнеса, согласно многим авторским опросам, находятся на должностях, отвечающих низким и крайне низким категориям престижности работы. Отсюда, возникает необходимость говорить о социально непривлекательных вакансиях, к которым мы будем относить предложения о работе, не отвечающие заявленным интересам (требованиям) большинства соискателей по материальному и социально-

профессиональным критериям отбора. В общем случае – это вакансии, соответствующие работе ниже средней категории престижности.

В этой связи, ключевыми составляющими в основе государственной внутренней политике являются, по мнению автора, правовая и социально-экономическая составляющие. Именно они обеспечивают необходимый принцип социальной справедливости: уважительное отношение к человеку (работнику), справедливая оплата труда в соответствии со сложностью и ответственностью выполняемой работы; равная ответственность за нарушение норм законодательства; равный доступ к социальным гарантиям (трудоустройство и охрана труда, образование, здравоохранение, пенсионное обеспечение и др.), т.е. справедливому распределению социальных ресурсов и благ. Правовая основа закрепляет в нормативно-правовых актах права, социальные гарантии и равный доступ к распределению социальных благ, а социально-экономическая основа – позволяет их реализовывать, в той или иной степени. Именно на подобных ключевых направлениях строится поддержка малого бизнеса в развитых странах мира [115, с. 245].

Выводы:

1. Крупнейший финансовый центр страны – г. Москва характеризуясь наличием полного спектра развитой инфраструктуры, необходимой для деловой активности, является городом обособленного социума. Рейтинг развитых городов мира показывает на недостаточную развитость Москвы в плане обеспечения субъектов малого бизнеса благоприятными условиями развития бизнес-активности.

2. Малый бизнес отражает в первую очередь уровень кадрово-управленческой и финансовой грамотности его руководства, его профессиональных компетенций. Главное качество современного владельца малого бизнеса – стратегическое мышление по продвижению бизнеса, а также способность сформировать работающую команду сотрудников и уникальность предлагаемого продукта.

3. В организациях малого бизнеса преобладает высокая концентрация быстро восполняемых сотрудников, чей профессионально-культурный уровень по ряду причин остается длительное время невостребован. Малый бизнес не заинтересован в своем развитии до уровня среднего бизнеса. Долгие годы существования в зоне полулегальной серой деятельности привели к адаптации ведения его финансовой и кадровой политики в максимально оптимальных формах.

4. Трансформация малого бизнеса Москвы в данном разделе оценивалась с точки зрения социальных, экономических, правовых, политических, информационно-образовательных, психологических и экологических факторов:

- социальные – это недостаточная развитость, согласно соцопросам, пенсионного и медицинского обеспечения, снижение уровня доходов и комфортной среды;

- экономические – уровень инфляции, несовершенное антимонопольное и налоговое регулирование, внешнеторговые операции, состояние финансово-кредитных институтов, падение потребительского спроса, криминализация экономики, экономические санкции иностранных государств;

- политические – недостаток политических партий и общественно-политических объединений, выступающих в поддержку предпринимателей, систематическое поражение предпринимательских блоков в парламентских выборах, обострение международной политической обстановки, влияющее на социальное самочувствие граждан, низкая политическая активность предпринимательского слоя, политическое безразличие граждан ввиду недостаточной оперативности решения наиболее острых социально-экономических проблем;

- правовые – регулярное изменение законодательной базы, противоречащее логике нормативного порядка, недобросовестность контрагентов, несправедливость и длительность судебных процессов, непрозрачность и коррумпированность правосудия, низкая правовая

защищенность собственности, декларативный характер нормативно-правовых основ социальной защиты предпринимателей;

- информационно-образовательные – не сбалансированное территориальное размещение образовательных центров, недостаточное количество центров поддержки молодежного предпринимательства, низкая финансовая грамотность граждан, вовлеченных в малый бизнес, неразвитая сеть электронного документооборота в среде малого бизнеса, географические диспропорции информационной доступности для бизнеса и др.;

- психологические – высокая плотность населения, социальная изоляция, ощущение собственной безликости, угнетающее пространство вокруг домов, жилищные проблемы, высокий ритм жизни, стрессы, проблема преодоления больших расстояний, регулярные психоэмоциональные перегрузки, особенности климата;

- экологические – загруженность дорожно-транспортной инфраструктуры (7,2 млн автомобилей), повсеместное строительство и ремонт и другое.

2.2. Социально-демографические и социально-профессиональные характеристики руководителей малого бизнеса

Необходимо рассматривать социальный портрет современного российского предпринимателя - представителя малого бизнеса, путём анализа, как обобщенных статистических данных, так и полученных характеристик по результатам исследований отдельных авторов. Исследователи, в частности академик Т.И. Заславская, отмечают, что «отсутствие методически надежной социально-экономической статистики о структуре слоя предпринимателей, направлениях и темпах его развития, об особенностях его регионально-поселенческого размещения, культурно-возрастного уровня и результатах его

экономической деятельности не даёт полного и объективного представления в целом» [69, с. 20].

В немалой степени этому способствовало не только несбалансированность российского рынка, отсутствие реальной и последовательной поддержки со стороны государства, но и открытое противопоставление бизнеса жесткому государственному регулированию предпринимательской деятельности. Неустойчивость социального статуса выработала в предпринимателях малого бизнеса особый вид психологической модели поведения. Неслучайно по мнению известного отечественного предпринимателя Д. Потапенко, «предприниматель – это психологическая характеристика человека и его отношения к делу. Не больше и не меньше» [145, с. 9].

Основой изучения социального портрета руководителя малого бизнеса, по мнению автора, должны стать мотивы и характер поведения предпринимателя, ценностные установки, социальные ориентации и др. В ходе опросов, проведенных в референтной группе респондентов – руководителей малых предприятий Москвы в 2012-2018 гг. (N = 525) в четырех административных округах столицы, был получен рейтинг их побудительных мотивов к осуществлению предпринимательской деятельности, представленный в таблице 8.

Таблица 8 – Мотивация осуществления предпринимательской деятельности, в % от ответивших (N=525)

Рейтинг	Побудительный мотив	%	Кол-во, чел.
1	Высокий доход	41,4	218
2	Самореализация	25,4	134
3	Оправданная необходимость	23,1	121
4	Достижения целей более высокого уровня	6,7	35
5	Обеспечение досуга/предпринимательство как хобби, увлечение	2,3	12
6	Другое	1	5

Как видно, к основным мотиваторам организации малого бизнеса у большинства предпринимателей помимо прежних стремлений к высокому доходу (41%) и самореализации (25%) добавилась оправданная необходимость (23%).

Не менее важной для определения социального портрета предпринимателя является оценка его уровня образования. По итогам распределения ответов респондентов относительно их уровня образования (N=525), высшее образование имеют 71,3% (у трети из них – два высших образования), 23% – среднее профессиональное и неполное высшее. Эти данные говорят о достаточно высоком уровне образования среди руководителей малого бизнеса Москвы. Сами предприниматели (63%) утверждают, что полученное ими образование отчасти помогло им в процессе осуществления предпринимательской деятельности. Немаловажную роль при этом уделяется практическому опыту, приобретенному в качестве наемного работника в коммерческих структурах: 73% руководителей малого бизнеса отметили свою квалификацию как «достаточную для ведения малого бизнеса», однако их профессиональные и социальные компетенции требуют постоянной работы по совершенствованию. В основе ключевых своих навыков, 41% предпринимателей отмечают умение адаптироваться к постоянно меняющимся социально-экономическим условиям в стране.

В таблице 9 представлена динамика трансформации социально-профессиональных факторов субъектов (руководителей) малого бизнеса за периоды 2009-2013 и 2014-2018 гг.

Таблица 9 – Динамика социально-профессиональных характеристик руководителей малого бизнеса г. Москвы за 2009-2018 гг.

Критерии	Сравнительный период, % от общего числа опрошенных, N =525	
	2009-2013 гг.	2014-2018 гг.
Социальная мобильность (готовность к смене места жительства, работы)	Готовы к переезду – 11,2	Готовы к переезду – 32,4
Продолжительность предпринимательской деятельности	Более 5 лет – 25,1	Более 5 лет – 17,2

Гибкие навыки (soft skills) (готовность к совершенствованию)	Готовы – 38,6	Готовы – 51,1
Дополнительная трудовая деятельность (совмещение предпринимательской деятельности)	Совмещаю – 11,2	Совмещаю – 17,3
Потребность в рабочей силе	Увеличилась – 24,3	Увеличилась – 11,2
Мотивация сотрудников (готовность к поощрениям, премиям)	Готовы – 36,2	Готовы – 38,2

Источник: по результатам авторского опроса владельцев малого бизнеса в г. Москве, 2012-2018 гг., % от общего числа опрошенных, N=525.

Более половины опрошенных предпринимателей высказали мнение, что наличие высшего образования и окончание престижных курсов переподготовки на их карьерный рост и зарплатные ожидания влияло опосредованно. 34% предпринимателей заявили, что в процессе принятия решения часто полагаются не только на свои знания и опыт, но и на свою интуицию.

Опрос проведен среди респондентов-предпринимателей (N=525) выборка квотная, организованная методом «снежного кома» в АО г. Москвы. Отраслевая деятельность представителей малого бизнеса представлена услугами, транспортом, торговлей.

Определенный интерес представляют мнения руководителей относительно значимости для общества выполняемой ими работы (бизнеса). В ходе опроса предпринимателей г. Москвы на базе бизнес-форумов «Трансформация», в период май-сентябрь 2018 г. (N = 184) большинство респондентов (60,8%) затруднилось ответить определенно на данный вопрос, отмечая при этом сложность оценки непроизводственным характером своей деятельности.

Кроме того, более 78% опрошенных предпринимателей сомневаются, что их бизнес будет иметь перспективу дальнейшего развития ближайшими родственниками. Классическая преемственность династических традиций предпринимательства, по их мнению, в современной России пока не находит

отклик ни среди партнеров, ни среди родственного окружения предпринимателей.

Более 73% респондентов отмечают нестабильность экономической модели государства как наиболее негативный фактор их профессиональной деятельности, с которым они вынуждены считаться. Неопределенность будущих реформ социально-экономического развития российского общества, по словам предпринимателей, не позволяет реально оценивать и прогнозировать дальнейшую деятельность более чем на два года. Ввиду этого, подавляющее число предпринимателей (82%) не планирует принимать в ближайшее время новых сотрудников.

Из числа предпринимателей, имеющих в своем подчинении более 10 наемных работников, лишь 24% стараются выстраивать в рабочем коллективе корпоративную культуру. При этом обсуждать необходимость подобных вопросов готовы не более 32% руководителей. Кроме того, вопросами адаптации и подготовки кадров регулярно готовы заниматься не более 11% предпринимателей. Социальную ответственность, как основу корпоративной политики компании, принципиально не рассматривают 62% работодателей малого бизнеса.

Отметим, что 46% предпринимателей малого бизнеса больше нацелены на обеспечение приемлемого дохода и о развитие своего дела говорят уклончиво.

В плане социального взаимодействия и солидарности в отстаивании своих предпринимательских прав респонденты не продемонстрировали единства взглядов. 53% респондентов на вопрос «Готовы ли Вы поддержать требования других предпринимателей в актуальных социально-правовых вопросах оптимизации малого бизнеса в России» ответили отказом, 30,1% респондентов готовы оказать поддержку при определенных условиях, причем 18% из них – на правах анонимности.

В ходе сравнительного анализа, выявленного на основе опроса руководителей малого бизнеса относительно трансформации

предпринимательского класса за период с начала 90-гг. до наших дней, были получены следующие данные.

Таблица 10 – Распределение ответов руководителей малого бизнеса на вопрос «Как изменились условия деятельности предпринимателей относительно периода 1992-2008 гг.»

Период	Характеристика
1992 – 2008 гг.	<i>Экономические факторы:</i> стремление к созиданию, высокая рентабельность и товарооборот; высокие риски потери бизнеса; криминальный прессинг. <i>Социальные факторы:</i> предпринимательский дух, надежда на скорые положительные перемены, время колоссальных возможностей, динамика во всех сферах жизнедеятельности, высокий риск потери жизни.
2009 – 2019 гг.	<i>Экономические факторы:</i> культура потребления, низкая рентабельность; высокие риски потери бизнеса; высокая налоговая нагрузка; отчетность; административный прессинг. <i>Социальные факторы:</i> скептицизм, уныние и расчет; высокие риски уголовного преследования; отсутствие перспектив развития.

Источник: Телефонное интервью с владельцами малого бизнеса г. Москвы на тему: «Социально-экономические проблемы предпринимательской деятельности», 2019 г., N = 218 чел.

Из представленных характеристик трансформационных периодов становления и развития малого бизнеса в России можно заключить, что в период становления и развития малого бизнеса в начале 90-х гг. представители данного класса отличались романтическим, авантюрным сладом ума, а их стремление к обогащению сопровождалось слабыми знаниями и опытом вкупе с высокими рисками потери бизнеса и жизни. Однако, характеризуя период последних 10 лет социально-экономического развития государства, старшее поколение руководителей малого бизнеса (старше 45 лет) усматривает утраты надежд на значимые возможности постперестроечного периода 90-х гг. в развитии российского предпринимательства. О современном состоянии предпринимательства они предпочитают высказываться в негативном ключе, акцентируя внимание на преобладании прагматизма, синдрома «временщика»

среди предпринимательского класса, отсутствие у представителей малого бизнеса консолидирующего потенциала, общем недоверии к государственным реформам, а также на неразвитость российского гражданского общества в целом.

По мнению исследователя А.С. Зайцевой, основной сложностью в реализации успешного бизнеса для большинства предпринимателей является отсутствие у них (и претендентов на руководящие должности) профессиональных компетенций в управленческих навыках, а также в креативности, обучаемости, коммуникабельности [68, с. 74].

Уместно обратить внимание на мнения самих предпринимателей относительно возможности стать успешным бизнесменом в Москве. Большинство респондентов придерживается мнения о том, что для успешной реализации бизнеса необходимо наличие преимущественных стартовых возможностей (44%), а также влиятельное покровительство со стороны властных лиц организаций.

Таблица 11 – Распределение ответов руководителей малого бизнеса на вопрос «От чего зависит реализация успешного бизнеса в Москве?», в % от ответивших (N=184)

Варианты ответов	%
Стартовые возможности	44
Влиятельное покровительство, протекция, связи	29
Опыт, наставничество	17
Образование	7
Другое	3

Источник: опрос предпринимателей г. Москвы по квотной, многоступенчатой выборке на базе бизнес-форумов «Трансформация», 2018-2019 гг., N = 184 чел.

Примечательно, что в ходе опросов как среди владельцев, так и среди наемных работников малого бизнеса выяснилось преобладание пессимистичных взглядов на перспективу дальнейшего сотрудничества друг с

другом. Основным фактором здесь выступает постоянный стресс, отсутствие перспектив. Кроме того, 8 из 10 работников малого бизнеса Москвы не смогли назвать коммерческие организации, оптимальные для желаемого трудоустройства [114, с. 39].

Эти данные подтверждаются недавним опросом, проведенным фондом «Общественное мнение» (ФОМ), по результатам которого 62% россиян считают, что ситуация в стране неблагоприятная для того, чтобы планировать свое будущее [130].

Проявление социальной апатии на фоне отсутствия уверенности в улучшении обстановки позволило выявить ряд социальных проблем, которые, по мнению московских владельцев малого бизнеса, наиболее остро были ощутимы в 2019 г. Приоритетными среди них отмечаются падение покупательского спроса (37%), а также вопросы коррупции (24%), дефицита кадров (16%). На рисунке 9 представлены основные варианты ответов предпринимателей.

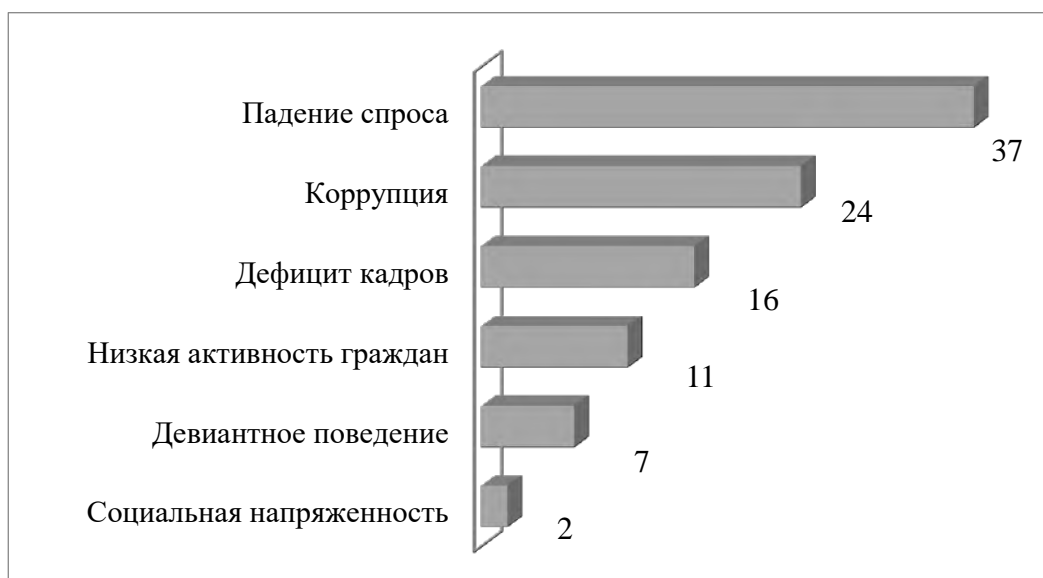


Рисунок 9 – Распределение ответов владельцев малого бизнеса Москвы относительно их основных социальных проблем в 2019 г., в % от числа опрошенных. (Источник: опрос предпринимателей г. Москвы по квотной, многоступенчатой выборке на базе форум-интенсива «Трансформация», май 2019 г., N = 104 чел.)

Выводы:

1. Образ руководителя организации малого бизнеса в мегаполисе, его характерные личностные черты были предметом исследования социологов и экономистов. Исследования представителей малого бизнеса показали, что российские предприниматели имеют более выраженную самостоятельность и автономность, по сравнению с представителями других стран, а также сильную психологическую защиту от социального неодобрения. Во многом, опираясь на инициативу и нестандартность мышления русского предпринимательства, российское государство смогло осваивать новые земли [52, с. 55].

2. Предприниматель, как инициатор самостоятельного экономического решения, обладает характерными чертами, указанными в четырех эмпирических исследованиях автора. Обобщенное представление об образе предпринимателя, выявленное с помощью оценок респондентов по положительным и отрицательным признакам, как самого предпринимателя, так и особенностей его деятельности, определило следующие характеристики современного портрета московского предпринимателя в малом бизнесе:

– положительные характеристики в субъектно-объектных отношениях – порядочность, воспитанность и образованность;

– стремление иметь стабильный доход – выше среднего уровня по региону;

– ориентированность на неопределенность, приводящая к консервативности методов управления и адаптивности;

– уровень должностной зрелости зачастую не соответствует заявленным амбициям.

3. Автор приходит к выводу, что среди субъектов малого бизнеса следует различать предпринимателей малого бизнеса, владельцев малого бизнеса и дельцов малого бизнеса. Основное отличие здесь заключается в том, что предприниматели, по мнению автора, наибольшим образом проявляют гибкость мышления и способность к изменению, обучению, риску. Владельцы

же малого бизнеса – консерваторы, ведущие свой бизнес по старинке, по инерции. Они предпочитают новаторству более предсказуемую прибыль, шаблонность управления и отбора персонала, закрытость коммуникационных связей; более склонны к работе с хорошо зарекомендовавшими себя сферами деятельности, торговыми брендами, чаще отдают предпочтение проверенными временем решениям, например франчайзинг, работа в массовом сегменте.

Таблица 12 – Характерные отличия субъектов малого бизнеса Москвы

Субъекты малого бизнеса	
Предприниматель	Владелец малого бизнеса
Стремление к инновациям и риску	Стремление сохранить прежние консервативные методы работы
<p>Бизнес-модель компании подразумевает готовность к новым, зачастую долгим проектам.</p> <p>Парадигма развития, в основе которой уникальность и автоматизация процессов.</p>	<p>Бизнес-модель компании подразумевает высокую ликвидность товаров (услуг) в условиях отсутствия уникальности продукта и низких горизонтов планирования.</p> <p>Парадигма выживания, в основе которой сохранение бизнеса.</p>
Демократичный стиль управления с гибкой обратной связью (как с партнерами, так и с подчиненными, с потребителями).	Административный стиль управления с минимальными коммуникациями и обратной связью с подчиненными и потребителями.
Самостоятельность в принятии решения	Решения часто принимаются под давлением внешних обстоятельств и рекомендаций
Постоянное стремление к внедрению адаптационных, обучающих и стимулирующих программ. Ставка делается на развитие и рост сотрудников внутри компании.	Обучение и наставничество персонала вызвано острой необходимостью. Ставка делается на набор сотрудников с необходимыми компетенциями со стороны.

Источник: аналитическая разработка автора по результатам опросов субъектов малого бизнеса г. Москвы за период 2010-2022 гг.

В отличие от первых двух, делец малого бизнеса представляется автору в некотором негативном ключе ввиду низких профессиональных качеств.

Делец малого бизнеса (коммерческий делец) – это человек, олицетворяющий свою деятельность исключительно ради прибыли. Ему свойственна парадигма краткосрочной наживы, низкие стандарты отбора и управления людьми. Несмотря на либеральный стиль управления, стремление к быстрому обогащению освобождает его от моральных норм и страха наказания за игнорирование нормативно-правовых актов.

4. В Москве, по мнению автора, за период 2014-2022 гг. сформировался заметный тренд на увеличение доли владельцев малого бизнеса (с 32% до 41%) и дельцов малого бизнеса (с 44% до 53%). Одной из причин этого является увеличение доли внештатных специалистов в малом бизнесе. Профессионально-личностные компетенции многих представителей малого бизнеса (и их работников) в условиях краткосрочного планирования и экономии на персонале не успевают, что называется, вызреть. Отсюда низкая изменчивость в вопросах стратегического планирования, управления, коммуникаций и пр. Владельцы малого бизнеса боятся рисковать и играть в долгую, у них нет времени и возможностей накапливать и применять опыт, чтобы пробовать заново и меняться.

5. В целом, социальный портрет предпринимателя Москвы был сформулирован с позиции факторного анализа на основе трех переменных: социально-демографических, социально-экономических и ментально-личностных (см. Таблица 13).

Таблица 13 – Обобщенные характеристики московских предпринимателей, 2018 г., % от общего числа опрошенных, (N = 525)

Критерии	% от общего числа опрошенных, N = 525
<i>Социально-демографические</i>	
Пол	Мужчины – 68; Женщины – 32.
Возраст	22-34 года – 32; 35-50 лет – 44; старше 51 – 24.

Критерии	% от общего числа опрошенных, N = 525
Образование	Высшее – 71,7; Среднее профессиональное – 22,5; Среднее (общее) полное – 5,8.
Семейное положение	Состоят в официальном браке – 44; Наличие детей – 46.
<i>Социально-экономические</i>	
Мотивация к предпринимательской деятельности	Стремление к высокому доходу – 41; Оправданная необходимость – 34; Самореализация – 25.
Организационно-правовая форма ведения бизнеса	ИП – 76; ООО – 34.
Число наемных сотрудников в организации	Более 20 чел. – 36; Менее 20 чел. – 52; Нет сотрудников – 12.
Средняя продолжительность рабочего дня	Более 12 часов – 81; Менее 12 часов – 3; Другое – 16.
Основное место работы	ИП – 53; ООО- 34; Бюджетная организация – 14; Коммерческая организация – 7.
Жилищные условия	Квартира (собственность) – 54; Дом (собственность) – 12; Дом (аренда, ипотека) – 8; Квартира (аренда, ипотека) – 26.
<i>Профессионально-личностные</i>	
Самоидентификация по принадлежности к среднему классу	Да – 69; Нет – 24; Затруднились ответить – 7.
Профессиональные мотивы	Повышение уровня доходов – 51,4; Экономическая независимость – 22,6; Профессиональные амбиции, наличие власти – 12,8.
Опыт управленческой работы	Более 5 лет – 34; менее 5 лет – 65,2.
Самооценка личностных качеств	Целеустремленность; честность; ответственность; стрессоустойчивость
Стремление к саморазвитию	Да – 77 (чтение книг, просмотр научно-популярных сайтов, курсы и тренинги); Нет – 12; Затруднились ответить – 11.
Досуг	Загородный отдых в кругу семьи – 45; Рыбалка, охота – 28; Путешествия – 14; Другое – 13.
Основной источник получения информации	Интернет-ресурсы – 81; Периодические издания – 11; Теле- и радиовещание – 8.
Занятие спортом	Единоборства – 34; Футбол – 14; Плавание – 12; Фитнес – 11; Не занимаюсь – 29.

Критерии	% от общего числа опрошенных, N = 525
Наличие автомобиля	Есть в наличии – 87, из них: -в собственности – 79; -в аренде – 21.
Участие в благотворительной деятельности	Участвуют регулярно – 11; Участвуют по мере возможностей – 15; Не участвуют – 32; Затруднились ответить – 42.
Рекреация, туризм	Более 2 раз в год – 12; 1-2 раза в год – 38; Менее 1 раза в год – 36; Никогда не были за границей – 14.

Источник: составлено автором на основе данных опроса, N = 525

6. С точки зрения общественного мнения, в столице и стране в целом сложилась неблагоприятная обстановка для планирования будущего малого бизнеса в связи с падением покупательского спроса, коррупцией и дефицита кадров, авантюрным поведением отдельных бизнесменов, высокими рисками потери бизнеса, уныния среди руководителей организаций малого бизнеса и даже угрозой жизни.

2.3. Свойства рабочей силы, занятой в малом бизнесе

Вопросам трансформации бизнес-слоев в условиях нестабильного социально-экономического положения России в настоящее время уделяется пристальное внимание. Наиболее актуально выглядят сегодня аспекты, определяющие трудовую занятость рабочей силы в рамках ее адаптации к рынку труда и обусловленные стремительной урбанизацией. В этой связи целесообразно рассмотреть основные черты рабочего персонала в сфере малого бизнеса, преимущественно занятого в сфере торговли и услуг. Примечательно, что неблагоприятная экономическая ситуация поставила многих перед выбором: уйти в самозанятость или предпочесть официальное трудоустройство. Как показали результаты мини-опросов, проводимых автором в 2013-2018 гг. на нескольких московских малых предприятиях,

наиболее предпочтительным вариантом для многих работников является совмещение официальной работы с samozанятостью (41%). Однако подобные совмещения в мегаполисе чреваты частыми психоэмоциональными перегрузками. Об этом заявило более половины респондентов, подрабатывающих, помимо основного места работы, в свободное время. Несомненно, что свой отпечаток здесь накладывают условия труда. Так, в исследовании Высшей школы экономики (НИУ ВШЭ) утверждается о высокой степени распространения нестандартных трудовых графиков, что вынуждает 64% работников трудиться «в вечернее время, по ночам и в выходные». Примечательно, что компенсировать сверхурочный труд удастся лишь трети сотрудникам [104, с.226]. Кроме того, респонденты (62%) отмечают участвовавшие случаи депремирования персонала по ряду спорных вопросов, что также негативно отражается на их материальном положении и моральном состоянии.

Наиболее остро у работников малых предприятий возникают проблемы, затрагивающие вопросы вознаграждения и оплаты труда, а также соблюдения условий и охраны труда. Примечательно, что в современных условиях одной из основных мотиваций работников малого бизнеса в Москве является стремление поддерживать необходимые условия существования (см. табл.13).

Как видно из результатов опроса подавляющим фактором в принятии решения дальнейшего выполнения трудового договора среди работников малого бизнеса является необходимость быть платежеспособным, относительная уверенность в стабильном доходе. Необходимо отметить, что отсутствие возможности трудоустройства в государственные организации на аналогичную зарплату также является скрытой причиной работы в коммерческих компаниях. Так, более 43% респондентов признались, что при наличии соответствующих протекций предпочли бы трудоустройство в государственных структурах.

Ожидаемым результатом данного выбора респондентов является сформированная социальная политика (программы) на большинстве

предприятий госсектора: от материально-компенсационной (премия, индексация зарплаты, компенсация стоимости отдыха и др.) до общественно-социальной (волонтерство, культурно-профессиональные, спортивные и благотворительные мероприятия). Также, несмотря на низкую оценку эффективности работы профсоюзов многими респондентами, само наличие их на госпредприятиях воспринимается как дополнительная поддержка в спорах с работодателем.

Таблица 14 – Распределение ответов работников малого бизнеса Москвы относительно мотивации их трудоустройства на предприятие, в % от ответивших, (N=175)

Вариант ответа	%	чел.
Отсутствие приемлемых вакансий	33	45
Необходимость поддержки жизнедеятельности	32	43
Риск оказаться безработным	17	23
Ощущение надежности, стабильности	12	16
Затрудняюсь ответить	6	8
ИТОГО:	100	135

Источник: Мини-опросы, проведенные автором в 2013-2018 гг. на 45 малых предприятиях г. Москвы, квотная выборка, N = 175 чел. (работники малых предприятий сферы торговли и услуг (предельная численность работников предприятий – 100 человек) из числа специалистов сбыта, маркетинга, бухгалтерии, логистики, складского хозяйства).

Одной из причин такого выбора наиболее часто называется социальная и трудовая защищенность государственных работников. Несомненно, влияние возрастных особенностей работника на длительность пребывания и смену работы. Так, работники в возрастной категории до 35 лет заметно чаще меняют работодателя, чем работники старших возрастов. Однако, основными причинами смены работы среди сотрудников коммерческих предприятий являются низкая зарплата, неудовлетворительные условия труда (график, рабочее место, атмосфера в рабочем коллективе), отсутствие перспектив

(рисунок 10). Вместе с тем, около 67% опрошенных работников готовы пренебречь карьерными ожиданиями ради высокой зарплаты и благоприятной среды деятельности. Однако, более половины из них (52%) при этом не готовы терпеть грубость начальства и сверхурочную работу.

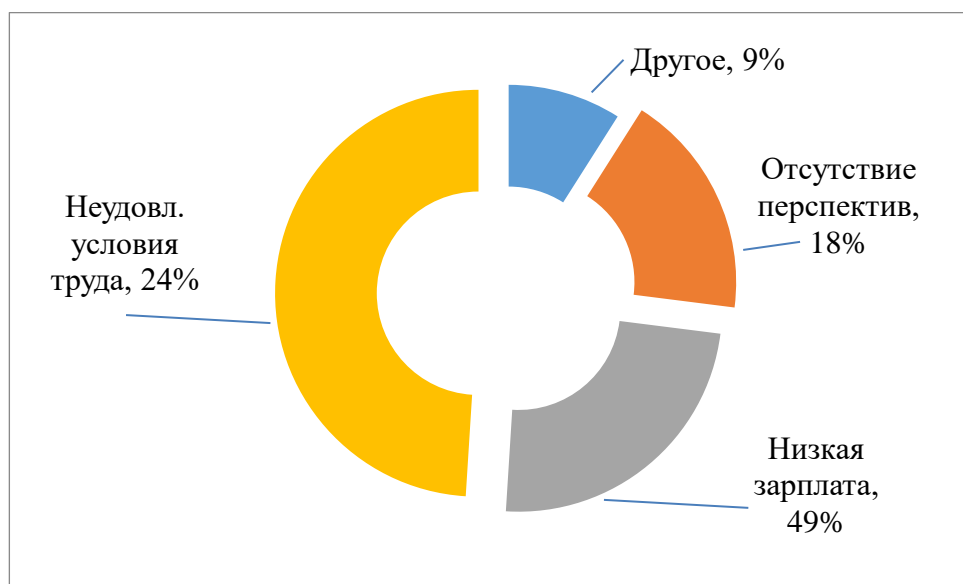


Рисунок 10 – Распределение ответов респондентов относительно основных факторов, влияющих на текучесть кадров предприятия

При этом, уместно отметить, что в 97% коммерческих организаций, по словам работников, нет профсоюзов. Данный факт подавляющее число респондентов объясняет их нецелесообразностью ввиду низкой эффективности институтов защиты прав трудящихся. Так, в государственную инспекцию труда в случае нарушения трудового законодательства, а также в службу занятости при увольнении намерено обратиться не более 10% респондентов.

По мнению автора, социально-профессиональные черты работников малого бизнеса во многом не позволяют им более эффективно применить свой потенциал. Это в первую очередь связано с отсутствием у большинства работников экономических возможностей, необходимого уровня квалификации, а также профессиональных (знаний, навыков, умений) и

социальных (работа в команде, коммуникабельность, лидерские качества) компетенций.

В результате наблюдений и многочисленных опросов автором были установлены средние социально-демографические характеристики сотрудников малых коммерческих предприятий г. Москвы. Эти данные представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Усредненные социально-демографические характеристики работников малых коммерческих предприятий г. Москвы

Субъект малого бизнеса	Основные социально-демографические характеристики работников, %				
	Пол	Возраст	Образование	Семейное положение	Должность
ИП	Муж – 53,1; Жен – 46,9.	Младше 30 лет – 52,4.	Высшее – 32,6; Среднее проф. – 55,3.	Сост. в браке – 38,2; Наличие детей – 41,3.	Рабочий; продавец-консультант; менеджер
ООО	Муж – 43,1; Жен – 56,9.	Младше 30 лет – 58,4;	Высшее – 54,2; Среднее проф. – 41,7.	Сост. в браке – 32,4; Наличие детей – 37,1.	Рабочий; продавец-консультант; менеджер; административный работник.

Источник: мини-опрос соискателей вакансий г. Москвы на базе столичного центра занятости Моя карьера, 2021 гг., N = 108 чел.

Из таблицы 15 видно, что основной возрастной состав работников малых предприятий приходится на молодых сотрудников не старше 30 лет. Несмотря на то, что у большинства из них (64%) это не первый опыт трудоустройства, штатная структура большинства организаций ограничивает их карьерные возможности. Примечательно, что доля высшего образования среди молодых сотрудников (22-32 года) в ООО в среднем составляет менее 50% и значительно ниже, чем среди более возрастной группы сотрудников (33-45 лет), где этот показатель достигает 73%. Кроме того, наблюдается «квалификационная яма», подразумевающая несоответствие компетенций работника занимаемой им должности. Причем, для более молодой группы

сотрудников речь идет именно о нехватке компетенции, опыта, навыков. Более возрастная группа работников (35 лет и старше) представлена целым спектром различных профессий, не нашедшим себе применения. Отчасти это связано с техническим прогрессом, однако основную причину большинство работников (75%) видят в отсутствии возможностей получать достойную зарплату по специальности. В свою очередь, по мнению руководителей малых предприятий (68%) данная проблематика носит субъективный характер, в частности, отсутствия у граждан способности к обучению и самообучению.

Усиление внимания к проблеме трудоустройства граждан России по специальностям заставляет обратиться к распределению специальностей сотрудников малых предприятий с высшим образованием на примере одного предприятия. В таблице 16 продемонстрировано соотношение полученного профессионального образования (специальностей) работников коммерческой организации с их трудовым стажем и сферой деятельности.

Таблица 16 – Обобщённое распределение полученных специальностей работников с высшим образованием в малых коммерческих предприятиях г. Москвы на примере ООО

Наименование группы направлений подготовки и специальностей	Вес, %	Трудовой стаж, лет		Сфера деятельности
		общий	по специальности	
Экономика и управление	34	9,3	1,34	Оптовая и розничная торговля
Гуманитарные науки	25	10,4	0,54	
Образование и педагогика	11	9	0,6	
Электротехника, энергетика	9	10	2	
Другое	8	8	2,6	

Источник: опрос предпринимателей г. Москвы по квотной, многоступенчатой выборке на базе бизнес-форумов «Трансформация», 2018-2019 гг., N = 184 чел.

Определяющим фактором при трудоустройстве сами работники называют востребованность профессии на рынке труда, а также общее количество вакантных предложений и степень деловой активности в регионе. Кроме того, уровень заработной платы зачастую играет ключевую роль в принятии решения о трудоустройстве не по специальности. Тем не менее, в ходе социологических опросов были выявлены профессионально-личностные качества работника, которые, по мнению сотрудников, наиболее приемлемы для работодателей малого бизнеса. Исходя из особенностей отраслевой деятельности различных коммерческих предприятий, обращает на себя внимание четкая структурированность в ответах респондентов относительно наиболее приветствуемых у работодателя качеств рабочей силы (таблица 17).

Таблица 17 – Распределение ответов на вопрос «Какие наиболее значимые качества работника будут востребованы у Вашего работодателя?», в % от ответивших, (N=108).

Наименование качеств работника	Пояснения качества	Вес, %
Универсальность	способность к различным видам деятельности, многозадачности, стрессоустойчивость	42
Коммуникабельность	умение налаживать деловые отношения, лояльность к компании	28
Мобильность	способность к поиску необходимой информации и элементарному анализу; активность, инициатива, частота географического перемещения.	21
Другое		9

Источник: мини-опрос соискателей вакансий г. Москвы на базе столичного центра занятости Моя карьера, 2021 гг., N = 108 чел.

Большинство работников (84%), высказываясь об участвовавших в опросе требованиях руководства проявлять большую лояльность по отношению к интересам компании (переработка, совмещение должностей, задержка зарплаты и серые выплаты), связывает это с возросшей конкуренцией среди

соискателей на рынке труда. В то же время, работодатели, в свою очередь, все чаще отмечают такие преимущественные качества сотрудников как способность к обучению, быстрота включения в рабочий процесс, наличие практических навыков, необходимых для достижения поставленных задач.

Однако следует признать, что наличие преимущественных качеств у работника малого предприятия мало влияет на соблюдение его прав в области охране труда. Так, по данным опросов, с дискриминацией в трудовых правах сталкивается каждый второй работник компании. Это, в свою очередь, сказывается на таких показателях рабочей силы, как коэффициент текучести и коэффициент замещения. Опрос работников нескольких московских организаций малого бизнеса относительно процессов найма и увольнения работников предприятий выявил следующую картину: естественная динамика персонала в трудовых коллективах большинства предприятий говорит о неблагоприятных условиях труда, увеличением трудовой нагрузки работников. Несмотря на положительную динамику социально-трудовых характеристик работников малого бизнеса (таблица 18), большинство из них не рассматривает данные преимущества в качестве гарантий от систематического нарушения своих трудовых прав и условий труда. Особый интерес в этом плане вызывают высказывания работников о требовании работодателя в лояльности к компании, где главными критериями являются принятие предложенных условий труда, неприхотливость, самостоятельность решения рабочих вопросов.

Таблица 18 – Динамика социально-трудовых характеристик рабочей силы малого бизнеса по г. Москве за 2009-2018 гг.

Критерии	Сравнительный период, % от общего числа опрошенных	
	2009-2013 гг.	2014-2018 гг.
Социальная мобильность (готовность к смене места жительства, работы)	Готовы к переезду – 31,2	Готовы к переезду – 53,4
Продолжительность работы в компании	Более 5 лет – 26,7	Более 5 лет – 14,2
Гибкие навыки (soft skills)	Готовы – 18,2	Готовы – 27,1

(готовность к совершенствованию)		
Дополнительная трудовая деятельность (наличие подработки помимо основной работы)	Да – 12,1	Да – 34,6
Удовлетворенность условиями труда	Да – 24,3	Да – 21,1
Опыт трудовой деятельности в других сферах	Да – 43,2	Да – 65,7

Источник: Мини-опросы, проведенные автором в 2009-2018 гг. на 62 малых предприятиях г. Москвы, N = 391 чел. (работники малых предприятий сферы торговли и услуг (предельная численность работников предприятий – 100 человек) из числа специалистов сбыта, маркетинга, бухгалтерии, логистики, работников складского хозяйства и др. рабочих специальностей).

Характерно также, что доля официальных выплат у подавляющего количества работников малого бизнеса (94%) не превышает половину их заработной платы. Более того, по сравнению с докризисным периодом 2013 г. респонденты отмечают, что их результаты труда все чаще остаются незамеченными руководством и никак не влияют на сумму вознаграждения.

Применительно к настоящему времени справедливо высказываются опасения, что в рамках снижения издержек у владельцев предприятий возникнут желания чаще привлекать в качестве наемного персонала именно самозанятых граждан, экономя тем самым на уплате страховых взносов. Об этом, в частности, говорят участники Ассоциации частных агентств занятости (АЧАЗ), отмечающие увеличение количества запросов на привлечение работников в качестве самозанятых [31]. Если учесть тот факт, что доходы от предпринимательской деятельности граждан с 2000 г. по 2016 г. в России сократились с 15,4% до 7,8%, то данные утверждения не выглядят бесосновательными [136, с.4]. Также по этой причине прогнозируются процессы трансформации предпринимателей в самозанятых. Особенно это заметно проявляется среди молодых работников в возрасте до 30 лет, в приоритетах у которых все чаще выступают индивидуальные оценки своего труда, карьерный рост, гибкий график работы и социальная значимость проектов.

Очевидным фактором, способным повлиять на выход из тени самозанятых граждан, должен стать оптимальный механизм распределения бюджетных и социальных ресурсов, полученных в результате налоговых выплат. Для этого, в первую очередь, необходимо понимание допустимого уровня дохода, от которого гражданин готов платить налог, не прибегая к различным ухищрениям. Однако, именно здесь и возникают сложности. По словам директора Центра трудовых исследований НИУ ВШЭ В. Е. Гимпельсона, в России отсутствует полноценная статистика зарплат. Представляемая Росстатом информация не учитывает зарплату 43 млн россиян, работающих на малых предприятиях [141].

Проведенные в два периода (2009-2012 гг., N=102 и 2013-2019 гг., N=289) опросы работников (включая бывших) малых коммерческих предприятий г. Москвы показали динамику потребностей работников за эти периоды. Опираясь на эти данные, мы констатируем возросшую потребность работников в доходах, а также в социальной защищенности (рисунок 11).

Формирование негативных субкультур малого бизнеса наиболее часто происходит вокруг идей, отражающих поиск путей решения вопросов социальной справедливости, в результате недовольства текущим положением вещей на работе: несвоевременность и сложность процедур официального трудоустройства и выплаты неофициальной части зарплаты, неравномерная трудовая нагрузка, сокращение основных фондов и т.д.

Наряду с этим отмечается практически неизменная потребность в жилищных условиях. Трансформация сознания работников в приоритетных ценностях происходит в соответствии с изменениями социально-экономического ландшафта, сложившегося в мегаполисе.

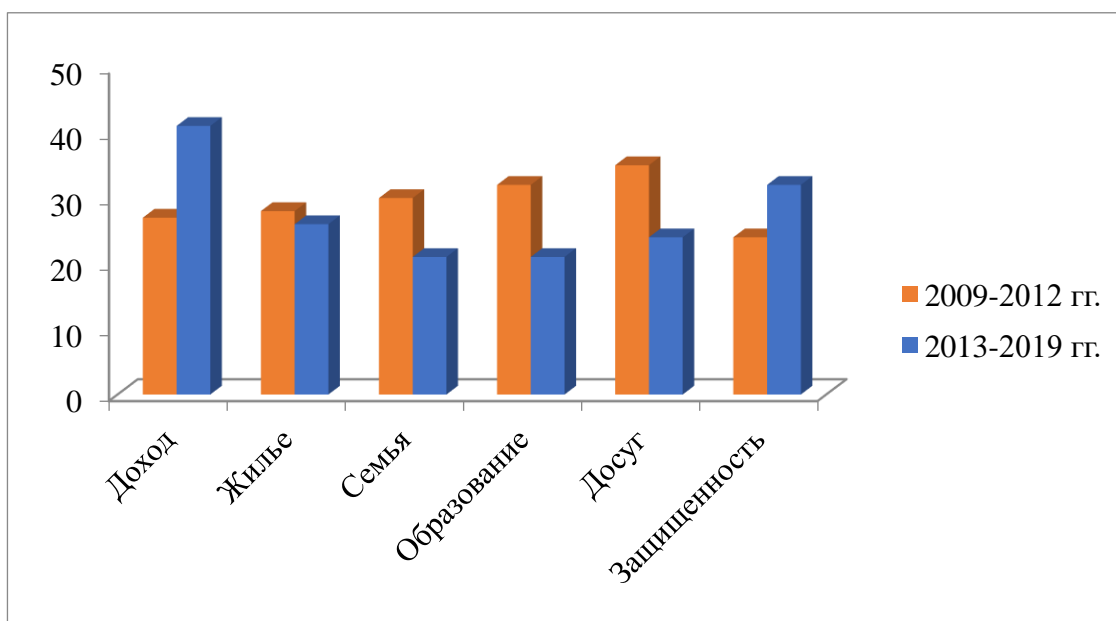


Рисунок 11 – Динамика потребностей работников малого бизнеса за период 2009-2019 гг.

Также обращает на себя внимание тот факт, что в отличие от владельцев малого бизнеса, которым все сложнее оставаться в сегменте среднего класса, работники малого бизнеса таковыми практически не являются. Так, 76% респондентов не располагает необходимой суммой для приумножения своего капитала: накопление, инвестирование и т.д. Более того, 51% опрошенных работников вообще не имеют никаких накоплений. Добиться прочной финансовой базы, по их словам, не позволяет даже наличие дополнительного дохода. Основными статьями расходов выступают аренда жилья (более 30% дохода), питание (более 45% дохода). Снижение доходной части и отсутствие обзримых перспектив (профессиональных, семейных) вынуждает большую часть сотрудников замыкаться в себе, а основной вид досуга у 68% работников – просмотр телепередач, интернет⁵³.

В свою очередь, падение доходов отражается на изменении ряда социальных маркеров, характерных для сотрудников московских организаций малого бизнеса в наиболее благоприятные периоды. К таким показательным

⁵³ Мини-опросы, проведенные автором в период 2013-2019 гг. на малых предприятиях г. Москвы и среди соискателей вакансий на базе московского Центра занятости населения Моя работа, квотная выборка, (квотный признак – работа (опыт работы) на предприятиях малого бизнеса г. Москвы), N = 289 чел.

маркерам, определяющим статусность сотрудника, долгое время относились наличие недвижимости, автомобиля, модных брендов одежды, гаджетов, частота заграничных поездок (рисунок 12). Попутно отметим, что, несмотря на высокий процент закрепитованности данных маркеров в 2011-2013 гг., особенно по автомобилям (75%), они продолжали пользоваться спросом среди сотрудников коммерческих предприятий.

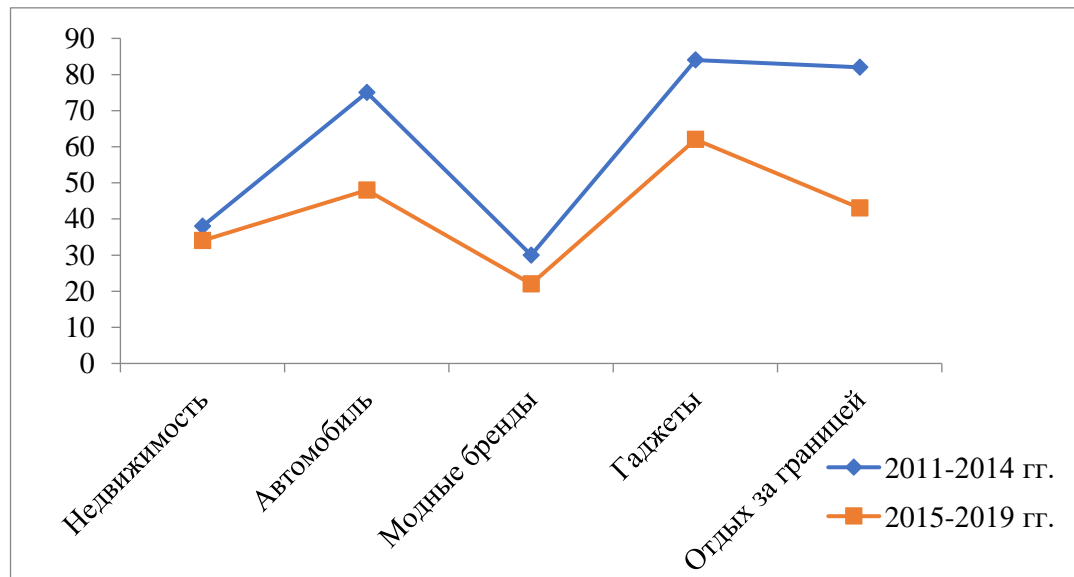


Рисунок 12 – Динамика социальных маркеров работников малого бизнеса за период 2011-2019 гг.

На основании данных рисунка 12, мы отмечаем по-прежнему высокий процент работников, нуждающихся в собственном жилье (38% имеющих жилье в 2011 г против 34% в 2018 г.), а также возросшую экономию сотрудников на остальных социальных маркерах (автомобиль, модные бренды, отдых за границей).

Весьма интересными для нас оказались результаты субъективной оценки работниками социального взаимодействия в коллективе, как результата развития предприятия и, соответственно, увеличения материальных выплат его работникам. Оказывается, более 43% работников не ощущает себя частью коллектива, не испытывает чувства сопричастности к выполнению социально-значимого дела в процессе работы, внесение

посильного вклада в развитие социальной миссии организации и общества в целом.

Подавляющее большинство респондентов из числа работников малых предприятий связывает развитие предприятия с различными факторами, ключевыми из которых являются, представленные на рисунке 13.



Рисунок 13 – Распределение ответов респондентов относительно основных факторов, влияющих на развитие предприятия, в % от числа опрошенных.

Как видно из рисунка 13, преобладающими факторами развития предприятия, по мнению работников малых предприятий, являются организация рабочего процесса (37,2%) и административный фактор (17,3%). Среди наиболее частых претензий в данных сегментах выделяются родственные связи, большой штат административных и надзорных работников, не приносящих прибыль фирме, но влияющих на производительность труда, старое оборудование, низкая оперативность согласования и взаимодействия между отделами и сотрудниками. Вторым по значению фактором, влияющим на развитие фирмы, работники отмечают мотивацию персонала (21,5%). Основное направление работы, по их мнению, здесь должно быть сосредоточено на повышении условий труда и его оплаты. Третий фактор – это наличие конкурирующих преимуществ у продаваемого

товара (услуг). Таким образом, здесь наглядно просматриваются две наиболее проблемные сферы профессиональных компетенций руководителей малого бизнеса, а именно: организационно-управленческая (административная) и коммуникативная.

К другим, наиболее острым социальным проблемам работников малого бизнеса (авторский опрос соискателей на базе столичного Центра занятости населения «Моя работа», N = 114 чел.), по мнению большинства респондентов, относятся проблемы падения доходов (42%), соблюдения трудового законодательства (21%) и рост безработицы (12%) (см. рисунок 14).

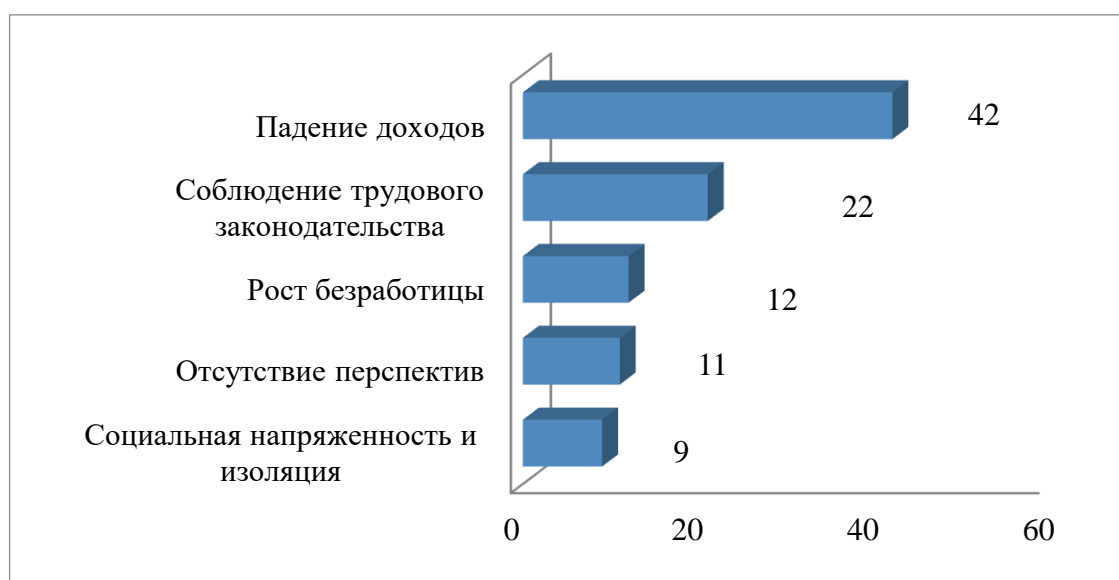


Рисунок 14 – Распределение ответов работников малого бизнеса в Москве относительно их основных социальных проблем в 2019 г. в % от числа опрошенных, N= 184 (по данным авторского социологического опроса)

Принципиально новыми среди социальных проблем московских работников малого бизнеса появились рост безработицы, отсутствие перспектив и социальная напряженность. Многие работники справедливо соотносят возникновение данных обстоятельств с ростом миграционных потоков из стран ближнего зарубежья с 2014 года. При этом, обобщенный социологический анализ работников малого бизнеса г. Москвы без учета его миграционных составляющих был бы неполным. Действительно, собственные

наблюдения и специальные исследования в этом плане показали, что в настоящее время использование труда мигрантов в малом бизнесе столицы используется в основном в тех же сферах торговли и услуг, но с учетом некоторых особенностей рабочей силы (см. табл. 19).

Тем не менее, прослеживаются общие черты рабочей силы из числа мигрантов, занятой в малом бизнесе Москвы. Это, как правило, граждане трудоспособного возраста от 18 до 45 лет, преимущественно мужчины, претендующие на работу, не требующую высококвалифицированного труда.

Таблица 19 – Особенности применения рабочей силы из числа мигрантов в малом бизнесе г. Москвы

Гражданство	Преимущественные особенности	Область применения и трудоустройства
Узбекистан	Высокая лояльность к предложенным условиям и оплате труда, высокая степень адаптации	Строительство, ЖКХ, ремонтно-отделочные работы; торговля
Таджикистан	Высокая лояльность к предложенным условиям и оплате труда, высокая степень адаптации	Строительство, ЖКХ; ремонтно-отделочные работы; торговля
Украина	Близость менталитета, хорошее владение русским языком (устным и письменным)	Строительство, ремонтно-отделочные работы; торговля
Кыргызстан	Хорошее владение русским языком (устным); вхождение республики в ЕАЭС: отсутствие патента; использование национальных водительских удостоверений, право получения полиса ОМС	Ритейл, сфера общепита, клининг, таксомоторные перевозки, курьерские услуги
Азербайджан	Хорошее владение русским языком	Торговля; таксомоторные перевозки
Армения	Хорошее владение русским языком (устным и письменным); высокая степень адаптации; вхождение республики в ЕАЭС: отсутствие патента; использование национальных водительских удостоверений, право получения полиса ОМС	Ремонт дорог, сфера бытовых услуг; автосервис; таксомоторные перевозки
Молдова	Хорошее владение русским языком (устным и письменным)	Строительство, ремонтно-отделочные работы; торговля

Источник: Расположение стран в таблице представлено в соответствии с количеством фактов постановки их граждан на миграционный учет в МВД РФ, июнь 2019 г.

Более 80% опрошенных мигрантов – выходцы из малых городов и сельской местности, не обладающих профессиональным образованием, не подготовленные к интеграции и ассимиляции в России. Продолжительность рабочей недели у большинства трудоустроенных мигрантов превышает 56 часов, социальное обеспечение жизнедеятельности во время пребывания на территории РФ неопределенное. Широкое распространение среди мигрантов получил кланово-семейный метод вахтовой работы, при котором официальная занятость одного работника подменяется по мере необходимости неофициальной занятостью другого.

Формирование этнокультурного многообразия Москвы в последние годы сопряжено с появлением районов, в основном на юге столицы, выделяющихся обособленными языковыми и культурными сообществами. Этническая окраска малого предпринимательства мегаполиса складывается как под воздействием исторически сложившихся сфер деятельности (ремонт обуви – армяне; услуги транспортных перевозок – армяне, таджики, азербайджанцы; продажа овощей и фруктов - азербайджанцы, узбеки), так и вследствие компактного расселения мигрантов вблизи основных мест работы – торгово-складские комплексы (рынки), строительные площадки, крупные логистические центры. В сложившихся миграционных районах преобладают точки общепита, появляются сферы услуг, ассоциирующиеся с национальной самобытностью: «киргизские клиники», «вьетнамские ателье», «узбекские забегаловки». Вместе с тем компактное проживание этнических общностей, не подверженных, как нам представляется, интеграционным процессам в российское общество ввиду своей обособленности в языковом, правовом и культурном плане даже при условии их активной предпринимательской деятельности, не может считаться положительной конвертацией человеческого капитала в социальный, а, напротив, создает дополнительные

очаги неблагополучия на местах. Речь идет о территориальных анклавах возле таких торговых комплексов как «Фуд Сити», «Садовод», «Москва».

Для граждан государств, входящих в Евразийский экономический союз (ЕАЭС) на рынке труда, по сравнению с другими иностранными работниками, легализация деятельности значительно упрощена, однако доля иностранных граждан, занятых неформальной занятостью как персонально, так и в качестве работника организации малого бизнеса, продолжает оставаться высокой. Кроме того, проживание в режиме максимальной экономии (питание, проживание, проезд), вызванное различными социально-экономическими факторами, зачастую сопряжено с игнорированием требований российского законодательства, что приводит к увеличению напряженности в социально-бытовой сфере [125, с.30].

Выводы:

1. Образ работника московских организаций малого бизнеса, его характерные личностные черты претерпели определённые изменения, связанные с мотивационными аспектами в экономической и социальной защищенности: неконфликтный и исполнительный работник постепенно заменяется работником, способным самостоятельно распоряжаться плодами своего труда. Происходит процесс превращения частично самозанятых граждан в автономных работников – социально востребованных профессионалов, адаптированных к рыночным условиям, способных самостоятельно осуществлять организацию и оценку своего труда как при работе по найму, так и в качестве самозанятого.

2. В условиях нестабильного экономического положения России, а также стремительной урбанизации занятость рабочей силы в сфере малого бизнеса гипертрофирована в основном в направлении торговли и услуг. Для многих работников характерно совмещение работы и самозанятости, сопряженные с психоэмоциональными и физическими перегрузками. Отсутствие гибкости трудовых графиков, депремирование персонала, несоблюдение условий охраны труда примечательно для трети сотрудников.

Распределение фонда оплаты труда в зависимости от трудозатрат работника в процессе работы далеко не всегда соответствует их зарплатным ожиданиям. Социальная и трудовая защищенность работников малого бизнеса дифференцирована в зависимости от их социальных характеристик – возраста, профессиональной направленности, уровня зарплат, условий труда, микроклимата коллектива и др.

3. Средние социально-демографические характеристики сотрудников малого бизнеса свидетельствуют, что доля молодых работников и работников с высшим образованием, занятых в ООО, выше, чем у работников ИП. В остальном, наблюдается схожая картина в географической мобильности персонала (42,2% приезжих сотрудников в ООО против 46% у ИП), гендерных данных, несоответствия компетенций работника базовому образованию при занимаемой должности. Среди преимущественных качеств, которыми, по мнению большинства работодателей, должны обладать сотрудники малого бизнеса отмечается способность к обучению, быстрая адаптация к рабочему процессу, наличие практических навыков. Однако, обладание данными навыками не является для работника залогом успеха, поскольку половина работников малого бизнеса сталкивается с дискриминацией своих трудовых прав.

4. Авторские социологические исследования выявили социально-демографические характеристики рабочей силы малого бизнеса, где основной состав (64,2%) – молодые люди 23-35 лет, недавние выпускники средне-специальных (36%) и высших учебных заведений (31%), преимущественно иногородние (68%), не состоящие в браке (72%). Это есть наиболее энергичная и амбициозная группа, подверженная потребительской моде на социальные маркеры, практике краткосрочной реализации своего потенциала в рамках одной компании. Другая категория работников (31,8%) – сотрудники возрастной группы 36-52 лет, имеющие опыт работы более 10 лет (86%), высшее образование (71%), опыт семейных отношений (94%), жилую собственность в г. Москве и ближайших районах Московской области (86%).

Это наиболее опытная и лояльная работодателю группа, мотивированная трудовой дисциплиной и чувством ответственности, тем не менее, по мнению большинства работодателей (76%), обладает значительно меньшим коммерческим потенциалом (агрессивный маркетинг, мобильность, многозадачность, умение работать в условиях длительных перегрузок и др.). В большинстве коммерческих компаний активно поддерживается курс на радикальное омоложение коллектива, включая административный корпус, кроме того, в период 2017-2019 гг. на 20% выросло замещение работниками-мигрантами низкоквалифицированных рабочих позиций.

5. Рабочая сила малого бизнеса в большинстве своем разочарована некогда выбранной для себя специальностью ввиду низких доходов (у 72% респондентов расходы на базовые потребности превышают половину заработной платы), низкого статуса работы и отсутствия перспектив. Разница в Москве между средней заработной платой вакансий, не требующих долгого времени обучения, и вакансий, которым традиционно характерны высокий уровень образования и длительный период получения профессиональных навыков, на основе данных ряда рекрутинговых сайтов, не только минимальна, но зачастую превышает на 15-20% в пользу первых⁵⁴.

Так, средний заработок курьера, продавца, или разнорабочего на стройке в российском мегаполисе (от 80 тыс. руб.) не уступает среднему заработку врача, инженера и педагога, а средний заработок водителя, повара, специалиста бьюти-индустрии (мастер маникюра, татуажа и др.) – превышает его более чем на 15%.

Смещение профессиональных компетенций работников малого бизнеса Москвы в сторону низкоквалифицированного труда говорит о низкой готовности владельцев малого бизнеса предлагать высококвалифицированным специалистам вакансии и условия труда, соответствующие их уровню.

⁵⁴ Авторский анализ вакансий рекрутерских сайтов Superjob.ru, HH.ru для соискателей по г. Москве за период 2021-2023 гг.

Причина тому – средний по региону уровень заработной платы, не стимулирующий занятием высококвалифицированным трудом.

6. В целом, социальный портрет сотрудника малого бизнеса Москвы можно сформулировать с позиции факторного анализа на основе трех переменных: социально-демографических, социально-экономических и ментально-личностных (таблица 20).

Таблица 20 – Обобщенные характеристики наемных работников в малом бизнесе, % от общего числа опрошенных, (N = 379)

Критерии	% от общего числа опрошенных, N = 379
<i>Социально-демографические</i>	
Пол	Мужчины – 44; Женщины – 56
Возраст	22-34 года – 57; 35-50 лет – 31; старше 51 – 12.
Образование	Высшее – 41,7; Среднее профессиональное – 22,5; Среднее (общее) полное – 35,8
Семейное положение	Состоят в официальном браке – 52; Наличие детей – 61.
Жилищные условия	Квартира (собственность) – 31; Дом (собственность) – 2; Дом (аренда, ипотека) – 3 Квартира (аренда, ипотека) – 64
Основное место работы	ИП – 48; ООО – 41; ОАО – 11.
<i>Социально-экономические</i>	
Средняя величина ежемесячного дохода, руб.	Более 50000 руб. – 34; Менее 50000 руб. – 66.
Средняя продолжительность основного отпуска	28 дней – 48; Менее 28 дней – 52.
Средняя продолжительность рабочего дня персонала	Более 8 часов – 63; Менее 8 часов – 4; Другое – 33.
Дополнительная занятость в целях повышения дохода	Имеет постоянно – 47; Иногда – 21; Не имеет – 22.
<i>Социально-личностные</i>	
Профессиональные мотивы	Повышение уровня доходов – 51,4 Реализация себя (экономическая свобода) – 22,6; Амбиции, карьера – 12,8.

Критерии	% от общего числа опрошенных, N = 379
Самооценка личностных качеств	Целеустремленность; честность; ответственность; стрессоустойчивость
Стремление к саморазвитию	Да – 32 (чтение книг, просмотр научно-популярных сайтов, курсы и тренинги); Нет – 49; Затруднились ответить – 19.
Досуг	Отдых в кругу семьи – 64; Рыбалка, охота – 12; Путешествия – 11; Другое – 13.
Основной источник получения информации	Интернет-ресурсы – 68; Теле- и радиовещание – 18. Периодические издания – 14.
Занятие спортом	Футбол – 11; Фитнес – 11; Плавание – 12; Не занимаюсь - 66.
Наличие автомобиля	Есть в наличии – 61, из них: -в собственности (в том числе автокредит) – 94; -в аренде – 6.
Участие в благотворительной деятельности	Участвуют регулярно – 7; Участвуют по мере возможностей – 11; Не участвуют – 57; Затруднились ответить – 25.
Самоидентификация по принадлежности к среднему классу	Да – 61; Нет – 18; Затруднились ответить – 21.
Рекреация, туризм	Более 2 раз в год – 7; 1-2 раза в год – 38; Менее 1 раза в год – 36; Никогда не были за границей – 18.

Источник: Мини-опросы, проведенные автором в 2013-2019 гг. на базе столичных ярмарок вакансий и Центра занятости населения Моя работа, среди соискателей вакансий, N = 244 чел, а также на 45 малых предприятиях г. Москвы, N = 175 чел. (работники предприятий сферы торговли и услуг (предельная численность работников предприятий – 100 человек) из числа специалистов сбыта, маркетинга, бухгалтерии, логистики, складского хозяйства).

ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ ПУТИ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ МЕГАПОЛИСА

3.1. Социальный капитал малого бизнеса Москвы в основе решения социальных проблем предпринимателей мегаполиса

Анализ соответствующей литературы, раскрывающей принципы функционирования предпринимательского класса в социальной структуре российского общества, показал многофакторность системы функционирования предмета исследования. Социально-экономическое положение большинства регионов России нельзя назвать способствующим активизации бизнес-сообществ в виду низкого потребительского спроса населения. Доходы населения, как отражение потребительского спроса, в большинстве российских регионов продолжают снижаться уже несколько лет подряд: сокращение доходов по итогам 2020 г. было зафиксировано в 64 субъектах РФ [164]. Реальные доходы населения по итогам 2020 года упали на 3,5%, а к уровню 2013 года они стали меньше на 10,6%. В г. Москве доходы населения в 2020 году упали на 8,2% по сравнению с 2019 годом. При этом продолжает наблюдаться утрата социального статуса граждан ряда профессий, сопровождающаяся дезинтеграцией общества: снижение доверия к работодателям, государственным органам власти, общественным организациям.

Подобное «социальное банкротство» вызвано не только ухудшением экономических условий, но и снижением демократических принципов, в основе которых лежат равенства прав, свобод, возможность донести свою точку зрения и быть услышанным.

Социальная активность граждан, подавляемая и игнорируемая различными способами, не способствует формированию их социального капитала, важность которого трудно переоценить. К проблеме необходимости возникновения социального капитала, как «совокупности связей и

отношений»⁵⁵, позволяющей перейти к «выгоде кооперативного поведения»⁵⁶, а затем через уровень доверия между членами общества развивать экономический потенциал государства обращались многие исследователи⁵⁷.

Под *социальным капиталом* будем понимать уровень социального доверия и взаимодействия между гражданами, позволяющий им кооперироваться ради достижения определенных целей.

Установлено, что большое влияние на степень социального доверия оказывают отношения с органами государственной власти. Зачастую формирование своевременного и справедливого решения относительно того или иного обращения гражданина проецируется на вероятность последующего его диалога с властью. И вопрос здесь не столько в своевременности ответа должностного лица на обращение гражданина, сколько в качестве реагирования, позволяющего своевременное решение социальной проблемы (актуальной потребности). Однако, на слабость государственного реагирования и управления не последнюю роль оказывает коррумпированность административных органов, непрозрачность нормативно-правовой базы, «телефонное правосудие». Так, согласно данным Генеральной прокуратуры РФ, Москва по уровню коррупции в 2020 году возглавила рейтинг регионов [180]. Негативные последствия коррупции проявляются во всех спектрах предпринимательской деятельности и общества в целом: множится теневая экономика, снижается эффективность органов госуправления, нарушаются конкурентные механизмы рынка, складывается неблагоприятный предпринимательский климат.

С введением института омбудсмана по делам предпринимателей проблема административных барьеров для бизнеса несколько снизилась, но

⁵⁵ Bourdieu P. The Forms of Capital. / Richardson, J., Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – New York: Greenwood Press, 1998. p. 241–258.

⁵⁶ Coleman James S. Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. – 1988. p. 95-120.

⁵⁷ Fukuyama F. Social Capital and Civil Society. IMF Working Paper WP/00/74. – Washington (D.C.): International Monetary Fund, 2000.

всё еще остается острой. Зачастую, чиновники в этом видят смысл некоего государственного регулирования, забывая, что регулирование заключается не в бесконечном воздействии на бизнес путем проверок с нередким вымогательством, а в формировании оптимальных и прозрачных условий существования последнего.

Так, по результатам исследования аналитиков в 2015 г. наибольшее административное давление на бизнес, по опросу предпринимателей, оказывали ФНС, МЧС, Роспотребнадзор, Роструд, МВД России. В настоящее время, по мнению ряда экспертов, несмотря на сокращение числа плановых проверок на 55%, ситуация сильно не изменилась, ввиду увеличения проверок внеплановых [207]. В свою очередь, диссертант, рассматривая неразрешимость проблемы административного давления на бизнес, приходит к выводу, что изменения законодательства в данном вопросе должно быть сопряжено с изменением правоприменительной практики, привлечением общественного контроля, расширения полномочий бизнес-омбудсмена.

Ряд исследователей рассматривают наличие качественного законодательства в роли основного фактора, влияющего на развитие предпринимательства [45, с. 21; 209, с.165].

Таким образом, существенным недостатком, деструктивно воздействующим на взаимодействие предпринимателей с властными органами, а также на развитие предпринимательского слоя, является *нестабильность федерального законодательства, его противоречивость, сложность реализации*. Кроме этого, исполнительное производство по решению суда о взыскании приставами долгов с бизнес-партнеров, зачастую является для московских предпринимателей не меньшей проблемной, чем сам судебный процесс. Согласно данным московского агентства по возврату долгов, сделанных на основе отчетности Федеральной службы судебных приставов за 2019-2020 гг., приставы принудительно взыскали только около 5-7% долгов юридических лиц и около 15 % долгов физических лиц [149]. Этому в немалой степени способствуют нежелания многих государственных органов

детально разбираться по существу вопроса, а также процессуальные лазейки в нормативно-правовой базе, позволяющие недобросовестным предпринимателям уходить от выполнения своих деловых обязательств.

Как показывают результаты опроса относительно доверия предпринимателями официальной информации правительства в вопросах социально-экономического развития, большинство респондентов отрицательно оценивают достоверность предлагаемой им информации (рисунок 15).

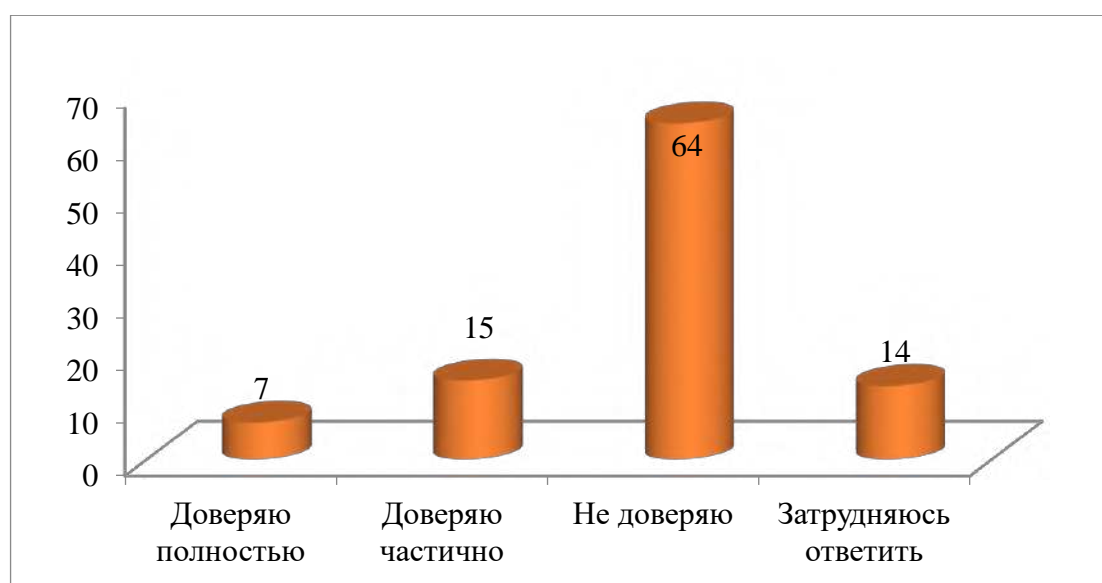


Рисунок 15 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Доверяете ли Вы информации официальных правительственных источников относительно социально-экономического положения в стране», 2018 г., в % от общего числа опрошенных, N = 184

Основное недовольство в предлагаемой информации вызывает у предпринимателей ее необъективность, завуалированность и относительность, а также частое изобилие в ней большого количества эвфемизмов.

Обращает на себя внимание снижение общей доли экономически активных граждан. По данным Росстата, за 2018 год численность экономически активного населения сократилась в России более чем на 1 миллион человек. Средний класс России, которому в большинстве присущих

ему характеристик, соответствуют только 7% населения страны, также в условиях продолжающегося сокращения своих доходов с 2014 г. предпочитает работать не в бизнесе, а в государственных структурах. Объяснение этому кроется в более официальных, прозрачных и прогнозируемых формах трудового контроля, существующих на госпредприятиях, в отличие от адаптивно-доверительных, преобладающих в коммерческих организациях.

Уровень доверия работника к своему работодателю, а также степень взаимодействия между ними особенно четко прослеживаются в результате их совместной работы в господствующие периоды скрытой безработицы. Несмотря на то, что по официальным данным численность рабочей силы в Москве составляет более 7 млн человек, а уровень безработицы за 2020 год – всего 2,53%, тем не менее проблемы скрытой безработицы, возникающие вследствие отсутствия достаточного количества социально привлекательных вакансий, ощущается простыми гражданами очень остро. Так, согласно исследованию, в 2018 г. из 7,2 млн рабочих мест, функционировавших в Москве, 3 млн занимали трудовые мигранты. Кроме того, исследователи пришли к выводу, что почти каждый второй москвич из числа экономически активного постоянного населения столицы в 2018 г. не смог найти себе работу [74]. Значительно увеличился и временной интервал поиска рабочего места. Автором летом 2021 г. констатируется двукратное увеличение времени пребывания граждан в состоянии активного поиска приемлемых вакансий по сравнению с 2010 г. с трех-четырёх месяцев до полугода и более.

Результаты социологических опросов руководящего состава малого бизнеса и их работников относительно основных социально-профессиональных проблем, показали, что четко прослеживается тревога по поводу снижения доходов граждан и покупательского спроса, в целом вызывающие определённую социальную напряженность (рисунок 16).

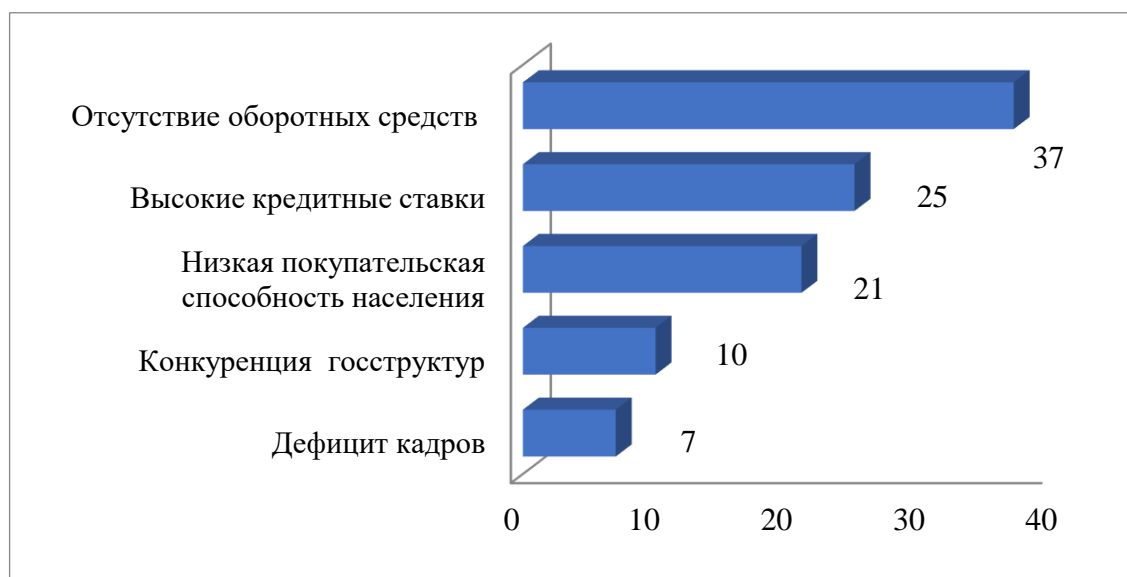


Рисунок 16 – Распределение ответов владельцев малого бизнеса в г. Москве по вопросам основных социально-профессиональных проблем, 2019г., % от общего числа опрошенных, N=184

Распределение ответов владельцев малого бизнеса (рисунок 16) традиционно исходят из социально-экономических причин, как, впрочем, и ответы работников (рисунок 14). Разница их ответов сфокусирована на косвенных претензиях друг к другу: кадровый голод – условия труда.

В свою очередь, кадровый вопрос для малого бизнеса и рынка труда в целом ориентирован среди государственных органов исключительно на субъективность причин (отсутствие предпринимательского мышления, нехватка профессиональных компетенций, низкая мотивация к работе и др.). Вместе с тем не придается должное значение объективным причинам, требующих решение. Так, современная идеология успешности навязывает обществу модель, при которой самореализация человека зависит от его полезных качеств для ограниченного круга работодателей на кратковременный срок. При этом игнорируется не только значимость индивидуального человеческого капитала, но и социального капитала организации.

Между тем, многие исследователи напрямую связывают успех предпринимательской деятельности организации с наличием у нее социального капитала. Так, утверждается, что «более высокими являются

доходы предпринимателей, полностью доверяющих своим сотрудникам, то есть сумевших обеспечить накопление социального капитала, позволяющего рассчитывать на свое окружение»⁵⁸, поскольку «при низком уровне доверия возрастают риски упущенных возможностей»⁵⁹.

В настоящее время Москва, как регион конкурентного преимущества, находится в приоритете высокоомобильного и наиболее экономически активного (перспективного) контингента – сказывается агломерационный эффект мегаполиса. Однако, по мере расширения географии рабочего интернет-пространства, данный эффект будет иметь тенденции качественной трансформации: уже сейчас наблюдается отток специалистов из найма в самозанятые и фриланс. Этому способствует проблема поликультуры среди рабочего персонала: вследствие внешней и внутренней рабочей миграции во многих московских предприятиях малого бизнеса стремительно появляются общности из работников-носителей различных культур, не стремящихся интегрироваться в социальную среду, а, скорее наоборот, пытающихся навязывать культуру своих поведенческих традиций. Не случайно по результатам исследования образовательной платформы GeekBrains, проведенного в 2021-2022 гг. (N = 419926) в крупнейших мегаполисах России (доля участников опроса в Москве – 28%), «каждый десятый россиянин хочет уйти с работы и стать фрилансером». Очевидно, данная необходимость возникла, помимо всего прочего, в результате потребности минимизировать нежелательную коммуникацию [78].

Кроме того, склад мышления большинства респондентов, включая предпринимателей, основан на регулирующей функции государства. Принцип самодостаточности российского государства, формирующийся при непосредственном влиянии государственных механизмов, ментально

⁵⁸ Мельников Р.М. Человеческий и социальный капитал как факторы предпринимательского успеха в российских условиях // Экономический анализ: теория и практика. 2022. Т. 21, № 7. С. 1240 – 1264.

⁵⁹ Butler J., Guiliano P., Guiso L. The right amount of trust. NBER working papers, 2009, no.15344. URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w15344/w15344.pdf

значительно ближе большинству простых граждан России, чем прозападный тип прагматичного, зачастую циничного и нацеленного на постоянное извлечение прибыли. Причина этого выбора кроется в глубине многовековой истории Российского государства, с его характерной централизацией власти на всех уровнях жизнедеятельности своих граждан. Исторический запрос на патернализм, отсутствие желания взаимодействия и кооперации среди граждан усложняют процессы, направленные на рост предпринимательского слоя.

Проблема занятости в малом бизнесе Москвы в последнее время все чаще проявляется в различных информационных и правительственных источниках, невзирая на то, что «московская агломерация является наиболее быстрорастущей в РФ: миграционный прирост здесь составляет от 150 до 200 тыс. человек в год» [74, с.116]. Тем не менее, зачастую максимизация прибыли компании осуществляется посредством освобождения бизнеса от национальной привязки, а оптимизация производственных процессов – в ущерб их новаторству и модернизации. Неслучайно по итогам 2020 г. Москва поднялась лишь на 32 место в рейтинге 100 ведущих инновационных кластеров мира (на основе анализа числа заявок на патенты и числа научных публикаций) [221].

Уместно заметить, что процесс инновации идет неразрывно с наличием необходимых условий для его осуществления. В первую очередь локомотивами инноваций являются талантливые граждане, привлечение к работе которых связано с будущей вовлеченностью их в рабочий процесс, возможностью стать частью профессиональной команды, группы единомышленников. По показателю привлекательности бизнеса для талантов со всего мира Москва в рейтинге городов мира находится на 42-м месте [238].

Не менее интересным представляется тот факт, что в ответах многих респондентов все чаще проявляются признаки социальной изоляции. В связи с этим будет уместным указать далее результаты опроса относительно доверия среди граждан мегаполиса (владельцев и работников малого бизнеса).

Рисунок 17 показывает степень межличностного и институционального доверия субъектов малого бизнеса, которое они испытывают в нашем обществе.

В Москве наиболее ярко, по мнению автора, прослеживается социально-психологическая проблема малого бизнеса: высокая степень загруженности и темпа жизни в мегаполисе входит в диссонанс с ощущением себя социально значимым субъектом.

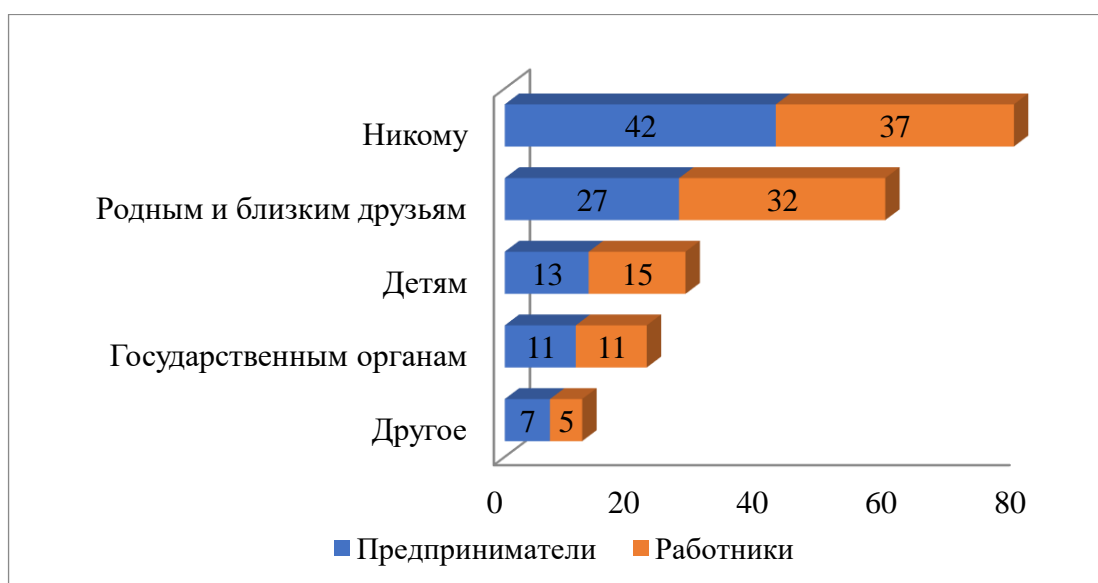


Рисунок 17 – Распределение ответов владельцев и работников малого бизнеса в Москве на вопрос «Кому Вы доверяете», 2019 г., % от общего числа опрошенных, N=184/114

В немалой степени это объясняется низким уровнем социального взаимодействия и различными нравственными ценностями: 58% респондентов не поддерживают контакты ни со своими соседями, ни со своими родственниками из регионов, 46% не имеют в Москве друзей. Падение престижа ряда профессий и отсутствие уважения работодателей к «человеку труда» сформировало у последнего некоторые принципиальные подходы при выборе работодателя. Иными словами, соискатели все чаще обращают внимание на ряд факторов, имеющих для них ключевое значение при принятии решения о трудоустройстве. Так, 32,1% респондентов не приемлет работу в

компании, где подавляющее число наемных работников составляют мигранты, справедливо опасаясь быть вовлеченными в трудовую среду с неудовлетворительными условиями труда и перспективой быть обманутыми. Для других респондентов важно наличие благоприятного рабочего места (46,7%), наличие дополнительных мер социальной поддержки (премии, своевременная индексация зарплаты, компенсационные выплаты и др.) – 64,5%.

Помимо этого, время для принятия работником решения о целесообразности дальнейшего трудового сотрудничества с работодателем по сравнению с 2010 г. сократилось почти вдвое: с года до шести месяцев. Все больше просматривается тенденция, при которой работа на кого-либо в качестве самозанятого, предпочтительнее необходимости работы в команде предпринимателя.

Изменение в одностороннем порядке заявленных при приеме на работу условий труда, нежелание работодателя раскрывать кадровый потенциал своих работников и взаимодействовать с ними по вопросам оптимизации условий труда резко снижает доверие и возможность формирования команды, нацеленной на получение высоких предпринимательских доходов. По мнению большинства работников (74,8%), в компаниях, нацеленных на развитие (экономическое, профессиональное и духовное), зарплаты всегда выше, чем в компаниях, замкнутых только на генерировании труда. Определяющую роль в формировании команды единомышленников они отводят руководителю, отмечая при этом необходимость наличия у него не только коммерческого опыта, но и управленческих, нравственных качеств. В связи с этим, уместно добавить взгляд исследователя Р.М. Мельникова, утверждающего, что у руководителя малого бизнеса «наличие хорошо сбалансированного набора навыков, а не наличие одного или нескольких сильных профессиональных качеств, определяет возможность предпринимательского успеха» [102].

Наглядным примером, отражающим уровень формирования социального капитала в компании, является участие (членство) ее руководства в общественных объединениях, благотворительных акциях и т.д. По

результатам опроса руководителей компаний малого бизнеса относительно участия их в благотворительной, культурно-просветительской и др. видов деятельности автором были получены следующие результаты:



Рисунок 18 – Распределение ответов руководителей малого бизнеса в Москве относительно их участия в общественных объединениях и мероприятиях за последние три года, 2019 г., % от общего числа опрошенных, N=184

Как видно из рисунка 18, большинство предпринимателей не организовывали (67%) и не принимали участия (34%) в культурно-общественной и благотворительной деятельности за период 2016-2019 гг. Таким образом, можно утверждать, что вовлеченность предпринимателей в общественную деятельность проецируется на их желание выстраивать взаимодействие внутри социальных групп своего коллектива, проводить организационные мероприятия по его сплочению (тимбилдинг). Многие вопросы трудового характера между руководителем и работником табуированы и не подлежат обсуждению, что также не позволяет формировать сильную корпоративную солидарность, а, напротив, усиливает желание обеих сторон сэкономить на своих обязанностях. Растет число респондентов (более 70%), уверенных в том, что вероятность улучшить свое материальное положение, будучи наемным работником «неуправленческого звена» малого бизнеса, невысока. Низкое взаимодействие между административным звеном

компаний («управленцами») и «управляемыми», а также внутри «управляемых», в результате разности возрастного, культурного и мотивационного вопросов, накладывает отпечаток на формирование определенной поведенческой культуры при прекращении трудовых отношений: без особого сожаления работники покидают компании, где руководством не ценится их профессионализм, ответственность, нравственные и культурные качества.

Адаптационная модель поведения механизма «работодатель-работник» российского малого бизнеса вынуждена подстраиваться под различные политические и экономические установки, не способствующих ее положительной трансформации: низкая привлекательность условий рынка вызывает игнорирование профессионального потенциала, социально-правовой сферы. Более трети респондентов (как предприниматели, так и работники) отмечают, что их деятельность обусловливается вынужденным выбором. Практически одинаковую негативную оценку в поддержке государством своих интересов отмечают обе стороны взаимодействия «предприниматель-работник», а именно: имитационный и краткосрочный эффект в атмосфере экономической неопределенности и стагнации. Кроме того, стихийность рынка и отсутствие социальных гарантий в предлагаемых условиях труда вытесняют наиболее образованную и прагматичную молодежь в государственный сектор экономики, а также в креативные интернет-профессии с гибким графиком и возможностью развития (в основном, удаленных).

В целом развитие малого предпринимательства основано не только на укреплении социального статуса его субъектов, высокой внутриорганизационной корпоративной культуре (организации управления и взаимодействия, кадровой политики и т.д.), но и на степени развития гражданского общества. Состояние и содержание правового сознания, политической культуры субъектов малого бизнеса определяются целенаправленной государственной политикой.

В связи с этим оптимизационная модель решения социальных проблем субъектов малого бизнеса выстраивается на основании политико-правового, экономического и социального блоков.

Оптимальным решением, связанным с поддержкой предприятий малого бизнеса в рамках их последующего развития, представляется принятие государственных и региональных Программ поддержки, основанных на сегментировании предпринимателей малого бизнеса, а именно: выделение среди целевой предпринимательской аудитории отдельных категорий предпринимателей по определённым критериям. В данном случае государственный патернализм предлагается сгладить мерами конкретной адресной направленности. В первую очередь заслуживают внимания предприниматели, которые работают не только ради собственного благополучия, но стараются формировать благоприятную деловую среду для своих подчиненных, ценность созидательного труда.

На первом этапе сегментация поддержки малого бизнеса предполагает адресную помощь начинающим предпринимателям при соответствии их определенным критериям Программы: начальный предпринимательский капитал в размере 51 млн руб. при условии соответствия ряду критериев, например:

- социально-демографические (возраст, образование, семейное положение);
- экономические (наличие первоначальной суммы накоплений в размере половины от заявленной в программе капитала);
- правовые (отсутствие уголовных наказаний за последние 10 лет по признакам преступлений, предусмотренных статьями УК РФ; отсутствие непогашенных правовых обязательств перед государством и гражданами);
- политические (обладание действующим гражданством РФ не менее 10 лет, отсутствие второго гражданства);
- психологические (дееспособность).

Увеличение суммы начального предпринимательского капитала возможно в рамках предусмотренной государственной программой поддержки и происходит в результате оценки перспектив развития данного предпринимательского дела. Наибольшее предпочтение для увеличения суммы капитала следует отдавать наиболее перспективным, востребованным направлениям, а также семейному и социально-ориентированному малому бизнесу. Кроме того, дополнительными стимулирующими критериями могут быть: служба в ВС РФ, участие в волонтерской и благотворительной деятельности и др. В дополнение к этому государство может предоставить право социального контракта для будущих предпринимателей: с одной стороны, оказывать помощь в повышении квалификации, гарантировать определенный спрос на продукцию и налоговые преференции, с другой стороны, в соответствии с разработанным индивидуальным планом требовать выполнения ряда обязательств. Это действенная возможность активизировать трудовой потенциал, повысить качественный уровень жизни и снизить иждивенческие настроения.

На втором этапе Программы поддержки малого бизнеса рассматривается социально-экономическая полезность предпринимательской деятельности: предпринимательская деятельность, осуществляемая в рамках закона соответствующие уровни налоговых отчислений, заработной платы и условия труда, количество рабочих мест.

На третьем этапе осуществляется поддержка малому бизнесу, способному развиваться до бизнеса средней величины (среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год от 101 до 250 чел.; предельное значение дохода за предшествующий календарный год – 2 млрд. руб.).

Примерная модель сегментационной Программы поддержки малого бизнеса на первом этапе представлена в приложении Л.

Вместе с тем, следует уменьшать бесплодность российского предпринимательства, постоянно сокращая количество организаций, ведущих

непрозрачную финансовую и трудовую политику, не обеспечивающих тем самым конечного продукта, налоговых поступлений и рабочих мест для граждан России. Проведение сегментированной Программы поддержки малого бизнеса, сопровождающейся прозрачностью требований и механизмов контроля, значительно перспективнее и наименее затратнее абстрактных экономических программ поддержки.

Выводы:

1. Внешние факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность, определяют макро- и микросреду данного явления. Корреляция основных объективных факторов, влияющих на развитие предпринимательского слоя, позволила выстроить значимость таких факторов как: экономические, правовые, социокультурные, психологические и факторы окружающей среды.

2. Социальный капитал в коммерческих организациях малого бизнеса Москвы часто не рассматривается как необходимое условие формирования команды единомышленников, способной добиваться предпринимательского успеха. Негативно влияют на развитие предпринимательства такие факторы, как отсутствие логики взаимодействия между малыми предприятиями и государством, низкая вовлеченность работников в интересы компании, неблагоприятная деловая среда.

3. Пассивная адаптационная модель поведения механизма «работодатель-работник» малого бизнеса в Москве не способствует ее положительной трансформации к модернизации и инновационному развитию: низкая привлекательность условий труда вызывает игнорирование профессионального потенциала, социально-правовой сферы, что, в конечном счете, приводит к росту социально-неудовлетворенных граждан. Стремление к минимизации затрат в условиях отсутствия экономического суверенитета предпринимателей вынуждает их привлекать на заявленные условия труда десперативных сотрудников, уровень профессионализма и коммуникабельности которых оставляет желать лучшего.

4. Большинство коммерческих организаций мегаполиса еще сохраняет за собой первоначальную трудовую привлекательность для постоянно восполняемого трудового ресурса из регионов. Однако время принятия решения о дальнейшем трудовом сотрудничестве работника с работодателем по сравнению с 2010 г. сократилось вдвое. Одна из причин тому – отсутствие социального капитала, накопление которого в организации малого бизнеса всецело зависит от его руководителя и его профессиональных компетенций: от подбора персонала до построения благоприятной корпоративной культуры, формирующей команду.

5. Избыточная рабочая сила, появляющаяся в результате деиндустриализации мегаполиса и трудовой миграции, способствует появлению класса социально невостребованных и нереализованных наемных работников, обладающих избыточной компетенцией для занимаемой (предлагаемой) должности, не имеющих возможности для профессионального и личностного роста, реализации своего ресурса. Для категории граждан, работающих не по призванию, а под воздействием внешних обстоятельств, оптимальным является развитие своего профессионального потенциала. В данном вопросе государственным органом необходимо максимально задействовать интеллектуальный ресурс жителей мегаполиса, внедрив широкие возможности доступных программ переподготовки для наиболее квалифицированной и мотивированной категории граждан.

6. Для увеличения делового потенциала экономически активного населения Москвы необходимо обеспечить в материальном плане право реализации ими образовательных программ посредством образовательных ваучеров – оплаченных государством краткосрочных курсов (учебных часов) по переподготовке наиболее социально и профессионально востребованных профессий, в первую очередь в области инжиниринга и программирования. Приоритетный контингент – мотивированные граждане, имеющие необходимое базовое образование для успешного прохождения курсов переподготовки.

7. Качество экономической деятельности и рабочей силы необходимо вернуть в поле зрения государственного регулирования. Это достигается увеличением уровня социальной защищенности как предпринимателей, так и работников.

3.2. Социальная защищенность граждан как важнейшее условие развития малого бизнеса

Современный этап развития малого предпринимательства характеризуется тем, что в сложной экономической ситуации при существующем несовершенстве нормативной и законодательной базы акцент развития и повышения эффективности их деятельности переносится на уровень самих предприятий. Импульс «сверху», т. е. помощь и поддержка федеральных и муниципальных органов, без инициативы самих предпринимателей не даст желаемого результата.

Однако инициатива основных предпринимательских масс в условиях жесткого административного регулирования и избирательности правосудия мало вероятна по причине низкой социальной активности, как среди самих предпринимателей, так и среди россиян в целом. Результаты исследования Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), посвященного выявлению гражданской и политической активности россиян в сентябре 2014 г. [127], существенно не изменились по истечении времени с результатами, представленными исследователями Росбалта в ноябре в 2017 г. по аналогичной тематике: социально-активная часть населения России в целом не превышает 8 % [110].

Вместе с тем вопрос социальной справедливости среди россиян остается на сегодняшний день одним из самых актуальных. 62% российских респондентов считают, что справедливость устройства общества зависит в первую очередь от властей, причем 39% опрошенных уверены, что нынешние

российские власти в принципе «могут, но не хотят» сделать российское общество более справедливым [124].

Можно утверждать, что низкая социальная активность российского общества вызвана утратой демократических основ в стране, низким уровнем правовой культуры населения, а также социальной адаптацией общей массы населения к экономической и политической конъюнктуре. По мнению А.Э. Страдзе, радикальная социальная активность россиян невозможна ввиду распада основной массы граждан «на ряд слабо взаимосвязанных социальных слоев и групп» [185, с.39]. Социальные взаимосвязи, уровень социального доверия между гражданами в условиях адаптационных стратегий государства не способствуют улучшению деловой активной среды.

Трансформация массового сознания россиян, вызванная длительным периодом социально-экономических потрясений государственных реформ, отразилась на восприятии ими эффективности государственного аппарата в лице его отдельных институтов. Так, деятельность российских судов и судей в целом положительно оценивают лишь 24 % респондентов. Примечательно, что 46% россиян расценивают выносимые судами решения как несправедливые и инициированные указаниями вышестоящих инстанций. 61% респондентов согласны с мнением, что большинство российских судей берут взятки [187].

Необходимо отметить, что сами предприниматели в качестве своих основных опасений на предпринимательском поприще выделяют перспективы взаимодействия с судебной системой (15%) и уголовное преследование (13%). Справедливое правосудие по-прежнему считается среди российских предпринимателей достаточно редким явлением. Между тем, социальная защищенность граждан есть, в первую очередь, комплекс правовых гарантий государства [121, с.49]. На рисунке 19 представлено распределение наиболее важных, по мнению предпринимателей, опасений, связанных с их непосредственной деятельностью.

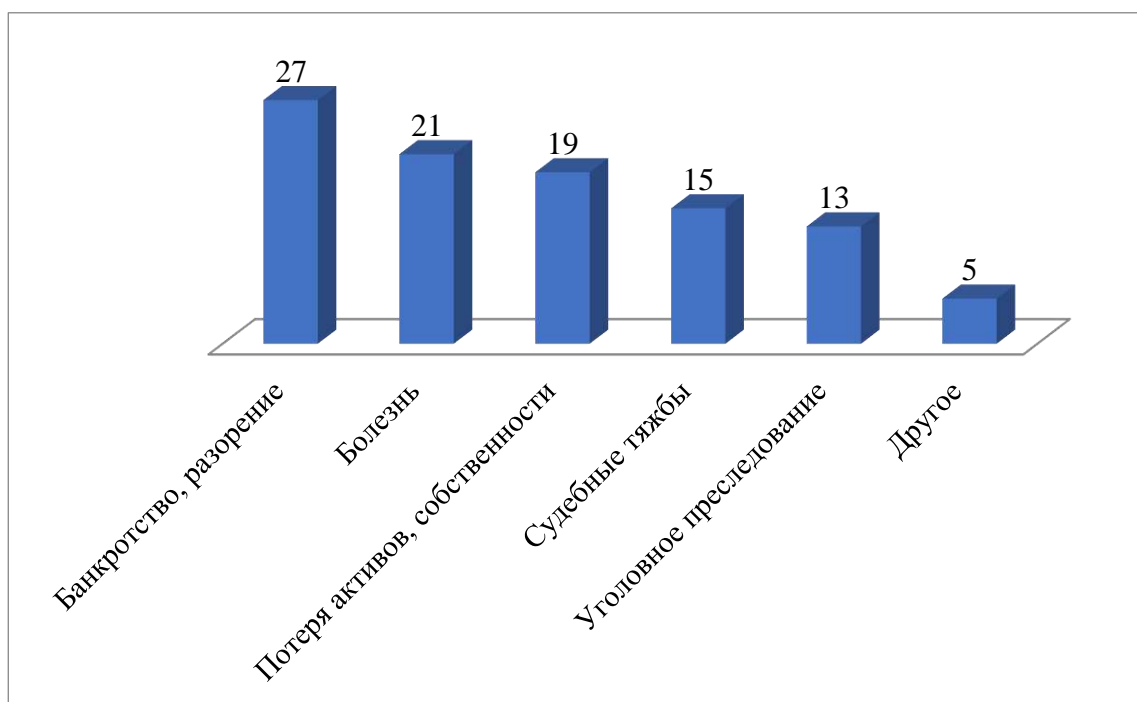


Рисунок 19 – Основные опасения предпринимателей, связанные с их деятельностью в 2019 г., в % от общего числа опрошенных, N= 218

Оптимизация системы социальной защищенности предпринимателей невозможна без увеличения доли среднего класса в России. Наличие значительной доли среднего класса населения, а также его устойчивый рост является показателем здоровой экономики государства. Однако следует отметить, что представления о среднем классе как о социальной группе людей с определенным типом экономического и интеллектуального потенциала весьма многогранны. Большинство населения России находится в зависимости от предложенной государством экономической модели. Отсутствие квалифицированных рабочих мест, засилье непроизводственного сектора экономики усиливает нереализованный потенциал граждан, способных сформировать ядро среднего класса. Экономика свободного балансирования не может быть применима в стране, где практически полностью отсутствует средняя прослойка экономически обеспеченных людей. Ожидания, связанные с предпринимательской деятельностью граждан, оправдались лишь в вопросе насыщения рынка низкопробными товарами

первой необходимости, деятельностью, основанной на наиболее примитивной форме спекулятивной коммерции.

Одним из критериев среднего класса, помимо уровня материального дохода, диссертант выделяет высокий уровень текущего потребления, возможность осуществлять накопления и делать инвестиции. По мнению специалистов аналитического агентства АКРА, несмотря на заданный ими «сравнительно низкий минимальный порог заработной платы работающего человека для условного причисления его к среднему классу» (от 60 тыс. руб. в центральном регионе до 121 тыс. руб. в Москве), данный рассчитанный уровень доходов превышает лишь 2–6% населения центрального федерального округа РФ [133]. Методология причисления граждан к среднему классу в данном случае близка к методике экспертов Pew Research Center, определивших долю среднего класса в экономически развитых странах (Норвегия – 80%, Финляндии – 75%, Германия – 72%, США – 59%), принимая во внимание размер годового дохода граждан (после вычета налогов), превышающий медианный по стране на две трети [226].

На основе данных исследования холдинга РБК, аналитики которого проанализировали количество чиновников и силовиков в России, а также уровень их дохода, можно сделать вывод, что именно эта часть населения страны составляет большую часть среднего класса в России.

Являясь работниками государственных учреждений, финансируемых за счёт бюджетов разных уровней, данная категория граждан наиболее зависима от власти и вынуждена проявлять наибольшую к ней лояльность. Рассматривать их в качестве генератора идей и идеологов социально-политических преобразований автор считает преждевременным. В то же время, необходимо заметить, что именно средний класс в силу своей потребительской активности выступает наиболее требовательным оценщиком качества предлагаемой продукции и предоставляемых услуг, активно стремится привнести в общество наиболее рациональные и новаторские решения в различных аспектах жизнедеятельности. Несмотря на то, что до

настоящего времени в России не выработаны единые критерии принадлежности к среднему классу, диссертант отмечает, что оптимизация развития предпринимательства возможна только при наличии высококачественной потребительской активности основной массы населения. Это, в свою очередь, реализуется поднятием общего уровня доходов граждан и способствует увеличению среднего класса в России.

Представители среднего класса должны обладать совокупность необходимых материальных и социальных ресурсов, направленных на формирование социально-экономического и духовно-личностного роста. Они имеют свое представление о качестве товаров и услуг, жизненных приоритетах и нравственных ценностях. Их избирательность основана на требовательности к качеству предлагаемых товаров и услуг. Однако главная социальная роль среднего класса – это его высокая экономическая и социальная активность [123, с.127-128].

По результатам опросов предпринимателей, проведенных в 2018 г. на открытых бизнес-форумах г. Москвы (Московский предпринимательский форум, «ОПОРА РОССИИ» «Малый бизнес – национальный проект!»), автором представлена обобщающая картина мнений бизнесменов по вопросам оптимизации их социальной защищенности. Данные результатов представлены на рисунке 20. Как видно из рисунка, основная масса предпринимателей высказывает мнение, рассчитывая в данном вопросе на собственные силы (32%) и надежду на создание относительно благоприятных условий ведения бизнеса (21%) в условиях здоровой конкуренции (11%). Отдельно стоит обратить внимание на аргументированную критику предпринимателей относительно работы государства в вопросах защиты бизнеса от недобросовестной конкуренции.

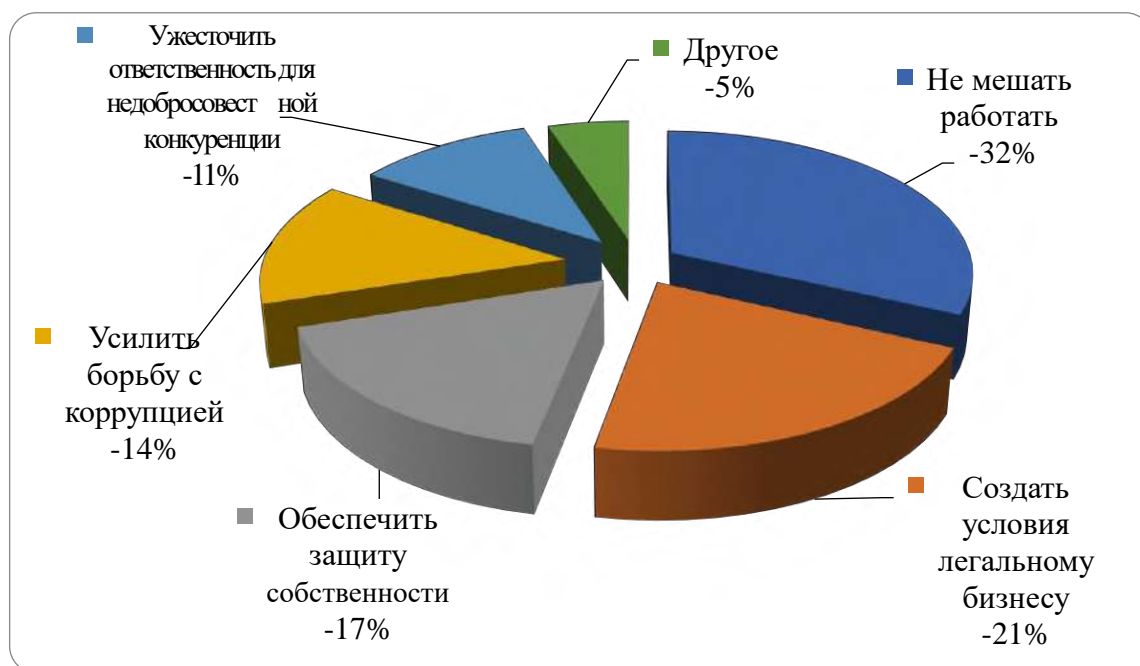


Рисунок 20 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Основные пути оптимизации социальной защищенности предпринимателей со стороны государства?» в 2018-2019 гг., в % от общего числа опрошенных, N=184

По мнению предпринимателей, к недобросовестной конкуренции следует относить не только мошеннические действия легальных предпринимателей, но и любые проявления ведения нечестного бизнеса (осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации или без специального разрешения, без постановки на учет в налоговом органе; продажа товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества и т.д.).

Исходя из этого, защищенность предпринимателей Москвы смоделирована нами с точки зрения многофакторного анализа – экономические, правовые, социальные, культурные, географические (окружающая среда) факторы (таблица 21).

Оптимизацию системы социальной защищенности предпринимателей предлагается также рассматривать в нескольких ключевых аспектах: социальном, экономическом, политическом, правовом, информационно-образовательном и другое.

Таблица 21 – Многофакторная модель социальной защищенности предпринимателей (на примере г. Москвы)

Факторы	Рейтинг значимости		
	1	2	3
Экономические	Финансовая и налоговая политика	Уровень доходов населения, внутренний спрос, доступность кредитования, состояние инфраструктуры	Стимулирующие программы экономической поддержки, уровень коррумпированности
Правовые	Эффективность нормативно-правовой базы	Принципы и гарантии законности	Развитие законодательной поддержки
Социальные	Престиж государства, накопления национального человеческого капитала	Доля экономически активного населения; прозрачность институтов власти; социальная поддержка	Социальная активность и инициативность базового слоя населения
Культурные	Культурная среда	Этно-этические традиции и моральные ценности	Культурное влияние; культурное наследие
Ментально-психологические	Развитие и самореализация	Профессионализм; инициатива; риск	Благотворительность; самобытность; непредсказуемость
Географические (окружающая среда)	Когерентность природы и общества	Устойчивое развитие территорий	Природно-климатические условия; локализация

Источник: разработка автора

Социальный аспект занимает наиболее актуальную часть предлагаемых мер оптимизации социальной защищенности предпринимателей. Ключевую позицию в данном вопросе занимает пенсионное и медицинское обеспечение предпринимателей. Многочисленные преобразования в пенсионном законодательстве России негативно сказываются на социальном самочувствии граждан. Непоследовательность реформирования, связанная с принципами начислений пенсии, подрывает основы социального планирования, вызывает массу тревожных факторов риска, связанных, в первую очередь, с

продолжительностью жизни. Большинство опрошенных предпринимателей (56%) связывают свое пенсионное будущее исключительно с необходимостью самостоятельных инвестиций (саморазвитие, накопительное страхование, будущее детей, ценные бумаги и т.д.).

Для стимулирования предпринимательской активности, по нашему мнению, необходимо при расчете пенсий предпринимателей вводить дополнительные коэффициенты, учитывающие определенную специфику предпринимательской деятельности, а именно: предпринимательский стаж, среднегодовая сумма налоговых и социальных отчислений, среднесписочная численность работников за определенный отчетный период и т.д. Величины возможных определяющих критериев для стимулирующих коэффициентов представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Возможные критерии стимулирующих коэффициентов для расчета будущей пенсии предпринимателя

Критерий оценки		Значение коэффициента
Трудовой стаж предпринимательской деятельности, лет	до 15 лет	0,5
	от 15 лет до 20 лет	1
	от 20 лет до 25 лет	1,5
	от 25 лет до 30 лет	1,7
	свыше 30 лет	2,0
Средняя сумма налоговых отчислений за трудовой стаж предпринимателя, руб.	до 550 000	0,5
	от 550001 до 1000000	1,2
	от 1000001 до 1500000	1,5
	от 15000001	1,7
Среднесписочная численность работников, чел.	до 50	0,5
	от 51 до 200	1,0
	от 201 до 1000	1,2
	от 1001 и больше	1,7

Источник: разработка автора

Автор исследования предлагает учитывать данные коэффициенты для расчета пенсии предпринимателя в качестве суммирующего показателя к фиксированной выплате страховой пенсии по старости, а именно:

$$\text{ФВСПП} = \text{ФВСП} \times (\text{ИКПТС} + \text{ИКНСОП} + \text{ИКПЗ}), \quad (1)$$

где

ФВСПП – фиксированная выплата к начисленной страховой пенсии по старости предпринимателя;

ФВСП – фиксированная выплата к начисленной страховой пенсии по старости (в 2019 г. составляет 5334,19 руб.);

ИКПТС – индивид. коэф. предпринимательского трудового стажа;

ИКНОП – индивид. коэф. налоговых отчислений предпринимателя;

ИКСРП – индивид. коэф. среднесписочной численности работников у предпринимателя.

В социальном аспекте наиболее актуальным для граждан является вопрос пенсионного обеспечения. Что касается предпринимателей, то результаты опроса, проведенного автором в сентябре 2018 г. среди них (метод анкетного опроса, N=67) наглядно демонстрируют определенный кризис доверия между ними и социальной политикой государства: более половины респондентов рассчитывают только на собственные силы.

Высокая интернальность (расчет только на собственные силы) говорит не только о специфических качествах личности предпринимателей, но и о осознании ими низкой эффективности социальной функции государства по отношению к себе. Вместе с тем, автор убежден, что конструктивные исследования научного сообщества смогут восстановить баланс доверия, если при расчете будущих пенсий предпринимателей государством будут обосновано учтены их предпринимательский стаж, среднегодовая сумма налоговых и социальных отчислений, среднесписочная численность работников за определенный отчетный период и т.д.

Также, в качестве стимулирования предпринимательства, особенно социального, необходимо всячески поддерживать прозрачность трудовых отношений между бизнесменом и его работниками. Для предпринимателей,

принимających на работу граждан из числа социально уязвимых категорий (молодежь, женщины с детьми, пенсионеры, инвалиды), следует рассмотреть возможность внедрения прогрессивной шкалы страховых взносов, расширить налоговые льготы и перечень компенсаций, например, по коммунальным платежам. Отдельным моментом здесь необходимо рассматривать гарантии компенсационных вычетов, связанных с оборудованием предпринимателем различного вида безопасности помещения (аварийной, пожарной, террористической и др.).

Перспективным начинанием оптимизации социальной защиты предпринимателей является, по нашему мнению, внедрение «социального рейтинга граждан», отражающего законопослушность, социальное стремление, новаторство последних, по аналогии с развитыми западными странами (см. табл. 23 и 24). Социальный рейтинг гражданина автор предлагает учитывать в вопросах предоставления ему профессиональной материальной поддержки, а также назначения социальных выплат.

Таблица 23 – Один из вариантов поддержки начинающих предпринимателей в соответствии с социальным рейтингом (критерии оценки)

Критерий оценки	Величина	Балл
Возраст, лет	N_1	Z_1
Образование	N_2	Z_2
Отрасль предпринимательской деятельности (полезность)	N_3	Z_3
Расчетная величина средней годовой выплаты по налогам, руб.	N_4	Z_4
Расчетное среднесписочное количество работников в год, чел.	N_5	Z_5
Располагаемый объем собственных материальных ресурсов, руб.	N_6	Z_6
Чистота кредитной истории	N_7	Z_7
Правовая дисциплинированность (общий учет административных и уголовных наказаний и т.д.)	N_n	Z_n

Источник: разработка автора

В этой связи обращает на себя внимание формирование позитивного образа предпринимателя. Для этого также необходимо учитывать степень социальной направленности компании, отражающий приоритет социальной стимуляции сотрудников, благотворительной деятельности, волонтерства. В качестве изначального пункта предлагается учреждение специальных государственных наград и знаков отличия за вклад в развитие предпринимательства.

Таблица 24 – Один из вариантов учета степени социальной направленности компании малого бизнеса (критерии оценки)

Критерий оценки	Величина	Балл
Средняя месячная величина оклада сотрудников, руб. (без учета администрации)	N_1	Z_1
Дотации сотрудникам, % от величины оклада:	N_2	Z_2
-за образование;	N_{21}	Z_{21}
-за профессиональный стаж;	N_{22}	Z_{22}
-за стаж работы в компании;	N_{23}	Z_{23}
-за наличие детей;	N_{24}	Z_{24}
-за знание иностранного языка;	N_{25}	Z_{25}
-за участие в волонтерской деятельности;	N_{26}	Z_{26}
Наличие сотрудников из социально незащищенных категорий граждан (инвалиды, многодетные родители, родители-одиночки и т.д.)	N_3	Z_3
Предоставление льготных займов сотрудникам, руб./год	N_4	Z_4
Предоставление дополнительных оплачиваемых дней для отпуска сотрудникам	N_5	Z_5
Дотации на оплату курсов профессиональной переподготовки сотрудникам, руб./год	N_6	Z_6
Компенсация затрат сотрудников на питание, проживание, санаторно-курортное лечение, занятие спортом, культурный досуг, руб./год	N_7	Z_7
Благотворительная деятельность организации, руб./год	N_8	Z_8

Источник: разработка автора

Пример расчета заработной платы сотрудника в социально ориентированном малом предприятии:

$$Z/n = \text{оклад} (N_1) + \text{оклад} (N_1) \times (N_2) + (N_7), \text{ руб.} \quad (2)$$

Особое внимание при учете степени социальной направленности организации необходимо уделить значениям величин N_1 (средняя месячная величина оклада неадминистративного работника), N_3 (наличие сотрудников из социально незащищенных категорий граждан), N_7 (компенсация затрат сотрудников на питание, проживание, санаторно-курортное лечение, занятие спортом, культурный досуг), N_8 (благотворительная деятельность организации).

Для определения степени социальной направленности малого предприятия предлагается установить следующие критерии (таблица 24).

Принять в качестве ориентира в определении социальной направленности предприятия малого бизнеса значение суммы баллов Z_n не менее 10.

Экономический аспект социальной защищенности предпринимателей связан в первую очередь с государственной поддержкой малого предпринимательства в важных государственных отраслях. В настоящее время в вопросах социально-экономического планирования наблюдается отсутствие четких последовательных алгоритмов действий и сроков их выполнения. Бессистемная работа сводится лишь к декларированию наиболее популистских лозунгов, не имеющих под собой экономического обоснования для воплощения в реальные итоги. Вместе с тем, сложность социально-экономического развития государства во многом зависит от эффективности налоговой политики и приоритетных направлениях государственной поддержки отдельных отраслей.

По мнению диссертанта, основное направление экономического стимулирования предпринимательства должно быть направлено на всестороннюю

поддержку легального предпринимательства. Создания для него максимально благоприятных условий и на борьбу с выявлением и наказанием любого проявления незаконного, теневого вида предпринимательской деятельности.

Таблица 25 – Один из вариантов учета степени социальной направленности предприятия малого бизнеса (критерии оценки)

Критерий оценки	Величина	Балл
Средняя месячная величина оклада сотрудников, руб. (без учета администрации)	$N_1 \leq 2MPOT$; $2MPOT < N_1 < 3MPOT$; $N_1 > 3MPOT$.	$Z_1 = 0$; $Z_1 = 1$; $Z_1 = 2$.
Дотации сотрудникам, % от величины оклада:	$N_2 = \sum N_{2n}$	$Z_2 = 0,5 N_2$;
-за образование;	N_{21}	Z_{21}
-за профессиональный стаж;	N_{22}	Z_{22}
-за стаж работы в компании;	N_{23}	Z_{23}
-за наличие детей;	N_{24}	Z_{24}
-за знание иностранного языка;	N_{25}	Z_{25}
-за участие в волонтерской деятельности;	N_{26}	Z_{26}
Наличие сотрудников из социально незащищенных категорий граждан (инвалиды, многодетные родители, родители-одиночки и т.д.), % от среднеспис. количества сотрудников.	$N_3 \leq 10\%$; $10\% < N_3 < 20\%$; $N_3 > 20\%$.	$Z_3 = 0$; $Z_3 = 1$; $Z_3 = 2$.
Предоставление льготных займов сотрудникам, руб./год	$N_4 \leq 20MPOT$; $20MPOT < N_4 < 30MPOT$; $N_4 > 30MPOT$.	$Z_4 = 1$; $Z_4 = 2$; $Z_4 = 3$.
Предоставление дополнительных оплачиваемых дней для отпуска сотрудникам	N_5	Z_5
Дотации на оплату курсов профессиональной переподготовки сотрудникам, руб./ год	$N_6 \leq 20MPOT$; $20MPOT < N_6 < 30MPOT$; $N_6 > 30MPOT$.	$Z_6 = 1$; $Z_6 = 2$; $Z_6 = 3$.
Компенсация затрат сотрудников на питание, проживание, санаторно-курортное лечение,	$N_7 \leq 20MPOT$; $20MPOT < N_7 < 30MPOT$;	$Z_7 = 1$; $Z_7 = 2$;

занятие спортом, культурный досуг, руб./год	$N_7 > 30MPOT.$	$Z_7 = 3.$
Благотворительная деятельность организации, руб./год	$N_8 \leq 30MPOT;$ $30MPOT < N_8 < 40MPOT;$ $N_8 > 50MPOT.$	$Z_8 = 1;$ $Z_8 = 2;$ $Z_8 = 3$

Источник: разработка автора

В данном ключе автором рассматривается ряд направлений, обеспечивающих, по его мнению, наиболее важные результаты.

Во-первых, совершенствование налоговой политики в вопросах ее понятности, прозрачности и предсказуемости. Одним из первых начинаний автор здесь видит упрощение налоговой (бухгалтерской) отчетности и освобождение от штрафных санкций предпринимателей, ставшими жертвами недобросовестного исполнения договорных обязательств. Эффективность фискальной функции государства напрямую зависит от стимулирующих механизмов по выводу из теневого сектора экономики различных отраслей, например, рынка услуг. Неформальная экономика была выбрана гражданами исключительно вследствие неблагоприятных социально-экономических процессов (безработица, инфляция, снижение доходов).

Во-вторых, финансово-инвестиционное стимулирование малого бизнеса, путем расширения перечня грантовой поддержки наиболее важных направлений предпринимательства в регионе, внедрения программ льготного кредитования. Помимо этого, следует повсеместно поощрять и субсидировать промышленное предпринимательство и предпринимательство, связанное с развитием перерабатывающей промышленности, в первую очередь в пищевой отрасли (рыбная, плодоовощная и т.д.), а также предпринимательство в сфере народных промыслов и ремесел.

В непростых экономических условиях люди ищут источники дополнительного заработка, причём бизнесмены отмечают, что основной причиной, препятствующей успешному развитию малого предпринимательства, были и остаются неподъёмные кредиты, снижение

покупательского спроса [122, с.65]. Среди перечня событий, наиболее ощутимых для них в последние годы, большинство предпринимателей называют увеличение себестоимости бизнеса, а именно: удорожание сырья, товаров и услуг, увеличение транспортных расходов, фонда оплаты труда, увеличение расходов, связанных с выплатой штрафов, пени, неустойки.

Объективной оценки заслуживают решения вопросов, направленных на обеспечение предпринимателей рынками сбыта и кредитованием. Отдельной темой в пределах исследовательского внимания следует рассмотреть вовлеченность молодежи, как наиболее активного слоя населения, в неформальный сектор экономики. Исследователи утверждают, что более 18% молодых специалистов в России считается неофициально трудоустроенными, причем основными мотиваторами выступают не столько возможность получения более высокой «серой» зарплаты, сколько отсутствие других приемлемых предложений легального трудоустройства [113]. Поэтому в мегаполисах (Санкт-Петербург, Москва) молодежь все шире осваивает ремесленное («крафтовое») предпринимательство с производством оригинальных товаров и услуг, как малозатратное, с гибкой занятостью и самообучением.

Именно поэтому, в-третьих, автор считает необходимым последовательное развитие и создание высокотехнологичных рабочих мест. Создание и воплощение на государственном уровне программы по строительству наукоемких технологических кластеров, обеспечивающих население рабочими местами и достойными условиями труда. Предусмотреть для предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в наиболее востребованных отраслях экономики, возможность увеличения максимального размера компенсации денежных вкладов при возникновении страхового случая у банка (отзыв лицензии, банкротство).

Департамент экономической политики и развития г. Москвы, со ссылкой на ряд исследований 2010-2016 гг., привел данные, согласно которым, несмотря на ежегодный рост регистрации предпринимателей (составляет

18%), более 50% из них не преодолевает пятилетний порог своей деятельности: 16% – менее года и 39% – от года до пяти лет. Одной из составляющей экономических причин ликвидации бизнеса 31% предпринимателей назвали снижение спроса [116, с.80; 153].

В идеале необходимо подойти к такой модели эволюционирования предпринимателей, при которой необходимый уровень экономического аспекта его предпринимательской деятельности трансформировался бы в социальный (социальную миссию). Это достигается, как представляется автору, в несколько этапов, а именно: конкурентная продукция и услуги; конкурентные условия труда; социальная миссия организации. Этому должна предшествовать стимулирующая и социально-ориентированная работа государственных органов в вопросах социально-экономического развития государства, эффективного обеспечения гражданам всего комплекса государственных социальных обязательств.

Для развития экономических составляющих социальной защищенности предпринимательского слоя необходимо обеспечить им правовое регулирование на федеральном уровне. Для этого целесообразно рассмотреть наиболее приоритетные направления правового аспекта предпринимательской защищенности.

Правовой аспект социальной защищенности предпринимателей диссертант предлагает рассматривать в рамках необходимости юридического анализа существующих нормативно-правовых норм и законодательного обеспечения наиболее актуальных, экономически целесообразных инициатив в настоящее время [117, с.271].

Для усиления правового аспекта необходимо ужесточить меры ответственности должностных лиц за неисполнение (или ненадлежащее исполнение) ими своих прямых обязанностей в вопросах социально-экономического развития региона и его предпринимательского потенциала. Отдельно рассмотреть необходимость введения системы административных судов. Административная юстиция, занимающаяся рассмотрением дел

касательно законности решений и действий органов государственной власти, по мнению автора, во-первых, существенно снизит загруженность судов общей юрисдикции, а, во-вторых, будет служить дополнительным стимулом недобросовестным чиновникам для надлежащего исполнения ими своих прямых обязанностей.

Следующим необходимым шагом правового регулирования законопослушного предпринимательства является изменение мер административного воздействия по наиболее частым правонарушениям предпринимательской деятельности со стороны недобросовестных граждан. Автор приводит перечень наиболее актуальных, по его мнению, правонарушений (Приложение П), административное наказание за которые нуждается в законотворческой корректировке. Следует признать, что многие правонарушения в силу ряда причин в настоящее время не имеют существенного экономически обоснованного наказания. Являясь экономически нечувствительными для правонарушителей, административные штрафы, строго говоря, не стимулируют последних к соблюдению законодательства. Одновременно с этим следует задействовать процессы оптимизации и совершенствования механизмов исполнения штрафных мер воздействия, улучшить работоспособность органов правопорядка.

Принцип неотвратимости наказания не может считаться ключевым, если наказание не обеспечивает превентивно-воспитательную функцию. Чрезвычайно важно постоянно заниматься вопросами систематизации законодательства, выявлять и устранять возможности избирательности наказания. В этой связи представляют интерес процессы, связанные с либерализации уголовной ответственности за экономические преступления. Например, в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 15.11.2016 № 48 содержатся прямые разъяснения, направленные на исключение возможности использовать уголовное преследование для давления на бизнес [26]. Однако, по мнению автора, при либерализации законодательства необходимо учитывать мотивацию недобросовестных предпринимателей,

рассматривающих возможное наказание лишь с точки зрения его экономической рентабельности.

Наиболее сложным и актуальным вопросом правовой защиты предпринимателей является возмещение имущественного ущерба. Сложность взыскания, причиненного предпринимателю материального ущерба с ответчика, дополняется отсутствием нижнего порога штрафных мер и их кратности причиненному ущербу для ряда экономических преступлений, предусмотренных гл. 22 УК РФ [4]. Зачастую это оборачивается не компенсацией многомиллионных потерь потерпевшей стороне, а относительно незначительными выплатами. Обязательной законодательной проработки требует вопрос страхования выплат по добросовестному исполнению договора, а также гарантированного контроля и расчета по обязательствам генерального подрядчика перед предпринимателем-исполнителем при участии в различных проектах государственных заказов.

Правовая поддержка предпринимателей в целом должна исходить из необходимости социально-экономического развития региона, его инновационной, технологической и производственной мощностей. В этой связи целесообразно законодательно стимулировать не только производителей товаров и услуг, но и торговые сети предоставлять к реализации обязательную долю продукции (например, не менее 25%), производимую на местных региональных предприятиях.

Помимо этого, диссертант предлагает обязать соответствующим нормативно-правовым актом (например, Постановлением Правительства) ряд федеральных служб осуществлять мониторинг и профилактику теневого бизнеса в РФ в рамках обязательной контрольно-надзорной деятельности. Так, например, Роспотребнадзор, по мнению автора, должен осуществлять контроль наличия заявленного производителями соответствующих производственных мощностей, а также качество производимой продукции. Следует оптимизировать работу органов по аккредитации. Система сертификации должна быть юридически защищена от фирм-посредников,

оказывающих услуги предоставления сертификатов соответствия без проведения соответствующих технических испытаний.

Проведенные исследования показали, что чрезвычайно важно законодательно обеспечить необходимые ведомства механизмами воздействия на недобросовестных предпринимателей – направлять представления на приостановку деятельности, конфискацию сырья и оборудования, привлечению к административной и уголовной ответственности за фальсификацию продукции. В целях выявления и борьбы с фальсифицированной продукцией необходимо ускорить принятие соответствующих законопроектов, длительное время находящихся в стадии рассмотрения и согласования.

В любом случае, правовая поддержка, как и другие виды поддержки предпринимателей, требующие оптимизации, невозможны без отлаженного процесса информационно-образовательных программ.

Информационно-образовательный аспект социальной защищенности рассматривается нами как необходимый для предпринимательства продукт, позволяющий предпринимателю своевременно и объективно оценивать конъюнктуру, свои возможности, заниматься долгосрочным планированием. В результате изучения проблематики наиболее частых затруднений освоения предпринимательского ремесла мы пришли к устойчивому мнению, что главными сопутствующими факторами здесь является отсутствие необходимого уровня практических знаний, необъективность информационных источников, низкая финансовая грамотность.

Активной популяризации предпринимательства в России будет способствовать принятие и внедрение бюджетных образовательных программ поддержки предпринимательской деятельности на федеральном уровне (внесение как отдельной образовательной программы, значительное увеличение бюджетных мест в ВУЗах по специальностям Предпринимательское дело, Бизнес-информатика и др.). Примерный перечень

дисциплин, необходимых для обучения студентов предпринимательскому ремеслу представлен в виде авторского приложения (Приложение Р).

Автор работы предлагает активно развивать государственные программы поддержки научного, инновационного предпринимательства в наиболее перспективных областях – робототехника, программирование, биотехнология, инженерное проектирование. Поддержка новейших технологий в области предпринимательства позволит привлечь в экономику наиболее профессиональных и квалифицированных специалистов при условии жесткой системы контроля бюджетных средств и безальтернативной ответственности должностных лиц за принятые (своевременно непринятые) ими действия. В качестве базовой площадки развития предлагается использовать существующие в настоящее время города с высоким научно-техническим потенциалом, с градообразующим научно-производственным комплексом – наукограды.

В рассматриваемом аспекте заслуживает внимания вопрос объема и качества предоставляемой гражданам информации. Во избежание конфликта интересов, а также попыток манипуляции статистическими данными автор считает необходимым вывести Федеральную службу государственной статистики (Росстат) из прямого подчинения Минэкономразвития, переподчинив его Счетной палате РФ. Также в целях оптимизации предоставления информации необходима более скоординированная работа всех региональных статистических ведомств, направленная на достоверность предоставляемой информации, их максимальную независимость от местных органов власти.

Политический аспект также является, несомненно, важным для исследования социальной защищенности предпринимательского слоя. В настоящее время обращает на себя внимание растущее геополитическое одиночество России, усиливающаяся демонизация ее со стороны ряда недружественных государств, отсутствие политического баланса внутри страны. Основные направления оптимизации политического аспекта

необходимо направить на систематическое и последовательное отстаивание на международном уровне положительного облика России и ее граждан.

Защита российских граждан и их бизнеса за рубежом от давлений в результате консолидированных дипломатических демаршей, бессодержательных обвинений со стороны политически ангажированных государств требует использование как дипломатических, так и экономических мер воздействия. Среди экономических мер автор выделяет конвертацию внешнего долга экономических стран-партнеров в ряд экономических и налоговых преференций для российского предпринимательства (туризм, торговля, строительство и т.д.). В то же время, практическая значимость управления страной не должна сводиться к решению проблем отдельных граждан, бессистемному ручному управлению теми процессами, за которые должны отвечать соответствующие госструктуры в соответствии с действующей иерархией.

В целях оптимизации системы социальной защищенности предпринимателей, особенно в условиях мегаполиса, где для предпринимателя представляется широкая сфера деятельности, необходимо создать благоприятную среду пребывания – *психологически и экологически* комфортные условия работы. Совершенно оправдано в этой связи проведение необходимых мероприятий по оптимизации и перераспределению пассажирского и товаротранспортного потоков. Дефицит подъездных путей и парковочного пространства по-прежнему является повышенной концентрацией конфликтов интересов с хаотичностью коммерческой застройки. При этом высокие риски дорожно-транспортных происшествий в мегаполисе прочно закрепили Москву и Московскую область в тройке самых аварийных регионов России по статистике Тинькофф-страхования⁶⁰.

⁶⁰ Самые частые ДТП в России [Электронный ресурс] // Статистика Тинькофф-страхования, май 2023 г. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/stat-dtp/>

Так, авторские исследования выявили положительные и отрицательные стороны среды мегаполиса, отражающиеся на предпринимательской деятельности в целом (рисунки 21, 22). В опросе, проходившем в сентябре 2018 г. в ЮЗАО, ЮАО и ЗАО, приняли участие жители Москвы (москвичи и гости столицы), в общем количестве более 180 человек.



Рисунок 21 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Назовите наиболее положительные стороны городской среды г. Москвы», 2018 г., % от общего числа опрошенных (N=184)

Как видно из представленных ответов рисунка 22, среди отрицательных сторон жизни в мегаполисе жители Москвы наряду с психологическими факторами (страх терроризма, миграционные волны, плотность людского и транспортного потоков) отмечают и экологические (шум, загрязнение среды).

Оптимизация процессов в данном направлении должна строиться на ужесточении миграционной политики относительно пребывания и трудоустройства иностранных граждан на территории мегаполиса, а также повышения экологических норм к автотранспорту в городе, упорядочиванию его перемещения и парковки.



Рисунок 22 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Назовите наиболее отрицательные стороны среды мегаполиса г. Москвы» 2018г., % от общего числа опрошенных (N=184)

Современный этап развития малых предприятий предъявляет особые требования к процессу производства, в основе которого находится применение новейшей технологии, оборудования, гибкого производственного процесса, предусматривающего легкую переналадку на новые образцы изделий, соответствующие требованиям рынка. Дальнейшее развитие малых предприятий будет затруднено без изменения процесса их создания.

Неразвитость межгрупповых коммуникаций и консолидирующих ценностей приводит к апатии и вымыванию наиболее квалифицированного слоя людей, утрате потенциала развития как отдельной организации, так и гражданского общества в целом. Использование человеческого потенциала в полной мере ограничено качеством отбора персонала и его управлением, что в известной степени является следствием неэффективности социальной защищенности общества, стихийности процессов его регулирования.

По мнению диссертанта, определяющим условием качественной трансформации субъектов малого бизнеса является высокий уровень социально-правовых гарантий всех участников бизнес-процессов,

солидарность и взаимодействие различных социальных групп в реализации поставленных целей, развитость гражданского общества. Преобладание адаптивных стратегий в социально-трудовых отношениях граждан толкает участников процесса к пассивно-выжидательному поведению на рынке труда, поиску альтернативных источников дохода. Маргинализация малого бизнеса вследствие отсутствия качественных условий труда влечет за собой девиантное поведение его социальных групп. Московская идентичность её жителей все больше проявляется в таких негативных аспектах, как социальная разобщенность, индивидуализм, индифферентность к общественным процессам. Помимо этого, интересы представителей малого бизнеса не представлены и не защищены в России профессиональными и политическими объединениями, обладающими реальными рычагами влияния.

В этой связи качественные трансформации социальной структуры малого бизнеса возможны в результате взаимного воздействия целенаправленной государственной политики и гражданского общества.

Государственная политика, определяющая модель и методы социально-экономического развития государства, а также степень развития инклюзивных институтов, оказывает непосредственное влияние на формирование гражданского общества, которое, в свою очередь, определяет качество трансформационных процессов социальной структуры малого бизнеса. Социально ориентированная активная жизненная позиция, политическая и правовая культура, солидарность в отстаивании своих прав и интересов – все эти и другие признаки развитого гражданского общества способны воздействовать на кадровую и корпоративную политику малых предприятий, условия и характер труда, исполнение социальных и партнерских обязательств, формирование деловой ответственности и др.

Результаты опросов респондентов, имеющих опыт вынужденного предпринимательства (74 чел.), показали, что большая часть (три четверти) из них прекратило предпринимательскую деятельность. Основная причина – неудовлетворительные результаты работы вследствие отсутствия опыта,

знаний, моральной, материальной и консультативной помощи и др. Необходимыми (но не достаточными) условиями развития предпринимательских начинаний автор видит не только в добровольной готовности человека заниматься бизнесом и наличия у него предпринимательского потенциала (особое мышление, склонность к риску и новаторству, способность выстраивать деловые коммуникации и др.), но также наличия у него окружения роста.

Окружение роста – это социальная среда (семья, друзья, коллеги), вдохновляющая на раскрытие потенциала и способствующая его развитию (росту). В данном случае уместно говорить о предпринимательском климате, выражающемся в мотивационной, консультативной и финансовой поддержках.

Помимо этого, данные исследования позволяют утверждать, что в результате тридцатилетнего периода развития малого бизнеса и государственных институтов в целом не произошло главного – обретение ценности профессиональной деятельности гражданина (партнера, клиента, работника), которая складывается из его социальной защищенности.

В этой связи уместно будет говорить о необходимости эволюционных процессов как среди российских предпринимателей, так и среди их профессиональных работников. Так, автору представляется следующая последовательность эволюционного развития современных предпринимателей, которая позволит качественно наладить процессы развития малого бизнеса. Данный процесс предусматривает несколько обязательных этапов:

- выполнение партнерских обязательств вследствие высокой вероятности наступления неблагоприятных обстоятельств;
- выполнение партнерских обязательств вследствие воздействия внешних и внутренних моральных установок;
- выполнение социальных и благотворительных обязательств в результате сложившихся моральных принципов.

Первый, нижний этап, предполагает непосредственное участие системы государственного и общественного контроля, их направляющие и регулирующие функции: борьба с недобросовестной конкуренцией, низкими стандартами качества жизни (качество товаров, услуг, оплаты труда и др.).

Программа государственного стимулирования малого бизнеса должна проходить по трем ключевым направлениям: правовым, экономическим и социальным. Например, увеличение покупательской способности населения, улучшение качества товаров и услуг возможно за счет здоровой конкуренции со стороны государственных предложений (альтернатив в товарах и услугах). Направляющим эталоном и флагманом развития качества товаров и услуг должно выступать государство, задавая тем самым направления для остальных предприятий.

Второй этап рассматривается как результат поощрения социально-экономической полезности предпринимательской деятельности: уровень налоговых отчислений, уровень занятости местного населения, уровень заработной платы и условия труда.

Для этого необходимо наладить процессы получения и всестороннего изучения необходимых данных статистической отчетности по малому бизнесу, поскольку ошибочная статистика обесценивает в других условиях вполне разумные экономические идеи. К сожалению, на сегодняшний день глубокого анализа реального состояния малого предпринимательства не проводится (например, побудительный мотив предпринимательской деятельности – добровольное предпринимательство или под воздействием обстоятельств, нужды; доля иностранных работников в малом бизнесе; доля предпринимателей с одним работником или не имеющих работников вообще; уровень механизации и инновации предприятий и др.). Кроме того, изучению трудовых, в том числе интеллектуальных ресурсов, используемых в процессе предпринимательской деятельности, в настоящее время уделяется недостаточно внимания.

Между тем проблема занятости профессиональных работников остается актуальной довольно продолжительное время в современной России. Дефицит социально привлекательных рабочих мест и отсутствие конкуренции среди работодателей за профессиональных сотрудников снижает самооценку последних. Авторский подход к изучению профессиональной деятельности в рамках диссертационной работы видит основу развития малого бизнеса в развитии среднего класса, поскольку ядром его трудовой деятельности является независимая профессиональная деятельность (Приложение М).

Третий этап представляется как оптимальный результат, к которому следует стремиться не только представителям бизнес-сообщества, но и любому гражданину нашего государства.

В то же время противоречивость и непоследовательность социально-экономических реформ препятствуют эволюционному развитию как малого бизнеса, так и общества в целом. Трансформационные процессы в социальной структуре малого предпринимательства являются отражением изменений, происходящих внутри общества: для качественно положительных изменений необходимы продолжительный период развития и благоприятная среда.

Неслучайно социальная защищенность российских предпринимателей во многом зависит от социально-экономического положения большей части населения и от уровня развития правовых институтов в стране.

Немаловажным фактором, влияющим на процесс трансформации, является побудительный импульс, как сумма действующих внутренних и внешних побудительных сил:

$$P = P_{\text{стим.}} + P_{\text{мотив.}}, \quad (3)$$

где $P_{\text{стим.}}$ – стимулирующая программа государственных органов власти, направленная на распространение и развитие малого бизнеса в регионе (стране).

$P_{\text{мотив.}}$ – мотивация субъекта.

Мотивация и стимулирование – два понятия, с помощью которых можно описать механизм достижения человеком поставленной цели. Основное отличие мотивации от стимулирования заключается в том, что первое – это внутренняя сила, создающая движение к цели, а второе – внешнее воздействие, способное снизить или увеличить стремление к получению результата.

Таким образом, трансформация, как сложный многовекторный процесс, представляется автору в виде дифференцируемой функции двух переменных:

$$T = f(B(t), P(t)), \quad (4)$$

где аргумент $B = B(t)$ – государственный базис – дифференцируемая функция независимой переменной t - времени,

аргумент $P = P(t)$ – побудительный импульс, воздействие – дифференцируемая функция независимой переменной t - времени.

Однако, при незначительном изменении (приращении) по времени t аргумента P вследствие низкого значения его одного (или обоих) слагаемых ($P_{\text{стим.}}$ и $P_{\text{мотив.}}$), при $P = \psi(B)$, данная функция T приобретает вид функции одной переменной:

$$T = f(B(t), \psi(B)). \quad (5)$$

Исходя из этого, очевидно, что прогрессивная трансформация малого бизнеса возможна только при такой степени вовлеченности государства, при которой создаются необходимые основы (базис) благоприятной социально-экономической и правовой среды.

Таким образом, подводя общий вывод, диссертант утверждает, что решение вопросов в оптимизации социального статуса предпринимателей, увеличение степени их социальной защищенности, а равное

совершенствование форм развития предпринимательского класса в России и Москве возможен только при последовательной, мягкой, но настойчивой политике государства. В основе реализации данной политики необходимо создание стратегия формирования социального правового государства, в основе которой лежат условия для обеспечения достойной жизни и развития человека. Формирование человеческого достоинства в социальном государстве происходит благодаря ориентированности государственной социально-экономической политики на нужды гражданского общества, его материальное и нравственное совершенствование. Диссертант подчеркивает, что рассмотрение вопроса о социальной защищенности предпринимательского класса неразрывно связано с рассмотрением социальных стандартов развития общества, уровнем социально ориентированности государственной экономики, развитием в стране гражданских и политических институтов. Развитию предпринимательского класса сопутствует социальная политика государства, направленная на достижение благосостояния всех своих граждан, создания для них равных стартовых возможностей, реализация социальных проектов по нивелированию социальных расслоений и социальной несправедливости.

Вместе с тем, решение структурных проблем в российской экономике невозможно без активного сотрудничества с научным сообществом. Оптимизация государственной системы контроля в бюджетной и законодательной политике неразрывно связано с наработками исследователей в областях государственного управления. Государственному аппарату на основе научных исследований социальных процессов в обществе следует проводить институциональные реформы, направленные на формирование кадровой селекции, социальной активности граждан, высокого правового потенциала организаций общественного контроля.

Анализируя результаты исследования, мы приходим к выводам, позволяющим констатировать основные направления реализации социальной защищенности предпринимательского класса в Москве. Анализ фактического

состояния малого предпринимательства в Москве, исследование теоретических, методологических и практических аспектов развития системы социальной защищенности позволил автору сформулировать определённые рекомендации для заинтересованных в развитии малого бизнеса лиц по оптимизации данного института в условиях мегаполиса:

- социальная поддержка предпринимательства со стороны федеральных и муниципальных органов власти должна происходить в результате законодательно закреплённых и экономически выверенных гарантий;

- вывод экономики на путь устойчивого развития следует реализовывать посредством расширения воспроизводства социальной прослойки – класса предпринимателей, что достигается возрождением высокого потребительского спроса, снижением налоговой нагрузки, благоприятными условиями роста доли среднего класса общества;

- обновление организационно-хозяйственных форм предпринимательства основано на формировании и укреплении социального статуса субъектов малого предпринимательства;

- развитие экономической деятельности предпринимателей является ее инновационная направленность и расширение оборота;

- существенное увеличение и расширение доступности получения государственных субсидий грантов на развитие малого бизнеса в мегаполисе, особенно молодым предпринимателям;

- упрощение порядка рассмотрения и получения финансово-кредитных инструментов на развитие бизнеса в стратегически важных отраслях экономики;

- введение в профессиограмму специальностей бизнеса определенного набора квалификационных требований, признанных приоритетными для современной экономики страны;

- реализация масштабного стимулирования предпринимательства, ориентированного на создание высокотехнологических, роботизированных продуктов, развитие опытных научно-конструкторские разработок,

инвестирование в основные средства производства и поддержку социальной сферы общества; одновременно с этим – максимально жесткие меры воздействия для минимизации распространения теневого, нелегального предпринимательства, бизнеса, подрывающего экономические устои государства;

– стимулирование развития общественного контроля в распределении инвестиционных фондов в социально значимых и стратегических проектах государственного развития.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Возрождение российского предпринимателя начинается с конца 80-х гг. XX в. и сопряжено с целым периодом политических и социально-экономических потрясений в обществе. Крах советского государства, «шоковая терапия» «гайдаровских реформ», обесценивание денежных вкладов и обнищание населения усилили рост социальной напряженности, привели к появлению новых предпринимательских слоев – вынужденного, теневого и силового предпринимательства. Ремесло предпринимателя в эти годы, помимо повышенных навыков к адаптации, отличается высокими рисками потери капитала, физического существования.

Совершенствование законодательно-правовой базы в поддержку предпринимательства в 2000-е гг. способствовало укреплению надежд российского предпринимательства, однако, в целом, государственная политика по отношению к малому бизнесу, на наш взгляд, не привнесла существенных мер для формирования благоприятной среды развития предпринимательства в России.

Признавая ценность других подходов в определении сущности предпринимательской деятельности, автор ставит в ее основу такие качества, как самостоятельность, социальную значимость и творческое начало. Вместе с тем, наличие у населения «предпринимательского духа» по-прежнему остается важнейшим условием развития малого предпринимательства в стране.

Малый бизнес – это предпринимательская деятельность, предусмотренная действующим законодательством, отвечающая установленным государством критериям и выполняющая социально-экономическую функцию обеспечения занятости населения. При этом социальная ответственность малого бизнеса заключается не только в предоставлении рабочих мест, но и в формировании деловой этики, исключающей ущемления жизненных интересов общества: рост безработицы,

дискриминация труда, недобросовестная конкуренция, обман потребителя и др.

Субъекты малого бизнеса (предприниматели) – это физические и юридические лица, ведущие социально-хозяйственную деятельность в рамках правового поля. С точки зрения социологии, субъект малого бизнеса – это отдельный гражданин либо добровольное объединение граждан, осуществляющих социально-хозяйственную деятельность, связанную с получением прибыли и обладающих правом принятия ключевых решений с учетом социокультурной самобытности.

Исследования представителей малого бизнеса показали, что российские предприниматели имеют более выраженную самостоятельность и автономность, по сравнению с представителями других стран, а также сильную психологическую защиту от социального неодобрения. Этому способствовало не только несбалансированность рынка, отсутствие реальной и последовательной поддержки со стороны государства, но и открытое противопоставление бизнеса жесткому государственному регулированию предпринимательской деятельности.

Наибольшее распространение в России среди субъектов малого бизнеса получили микропредприятия, для которых характерно преобладание деятельности в сфере обращения: торговля и оказания услуг. В последние годы пытается получить развитие в городах деятельность молодежи в сфере производства: малое ремесленное производство оригинальных товаров («крафтовое» предпринимательство): одежда, украшения, торты, пиво, поделки из дерева и другое. Городская молодежь среднего класса от 18 до 39 лет города Москвы формирует новую ремесленную молодежную предпринимательскую субкультуру, характеризующуюся горизонтальной мобильностью, размыванием границ между работой и досугом, активным развитием неформального образования, в рамках которого одна часть молодежи обучает другую мастерству и профессионализации в избранном ремесле.

Развитые рыночные отношения и инфраструктура рынка, стабильная политическая и экономическая обстановка, рациональная система денежного обращения и кредитования, правовые, социально-культурные, природно-географические факторы – все это формирует целостное благоприятное социально-экономическое пространство по обеспечению необходимой жизнедеятельности предпринимателя.

Современная ситуация малого бизнеса Москвы оценивалась с позиции социальных, экономических, правовых, политических, информационно-образовательных, психологических и экологических факторов:

- социальные – это недостаточная развитость, согласно соцопросам, пенсионного и медицинского обеспечения, снижение уровня доходов и комфортной среды;

- экономические – уровень инфляции, несовершенное антимонопольное и налоговое регулирование, внешнеторговые операции, состояние финансово-кредитных институтов, падение потребительского спроса, криминализация экономики, экономические санкции иностранных государств;

- политические – недостаток политических партий и общественно-политических объединений, выступающих в поддержку предпринимателей, систематическое поражение предпринимательских блоков в парламентских выборах, обострение международной политической обстановки, влияющее на социальное самочувствие граждан, низкая политическая активность предпринимательского слоя, политическое безразличие граждан ввиду недостаточной оперативности решения наиболее острых социально-экономических проблем;

- правовые – регулярное изменение законодательной базы, противоречащее логике нормативного порядка, недобросовестность контрагентов, несправедливость и длительность судебных процессов, непрозрачность и коррумпированность правосудия, низкая правовая защищенность собственности, декларативный характер нормативно-правовых основ социальной защиты предпринимателей;

– информационно-образовательные – не пропорциональное территориальное размещение образовательных центров, недостаточное количество центров поддержки молодежного предпринимательства, низкая финансовая грамотность граждан, вовлеченных в малый бизнес, неразвитая сеть электронного документооборота в среде малого бизнеса, географические диспропорции информационной доступности для бизнеса и др.;

– психологические – высокая плотность населения, социальная изоляция, ощущение собственной безликости, угнетающее микрообщественное пространство вокруг домов, жилищные проблемы, высокий ритм жизни, стрессы, проблема преодоления больших расстояний, регулярные психоэмоциональные перегрузки, особенности климата.

До настоящего времени процесс трансформации малого бизнеса в Москве осуществляется с учетом общероссийских социально-культурных традиций, проявляющихся в совмещении прежних (установка на государственный патернализм) и новых поведенческих норм и практик (установка на рыночные отношения). В результате этого предприниматели зачастую недовольны отсутствием внимания государства к своим проблемам (отсутствие дешевых кредитов, налоговый и административный прессинг), однако сами, в свою очередь, допускают возможным осуществлять свою деятельность в привычной коммерческой стратегии (теневой рынок найма и оплаты труда, серые схемы ухода от уплаты налогов, недобросовестная конкуренция, самоустранение от выполнения обязательств перед заказчиками и партнерами). Работники малого бизнеса также стараются по возможности осуществлять самозанятую деятельность, совмещая ее с основным местом работы, возлагая основные надежды на поддержку государства.

Многообразие социальных псевдоинститутов, призванных осуществлять поддержку и защиту как предпринимателей, так и их работников, встроены в бюрократическую машину, опирающуюся на несовершенство законодательной базы в вопросах своевременного реагирования на злоупотребление предпринимательской деятельностью во

многих актуальных вопросах (нарушения охраны труда, недобросовестная конкуренция и др.). Как результат – потеря интереса у граждан солидарно отстаивать свои интересы, снижение социальной активности, поскольку социальная активность отражает качество и оперативность реагирования на информационные сигналы между органами власти и населением.

Кроме того, должностная зрелость многих руководителей в вопросах управленческих компетенций не позволяет им выстраивать доверительные отношения с подчиненными наемными работниками. Практика показывает, на необходимость наличия у руководителя хорошо сбалансированного набора навыков, а также способности к развитию. Корпоративная пропасть между «управленцами» и «управляемыми» остается существенной вследствие отсутствия этих качеств в той или иной степени у каждой из сторон.

Многочисленные опросы говорят о том, что большинство жителей Москвы рассматривают работу в малом бизнесе исключительно как временный, зачастую вынужденный промежуток своей профессиональной деятельности (или жизненного опыта), исключающий возможность карьерного роста, материального накопления и социальной защиты. В организациях малого бизнеса Москвы преобладает высокая концентрация быстро восполняемых сотрудников, чей профессионально-культурный уровень по ряду причин остается длительное время не востребован. Все больше среди работников малого бизнеса просматривается тенденция, при которой работа на кого-либо в качестве самозанятого, предпочтительнее необходимости работы в команде предпринимателя.

Субъекты малого бизнеса являются заложниками сложившихся социально-экономических обстоятельств, поэтому процесс трансформации без регулирующей функции государства происходит неспешно и болезненно. Говорить о трансформации малого бизнеса как о качественных изменениях пока преждевременно, поскольку для этого необходимы кардинальные изменения сознания у предпринимателей, отражающиеся на культуре поведения и восприятии деловых норм.

Малый бизнес есть отражение гражданского общества – совокупности социально активных граждан, уважающих и выражающих интересы и права человека в различных сферах. Базовым условием прогрессирующей трансформации малого бизнеса является доля среднего класса в социальной структуре государства.

Отсюда, главная задача социальной политики государства состоит в гармонизации общественных отношений, обеспечении политической стабильности и гражданского согласия, а также в формировании значительной доли среднего класса, поскольку его высокая экономическая и социальная активность, базирующаяся на высоком образовании и квалификации, устремлена к безусловному уважению закона.

В условиях нестабильного экономического положения России, а также стремительной урбанизации занятость рабочей силы в сфере малого бизнеса гипертрофирована в основном в направлении торговли и услуг. Для многих работников характерно совмещение работы и самозанятости, сопряженное с психоэмоциональными и физическими перегрузками. Отсутствие гибкости трудовых графиков, депремирование персонала, несоблюдение условий охраны труда примечательно для трети сотрудников. Социальная и трудовая защищенность работников малого бизнеса дифференцирована в зависимости от их социальных характеристик – возраста, профессиональной направленности, уровня зарплат, условий труда, микроклимата коллектива и др.

Среди преимущественных качеств, которыми, по мнению большинства работодателей, должны обладать сотрудники малого бизнеса отмечается способность к обучению, быстрая адаптация к рабочему процессу, наличие практических навыков, умение работы в режиме многозадачности. Однако, обладание данными навыками не является залогом успеха, поскольку половина работников малого бизнеса сталкивается с дискриминацией своих трудовых прав.

Авторские социологические исследования выявили социально-демографические характеристики рабочей силы малого бизнеса, где основной состав (64,2%) – молодые люди 23-35 лет, недавние выпускники средне-специальных (36%) и высших учебных заведений (31%), преимущественно иногородние (68%), не состоящие в браке (72%). Это есть наиболее энергичная и амбициозная группа, подверженная потребительской моде на социальные маркеры, практике краткосрочной реализации своего потенциала в рамках одной компании. Другая категория работников (31,8%) – сотрудники возрастной группы 36-52 лет, имеющие опыт работы более 10 лет (86%), высшее образование (71%), опыт семейных отношений (94%), жилую собственность в г. Москве и ближайших районах Московской области (86%). Это наиболее опытная и лояльная работодателю группа, мотивированная трудовой дисциплиной и чувством ответственности, тем не менее, по мнению большинства работодателей (76%), обладает значительно меньшим коммерческим потенциалом (агрессивный маркетинг, мобильность, умение работать в условиях многозадачности и длительных перегрузок и др.).

В большинстве коммерческих компаний активно поддерживается курс на радикальное омоложение коллектива, включая административный корпус, кроме того, в период 2017-2019 гг. на 20% выросло замещение работниками-мигрантами низкоквалифицированных рабочих позиций.

Характерную этническую окраску малый бизнес Москвы приобретает за счет рабочей силы, состоящей преимущественно из мигрантов среднеазиатского региона (клининг, курьерская доставка продуктов, точки общепита), а также в результате образования трудовых точек притяжения: строительные площадки, торгово-складские комплексы, логистические центры. Наиболее значительны данные проявления в спальных районах мегаполиса и на вновь присоединенных к нему территориях (Новая Москва). Крупнейшими миграционными образованиями столицы на сегодняшний день являются ТК «Москва» (районы Марьино и Люблино), вещевой рынок «Садовод» (район Капотня), продуктовый рынок «Фуд Сити» (районы

Коммунарка и Солнцево), а также районы компактного размещения землячества (Котельники, Гольяново, Метрогородок и др.).

Современное депрессивное состояние экономики России, малого предпринимательства (в том числе в условиях мегаполиса), косвенно подтверждает неблагоприятную ситуацию в настроениях граждан, а, следовательно, и их низкий уровень социальной защищенности (морального удовлетворения), степень доверия друг к другу.

Внешние факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность, определяют макро- и микро среду данного явления. Корреляция основных объективных факторов, влияющих на развитие предпринимательского слоя, позволила выстроить значимость таких факторов как: экономические, правовые, социокультурные, психологические и факторы окружающей среды.

Социальный капитал в коммерческих организациях малого бизнеса Москвы часто не рассматривается как необходимое условие формирования команды единомышленников, способной добиваться предпринимательского успеха. Негативно влияют на развитие предпринимательства такие факторы, как отсутствие логики взаимодействия между малыми предприятиями и государством, низкая вовлеченность работников в интересы компании, неблагоприятная деловая среда.

Пассивная адаптационная модель поведения механизма «работодатель-работник» малого бизнеса в Москве не способствует ее положительной трансформации к модернизации и инновационному развитию: низкая привлекательность условий труда вызывает игнорирование профессионального потенциала, социально-правовой сферы, что, в конечном счете, приводит к росту социально-неудовлетворенных граждан. Стремление к минимизации затрат в условиях отсутствия экономического суверенитета предпринимателей вынуждает их привлекать на заявленные условия труда десперативных сотрудников, уровень профессионализма и коммуникабельности которых оставляет желать лучшего.

Большинство коммерческих организаций мегаполиса еще сохраняет за собой первоначальную трудовую привлекательность для постоянно восполняемого трудового ресурса из регионов. Однако время принятия решения о дальнейшем трудовом сотрудничестве работника с работодателем по сравнению с 2010 г. сократилось вдвое. Одна из причин тому – отсутствие социального капитала, накопление которого в организации малого бизнеса всецело зависит от его руководителя и его профессиональных компетенций: от подбора персонала до построения благоприятной корпоративной культуры, формирующей команду.

Для увеличения делового потенциала экономически активного населения Москвы необходимо обеспечить в материальном плане право реализации ими образовательных программ посредством образовательных ваучеров – оплаченных государством практических курсов (учебных часов) по переподготовке наиболее социально и профессионально востребованных профессий, в первую очередь в области инжиниринга и программирования. Приоритетный контингент – мотивированные граждане, имеющие необходимое базовое образование для успешного прохождения курсов переподготовки.

Определяющим условием положительной трансформации субъектов малого бизнеса, по мнению диссертанта, является высокий уровень социально-правовых гарантий всех участников бизнес-процессов, солидарность и взаимодействие различных социальных групп в реализации поставленных целей, развитость гражданского общества. Преобладание адаптивных стратегий в социально-трудовых отношениях граждан толкает участников процесса к пассивно-выжидательному поведению на рынке труда, поиску альтернативных источников дохода. Маргинализация малого бизнеса вследствие отсутствия качественных условий труда влечет за собой девиантное поведение его социальных групп. Московская идентичность все больше проявляется в таких негативных аспектах, как социальная разобщенность, индивидуализм, индифферентность к общественным

процессам. Помимо этого, интересы представителей малого бизнеса не представлены и не защищены в профессиональными и политическими объединениями, обладающими реальными рычагами влияния.

Малый бизнес, наряду с общеизвестными негативными факторами, воздействующими на него, имеет массу внутренних проблем и противоречий, наиболее существенные из которых – кадровый отбор персонала, низкий уровень сервиса и исполнения обязательств. По-прежнему, вызывают нарекания социально-профессиональные компетенции, мотивация и условия взаимодействия представителей всех социальных групп, входящих в социальную структуру малого бизнеса, восприятие ими своих позиций, удовлетворенность условиями и результатами труда. В каждой его социальной группе существует существенная прослойка социально неудовлетворенных сотрудников (сферой деятельности, условиями и результатами труда). Это ведет к социальным конфликтам внутри групп и между группами, что в конечном итоге приводит к ухудшению качества продукции (услуг) и маргинализации бизнеса.

Современная трансформация социальной структуры малого бизнеса по-прежнему происходит в условиях становления гражданского общества. Социальные группы малого бизнеса испытывают социальную неудовлетворенность, нехватку благоприятной деловой среды, власти закона. Трансформационные процессы в социальной структуре малого предпринимательства являются отражением изменений, происходящих внутри общества: для качественно положительных изменений необходимы продолжительный период развития и благоприятная среда. Кроме того, архаичность рынка труда, проявляющаяся в низкой реализации возможностей для высокоспециализированных кадров трудоустроиться согласно своему профессиональному статусу, не обеспечивает модель эффективного взаимодействия и развития внутри бизнес-структур. Постоянная адаптация к череде внешних обстоятельств не позволяет малому бизнесу выстраивать оптимальные социально-трудовые отношения в рамках «предприниматель-

работник», обнажая диспропорции между потребностями современной экономики и профессионально-личностными характеристиками потенциальных работников.

Особенности российского капитализма (монополизация рынка, спекулятивность и вынужденность предпринимательства, избыток рабочей силы, отсутствие правовых гарантий и т.д.) формирует в малом бизнесе общество повышенных рисков: имущественных и правовых. Высокую долю риска обеспечивает устоявшаяся для малого предпринимательства кадровая политика, в результате которой предпочтение отдается десперативным сотрудникам, чья доля в компаниях малого бизнеса Москвы продолжает неуклонно расти (с 9% в 2011 г. до 24% - в 2021 г.). При этом десперативные сотрудники отличаются между собой как по уровню профессионально-личностных качеств (образование, культура, менталитет), так и по национально-региональным особенностям трудовых взаимоотношений, ценностным ориентациям, методам реализации поставленных целей. Работодателями практически не учитываются поведенческие аспекты субъекта в социальной среде. Формирование рабочих коллективов зачастую сводится по принципу экономической целесообразности. В свою очередь, заметно выросло (на 12,7%) по сравнению с 2009 г. количество иногородних и, в недалеком прошлом, иностранных граждан среди предпринимателей малого бизнеса Москвы. Авторские опросы по-прежнему фиксируют у современных предпринимателей отсутствие продуманного стратегического плана, индифферентность к репутационным рискам, низкую правовую культуру.

Владельцы малого бизнеса не стремятся развиваться в направлении социально ориентированного предпринимательства, предполагающего длительный процесс кадровой и корпоративной политики, основанный на вдохновляющей и солидарной для большинства работников миссии компании. Более того, отсутствие программ социальной (профессиональной) адаптации для новых сотрудников, а также стимулирующих программ профессионального роста среди сотрудников не способствует оптимизации кадровой политики на местах. Особенно ярко это проявляется в кризисе социальной идентичности по профессиональному уровню.

Обычное явление сегодняшней действительности в компаниях малого бизнеса – это наличие высшего непрофильного образования у рядовых сотрудников, например, электрика, продавца, менеджера по продажам, что, по мнению многим из них, позволяет причислять себя к среднему классу. Нельзя не отметить, что за период 2014-2022 гг. неизменно растет доля образованных граждан, вынужденных работать в малом бизнесе на рядовых (и рабочих) должностях, утрачивая свои профессиональные навыки и переставая, по сути, быть влиятельной общественной силой. В этой связи формирование матрицы социального взаимодействия, необходимой для полноценного гражданского общества в условиях неопределенности, незащищенности и слабой самоидентификации, продолжает оставаться в начальной стадии. Так, не знают о существовании каких-либо гражданских объединений в Москве и не состоят в них более 72,7% предпринимателей и почти 89% наемных работников. При этом отстаивать свои права и гражданскую позицию готовы не более 18% респондентов. Намечающийся уход многих граждан в самоизоляцию обусловлен отсутствием у них возможностей контролировать ситуацию за пределами их узкого жизненного пространства в результате отсутствия доверия к государственным институтам. Государственная политика длительное время не демонстрирует ощутимые результаты формирования общества «социальной справедливости», что в одинаковой степени способствует низкому авторитету государственных структур как среди предпринимателей, так и их работников. К примеру, государственными мерами поддержки не пользуются почти 80% малых компаний.

Современный тренд многих коммерческих компаний, позиционирующих прозападный уровень корпоративной культуры (нацеленность на результат и рост профессиональных компетенций, приоритетная ориентация на коммуникативные качества и здоровый образ жизни), резко контрастирует с пренебрежительным отношением работодателей к нормам трудового законодательства и уважению к человеку труда.

Процесс поиска перспективных возможностей в сферах малого бизнеса в условиях постоянно растущего социума мегаполиса, по мнению многих

респондентов, исчерпан для граждан старше 40-45 лет. Отчасти это подтверждается тем, что для многих возрастных работников малого бизнеса (46%) процессы профессиональной интеграции в коммерческую среду связаны с изменением своего профессионального статуса и вызывают значительные трудности.

Компании малого бизнеса Москвы стремительно приобретают характер микробизнеса, сопровождающегося сокращением основных фондов, а также численности официальных работников.

Малый бизнес России в лице предпринимателей на сегодняшний день не достиг нужного уровня зрелости (управленческой, социальной, правовой). Так, доля официальных выплат у подавляющего количества работников малого бизнеса (94%) не превышает половину их заработной платы. Более того, по сравнению с докризисным периодом 2013 г. респонденты отмечают повсеместную экономию руководства на результатах их труда, что непосредственно влияет на сумму вознаграждения. Эти причины вкупе с продолжающимся падением доходов граждан порождают процесс трансформации предпринимателей и их работников в самозанятых – в 2022 г. их численность в России достигла 6,5 млн чел. (в Москве – 1,416 млн чел⁶¹).

В большинстве коммерческих компаний активно поддерживается курс на радикальное омоложение коллектива, включая административный корпус (64,2% – молодые люди 23-35 лет, причем преимущественно иногородние). Помимо этого, в период 2017-2019 гг. на 20% выросло замещение работниками-мигрантами низкоквалифицированных рабочих позиций. В малом бизнесе продолжается формирование рабочей среды из слабо востребованных специалистов среднего уровня, вынужденных под давлением различных обстоятельств, осваивать непрофильные профессии с необходимым коммерческим потенциалом (агрессивный маркетинг,

⁶¹ С начала года число самозанятых в России увеличилось на 23% [Электронный ресурс] // Аналитический справка Коммерсантъ, август 2023 г. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6137377>.

мобильность, многозадачность, умение работать в условиях длительных перегрузок и др.).

Вместе с тем, поиск квалифицированных сотрудников продолжает оставаться для владельцев малого бизнеса достаточно долгой и изнурительной процедурой, причина которой, по мнению автора, кроется в низких социальных гарантиях предложенных условий труда. Конкурентные преимущества малого бизнеса для соискателей, настроенных на перспективную работу, весьма ограничены спектром кадрового отбора, упрощенным подходом к поиску команды единомышленников. Помимо этого, далеко не все владельцы малого бизнеса могут реагировать на зарплатные ожидания соискателей, продиктованные рынком, предпочитая пользоваться собственной методикой расчета оплаты труда. Так, усредненная величина разницы между зарплатными ожиданиями соискателей и предложениями компаний составляет не менее 34%. По мнению аналитиков, количество наемных работников в малом бизнесе, продолжает неуклонно сокращаться с 2016 г.⁶²

В этой связи вопросы масштабирования малого бизнеса в средний интересуют менее половины опрошенных (32,8%) предпринимателей. Таким образом, намечается обратный тренд на появление большего количества коммерческих микропредприятий, основной адаптационной стратегией которых будет сохранение прежних методов работы.

Малый бизнес не заинтересован в своем развитии до уровня среднего бизнеса. Долгие годы существования в зоне полулегальной серой деятельности привели к адаптации ведения его финансовой и кадровой политики в максимально оптимальных формах. Пребывание в длительной стагнации, когда наблюдается низкая обратная связь государственных

⁶² Российский бизнес скорее мёртв, чем жив. Что мешает развитию: менталитет или государство? [Электронный ресурс] // Аналитический обзор FinExpertiza, февраль 2020 г. – Режим доступа: https://www.vbr.ru/banki/novosti/2020/02/19/tis--glad--no-ne-blagodat-pocemy-rossiiskie-biznes-ne-razvivaetsya-/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F

структур с обществом и низкая скорость их реакции на его запросы, приводит к принятию обществом адаптационных моделей существования. Помимо этого, отсутствие конкурентной экономики и общей государственной политики в вопросах социальной защищенности граждан приводит к трансформации сознания последних в вопросах преобладания личного комфорта над общественным.

Государственная политика, определяющая модель и методы социально-экономического развития государства, а также степень развития инклюзивных институтов, оказывает непосредственное влияние на формирование гражданского общества, которое, в свою очередь, определяет качество трансформационных процессов социальной структуры малого бизнеса. Социально ориентированная активная жизненная позиция, политическая и правовая культура, солидарность в отстаивании своих прав и интересов – все эти и другие признаки развитого гражданского общества способны воздействовать на кадровую и корпоративную политику малых предприятий, условия и характер труда, исполнение социальных и партнерских обязательств, формирование деловой ответственности и др.

Напротив, отсутствие идеологической программы, неразвитость политическо-демократических институтов и низкая социальная активность граждан вкупе с высокой толерантностью населения к социально-экономическим экспериментам не вызывает надежд на существенные изменения курса проводимых реформ, направленных на развитие страны, в том числе и малого бизнеса. Непоследовательность и бессистемность в принятии реальных механизмов по созданию благоприятного предпринимательского климата отражается в утрате доверия граждан к основам декларируемых Конституцией правового государства (защита собственности, независимая судебная система). Неоправданно жесткие санкции за проявление гражданской инициативы не компенсируются подобными наказаниями в отношении чиновников, допустивших социальное напряжение, монополизм, административно-коррупционные давления на

бизнес, халатность в исполнении ключевых решений социально-экономического развития страны.

Немаловажным фактором давления на предпринимателей будет являться криминализация общества. В итоге будет наблюдаться ситуация, при которой основная часть предпринимателей будет вынуждена либо уходить с рынка, либо подстраиваться под условия существования подавляющей части общества. В последнем случае предприниматель предусмотрительно отдаст предпочтение высокорентабельным спекулятивно-посредническим сферам деятельности.

В этой связи эволюционные процессы качественной трансформации малого бизнеса на региональном уровне невозможны без оптимизации социально-политических процессов в современном российском обществе на федеральном уровне. Недооценка высококвалифицированного труда, утрата ценности профессиональной деятельности гражданина не позволяет формировать класс независимых профессионалов, составляющих основу среднего класса, к которому без сомнения относятся представители малого бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации [Текст]: [принята всенародным голосованием 12.12.1993 г., с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 г.] офиц. текст. М.: ИНФРА-М, 2022. 70 с.
2. Гражданский кодекс РФ: [федер. закон: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г.: по состоянию на 1 янв. 2018 г.] [Электронный ресурс] // Собрание Законодательства Российской Федерации. 1994. №32. Ст. 3301. – Режим доступа: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml>.
3. Кодекса РФ об административных правонарушениях: [федер. закон: принят Гос. Думой 20 дек. 2001 г.: по состоянию на 1 янв. 2022 г.] [Электронный ресурс] // Собрание Законодательства Российской Федерации. 2002. №1. Ст. 1. – Режим доступа: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml>.
4. Уголовный кодекс РФ: [федер. закон: принят Гос. Думой 24 мая 1996 г.: по состоянию на 1 янв. 2022 г.] [Электронный ресурс] // Собрание Законодательства Российской Федерации. 1996. №25. Ст. 2954. – Режим доступа: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml>.
5. О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ: федер. закон от 12.05.1995 г. № 88-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.
6. Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства: федер. закон от 29.12.1995 г. № 222-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.
7. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федер. закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.
8. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора)

и муниципального контроля: федер. закон от 26.12.2008 г. №294-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.

9. Об уполномоченных по защите прав предпринимателей в Российской Федерации: федер. закон от 07.05.2013 г. № 78-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru>.

10. О страховых пенсиях: федер. закон от 28.12.2013 № 400-ФЗ [Электронный ресурс] // Собрание Законодательства Российской Федерации. 2013. №52. Ст. 6965. – Режим доступа: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml>.

11. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федер. закон от 29.06.2015 г. № 156-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.

12. Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации: Указ Президента РФ от 14.11.2017 г. № 548 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru>.

13. О первоочередных мерах по развитию малого предпринимательства в РФ: Постановление Правительства РФ от 11.05.1993 г. № 446 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.

14. О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства: Постановление Правительства от 13.07.2015 г. № 702 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.

15. О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства: Постановление Правительства от 04.04.2016 г. № 265 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/search/index.html>.

16. Кодекс города Москвы об административных правонарушениях [закон города Москвы: принят Мосгордумой 21 ноября 2007 г. по состоянию на 15 августа 2018 г.] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru>.

25. Об Уполномоченном по защите прав предпринимателей в городе Москве [закон города Москвы: принят Мосгордумой 30 октября 2013 г. по состоянию на 28 декабря 2022 г.] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://business-ombudsman.mos.ru/about/polozhenie_o_departamente.

26. О практике применения судами законодательства, регламентирующего особенности уголовной ответственности за преступления в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.11.2016 г. № 48 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vsrp.ru/files/6572>.

27. Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве. М.: Прогресс-Академия, 1994. 128 с.

28. Аллэ М. Единственный критерий истины – согласие с данными опытами // МЭиМО. 1989. № 11. С.24-40.

29. Анализ осуществления мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в 2014-2017 годах [Электронный ресурс] // Доклады аудиторов Счетной палаты РФ, январь 2018 г. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru>.

30. Аристотель. Соч.: в 4-х т. М.: Мысль, 1984. Т.4. 830 с.

31. Ассоциация частных агентств занятости предупреждает о росте рисков для недобросовестных работодателей [Электронный ресурс] // Исследование АЧАЗ, июль 2019 г. – Режим доступа: https://achaz.ru/news/news_detail_14_640.

32. Баженов Ю.К. Предпринимательство: попытка осмысления с современных позиций // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 11. С. 1557-1566.

33. Барометр уверенности компаний [Электронный ресурс] // Исследование ЕУ, август 2018 г. – Режим доступа: <https://www.eu.com>.

34. Басарева В.Г. Малый бизнес России: теоретические основы исследования, моделирование, концепция государственного регулирования: монография / под ред. А.С. Новоселова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2013. 296 с.

35. Безгодов А.В. Современные российские предприниматели как социально-политическая общность: дис. ... канд. полит. наук: 22.00.05 / Безгодов Александр Васильевич. СПб., 1999. 189 с.

36. Белозеров И.П. Организационно-правовые основы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности. Омск: Изд-во Омск. Академии МВД России, 2003. 124с.

37. Бессолицын А.А. История российского предпринимательства. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2015. 400 с.

38. Бизнес и предпринимательство [Электронный ресурс] // Расширенная подборка данных ВЦИОМ, декабрь 2020 г. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lider2020-ideal-irealnost>.

39. Бизнес Москвы в цифрах [Электронный ресурс] // Департамент предпринимательства и инновационного развития Москвы, 2022 гг. – Режим доступа: <https://www.mos.ru/dpir/function/napravlenie-deyatelnosti-dpir/podderzhka-i-razvitie-predprinimatelstva/biznes-moskvy-v-cifrakh/>

40. Более 80% предпринимателей сталкивается с проблемами на входе в крупные торговые сети [Электронный ресурс] // По итогам IV международного форума бизнеса и власти «Неделя Российского Ритейла 2018», июнь 2018 г. – Режим доступа: <http://opora.ru/news.html>.

41. Бродель Ф. Динамика капитализма. М.: Полиграмма, 1993. 128 с.

42. Булгаков С.Н. Философия хозяйства. М.: Институт русской цивилизации, 2009. 464 с.

43. Быковский А.В. Малое предпринимательство в России: социальное измерение: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Быковский Алексей Владимирович. М., 2006. 26 с.

44. Быстрицкая Ю.В. Организационная культура малых предприятий: социологический аспект: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Быстрицкая Юлия Викторовна. – М., 2001. 25 с.

45. Бышов, Д. В. Правовое поле предпринимательской деятельности в России: история и современность: автореф. дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Бышов Денис Викторович. Саранск, 2005. 24 с.

46. В России нашлось почти 400 тыс. компаний без сотрудников [Электронный ресурс] // Исследование РБК, август 2018 г. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics>.

47. Васянин М.С. Ценности и ценностные ориентации предпринимателей в современном российском обществе: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Васянин Михаил Сергеевич. Пенза, 2013. 165 с.

48. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / избранные произведения: пер. с нем; под общ. ред. Ю.Н. Давыдова. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

49. Веблен Т. Теория праздного класса. М., 1984. 183 с.

50. Виленский А.В. Малый бизнес в регионах России: до и после пандемии. М.: Институт экономики РАН, 2021. 47с.

51. Волков В.В. Силовое предпринимательство: экономико-социологический анализ: автореф. дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.03 / Волков Вадим Викторович. М., 2005. 32 с.

52. Вопросы антимонопольного законодательства, тарифного регулирования и госзаказа [Электронный ресурс] // Выступление главы ФАС на правительственном часе в ГосДуме, ноябрь 2016 г. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/news/2589>.

53. Время делу. Пять событий Московской недели предпринимательства [Электронный ресурс] // Предпринимательский климат

в Москве, Инфографика Коммерсантъ, май 2019 г. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3977654>.

54. Выдрин С.А. Сущность предпринимательства: понятие и виды // Известия ВолгГТУ. 2007. №7. С.49-51.

55. Гаражная экономика спасает россиян от нищеты и безработицы [Электронный ресурс] // Известия: ежедневн. интернет-изд. 2016. 19 апр. – Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/610539>.

56. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского / соч. в 2 т. М., 1991. Т.2. 736 с.

57. Горбунов В.Л. Бизнес-инкубаторы и предпринимательство: монография. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. 215 с.

58. Гришин В.В. Экономическая и социальная защищенность человека основной вектор антикризисных мероприятий // Вестник Росздравнадзора. 2009. № 2. С.24-29.

59. Гэлбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества. М.: Прогресс, 1976. 390 с.

60. Дасковский В. Нисходящая траектория экономики: причины и последствия // Экономист. 2016. №3. С.3-18.

61. Долгорукова, И.В. Малое предпринимательство как социальный институт в современной России: социологический анализ: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Долгорукова Ирина Владимировна. М., 2006. 180 с.

62. Доходы российских граждан – сравнение с миром [Электронный ресурс] // Исследование Института экономики роста, апрель 2018 г. – Режим доступа: <https://stolypin.institute/analytics>.

63. Древлева, И. К. Основные проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России // Решение проблем развития предприятий: роль научных исследований. Краснодар: Научно-издательский центр Априори. 2012.

64. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. М., 1992. 349 с.

65. Друкер П. Эффективный руководитель. М.: Манн, Иванов и Фербер; Эксмо, 2014. 240 с.
66. Дьяконенко Д.Н. Финансовое обеспечение деятельности субъектов малого бизнеса: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / Дьяконенко Дмитрий Николаевич. Краснодар, 2012. 30 с.
67. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 10.07.2018 [Электронный ресурс] // ФНС РФ, июль 2018 г. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru>.
68. Зайцева А.С. Поддержка малого и среднего предпринимательства средствами развития предпринимательского образования: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Зайцева Анастасия Сергеевна. М., 2020. 192 с.
69. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Общественные науки и современность. 1995. №1. С.17-32.
70. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / пер. с нем.; изд. подгот. Ю. Н. Давыдов, В. В. Сапов. М.: Наука, 1994. 154 с.
71. Зыков В.В. Экономизация коррупции и безопасность бизнеса // Вестник Тюменского государственного университета. Экономика. 2012. № 11. С.30-37.
72. Иваний П.В. Государственная стратегия поддержки малого бизнеса в США: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Иваний Павел Владимирович. М., 2012. 32 с.
73. Иванов И.М. Профессионалы в современной России: статусные характеристики и социальная защищенность: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Иванов Илья Михайлович. М., 2005. 249 с.
74. Игры с цифрами: сколько москвичей на самом деле не имеют постоянной работы [Электронный ресурс] // Исследование агентства Новые Известия, апрель 2019 г. – Режим доступа: <https://newizv.ru/article/general>.

75. Индекс «Административное давление» - 2020 [Электронный ресурс] // Исследование Института экономики роста им. Столыпина П.А., январь 2020 г. – Режим доступа: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2020/5.pdf>.

76. Инновационный бизнес в регионах России [Электронный ресурс] // Рейтинг РАНХ и ГС, январь 2016 г. – Режим доступа: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/prezentaciya-rejtinga-ranhigs-innovacionnyj-biznes-v-regionah-rossii>.

77. Использование средств на господдержку малого и среднего предпринимательства в регионах [Электронный ресурс] // Аналитический обзор Счетной Палаты РФ, 2014-2017 гг. – Режим доступа: http://www.ach.gov.ru/press_center/news/32312.

78. Каждый десятый россиянин сообщил о желании уйти с работы на фриланс [Электронный ресурс] // РБК: ежедн. интернет-изд. 2022. 16 фев.– Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society>.

79. Кантильон Р. Эссе о природе торговли в общем плане // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. М.: Мысль, 2004. Т. 1. С. 269-278.

80. Каргаполов С.В. Социальное самочувствие населения региона: опыт мониторингового исследования // Известия ВолгГТУ. 2014. № 5. С.42-46.

81. Кауров В.Г. Социально-правовая защищенность работника от дискриминации в сфере труда и занятости // Ленинградский юридический журнал. 2006. № 1. С.143-167.

82. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос-АРВ, 2002. 352 с.

83. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. Челябинск: Социум, 2010. 272 с.

84. Кожаяев Ю.П. Достижение эффективности и оптимизация экономических результатов предпринимательской деятельности: методы моделирования // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2011. №3. С.24-35.

85. Количество субъектов малого и среднего бизнеса в 2017 году [Электронный ресурс] // Исследование ГБУ Малый бизнес Москвы, август 2017 г. – Режим доступа: <http://www.mbm.ru/informatsiia/tsifry/146769>.
86. Комарова О.В. Проблемы развития ремесленничества, малого и среднего бизнеса и среднего класса: монография. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012. 163с.
87. Конт О. Курс положительной философии // Западноевропейская социология XIX в. Тексты / под ред. В.И. Добренькова. М.: Международный Университет Бизнеса и управления, 1996. 352 с.
88. Корчагин Ю.А. Человеческий капитал и инновационная экономика России: монография. Воронеж: ЦИРЭ, 2012. 244 с.
89. Кошарная Г.Б. Социальная ответственность субъектов предпринимательства: история и современность // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. №1 (29). С.100-108.
90. Кошелева Т.Н. Сущность и значение малого предпринимательства // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2009. №3. С.18-25.
91. Крыштановская О.В. Трансформация старой номенклатуры в новую российскую элиту // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С.51-65.
92. Куда исчезает бюджет на развитие предпринимательства? [Электронный ресурс] // Комсомольская правда: ежедн. интернет-изд. 2018. 27 авг. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/26873>.
93. Лапуста М. Г. Предпринимательство. М.: ИНФРА-М, 2012. 608 с.
94. Леликова Н. А. Зарубежный опыт налогообложения малого бизнеса // Успехи современного естествознания. 2014. №12-2. С.127-129.
95. Леонтьев В.В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика. М.: Политиздат, 1990. 415 с.
96. Ликсутов: для комфортного движения в Москве с дорог нужно убрать полмиллиона машин [Электронный ресурс] // Газета.ru: ежедн. интернет-изд. 2017. 29 дек. Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/auto.shtml>.

97. Малое и среднее предпринимательство в России. 2017 // стат.сб. (М 19). М.: Росстат, 2017. 78 с.
98. Малый бизнес ждет в тени [Электронный ресурс] // Газета.Ru: ежедн. интернет-изд. 2013. 06 июн. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business>.
99. Маневры с законом: как власти повышают налоговую нагрузку на бизнес [Электронный ресурс] // РБК: ежедн. интернет-изд. 2018. 22 фев.– Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics>.
100. Маркс К. Избранные произведения. В 3-х т. М.: Политиздат, 1986. 639 с.
101. Матвеева М.А. Эволюция российского предпринимательства (60-е годы XIX в. - 30-е годы XX в.): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Матвеева Марина Анатольевна. СПб., 2007. 27 с.
102. Мельников Р.М. Человеческий и социальный капитал как факторы предпринимательского успеха в российских условиях // Экономический анализ: теория и практика. 2022. Т. 21, № 7. С. 1240 - 1264.
103. Миль Дж.С. Основы политической экономии. В 3-х т. М.: Прогресс, 1980-1981. 498 с.
104. Мониторинг делового климата [Электронный ресурс] // Исследование НИИ ВШЭ, август 2018 г. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/analitdata#dkp8>.
105. Мониторинг открытости государственных органов власти в г. Москве [Электронный ресурс] // Исследование РАНХ и ГС, июнь 2015 г. – Режим доступа: http://business-ombudsman.mos.ru/ДНиПП_Презентация_ИТОГ-фин-фин.pdf.
106. Москва в цифрах [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал города Москвы, 2017-2022 гг. – Режим доступа: <https://investmoscow.ru/investment/economic-indicators/investment-in-moscow>.
107. Москва заняла первое место в рейтинге ООН по оказанию электронных услуг [Электронный ресурс] // Российская газета: ежедн.

интернет-изд. 2018. 4 сен. – Режим доступа: <https://rg.ru/2018/09/04/reg-cfo/moskva-vozglavila-rejting-oon-po-predostavleniiu-elektronnyh-uslug.html>.

108. Мухаметшина Е.А. Рейтинг Путина резко упал в крупных городах [Электронный ресурс] // Ведомости. 2018. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru>.

109. Муштук О.З. Искушение бизнесом. Grimасы российского предпринимательства. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011. 304 с.

110. Насколько социально и политически активно российское общество [Электронный ресурс] // Исследование Росбалт, ноябрь 2017 г. – Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/blogs/2017/11/10/1659881.html>.

111. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / пер. с англ. М.Я. Каждана. М.: Дело, 2003. 360 с.

112. Национальный инвестиционный рейтинг субъектов РФ [Электронный ресурс] // Петербургский международный экономический форум, май 2018 г. – Режим доступа: <https://asi.ru/investclimate/rating>.

113. Неформальная занятость молодежи [Электронный ресурс] // Исследование РАНХиГС, сентябрь 2018. – Режим доступа: <https://www.ranepa.ru/images/News/2018-10/17-10-2018-monitoring.pdf>.

114. Никонов В.А. Влияние социально-экономических факторов на трудовые процессы малого бизнеса в мегаполисе // Передовое развитие современной науки как драйвер роста экономики и социальной сферы. Сборник материалов по итогам Международной науч.-практ. конф. Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2021. 47 с. С.34-42.

115. Никонов В.А. Государственная поддержка предпринимательства в развитых странах и адаптация опыта в России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. Ростов-на-Дону: Изд-во ЮРИУ РАНХ и ГС. 2017. № 1. С.244-250.

116. Никонов В.А. К вопросу укрепления системы социальной защищенности предпринимателей // Социология и право. СПб.: Изд-во СПбУТУиЭ. 2017. № 1(35). С.74-85.

117. Никонов В.А. К характеристике правовых основ социальной защищенности предпринимателей // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. Курск: Изд-во Ю-ЗГУ. 2016. № 4(21). С.270-280.

118. Никонов В.А., Воронов В.В. Малый бизнес Москвы и изменения трудовых установок его участников // Власть. 2022. № 1. С. 177-185.

119. Никонов В.А. Самозанятость граждан: перспективный переход от адаптации к рынку до полноценного малого бизнеса // Будущее социологического знания и вызовы социальных трансформаций (к 90-летию со дня рождения В. А. Ядова): сборник материалов по итогам Международной науч.-практ. конф. (Москва, 2019 г.). М.: ФНИСЦ РАН, 2019. С.763-768.

120. Никонов В.А. Современное состояние класса предпринимателей в Российской Федерации // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов: Изд-во ТГУ. 2018. №104. С.41-49.

121. Никонов В.А. Социальная защищенность: суть и значение // Вектор науки ТГУ. Тольятти: Изд-во ТГУ. 2016. №3. С.46-52.

122. Никонов В.А. Социально-правовые аспекты развития предпринимательства в России // Вестник ТГУ. Тамбов: Изд-во ТГУ. 2016. №6. С.64-70.

123. Никонов В.А. Средний класс как основа развития предпринимательства в России // Научная дискуссия: вопросы социологии, политологии, философии, истории: Сб. науч. статей по материалам I международной научно-практ. конф. М.: Изд-во «Интернаука», 2016. №5. С.120-129.

124. Никонов В.А. Характеристика российского предпринимателя в зеркале общественного мнения // Известия высших учебных заведений.

Поволжский регион. Общественные науки. Пенза: Изд-во ПГУ. 2017. №2(42). С.92-101.

125. Никонов В.А. Формирование социокультурной трудовой среды в мегаполисе в условиях глобализации // Государство и рынок в условиях глобализации мирового экономического пространства. Сборник материалов по итогам Международной науч.-практ. конф. Уфа: Аэтерна, 2021. С. 28–32.

126. Носырев И.А. Топ-одиночество: зачем предприниматели вступают в бизнес-клубы [Электронный ресурс] // РБК: ежедн. интернет-изд. 2017. 9 сен. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/own_business.

127. О гражданской и политической активности россиян [Электронный ресурс] // Исследование ФОМ, сентябрь 2014 г. – Режим доступа: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/11712>.

128. Осадчая Г.И. Социальная сфера общества: теория, методология и методика социологического анализа: дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.01 / Осадчая Галина Ивановна. М., 1996. 312 с.

129. Осипов Е.М. Социальный портрет предпринимателя и отношение к нему населения // Труд и социальные отношения. 2012. №5. С.115-121.

130. О справедливости в современном российском обществе [Электронный ресурс] // Исследование ФОМ, сентябрь 2018 г. – Режим доступа: <https://fom.ru/posts/14099>.

131. Официальная статистика. Население [Электронный ресурс] // Данные Мосгорстата, 2017 г.– Режим доступа: <http://moscow.gks.ru>.

132. Официальная статистика. Уровень жизни [Электронный ресурс] // Данные Управление Федеральной службы государственной статистики по г. Москве и Московской области, 2021 г. – Режим доступа: <https://mosstat.gks.ru/folder/64641?print=1>

133. Оценка среднего класса в России [Электронный ресурс] // Исследование АКРА, июнь 2018 г. – Режим доступа: <https://www.acra-ratings.ru/research/791>.

134. Пансков В.Г. Налоговая нагрузка на экономику: нужен налоговый маневр // Экономика. Налоги. Право. 2016. №5. С.130-138.

135. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Теория и история экономических и социальных институтов и систем. М., 1993. С. 94-122.

136. Пахомов Ю. Н. Падение жизненного уровня россиян как угроза экономической безопасности и социальной стабильности // Огарёв-Online. 2018. №1 (106). С. 1-8.

137. Персональные кредитные портфели российских заемщиков [Электронный ресурс] // Аналитика ОКБ, январь 2017 г. – Режим доступа: <http://www.bki-okb.ru/corp/analitika>.

138. Петиш К. Острая необходимость и пути ускорения развития экономики России // Экономист. 2017. №4. С.18-28.

139. Покида А.Н. Регулирование деятельности самозанятых граждан // Вопросы государственного и муниципального управления. 2020. № 1. С.60-85.

140. Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб.: Алетейя, 2002. 320 с.

141. Половина россиян зарабатывают менее 35 тыс. в месяц [Электронный ресурс] // Аналитический обзор РБК, июль 2019 г. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics>.

142. Поправко Н.В. Конституционно-правовые гарантии обеспечения права на предпринимательскую деятельность в Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02 / Поправко Наталия Викторовна. М., 2007. 29 с.

143. Портал правовой статистики [Электронный ресурс] // Генеральная прокуратура РФ, апрель 2018 г. – Режим доступа: http://crimestat.ru/regions_chart_total.

144. Посошков И.Т. Книга о скудости и богатстве. М.: Экономическая газета, 2011. 424 с.

145. Потапенко Д.В. Честная книга о том, как делать бизнес в России. М.: Издательство АСТ, 2017. 266 с.

146. Предпринимательские ценности и наше время. Часть вторая [Электронный ресурс] // Экспертное интервью НИСИПП, август 2018 г. – Режим доступа: <http://nisse.ru/articles>.

147. Предпринимательство в России: доверие, барьеры и факторы успеха [Электронный ресурс] // Исследования ВЦИОМ, октябрь 2017 г. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=3605>.

148. Предпринимательство и самозанятость в России [Электронный ресурс] // Исследования ВЦИОМ, февраль 2017 г.– Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082>.

149. Проблема неисполнения судебных решений становится все более острой [Электронный ресурс] // Аналитические данные агентства по возврату долгов, февраль 2021 г. – Режим доступа: <https://orion-debt.ru/fssp20>.

150. Пульс малого бизнеса // Исследование Альфа-Банка, декабрь 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://alfabank.ru/press/news/2015/12/22/35227.html?from=alfa_rss_news.

151. Радаев В.В. Российские предприниматели: кто они? // Вестник статистики. 1993. № 9. С.28–35.

152. Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Аспект Пресс, 1998. 368 с.

153. Развитие индивидуального предпринимательства в г. Москве [Электронный ресурс] // Департамент экономической политики и развития г. Москвы, февраль 2017 г. – Режим доступа: https://www.mos.ru/upload/documents/oiv/razvitie_individualnogo_predprinimatelstva_v_moskve.pdf.

154. Развитие малого и среднего бизнеса в России [Электронный ресурс] // Аналитическая оценка Сбербанка РФ, апрель 2019 г. – Режим доступа: <https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/analytics>.

155. Разногузов К.Г. Институт уполномоченного по защите прав предпринимателей и специализированные подразделения по защите прав предпринимателей в органах прокуратуры: вопросы организации и взаимодействия [Электронный ресурс] // КриминалистЪ. 2013. №1(12). – Режим доступа: <http://www.procuror.spb.ru/k1219.html>.

156. Ракитский Б.И. Социальная защищенность и ее типы // Вопросы экономики. 1994. № 1. С.4-17.

157. РАН: Число эмигрировавших российских специалистов удвоилось за три года [Электронный ресурс] // Росбалт: ежедн. интернет-изд. 2018. 29 март. – Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/russia.html>.

158. Распределение субъектов малого и среднего предпринимательства по административным округам г. Москвы [Электронный ресурс] // Исследование ГБУ Малый бизнес Москвы, январь 2018 г. – Режим доступа: <http://www.mbm.ru/informatsiia/tsifry>.

159. Ратников В.П. Социальная справедливость и рыночные отношения // Теория и практика социальной работы: проблемы, прогноз, технологии. М., 1994. С.51-54.

160. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017 // стат. сб. / Росстат. М., 2017. 1402 с.

161. Рейтинг основных проблем российского общества в 2017 году. [Электронный ресурс] // Исследование Ромир, февраль 2018 г. – Режим доступа: <https://romir.ru>.

162. Рейтинг регионов по информационному освещению мер поддержки МСП [Электронный ресурс] // Экспертная оценка Минэкономразвития России, ТПП РФ, Деловой средой и РБК-ТВ, июнь, 2017 г. – Режим доступа: <http://smb.gov.ru/mediacenter/businessnews>.

163. Рейтинг регионов РФ с самой высокой концентрацией трудовых мигрантов [Электронный ресурс] // Аналитическая справка аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza, апрель 2020 г. – Режим доступа: <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2020/trud-migrant>.

164. Рейтинг социально-экономического развития регионов [Электронный ресурс] // РИА Рейтинг, май 2018 г. – Режим доступа: <http://riarating.ru/regions/20180523/630091911.html>.

165. Рейтинг финансовой грамотности регионов России [Электронный ресурс] // Исследования НАФИ, июль 2018 г. – Режим доступа: <https://nafi.ru/projects/finansy>.

166. Рейтинг эффективности региональной налоговой политики по итогам 2017 года [Электронный ресурс] // Исследования PwC, 2017 г. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/publications/pwc-nalogoviy-reiting-rf-2017.pdf>.

167. Рикардо Д. Собрание сочинений. СПб., 1908. 302 с.

168. Римащевская Н.М. Социальный вектор развития России // Проблемы развития территории. 2004. №2. С.8-33.

169. Ромашов О.В. Социальная защищенность: проблемы, пути решения // СОЦИС. 1993. № 1. С.88-92.

170. Российский средний класс в фокусе разных теоретических подходов: границы, состав и специфика, [Электронный ресурс] // Исследование РБК, октябрь 2019 г. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/04/10/2019>.

171. Россиянам все меньше дела до Москвы [Электронный ресурс] // Исследования ВЦИОМ, сентябрь 2017 г. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=238&uid=8699>.

172. Россия 2025: от кадров к талантам [Электронный ресурс] // Исследование The Boston Consulting Group (BCG), октябрь 2017. – Режим доступа: <https://www.bcg.com/ru-ru/d/news/31oct2017-russian-employers>.

173. Рынок труда в РФ [Электронный ресурс] // Исследовательский центр портала Superjob.ru, ноябрь 2016 - ноябрь 2020 г. – Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles>.

174. Сеточная модель углеродного следа в мире (GGMCF) [Электронный ресурс] // Проект-исследование, июнь 2018 г. – Режим доступа: <http://citycarbonfootprints.info>.

175. Смаль С.В. Социальная защита населения как функция современного государства: автореф. дис. ... канд. пол. наук: 23.00.02 / Смаль Светлана Владимировна. СПб., 2009. 23 с.

176. Смелзер Н. Социология. М., 1994. 659 с.

177. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов // Антология экономической классики. М.: Эконом, 1993. Т.1. 475 с.

178. Смольков В.Г. Предпринимательство как особый вид деятельности // СОЦИС. 1994. №2. С.15-22.

179. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. 543 с.

180. Составлен рейтинг регионов России по уровню коррупции [Электронный ресурс] // Аналитическая справка Генпрокуратуры РФ, апрель 2020 г. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2021/03/09/corrupt>.

181. Социальная политика: Энциклопедический словарь / под общ. ред. д.э.н., проф. Н.А. Волгина. М.: Академический Проект; Трикста, 2005. 688 с.

182. Список зарегистрированных политических партий [Электронный ресурс] // Данные Минюста, сентябрь 2018 г. – Режим доступа: <http://minjust.ru/ru/nko/gosreg/partii/spisok>.

183. Статистика обращений предпринимателей [Электронный ресурс] // Уполномоченный по защите прав предпринимателей в городе Москве, август 2018 г. – Режим доступа: <http://business-ombudsman.mos.ru>.

184. Статистика по государственной регистрации ЮЛ и ИП в целом по Российской Федерации [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба РФ, август 2018 г. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics.

185. Страдзе А.Э. Социальная активность в российском обществе: структурно-деятельностное измерение: автореф. дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.04 / Страдзе Александр Эдуардович. Ростов-на-Дону, 2013. 59 с.

186. Структура российского автопарка по нормам токсичности [Электронный ресурс] // Исследование Автостат, май 2018 г. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/34462>.

187. Суды: предоставления об их справедливости, независимости, личный опыт [Электронный ресурс] // Исследование ФОМ, август 2018 г. – Режим доступа: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14080>.

188. Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии. / сост. М.К. Бункина, А.М. Семенова. М.: Дело, 2000. 232 с.

189. Татарова Г.Г. Методология анализа данных в социологии. М.: Стратегия, 1998. 223 с.

190. Тимофеева А.А. История предпринимательства в России: монография. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2005. 220 с.

191. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. М.: Экономика, 1989. 496 с.

192. Тощенко Ж.Т. Социальное планирование: опыт, достижения, проблемы. М.: Знание, 1983. 64 с.

193. Уровень развития информационно-коммуникационных технологий [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал города Москвы, 2017 г. – Режим доступа: <https://investmoscow.ru/investment/economic-indicators/investment-in-moscow>.

194. Усков В.С. Роль малого предпринимательства в обеспечении экономического роста страны [Электронный ресурс] // Экономика и социум. 2017. №3(34). – Режим доступа: http://iupr.ru/osnovnoy_razdel__3_34__2017.

195. Фетисов Э.Н. О социальном аспекте предпринимательства. Концептуальное введение в проблему // СОЦИС. 1993. № 1. С.24-30.

196. Фомичева Т.А. Статистическое исследование межрегиональной дифференциации социальной защищенности населения Приволжского федерального округа: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Фомичева Татьяна Александровна. Саратов, 2010. 214 с.

197. Фромм Э. Здоровое общество. М.: АСТ, 2016. 448 с.

198. Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия // МЭиМО. 1989. №12. С.5-14.
199. Хизрич Р. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. М.: Прогресс-Универс, 1991. 159 с.
200. Хоскинг А. Курс предпринимательства. М.: Международные отношения, 1993. 352 с.
201. ЦБ оценил теневой оборот московских рынков в 600 млрд руб. [Электронный ресурс] // РБК, апрель 2018 г. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/12/04/2018/5acf26f59a79471ae61bfbc9>.
202. Частные инвестиции в образование [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал города Москвы, июнь 2018 г. – Режим доступа: <https://investmoscow.ru/city-projects>.
203. Чепуренко А.Ю. Малое предпринимательство в России // Мир России. Социология. Этнология. 2001. №4. С.130-161.
204. Чепуренко А.Ю. Малое предпринимательство в социальном контексте. М.: Наука, 2004. 474 с.
205. Чепуренко А.Ю. Предпринимательство как сфера социальных исследований: Россия и международный опыт // СОЦИС. 2013. № 9(353). С.32-42.
206. Черкасова Т.В. Гражданско-правовая защита чести, достоинства и деловой репутации как форма социально-правовой защищенности граждан (По материалам судебной практики Северо-Кавказского региона): дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Черкасова Татьяна Викторовна. Махачкала, 2001. 230 с.
207. Что мешает малому и среднему бизнесу в России [Электронный ресурс] // Интернет-опрос РБК, январь 2015 г. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/own_business.
208. Шварцбурд Ц.В. Малый бизнес в российской олигополистической экономике // JOURNAL OF INSTITUTIONAL STUDIES (Журнал институциональных исследований). Том 3. 2011. № 2. С.59-97.

209. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. СПб.: Питер, 2009. 304 с.

210. Шкаратан О. И. Социология неравенства. Теория и реальность. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 526 с.

211. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 410 с.

212. Экономика малых дел [Электронный ресурс] // Аналитическая справка РБК, сентябрь 2020 г. – Режим доступа: <https://investmoscow.ru/city-projects>.

213. Язык рынка. Словарь / под общ. ред. В.М. Федина. М.: Концерн «Росс», 1995. 80 с.

214. Commission Recommendation of 6 May 2003. Concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises // Offic.J. of the Europ. Union. Ser. C.1422. L.124. P.36–41.

215. Emerging from the shadows. The shadow economy to 2025 [Электронный ресурс] // Research ACCA, June 2016. – Режим доступа: <https://www.accaglobal.com/content>.

216. Entrepreneurial Behaviour and Attitudes [Электронный ресурс] // Global Entrepreneurship Monitor, 2016. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/country-profile/104>.

217. Global Entrepreneurship Monitor Entrepreneurial Behaviour and Attitudes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org>.

218. Global Innovation Index [Электронный ресурс] // World International Property Organization, 2020. – Режим доступа: https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/GII_2020_KeyFindings_RU_web.pdf.

219. Global Peace Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economicsandpeace.org/reports>.

220. Global Traffic Scorecard (INRIX) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inrix.com/press-releases/scorecard-2017>.

221. Internationale Monetaire Fonds (IMF) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external>.

222. Middle-class-fortunes-in-western-europe [Электронный ресурс] // Pew Research Center, april 2017. – Режим доступа: <http://www.pewglobal.org>.

223. The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP>.

224. WJP Rule of Law Index 2017–2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://worldjusticeproject.org>.

225. World Happiness Report [Электронный ресурс] // UN Sustainable Development Solutions Network, 2018. – Режим доступа: <http://worldhappiness.report>.

226. Global Talent Competitiveness Index [Электронный ресурс] // Entrepreneurial Talent and Global Competitiveness, 2019 г. – Режим доступа: <https://gtcistudy.com>.

227. The Hays Global Skills Index [Электронный ресурс] // Исследование The Hays Global Skills Index, апрель 2019 г. – Режим доступа: <https://www.hays-index.com/market/russia>.

228. The Global Liveability Index [Электронный ресурс] // Исследование Economist Intelligence Unit (EUI), сентябрь 2019 г. – Режим доступа: https://www.eiu.com/public/topical_report.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

«АНКЕТА МОСКОВСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ»

Массовый опрос предпринимателей г. Москвы

по квотной, многоступенчатой выборке, 2012-2018 гг., N = 525.

Лаборатория социального анализа Мичуринского государственного университета проводит опрос предпринимателей города Москвы с целью определения степени их социальной защищённости в условиях мегаполиса. Опрос анонимный, его результаты будут использованы в обобщенном виде. Обведите кружком выбранный Вами вариант ответа.

Укажите, пожалуйста, сведения о себе:

1. Возраст:

1.1. ...до 35 лет

1.2. 36 – 60 лет...

1.3. старше 60 лет

2. Образование:

2.1. Среднее 2.2. Среднее специальное... 1.3. Высшее... 1.4. Учёная степень

3. Каким видом предпринимательской деятельности Вы занимаетесь?

3.1. Производство

3.2. Строительство...

3.3. Транспорт

3.4. Торговля....

3.5. Туризм...

3.6. Другое

4. Считаете ли Вы достаточным свой уровень образования для ведения самостоятельной предпринимательской деятельности?

4.1. Да, вполне 4.2. Нет, еще недостаточно 4.3. Другое

5. Оцените уровень реальной государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Москве:

5.1. Высокий 5.2. Средний 5.3. Низкий 5.4. Затрудняюсь ответить

6. Какие меры государственной поддержки считаете наиболее эффективными?

6.1. Лояльная налоговая политика 6.2. Гарантийное льготное кредитование

6.3. Компенсация части расходов 6.4. Борьба с коррупцией

6.5. Инфраструктурная поддержка 6.6. Устранение монополий

7. Какие меры, на Ваш взгляд, должны быть реализованы в первую очередь для поддержки московских предпринимателей?

7.1. Оптимизация налогообложения 7.2. Обеспечение защиты собственности бизнеса 7.3. Ужесточение ответственности за мошенничество

7.4. Субсидирование приоритетных направлений

7.5. Снижение процентных ставок финансовой поддержки 7.6. Другое

8. Поясните: из каких основ должна складываться социальная защита населения?

8.1. Достойный среднедушевой доход 8.2. Достойная система пенсионного обеспечения 8.3. Доступность медицинского обслуживания

8.4. Доступность образования 8.5. Гарантированная занятость населения

9. Считаете ли Вы возможным успешное ведение бизнеса без взаимодействия с властными структурами?

9.1. Да, вполне возможно 9.2. Возможно, но лишь на первых порах

9.3. Нет, это очень сложно 9.4. Невозможно в принципе

9.5. Затрудняюсь ответить 9.6. Другое

10. Обозначьте наиболее ощутимые для Вашего бизнеса события последних лет.

- 10.1 Снижение покупательского спроса
- 10.2. Увеличение расходов бизнеса
- 10.3. Доступность кредитования
- 10.4. Контроль надзорных органов
- 10.5. Другое

11. Какие основные экономические риски больше всего влияют на Ваш бизнес?

- 11.1. Налоговая нагрузка
- 11.2. Кредитные ставки
- 11.3. Доступ на рынок
- 11.4. Аренда помещений
- 11.5. Недобросовестность контрагентов
- 11.6. Криминализация экономики

12. Какие Вы испытываете основные трудности по ведению бизнеса в Москве?

- 12.1. Бесправие перед чиновниками
- 12.2. Регулярные проверки надзорных органов
- 12.3. Сложность понимания нормативно-правовой базы
- 12.4. Дорогая аренда помещения
- 12.5. Высокие налоги и взносы
- 12.6. Регулирование предпринимательской деятельности

13. Каковы Ваши приоритетные условия для ведения бизнеса в регионе?

- 13.1. Экономическое развитие региона
- 13.2. Налоговые льготы и стимулы
- 13.3. Социальные условия жизни
- 13.4. Безопасность региона
- 13.5. Низкая административная нагрузка
- 13.6. Эмоциональный комфорт
- 13.7. Духовное общение

13.8. Полезность обществу

13.9. Социально-экологические условия региона

14. Оцените перспективы своей предпринимательской деятельности на ближайшие 5 лет?

14.1. Так далеко не загадываю

14.2. Попытаюсь удержаться в бизнесе

14.3. Приложу усилия для выхода на новый более высокий уровень

14.4. Возможно, закрою бизнес

14.5. Другое

15. Назовите наиболее положительные стороны г. Москвы?

15.1. Развитая инфраструктура

15.2. Благоустройство города

15.3. Возможности и перспективы

15.4. Удобство получения госуслуг

15.5. Высокая заработная плата

15.6. Насыщенная культурная жизнь

15.7. Свобода самореализации

15.8. Перспективы личностного роста

15.8. Другое

16. Назовите наиболее отрицательные стороны мегаполиса?

16.1. Высокие цены на жилье и услуги

16.2. Количество мигрантов

16.3. Многолюдность, шум

16.4. Транспортные проблемы

16.5. Рост безработицы

16.6. Экология, климат

16.7. Террористическая угроза

16.8. Криминальная обстановка

16.9. Другое

17. Оказывает ли на Вас психологическое давление среда мегаполиса?

17.1. Да

17.2. Нет

17.3. Затрудняюсь ответить

18. Коснулись ли лично Вас или отразились на Вашем бизнесе геополитические события вокруг России?

18.1. Да, отражается

18.2. Нет, никак не отражается

18.3. Затрудняюсь ответить

19. Сможете Вы назвать политические движения, которым симпатизируете или которые, по Вашему мнению, способны поддержать развитие предпринимательства в стране?

19.1. Партия Роста

19.2. Опора России

19.3. Российский союз промышленников и предпринимателей

19.4. Таких нет

19.5. Затрудняюсь ответить

19.6. Другое

20. Назовите факторы, препятствующие предпринимателям отстаивать свои права?

20.1. Коррупционность чиновников

20.2. Бессмысленность правосудия

20.3. Низкая профессиональная квалификация чиновников

20.4. Ментальность населения

20.5. Политическая ситуация в стране

20.6. Другое

21. Готовы ли Вы политически поддержать требования предпринимателей по оптимизации социально-экономических и правовых вопросов малого бизнеса в России?

21.1. Готов активно поддержать (в форме митинга, петиции)

21.2. Готов поддержать, но на правах анонимности

21.3. Не готов

21.4. Затрудняюсь ответить

21.5. Другое

22. Оцените, пожалуйста, в общих чертах своих коллег-предпринимателей, с кем ведёте совместный бизнес:

22.1. Уровень профессионализма:

22.1.1. высокий

22.1.2. средний

22.1.3. низкий

22.2. Стиль руководства:

22.2.1. авторитарный 22.1.2. демократический 22.1.3. либеральный

22.3. Отношения к подчиненным:

22.3.1. доброжелательное, уважительное 22.3.2. нейтральное, вежливое

22.3.3. деловое, амбициозное

22.4. Соблюдение охраны труда/защищенность сотрудников:

22.4.1. соблюдается 22.4.2. частично соблюдается 22.4.3. не соблюдается

22.5. Уровень социальной ответственности:

22.5.1. высокий

22.5.2. средний

22.5.3. низкий

22.6. Внешний имидж:

22.6.1. представительный

22.6.2. обычный

22.6.3. повседневный

23. Назовите Ваши приоритетные условия достойной жизни?

23.1. Финансовое благополучие

23.2. Здоровье

23.3. Семья

23.4. Работа

23.5. Собственное жильё за границей

23.6. Безопасность

23.7. Свобода творчества (возможности)

23.8. Эмоциональный комфорт

23.9. Полезность обществу

24. Является ли Ваша предпринимательская деятельность добровольной или вынужденной?

24.1. Добровольная
ответить

24.2. Вынужденная

24.3. Затрудняюсь

БЛАГОДАРИМ ЗА СОТРУДНИЧЕСТВО!

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

«Анкета московских предпринимателей»

(массовый опрос предпринимателей г. Москвы по квотной, многоступенчатой выборке, 2012-2018 гг., N = 525)

1. Возраст:

1.1. до 35 лет

1.2. 36 - 60 лет

1.3. старше 60 лет

2. Образование:

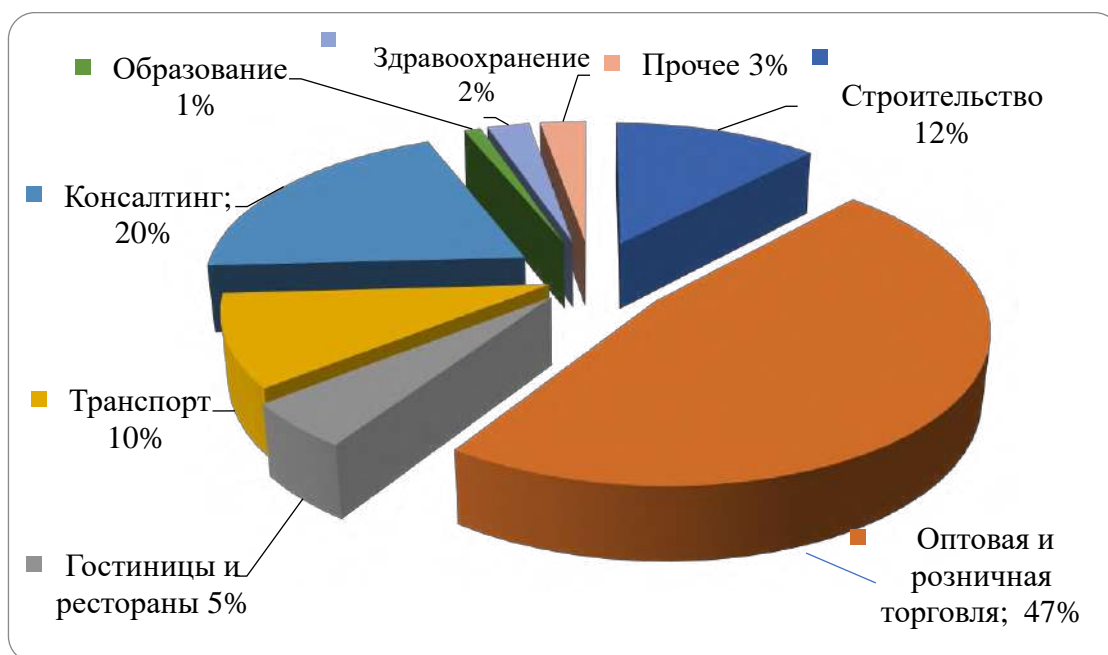
2.1. Среднее 2.2. Среднее специальное 1.3. Высшее 1.4. Учёная степень

Назовите Ваш уровень образования

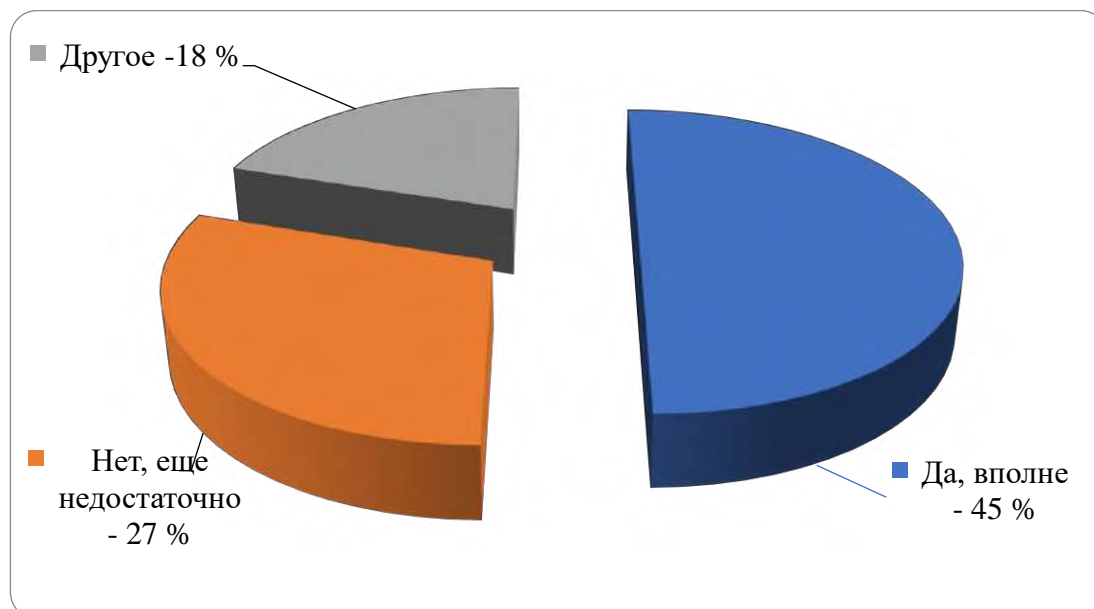
Таблица Б1 – Распределение ответов на вопрос об уровне образования предпринимателей

Вариант ответа	%
Высшее	58,3
Несколько высших / ученая степень	13,4
Среднее профессиональное / неполное высшее	22,5
Среднее (полное) общее	5,8
ИТОГО:	100

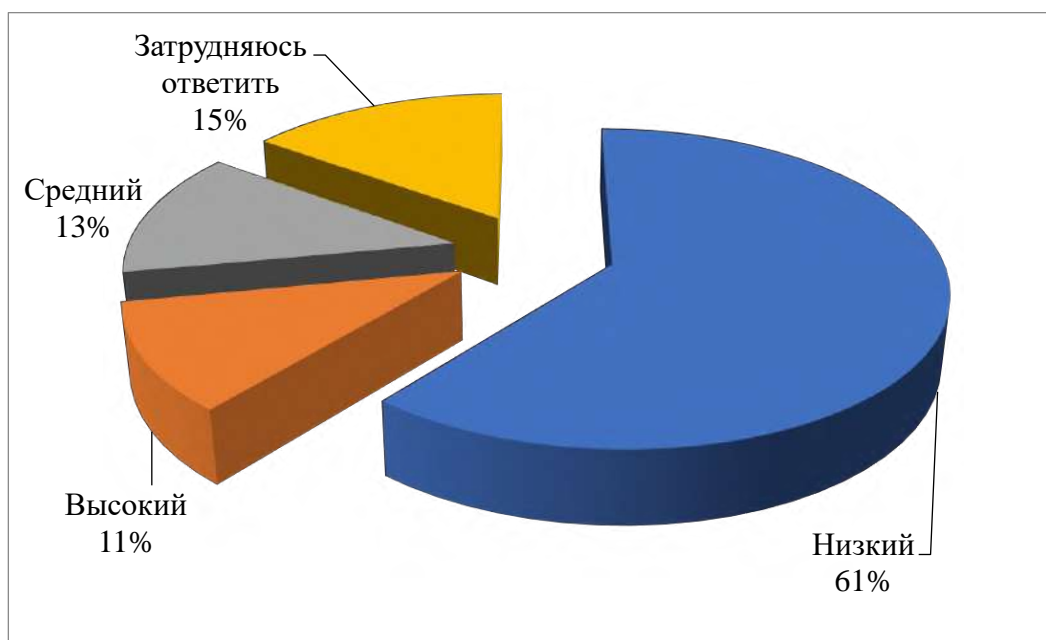
1. Каким видом предпринимательской деятельности Вы занимаетесь?



2. Считаете ли Вы достаточным свой уровень образования для ведения самостоятельной предпринимательской деятельности?



5. Оцените уровень реальной государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Москве:



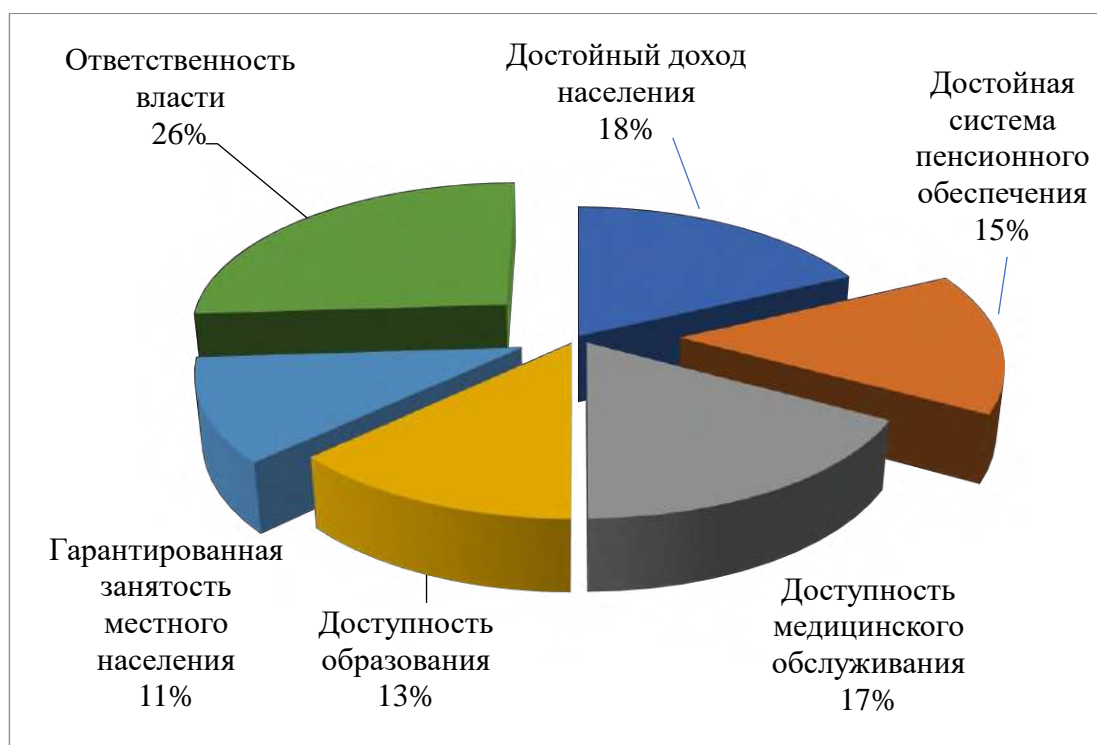
6. Какие меры государственной поддержки Вы считаете наиболее эффективными:



7. Какие меры, на Ваш взгляд, должны быть реализованы в первую очередь для поддержки московских предпринимателей?

Вариант ответа	%
Оптимизация налогообложения	34
Обеспечение защиты собственности бизнеса	27
Ужесточение ответственности за мошенничество	18
Субсидирование приоритетных направлений	11
Снижение процентных ставок финансовой поддержки	8
Другое	2
ИТОГО:	100

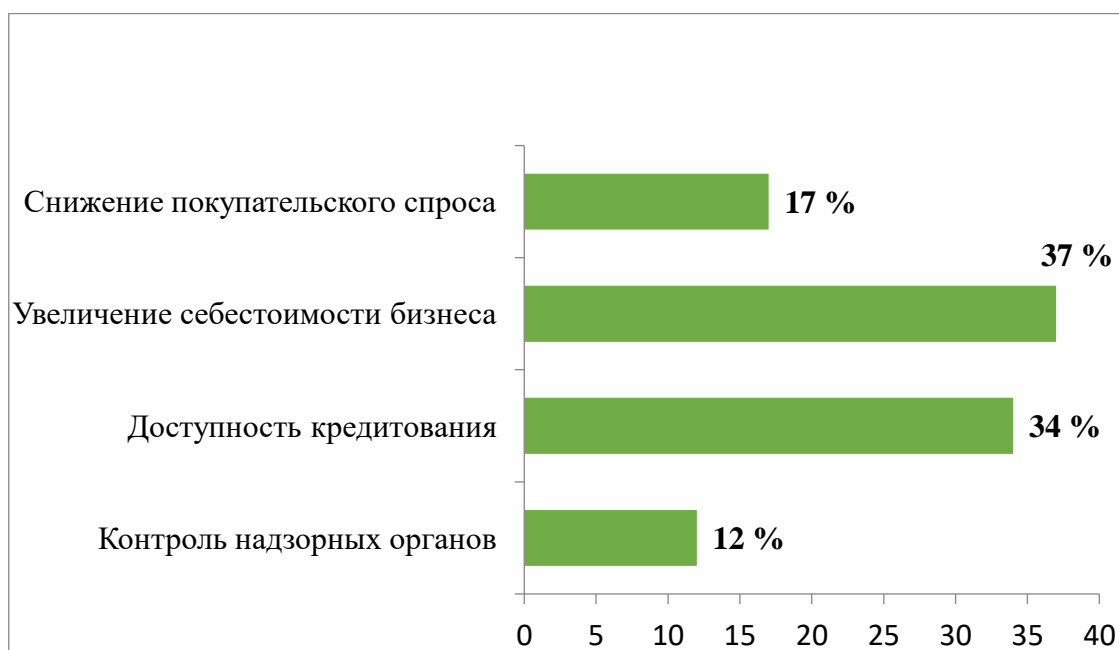
8. Поясните: из каких основ должна складываться социальная защита населения?



9. Считаете ли Вы возможным успешное ведение бизнеса без взаимодействия с властными структурами?

Вариант ответа	%	чел.
Да, вполне возможно	11,2	59
Возможно, но лишь на первых порах	18,3	96
Нет, это очень сложно	28,7	150
Невозможно в принципе	35,8	188
Затрудняюсь ответить	6	32
ИТОГО:	100	525

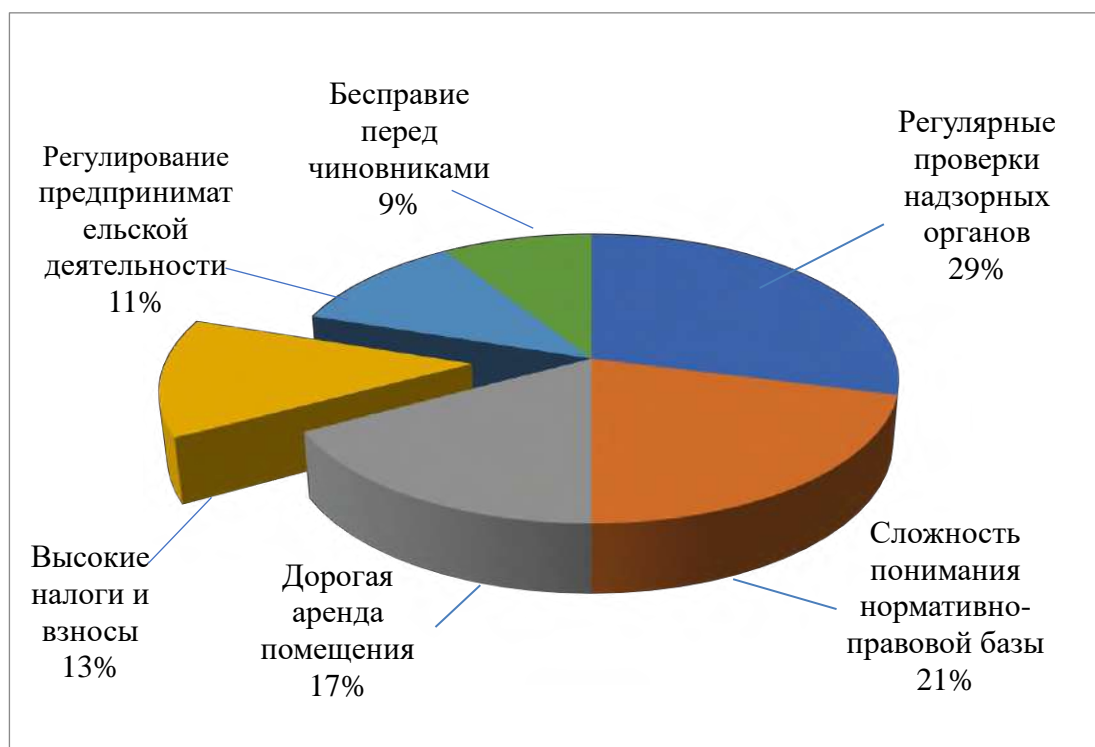
10. Обозначьте наиболее ощутимые для Вашего бизнеса события последних лет.



11. Какие основные экономические риски более всего влияют на Ваш бизнес?



12. Какие Вы испытываете трудности по ведению бизнеса в Москве?



13. Оцените перспективы своей предпринимательской деятельности на ближайшие 5 лет?



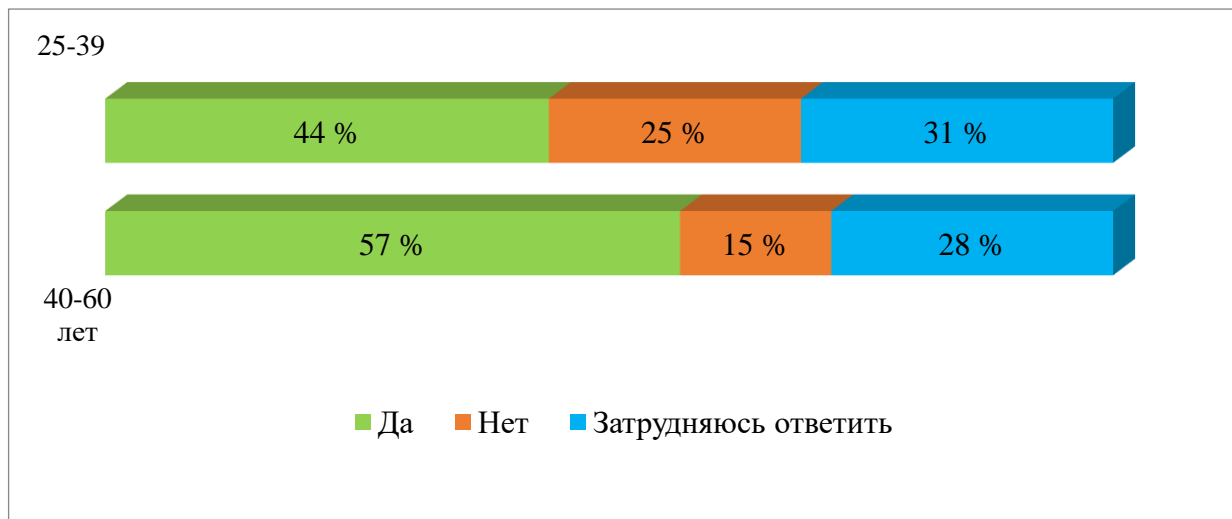
14. Назовите наиболее положительные стороны работы в г. Москве



15. Назовите наиболее отрицательные стороны работы в г. Москве



16. Оказывает ли на Вас психологическое давление среда мегаполиса?



17. Коснулись ли лично Вас или отразились ли на Вашем бизнесе геополитические события вокруг России?

Вариант ответа	%	чел.
Да, отражается	28,8	151
Нет, никак не отражается	45	236
Затрудняюсь ответить	26,2	138
ИТОГО:	100	525

18. Сможете Вы назвать политические движения, которым симпатизируете или которые, по Вашему мнению, способны помочь развитию предпринимательства в стране?

Вариант ответа	%	чел.
Партия Роста	17	89
Опора России	11	58
Российский союз промышленников и предпринимателей	6	32
Таких нет	44	231
Затрудняюсь ответить	22	115
ИТОГО:	100	525

19. Назовите факторы, препятствующие предпринимателям отстаивать свои права?

Вариант ответа	%
Коррупционность чиновников	37
Бессмысленность правосудия	24
Ментальность населения	19

Низкая профессиональная квалификация чиновников	11
Политическая ситуация	9
ИТОГО:	100

20. Готовы ли Вы поддержать требования других предпринимателей в актуальных социально-правовых вопросах оптимизации малого бизнеса в России?

Вариант ответа	%
Готов активно поддержать (в форме митинга, петиции)	12,3
Готов поддержать, но на правах анонимности	18
Не готов	53
Затрудняюсь ответить	17,7
ИТОГО:	100

22. Оцените, пожалуйста, в общих чертах своих коллег-предпринимателей, с кем ведёте совместный бизнес:

22.1 Уровень профессионализма

Параметр оценки / Вариант ответа	%
высокий	31
средний	37
низкий	32

22.2 Стиль руководства

Параметр оценки / Вариант ответа	
авторитарный	32
демократический	45
либеральный	23

22.3 Отношения к подчиненным

Параметр оценки / Вариант ответа	
доброжелательное, уважительное	17
нейтральное, вежливое	48
высокомерное, амбициозное	35

22.4 Соблюдение охраны труда/защищенность сотрудников

Параметр оценки / Вариант ответа	
соблюдается	60
частично соблюдается	19
не соблюдается	21

22.5 Уровень социальной ответственности

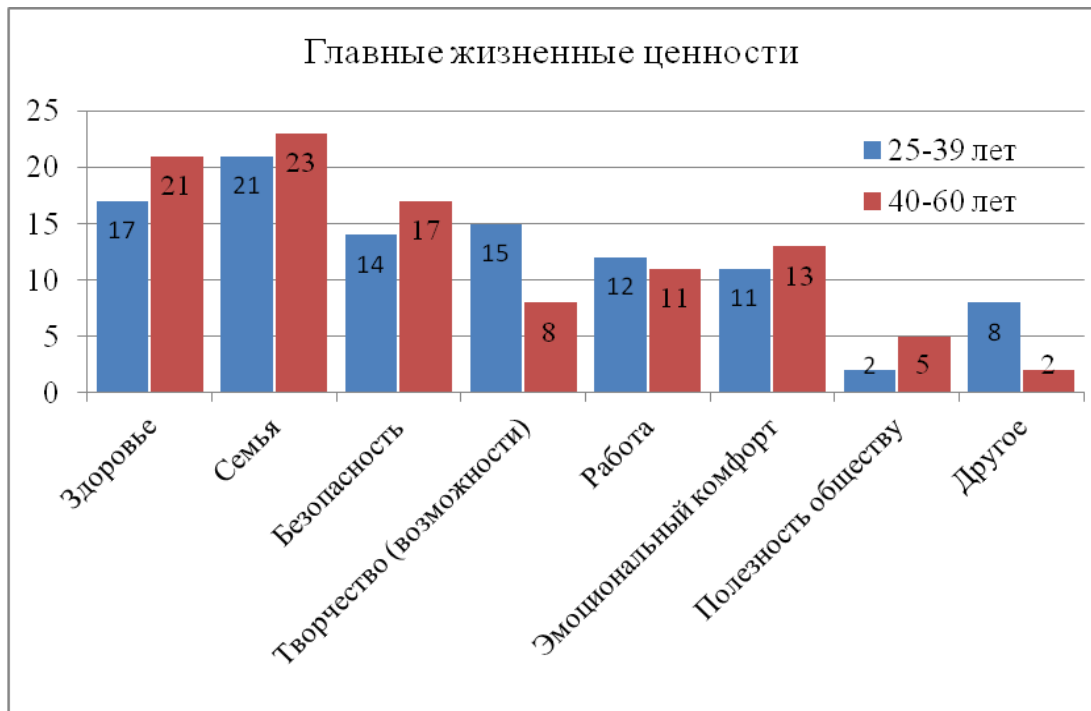
Параметр оценки / Вариант ответа	
высокий	27
средний	38
низкий	35

22.6 Внешний имидж

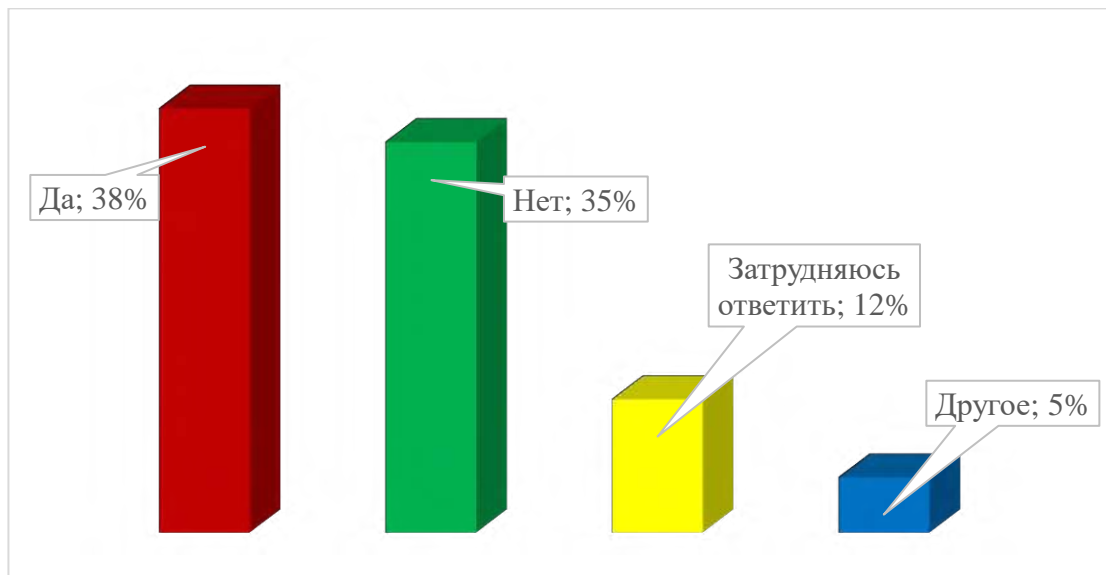
Параметр оценки / Вариант ответа	
представительный	48
обычный	39
посредственный	13

23. Назовите Ваши приоритетные условия для достойной жизни?

Вариант ответа	Возраст, лет	
	25-39	40-60
	%	%
Финансовое благополучие	23	17
Здоровье	19	21
Собственное жильё	15	-
Безопасность	14	16
Свобода творчества (возможности)	12	7
Семья	10	14
Работа	-	10
Эмоциональный комфорт	7	8
Полезность обществу	-	7
ИТОГО:	100	100



24. Является ли Ваша предпринимательская деятельность добровольной или вынужденной?



«АНКЕТА МОСКОВСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ»

Массовый опрос предпринимателей г. Москвы
на базе бизнес-форумов «Трансформация»

Опрос анонимный, его результаты будут использованы в обобщенном виде. Обведите кружком выбранный Вами вариант ответа.

Укажите, пожалуйста, сведения о себе:

1. Возраст:

1.1. До 35 лет

1.2. 36 – 60 лет...

1.3. Старше 60 лет

2. Образование:

2.1. Среднее

2.2. Среднее специальное

1.3. Высшее

1.4. Учёная степень

3. Каким видом предпринимательской деятельности Вы занимаетесь?

3.1. Производство

3.2. Строительство

3.3. Транспорт

3.4. Торговля

3.5. Туризм

3.6. Другое

4. Считаете ли Вы свою предпринимательскую деятельность (бизнес) значимой для российского общества и насколько?

4.1. Да, вполне

4.2. Нет, не считаю

4.3. Затрудняюсь ответить

5. Оцените уровень корпоративной культуры в Вашей организации:

5.1. Высокий

5.2. Средний

5.3. Низкий

5.4. Затрудняюсь ответить

6. Как часто Вы занимаетесь вопросами корпоративной культуры в рабочем коллективе?

6.1. Постоянно 6.2. Иногда 6.3. Не занимаюсь 6.4. Другое

7. Какие меры, на Ваш взгляд, должны быть реализованы в организации для ее успешного развития?

7.1. Кадровая селекция 7.2. Конкурентная зарплата

7.3. Ужесточение трудовой ответственности

7.4. Периодическая программа обучения и подготовки кадров

7.5. Организация эффективного общего руководства

8. От чего, Вашему мнению, зависит реализация успешного бизнеса в Москве?

8.1. Налоговая нагрузка 8.2. Стартовые возможности

8.3. Доступ на рынок (протекция)

8.4. Помощь влиятельных друзей и родственников

8.5. Наличие опыта или опытного наставника 8.6. Другое

9. Как Вы считаете: возможно ли продолжение Вашего предпринимательского дела кем-либо из Вашего ближайшего окружения?

9.1. Думаю, да 9.2. Нет 9.3. Затрудняюсь ответить 9.4. Другое

10. Оцените перспективы своей предпринимательской деятельности на ближайшие 5 лет?

10.1. Положительные 10.2. Отрицательные 10.3. Так далеко не загадываю

10.4. Попытаюсь удержаться в бизнесе 10.4. Приложу усилия для выхода на новый более высокий уровень 10.5. Возможно закрою бизнес

11. Коснулись ли лично Вас или отразились на Вашем бизнесе геополитические события вокруг России?

11.1. Да, отражается

11.2. Нет, никак не отражается

11.3. Затрудняюсь ответить

11.4. Другое

12. Оцените, пожалуйста, в общих чертах уровень профессионализма своих коллег-предпринимателей, с кем Вы сталкивались при ведении бизнеса:

12.1. Высокий

12.2. Средний

12.3. Низкий

13. Является ли Ваша предпринимательская деятельность добровольной или вынужденной?

13.1 Добровольная

13.2. Вынужденная

13.3. Затрудняюсь ответить

БЛАГОДАРИМ ЗА СОТРУДНИЧЕСТВО!

5. Как Вы оцениваете культурный уровень современных предпринимателей?

- 5.1. Высокий 5.2. Выше среднего 5.3. Ниже среднего 5.4. Низкий

6. Что Вы считаете самым сложным в работе предпринимателя?

- 6.1. Высокие риски банкротства 6.2. Умение принимать решения
6.3. Высокая доля ответственности 6.4. Понимание законодательства
6.5. Другое

7. Каких, по-вашему, качеств не хватает современным предпринимателям г. Москвы?

- 7.1. Способность к риску 7.2. Профессионализм
7.3. Ответственность 7.4. Управленческие навыки
7.5. Коммуникативные навыки 7.6. Другое

8. Что бы Вас мотивировало для открытия собственного дела?

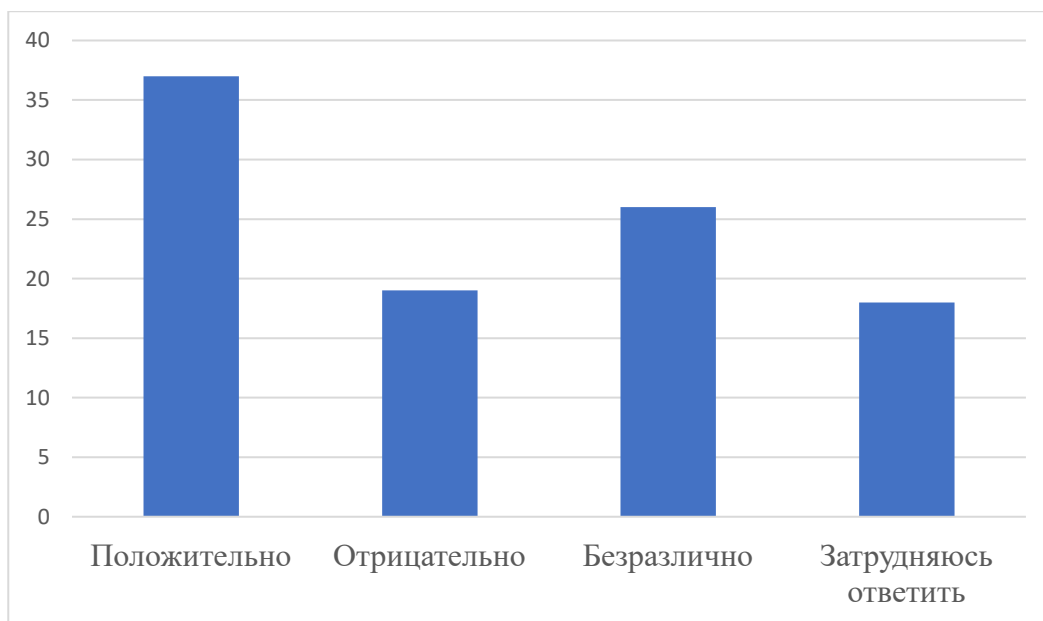
- 8.1. Административный ресурс 8.2. Профессиональные навыки
8.3. Семья и окружение 8.4. Экономическая обстановка
8.5. Другое

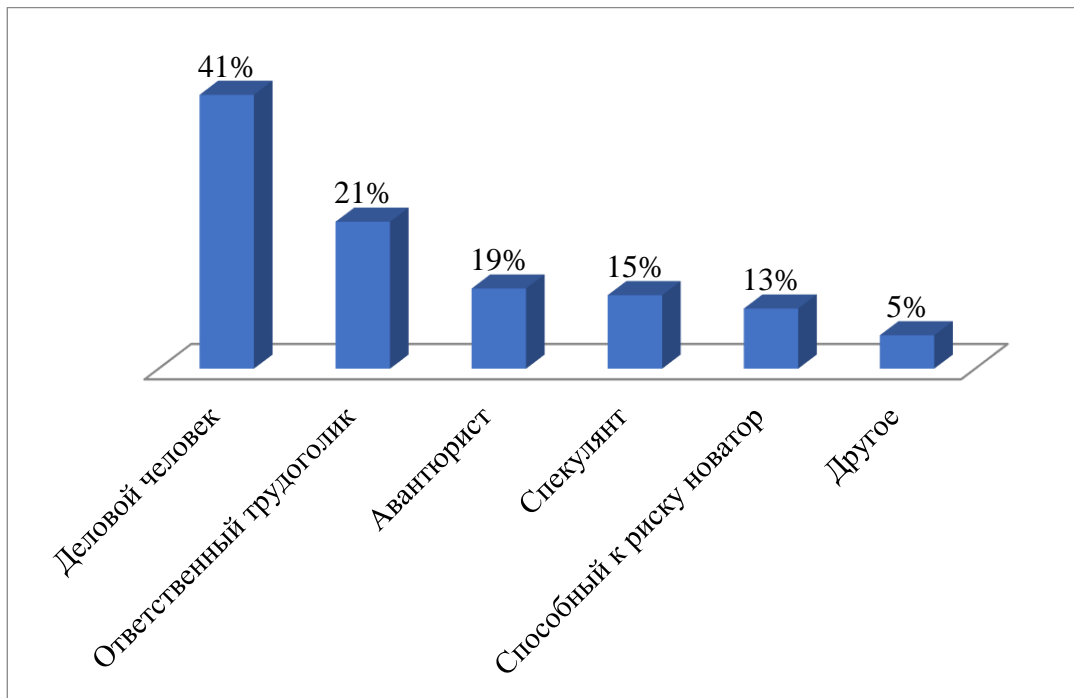
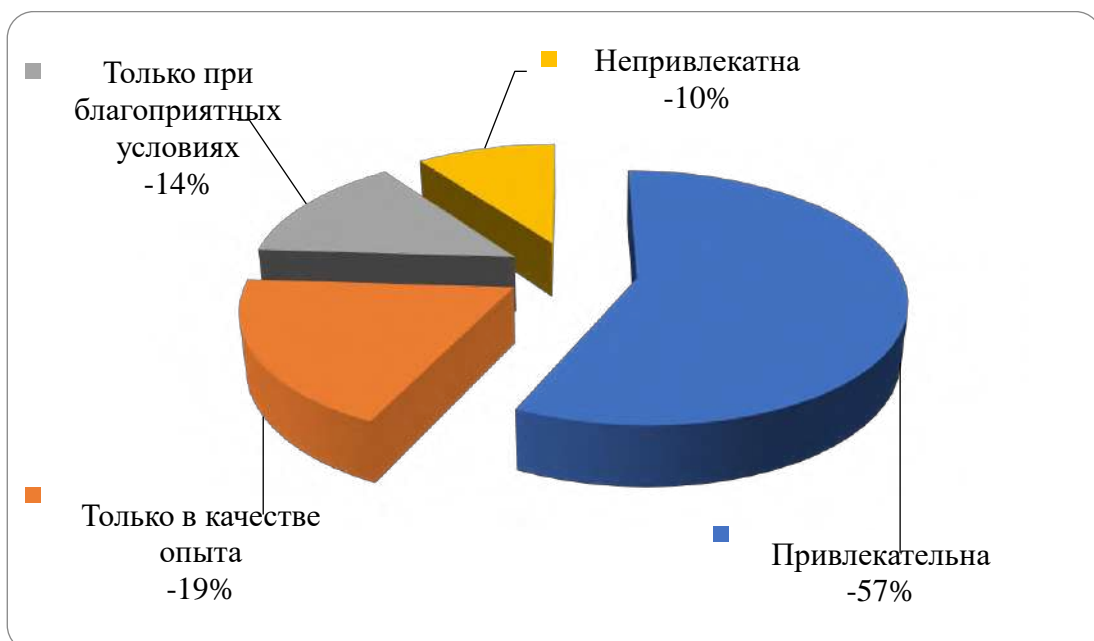
БЛАГОДАРИМ ЗА СОТРУДНИЧЕСТВО!

Социальный портрет предпринимателей г. Москвы

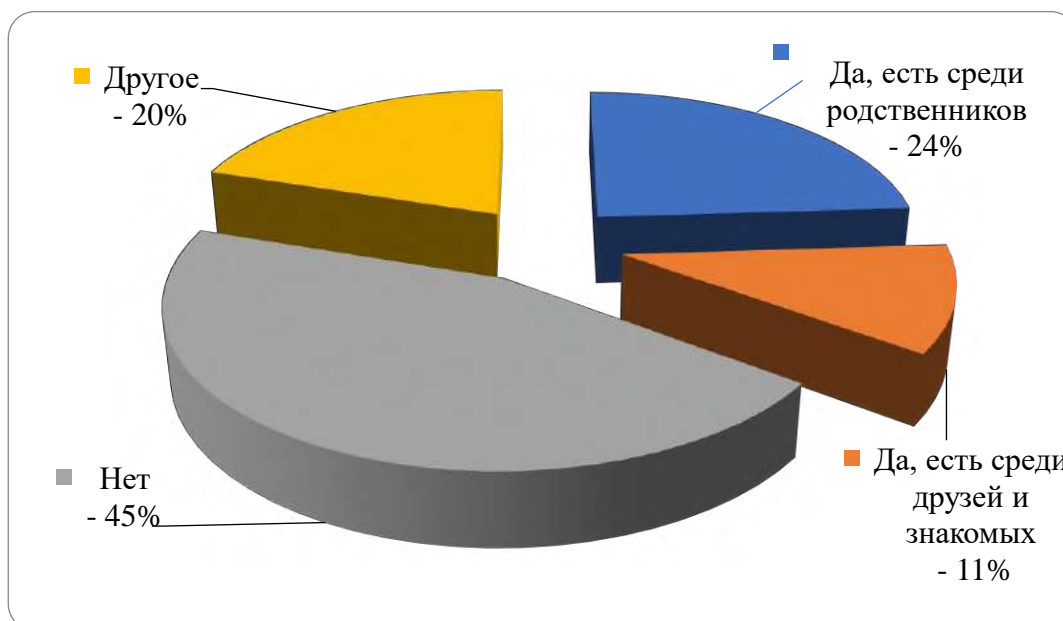
Опрос проводился методом структурированного интервью среди 105 студентов разных курсов и различных факультетов высших образовательных заведений Юго-Западного АО г. Москвы (РГГРУ, РУДН, МТУ МИРЭА), выборка случайная.

Как Вы относитесь к людям, ведущим предпринимательскую деятельность?

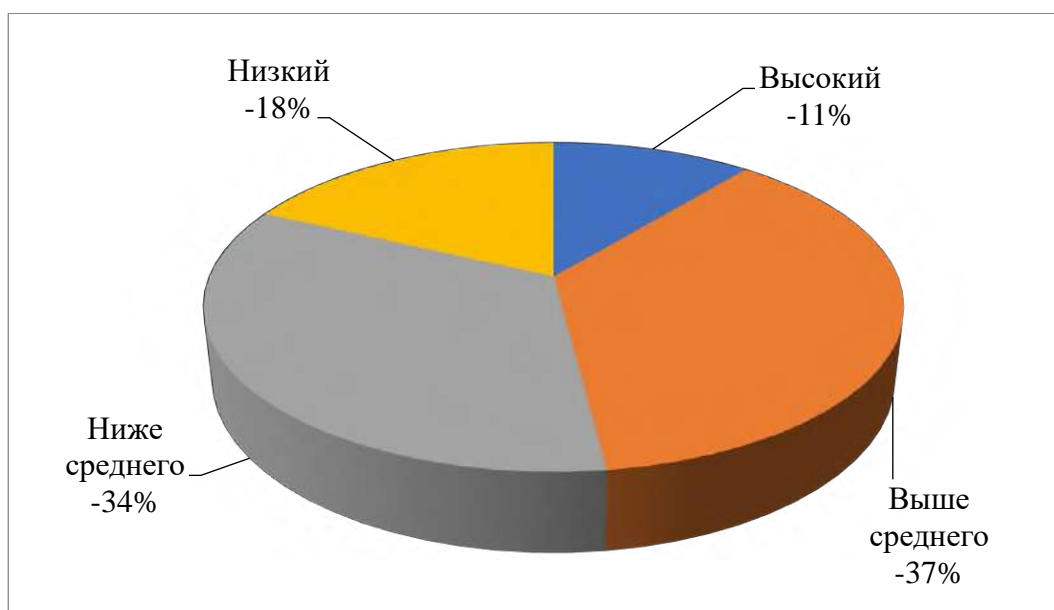


С каким образом человека у Вас ассоциируется предприниматель?**Насколько привлекательна для Вас предпринимательская деятельность?**

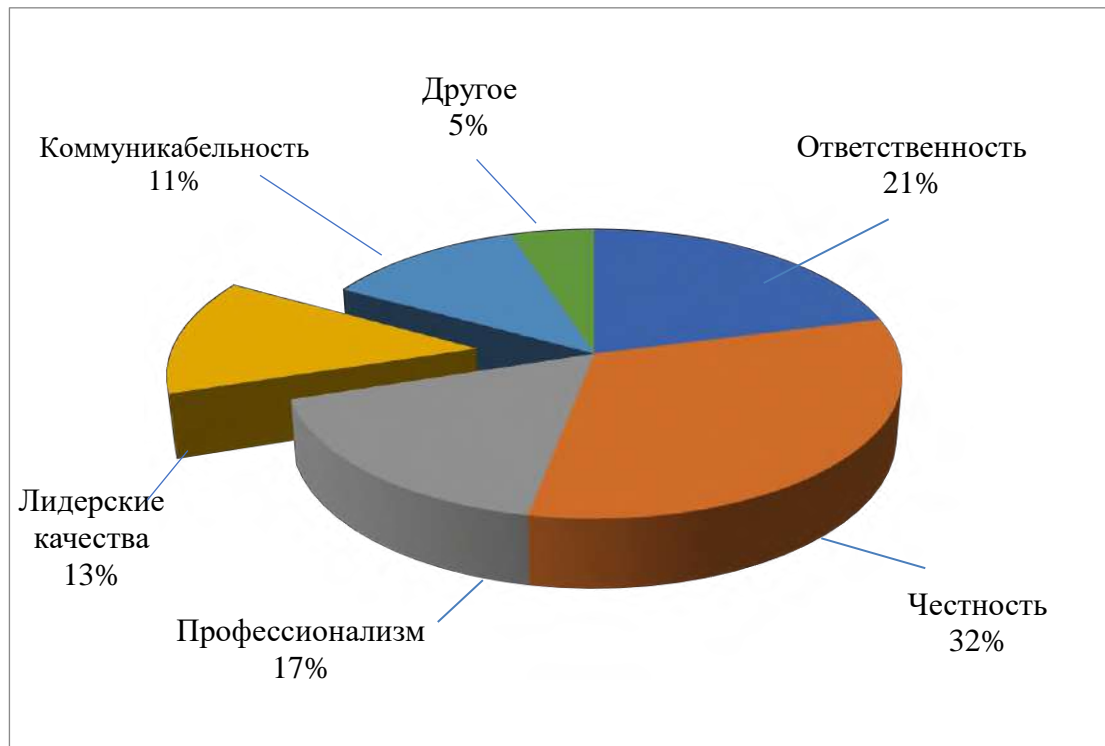
Есть ли среди Ваших знакомых или родственников те, кто ведет предпринимательскую деятельность?



Как Вы оцениваете культурный уровень современных московских предпринимателей?



Каких, по-вашему, качеств не хватает современным предпринимателям г. Москвы?



Что бы Вас мотивировало для открытия собственного дела?



**«СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИЩЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В УСЛОВИЯХ МЕГАПОЛИСА»**

ассоциативное интервью с субъектами малого и среднего бизнеса
г. Москвы по «гнездовой» выборке, 2016-2017 гг., N = 61

Ответы частников ассоциативного интервью

Респондент 1: Александр, 37 лет, владелец автомойки: «Проблема непонимания и недоверия: доверие падает от однообразия подходов и малой эффективности поддержки предпринимательства со стороны чиновников. Можно заранее предугадать, как будет реализована та или иная инициатива и чем она закончится. Все их начинания не отражают существа жизни в России».

Респондент 2: Сергей, 42 года, консалтинг: «Складывается отчетливое ощущение, что власти боятся признать очевидное: вся система поддержки предпринимательства на сегодняшнем этапе представляет комплекс несущественных мер, больше похожих на формальные отчеты, чем на поддержку бизнеса».

Респондент 3: Анастасия, 32 года, хозяйка салона красоты: «Многие работают в тени, потому что так ты меньше привлекаешь внимания со стороны влиятельных конкурентов во власти. Необходимо защищать предпринимателей, которым «непосчастливилось» оказаться конкурентами родственников и друзей влиятельных государственных чиновников».

Респондент 4: Анатолий, 46 лет, фермер: «К сожалению, дойти до потребителя очень большая проблема. Много вопросов с монополизацией сетевых магазинов, нет розничных точек в виде моста от предпринимателей до населения».

Респондент 5: Юрий, предприниматель: «Малому бизнесу нужен один вид помощи – просто не мешать: несоразмерными налогами, бесконечными правовыми изменениями, необоснованными проверками. Нужны четкие законы и понятные правила игры».

Респондент 6: Александр, 38 лет, предприниматель: «Нет возможности даже обеспечить базовый комфорт в офисе, не говоря уже о рекламе».

Респондент 7: Владимир, 32 года, предприниматель, не женат: «Странно, что государство до сих пор не стимулирует предпринимателей, у которых официально работают наиболее незащищенные слои населения (пенсионеры, студенты, инвалиды) налоговыми льготами, и наоборот – не повышает их при найме мигрантов».

Респондент 8: Алексей, 47 лет, предприниматель агросектора: «Особые сложности возникают с хранением сельхоз продукции, например, зерна. Строительство новых крупных элеваторов идет незначительными темпами, а те, что имеются – сдаются в аренду по слишком высоким тарифам».

Респондент 9: Андрей, 39 лет, предприниматель-автоперевозчик: «Множество нелегальных автоперевозчиков, начиная от таксиста-нелегала до хорошо слаженных этнических группировок таксистов и маршруточников, практически не поддающиеся учету и наказанию за правонарушения, планомерно уничтожают легальный бизнес автоперевозок».

Респондент 10: Сергей, 46 лет, предприниматель в сфере аренды жилья: «Сложно бороться с практически неконтролируемым рынком сдачи в аренду жилья. Выявление теневых арендодателей не составляет труда. Трудности возникают с профилактикой подобных нарушений».

Респондент 11: Иван, 51 год, предприниматель: «Бесконечно выматывает и утомляет постоянная нестабильность и неопределенность в экономической политике государства и новые правила игры для предпринимателей!».

Респондент 12: Наталья, предприниматель, 32 года, замужем: «Практически невозможно добиться установок вендинговых автоматов в метро. Это при том, что московское метро занимает третье место в мире (после Токио и Сеула) по загруженности».

Респондент 13: Влад, 43 года, ресторатор: «Правила игры в нашей стране не отличаются ни постоянством, ни конкретикой. Приходится буквально на собственных шишках подстраиваться под всевозможные нюансы российского

законотворчества. Отсюда частое банкротство: многие не переходят пятилетний рубеж».

Респондент 14: Александр Иванович, 54 года, предприниматель: «Складывается впечатление, что власть искусственно создает всевозможные преференции для производителей контрафактной продукции: с этим никто толком не борется и видимо не собирается бороться! Ущерб от таких дельцов для честных предпринимателей – колоссальный!»

Респондент 15: Михаил: «Постоянно ощущаю на себе негатив со стороны разного рода ведомств. Очень хотелось бы иметь ощущение своей полезности и нужности для государства».

Респондент 16: Оксана Викторовна: «Не понимаю необходимость такого количества банков в России, которые не инвестируют в развитие страны, а занимаются в основном ростовщичеством».

Респондент 17: Екатерина, предприниматель, 32 года, не замужем: «Бизнес должен быть привлекателен не только снаружи, но и изнутри. Он должен иметь все необходимые качества привлекательной женщины: аргументированным, интересным, ухоженным, благодарным, независимым.»

Респондент 18: Константин, предприниматель, 34 года: «Все предложения банков на поверку оказываются либо незначительно выигрышными, либо бесполезными. Нет продуктов, обеспечивающих одновременно и удобство и значимость. В основном преобладает скрытый интерес банка, завуалированный под некое выгодное для ИП предложение. У большинства, если не у всех, банковских программ «поддержки предпринимателей» есть множество подводных камней».

Респондент 19: Владимир, предприниматель, 38 лет: «Я, как и многие мои знакомые предприниматели, стараюсь не делать далеко идущие выводы из ничего не значащих вещей. Декларирование прописных истин без реальной поддержки малого бизнеса не приносит никаких дивидендов, кроме разочарования. Робкие попытки государства решить хотя бы часть накопившихся проблем предпринимателей, приведут лишь к незначительной

корректировке, косметическому эффекту, не более».

Респондент 20: Владимир Петрович, предприниматель, 44 года: «Очень важно для предпринимателя иметь крепкий социально-экономический тыл: семья, родители, хорошие родственные связи. Это в первую очередь выражается в такой особенности внутренней политики государства, которая позволяет не мучиться вопросами выживания в непростой экономической ситуации твоим близким родственникам (работа, пенсии, пособия и пр.). Предприниматель может всецело посвятить себя бизнесу, не отвлекаясь на решение множества задач социально-психологического плана».

Респондент 21: Виктор Сергеевич, предприниматель, руководитель студии промышленного дизайна, 52 года: «Существуют определенные проблемы в коммуникации с чиновниками различных ведомств. Иногда поражают не только формальные отписки, но и полная неосведомленность отдельных чиновников, их надменность, нежелание вникнуть в суть проблемы и разобраться в ее решении».

Респондент 22: Николай Иванович, предприниматель, туристический бизнес, 47 лет: «Ведение бизнеса в России осложняется крайне неустойчивой законодательной политикой государства, изменяющейся по усмотрению властных структур в различных плоскостях, в ограниченном периоде годности самих законов и распоряжений, которые спустя какое-то время можно признать недействительными, вредными, незаконными. Отсутствие законности и справедливости в самом законе».

Респондент 23: Михаил Алексеевич, 43 года: «Мне представляется, что самая главная причина неразвитости малого предпринимательства лежит в кризисе доверия между властью и малым бизнесом: все обещанные послабления для предпринимателей на поверку оказываются либо незначительными, либо изначально не проработанными, неудобными и непонятными в реализации».

Респондент 24: Анна Ивановна, предприниматель, 37 лет: «В людях все меньше ценностных ориентиров, направленных на полезность и дальнейшее

созидание общества в целом, не только своего будущего. Нет преемственности созидания во благо будущего поколения страны, нет ощущения государственного единства и развития. Есть осязаемое чувство необходимости выживания в краткосрочном будущем. Все больше недопониманий со стороны действия властей приводит к осознанию нахождения себя в чужом государстве».

Респондент 25: Алексей Иванович, предприниматель, 46 лет: «Планируем сознательно с семьей уехать в деревню недалеко от Московской области. Хотим открыть там свое подсобное хозяйство. Здесь все сложно: налоги, суды, люди, экология».

Респондент 26: Кирилл Алексеевич, предприниматель, 37 лет: «До сих пор не понимаю действий правительства страны по принимаемым экономическим реформам, не могу ничего спланировать, подозреваю, что подобная ситуация в экономике будет только ухудшаться. Ничего хорошего не ожидаю. Seriously задумываюсь о сворачивании бизнеса».

Респондент 27: Татьяна Александровна, 43 года, предприниматель: «Отсутствие льгот, субсидий и дотаций. Вне зависимости от своей прибыли и местонахождения, предприниматель обязан платить налоги. Тот же торговый сбор практически подорвал мой бизнес. Налоговая нагрузка возросла на нас однозначно, а вот насколько она экономически эффективна и полезна в долгосрочном плане – не известно!»

Респондент 28: Сергей Михайлович, 46 лет, предприниматель: «Любые формы поддержки возможны только при сильной политической воле, а ее нет. На выборы не хожу, считаю их профанацией. Сомнительная процедура подсчета голосов, а также фактическая безнаказанность за подтасовку итогов выборов не добавляет оптимизма в надежды на улучшения жизни предпринимателей в нашей стране».

Респондент 29: Павел Владимирович, 38 лет, предприниматель: «Массу проблем доставляют также и завистливые, неадекватные жалобщики, злоупотребляющие своим правом на обращение в контролирующие органы.

Мало того, что расходуется время на проверку обстоятельств дела по их жалобе, к этому прибавьте всю нервозность и без того моего депрессивного состояния. В большинстве своем информация по жалобам не подтверждается, но самое обидное, что эти граждане не несут никакой ответственности. Было бы неплохо их привлекать к ответственности за клевету и компенсировать ими понесенные предпринимателями моральный и материальный ущерб».

Респондент 30: Альберт Иванович, 51 год, предприниматель: «Необходимо убрать бесконечную бумажную волокиту при отчетностях, оптимизировать их различные формы. Непонятно для чего вообще нужно такое количество отчетных листов, если всю необходимую информацию можно представить на одном, максимум двух листах отчетности. В конце концов, в 21 веке должен существовать адекватный электронный документооборот, его необходимо повсеместно внедрять».

Респондент 31: Светлана, 35 лет, предприниматель: «Проблема российского законодательства в том, что как правило, страдают в первую очередь законопослушные граждане. Постановка на учет в налоговом органе в качестве предпринимателя приносит проблем значительно больше, чем работа нелегально. Тот, кто работает нелегально, экономит и деньги, и нервы в отличие от легального предпринимателя. Это как оплата проезда в городском общественном транспорте, после того как убрали турникеты: проезд оплачивают в основном добропорядочные граждане, большинство же пассажиров, пользуясь бесконтрольностью, вообще не оплачивают проезд».

Респондент 32: Алексей, 34 года, предприниматель: «Больше всего опасаясь представителей правоохранительных органов и их возможностей по надуманным причинам оказывать давление, угрожать и штрафовать».

Респондент 33: Александр Николаевич, 46 лет, предприниматель: «Бюрократические проволочки, издевательские отписки, множество нелепых согласований. Сумма представительских расходов, требуемых на различные подарки для задабривания и ускорения производства, оформления и

согласования, занимает существенную долю всех расходов».

Респондент 34: Максим. 35 лет, предприниматель: «Конкуренция с теневым сектором нелегальных товаров и услуг не поддается описанию. Особенно ощутимо это для официальных ремонтников, как наша фирма. Рынок отделочных работ сильно подрывают некомпетентные бригады, работающие по черной схеме, откровенно демпингующие цены при этом без какого-либо административного или налогового учета. Никто ими по-настоящему не занимается и, судя по всему, это очень коррумпированный сектор».

Респондент 35: Олег Владимирович, 43 года, предприниматель: «Реального облегчения для ИП-шников не наблюдается. Постоянные разговоры о снижении налогового бремени ни к чему не приводят. Никто не хочет принимать во внимание количество различных платежей, которые не учитываются как налоговые – торговый сбор, экологический сбор и т.п. Необходимо навести порядок во всех этих официальных платежах, и учитывать их при составлении «бравых отчетов» руководству страны».

Респондент 36: Марина Вячеславовна, предприниматель: «Малый бизнес самый незащищенный перед различного рода провокациями, административным давлением и криминалитетом. В больших компаниях могут позволить содержать целый штат опытных юристов и «нужных для бизнеса людей во власти», а нам это не по карману. Для нас штрафы во многом действуют разорительно, но самое обидное, что к штрафным санкциям очень избирательный, я бы сказала коррупционный подход».

Респондент 37: Артем, 31 год, предприниматель: «Очень осложняют работу навязанные «уважаемыми людьми» посреднические конторы, через которые необходимо входить на определенный рынок. Без них – на рынок вход закрыт».

Респондент 37: Дмитрий Владимирович, 44 года, предприниматель: «На российском рынке потребительских услуг настоящая вакханалия с количеством предложений от людей без соответствующего образования,

знаний, умений. Все ограничивается сомнительным опытом и безответственностью. Возможно что угодно предложить без каких-либо последствий: от строительства деревянных срубов, до обслуживания сложных инженерных систем».

Респондент 38: Николай, 37 лет, предприниматель: «Не понимаю: почему не поддерживаются предприниматели, предлагающие инновационные и технологические решения в вопросах благоустройства города. Для чего, например, используется низкоквалифицированный труд множества мигрантов для укладки плитки или бордюра при ремонте улиц, если во всем мире уже давно применяются специальные технические устройства скорость и качество работы которых в разы выше. Наши предложения никому не интересны».

Респондент 39: Ольга Сергеевна, предприниматель: «Поражает тот факт, что практически любая попытка правовой защиты своих интересов вызывает искреннее недоумение как со стороны нарушителя, так и регулирующих органов, определяющих данные действия как некое нарушение негласного кодекса «терпеливого согласия», доставляющее им неудобства и раздражение».

Респондент 40: Валентин Анатольевич, 47 лет, предприниматель: «Даже не представляю как в условиях падения потребительской уверенности граждан я смогу дальше держаться «на плаву». Крайне сложно чувствовать себя счастливым человеком, когда вокруг сплошной негатив: бедность населения, высокие налоги и штрафы, социальная напряженность».

Респондент 41: Игорь Сергеевич, 43 года, предприниматель: «Складывается устойчивое впечатление, что идет какая-то системная работа по планомерному уничтожению малого бизнеса. Последний год уверенно ухожу в минус и готовлюсь к закрытию бизнеса. На Правительство давно не надеюсь, понимая, что от чиновников, чьи активы и семьи давно вывезены за рубеж, ждать каких-либо улучшений просто утопично».

Респондент 42: Михаил, 51 год, предприниматель: «Решить что-то без крепкой административной поддержки для предпринимателя практически

невозможно. Давление на бизнес идет практически со всех сторон, особенно со стороны налоговых органов. Чистая прибыль практически не дает перспектив развиваться. Существоем исключительно ради возможности работать на себя, поскольку возраст...».

Респондент 43: Станислав, 37 лет, предприниматель: «Окончательно изматывает борьба за выживание с различными надзорными органами. Низкая скорость реакции власти на обращения предпринимателей усугубляется отсутствием конструктивной помощи или решения по наиболее важным вопросам. Все чаще осознаю бесперспективность ведения бизнеса в таких условиях».

Респондент 44: Альберт, 41 год, предприниматель: «Не жалею, что ушел в бизнес, но понимаю, что, если бы была возможность устроиться по протекции в государственный орган власти, без промедления принял бы его. Социальная защищенность любого чиновника в России в разы выше предпринимателя, пусть и успешного. В России предприниматель не защищен практически ни от чего».

Респондент 45: Оксана Викторовна, предприниматель: «Государственная монополия отражается во всех сферах жизнедеятельности нашего государства. Считаю, что в первую очередь класс предпринимателей пугает власть именно своей неумемной тягой к свободе и желанием самому творить свою судьбу. Такие люди вдумчивы, настойчивы и неподконтрольны администрации».

Процесс трансформации структуры малого бизнеса представлена на основе сравнения двух временных периодов

Наименование		Сравнительные данные по периодам, %						
Класс	Социальной группы	2009-2014 гг.						
		пол	возраст	образов	доход	место прожив.	интеллигент.	
Средний класс	Предприниматель	Муж.- 52; Жен.- 48	До 35 лет -15; Старше 35 лет - 85	Высшее- 71; Ср.спец.- 21; Ср.полное – 8	Выше ср. – 44; Ниже ср. -56	Местн.- 82; иномород.- 18	44	
Владелец								
Администрация	Функциональный руководитель	Муж.- 61; Жен.- 39	До 35 лет -44; Старше 35 лет - 56	Высшее- 84; Ср.спец.- 14; Ср.полное – 2	Выше ср. – 32; Ниже ср. -68	Местн.- 56; иномород.- 44	47	
Исполнители среднего звена	Функциональный специалист	Муж.- 57; Жен.- 43	До 35 лет -75; Старше 35 лет - 25	Высшее- 63; Ср.спец.- 18; Ср.полное – 19	Выше ср. – 29; Ниже ср. -71	Местн.- 34; иномород.- 66	32	
Нижний класс (рабочий класс)	Функциональный рабочий	Муж.- 74; Жен.- 36	До 35 лет -21; Старше 35 лет - 79	Высшее- 12; Ср.спец.- 71; Ср.полное – 17	Выше ср. – 14; Ниже ср. -86	Местн.- 21; иномород.- 79	16	
Исполнители нижнего звена								
		2015-2019 гг.						
Средний класс	Предприниматель	Муж.- 54; Жен.- 46	До 35 лет -17; Старше 35 лет - 83	Высшее- 72; Ср.спец.- 24; Ср.полное – 4	Выше ср. – 31; Ниже ср. -69	Местн.- 82; иномород.- 18	42	
Владелец								

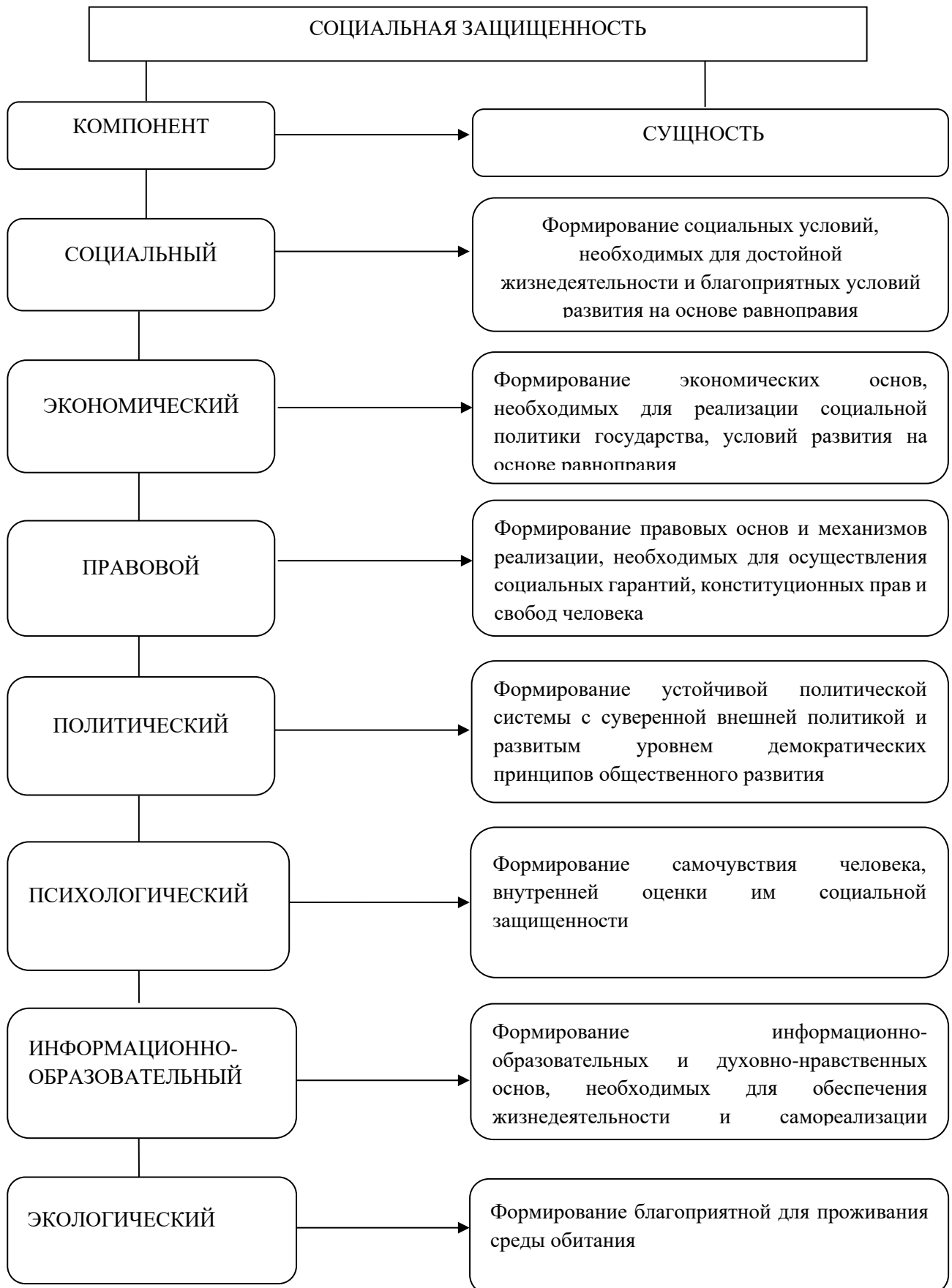
Администрация	Функциональный руководитель	Муж.- 64; Жен.- 36	До 35 лет -58; Старше 35 лет - 42	Высшее- 84; Ср.спец.- 14; Ср.полное – 2	Выше ср. – 33; Ниже ср. -67	Местн.- 61; иногород.- 39	41
Исполнители среднего звена	Функциональный специалист	Муж.- 57; Жен.- 43	До 35 лет -75; Старше 35 лет - 25	Высшее- 63; Ср.спец.- 18; Ср.полное – 19	Выше ср. – 29; Ниже ср. -71	Местн.- 41; иногород.- 39	31
Низший класс (рабочий класс)	Функциональный рабочий	Муж.- 74; Жен.- 36	До 35 лет -21; Старше 35 лет - 79	Высшее- 12; Ср.спец.- 71; Ср.полное – 17	Выше ср. – 14; Ниже ср. -86	Местн.- 34; иногород.- 66	16

Методология подсчета

За средний уровень дохода принимался доход равный средней зарплате по региону в конкретный период опроса.

Место проживания определялось: местный – респондент, имеющий постоянную регистрацию в г. Москве и ближнем Подмосковье; иногородний - имеющий постоянную регистрацию в другом регионе России или ближнем зарубежье.

Интеллигентность определялась как среднее арифметическое полученных оценочных результатов опроса предпринимателей и работников относительно друг друга при ответе на вопрос: «Насколько Вы оцениваете интеллигентность Вашего руководства (Ваших подчиненных сотрудников)?»



Примерная модель
 сегментационной Программы поддержки малого бизнеса
 государственными (региональными) органами власти

Критерий	Этапы Программы поддержки		
	1	2	3
	S1, руб.	S2, руб.	S2, руб.
Социальный	Возраст, образование, семейное положение		
Экономический	Уровень доходов, закредитованность, наличие первоначальной суммы накоплений в размере половины от заявленной в программе капитала		
Правовой	Отсутствие уголовных наказаний за последние 10 лет по признакам преступлений, предусмотренных статьями УК РФ; отсутствие непогашенных правовых обязательств перед государством и гражданами		
Политический	Обладание действующим гражданством РФ не менее 10 лет, отсутствие второго гражданства		
Психологический	Дееспособность, отсутствие медицинских противопоказаний, препятствующих ведению предпринимательской деятельности		

Источник: разработка автора

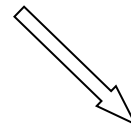
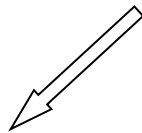
Примечание.

Увеличение суммы начального предпринимательского капитала S1, возможно в рамках предусмотренной государственной программой поддержки и происходит в результате оценки перспектив развития данного предпринимательского дела. Дополнительными стимулирующими критериями могут быть: служба в ВС РФ, участие в волонтерской и благотворительной деятельности.

Стимулирующие критерии для этапов 2 и 3 Программы поддержки предмет отдельного обсуждения.

Понятие профессиональной деятельности и ее критерии

Профессиональная деятельность – квалифицированную деятельность, основанную на теоретической базе и практическом опыте, направленную на выполнение работ, связанных с постоянным наращиванием своего профессионального потенциала (знаний, навыков, умений) и позволяющую иметь гарантированный источник дохода. Профессиональная деятельность предусматривает соответствующую культуру поведения, в основе которой автор выделяет нравственные составляющие: доброжелательность, порядочность, ответственность и др.



Зависимая: отсутствие юридически закрепленной гарантии оплаты труда, востребованность на рынке труда, коэф. эконом. зависимости $\eta < 1$, отсутствие свободного остатка, позволяющего осуществлять накопления.

Независимая: юридически закрепленная гарантия оплаты труда, высокая востребованность на рынке труда, коэф. эконом. зависимости $\eta > 1$, наличие свободного остатка, позволяющего осуществлять накопления.

Коэффициент экономической зависимости η может быть рассчитан по следующей формуле:

$$\eta = \frac{\text{Официальная часть заработной платы}}{\text{Неофициальная часть заработной платы}} \quad (\text{М.1})$$

Примечание. При отсутствии неофициальной части заработной платы, коэффициент η принимается равным:

$\eta = 1$, если официальная часть зарплаты менее 6 МРОТ;
 $\eta > 1$, если официальная часть зарплаты больше или равна 6 МРОТ.

Свободный остаток денежных средств (сальдо) – это размер денежных средств, который остается у работника в результате всех его поступлений и выплат.

Основа внутренней политики государства



Государство должно быть нацелено на создание основы для развития экономики – среднего класса и правовой среды (в частности, правовую культуру, как результат правового воспитания), позволяющих своевременно и требовательно реагировать на вызовы рынка, бороться с «монополией низких стандартов качества жизни».

Средний класс, как и правовая среда, в дальнейшем выступают взаимным регулятором друг друга.

При этом, рассматривается полноценный средний класс, в котором, помимо материального достатка, существует социальная составляющая, нацеленная на развитие профессиональных, духовных и созидательных компетенций. Иными словами, полноценный средний класс должен испытывать потребность в самореализации и инвестировании, предполагающих определенную социальную значимость.

Перечень
наиболее распространенных административных правонарушений,
по мнению предпринимателей, со стороны недобросовестных конкурентов
и предусмотренная мера ответственности согласно Кодекса РФ об
административных правонарушениях [3]

Наименование нарушения	Наказание	Примечание
Нарушение установленного срока подачи заявления о постановке на учет в налоговом органе	штраф от 500 до 1000 руб.	п.1 ст.15.3 КоАП
Нарушение установленного срока подачи заявления о постановке на учет в налоговом органе, сопряженное с ведением деятельности без постановки на учет в налоговом органе	штраф от 2000 до 3000 руб.	п.2 ст.15.3 КоАП
Непредставление (несообщение) сведений, необходимых для осуществления налогового контроля	штраф от 100 до 300 руб.	Ст.15.6 КоАП
Уклонение от оформления или ненадлежащее оформление трудового договора либо заключение гражданско-правового договора, фактически регулирующего трудовые отношения между работником и работодателем	штраф от 5000 до 10000 руб.	п.4 ст.5.27 КоАП
Осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации или без специального разрешения (лицензии)	штраф от 500 до 2000 руб.	п.1 ст.14.1. КоАП
Осуществление предпринимательской деятельности без специального разрешения (лицензии), если такое разрешение (такая лицензия) обязательно (обязательна)	штраф от 2000 до 2500 руб.	п.2 ст.14.1. КоАП
Осуществление предпринимательской деятельности с грубым нарушением требований и условий, предусмотренных специальным разрешением (лицензией),	штраф от 4000 до 8000 руб.	п.4 ст.14.1. КоАП
Нарушение правил перевозок пассажиров и багажа легковым такси	штраф от 1000 до 3000 руб.	Ст.11.14.1 КоАП
Фактическое ведение незарегистрированной предпринимательской деятельности на протяжении более 90 дней	штраф в 20% от извлеченных гражданином доходов, но не менее 40 000 руб.	Статьи 116 и 117 Налогового кодекса
Продажа товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества или с	штраф от 1000 до 2000 руб.	Ст.14.4 КоАП

нарушением установленных законодательством РФ требований		
Незаконная продажа товаров (иных вещей), свободная реализация которых запрещена или ограничена	штраф от 1500 до 2000 рублей с конфискацией или без	Ст.14.2 КоАП
Нарушение правил продажи отдельных видов товаров	штраф от 300 до 1000 руб.	Ст.14.15 КоАП
Обман потребителей	штраф от 3000 до 5000 руб.	Ст.14.7 КоАП
Незаконное использование средств индивидуализации товаров (работ, услуг)	штраф от 5000 до 10000 руб.	Ст.14.10 КоАП

**Примерный перечень необходимых к изучению дисциплин
для направления «Предпринимательское дело», без учета количества часов**

№ п/п	Наименование дисциплины	Общее количество часов
1	Бухгалтерский учет	Ч1
2	Налоги и налоговая система	Ч2
3	Финансово-экономический анализ предприятия	Ч3
4	Основы экономического и социального прогнозирования в условиях рынка	Ч4
5	Бизнес-планирование	Ч5
6	Организация и работа в стартапе (start-up)	Ч6
7	Тайм-менеджмент и делегирование полномочий	Ч7
8	Экономическая география	Ч8
9	Современные информационные технологии в экономике	Ч9
10	Стратегический финансовый менеджмент	Ч10
11	Риск-менеджмент	Ч11
12	Логистика и управление цепями поставок	Ч12
13	История экономики и предпринимательства	Ч13
14	Основы государственного и муниципального управления	Ч14
15	Управление персоналом	Ч15
16	Основы делопроизводства	Ч16
17	Основы профессиональных коммуникаций	Ч17
18	Культура речи и делового общения	Ч18
19	Конституционное право России	Ч19
20	Предпринимательское право. Правовые основы предпринимательства	Ч20
21	Основы трудового законодательства России	Ч21
22	Производственная практика	Ч22

Источник: разработка автора

Главной особенностью программы: по некоторым дисциплинам вместо теоретических зачетов и экзаменов студент представляет к защите собственный бизнес-проект (бизнес-план), который может лечь в основу выпускной квалификационной (дипломной) работы. Конечным же результатом дипломной работой, должен стать бизнес, приносящий доход.