

СОЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И БАРЬЕРЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТОЛИЧНОМ МЕГАПОЛИСЕ

Воронов В.В.¹, Никонов В.А.²

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательская деятельность, факторы трансформации, работники малого бизнеса, столичный мегаполис, барьеры и возможности.

Аннотация

Цель статьи: изучение и анализ особенностей развития малого бизнеса в столичном мегаполисе, которое осуществляется преимущественно в сфере торговли и услуг, как правило, в условиях низких горизонтов планирования и низкой социальной защищённости большинства субъектов малого бизнеса, всех его заинтересованных участников, включая наёмных работников.

Методы исследования: влияние социально-экономических факторов на процессы трансформации малого бизнеса обоснованы с позиции неинституциональной методологии, предполагающей усиление влияния социальных факторов: политических, правовых и психологических в комплексе, уделяя значительное внимание изучению взаимосвязи между ними. Эмпирической основой исследования выступили авторские социологические опросы (количественные и качественные) среди основных участников малого бизнеса в г. Москве в период 2014–2022 гг.

Полученные результаты: снижение государственного регулирования и контроля в системе правовых и этических норм, стиле руководства, организации хозяйственной деятельности субъектов малого бизнеса влечёт за собой процессы, направленные на ведение малого бизнеса в привычной для него полулегальной серой среде деятельности, пренебрежением трудового законодательства и возможных имиджевых потерь. Социальные трансформационные процессы малого бизнеса (предпринимательства) являются отражением изменений, происходящих внутри общества и связаны с ними. В результате исследования выявлено, что государственное регулирование и поддержка малого бизнеса нуждаются в значительных изменениях для повышения социальной ответственности всех его субъектов. Государственное управление социально-экономическими процессами развития малого бизнеса также нуждается в преобразованиях с позиции социальной справедливости для деятельности индивидуальных предпринимателей, для всех других экономически активных граждан.

Научная новизна: предложено, что для качественных новых положительных изменений необходимы продолжительный период развития модального сознания основных участников малого бизнеса (предпринимательства) и благоприятная внешняя и внутренняя среда предпринимательства.

DOI: 10.24412/2226-0692-2024-3-81-90

Введение

В настоящее время малый бизнес московского мегаполиса по-прежнему испытывает трудности в разрешении ключевых проблем становления, поддержки и развития, хотя прошло тридцать лет с начала рыночных реформ и реализации различных государственных программ поддержки предпринимательства. Внимание исследователей всё больше привлекают вопросы предпринимательской активности граждан, их вовлеченность в социально-трудовую среду малого бизнеса, социально-экономические факторы, влияющие на процесс развития малого бизнеса. Однако, если на первых порах

рыночных реформ 90-х годов прошлого века предпринимательская активность людей в мегаполисах была, во многом, формой адаптации к тяжёлой экономической ситуации в стране, то в последующие периоды стабилизации экономики возникает необходимость всестороннего анализа факторов, оказывающих влияние на процессы трансформации малого бизнеса.

В экономике государства именно мегаполисы, особенно московский, как центры притяжения финансовых и трудовых ресурсов, играют ключевую роль. Они же демонстрируют максимальные резуль-

¹ Воронов Виктор Васильевич, доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН, г. Москва, Российская Федерация. E-mail: voronov@isras.ru

² Никонов Владимир Александрович, кандидат социологических наук, инженер-наладчик ООО «МСУ-18», г. Москва, Российская Федерация. E-mail: nikon561@yandex.ru

Обзор литературы

таты 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.

Малый бизнес, как неотъемлемое звено экономики многих развитых стран мира, реализует широкий спектр социальных функций: от решения задач в сфере занятости населения и удовлетворении его потребностей до реализации гражданином своего профессионального потенциала; снижения социальной напряжённости вследствие конкуренции за трудовые ресурсы граждан и, соответственно, растущего спроса на них.

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. Разнообразные государственные и частные проекты в поддержку малого бизнеса не могут быть реализованы в полной мере без учёта субъективных и объективных, внешних и внутренних факторов, качественно влияющих на его социальную трансформацию в пространстве и во времени.

Вне поля зрения для понимания процесса становления и развития малого бизнеса остаются социально-профессиональные компетенции, мотивации и условия взаимодействия представителей социальных групп, входящих в социальную структуру малого бизнеса [13], восприятие ими своих позиций, удовлетворённость 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.

Таким образом, цель статьи – выявление тенденций развития и преобразования малого бизнеса в крупных городах Российской Федерации (на примере г. Москвы) и факторов, влияющих на данные процессы. Для достижения цели необходимо решить взаимосвязанные задачи, среди которых анализ и осмысление трансформации малого бизнеса, как процесса кардинального изменения сознания его участников, отражающегося на культуре поведения и восприятии деловых норм, в условиях мегаполиса, а также научное обоснование решения основных социально-экономических вопросов развития этого бизнеса. В связи с этим научная проблема исследования определяется, с одной стороны, актуализацией задач развития малого бизнеса в мегаполисе, а с другой – отсутствием консолидированного понимания элементов его социально-стратификационной структуры, направленности процесса трансформации этой формы бизнеса в результате социальных взаимодействий малого бизнеса с его внутренней и внешней средами.

Экономический аспект категорий «предпринимательство», «малый бизнес» их структура и содержание, отражены в работах Е.А. Ивановой [4], А.А. Плеслова [12], Ф.Э. Шереги [13] и других авторов. Социологический аспект данного феномена рассматривали в своих трудах А.В. Виленский, А.Ю. Чепуренко, которые рассмотрели основы деятельности в области малого и среднего бизнеса и раскрыли их базовые принципы в уже сложившейся практике государственной, муниципальной и общественной поддержки в условиях крупного мегаполиса [2; 3; 15].

Особый интерес в аспекте исследования социальных возможностей и барьеров предпринимательства представляют работы двух классиков социологии: Й. Шумпетера и К. Поланьи. Основатель социологии предпринимательства Й. Шумпетер главной задачей предпринимателя считал создание «новых комбинаций» в производстве, дающих преимущество перед конкурентами и приводящими к качественным социальным трансформациям в экономической деятельности.[14]. К. Поланьи содержательно и критично рассмотрел социальные последствия рыночной экономики в социолого-экономических контекстах её встроенности в социальное пространство общества [11].

Современные тенденции развития малого бизнеса в условиях роста цифровизации экономики, рассматриваются разными исследователями [4; 7; 9]. В отечественной науке также многими исследователями принято рассматривать предпринимательство с точки зрения его инновационной и социальной пользы [1; 5; 8]. Авторы статьи тоже внесли вклад в раскрытие особенностей современного малого бизнеса столичного мегаполиса с учётом изменения трудовых установок его основных участников [10]. Для приобретения социальной ответственности бизнеса, по мнению учёных, необходима вдумчивая и целенаправленная политика государства. Так, М.Ф. Черныш справедливо считает, что основная задача социального государства – максимально оградить человека от риска быть униженным бедностью, гарантируя ему обеспечение равных прав и возможностей. Возможность использовать свой потенциал благодаря грамотной социальной политики, а не вследствие сложившихся социально-экономических обстоятельств [6]. М. Цуланов изложил новые московские программы поддержки малого и среднего бизнеса до 2026 г., делая особый акцент на том, что этот бизнес «по-прежнему ждёт» роста льготного кредитования.³

³ Цуланов М. Москва сохранит поддержку предпринимательства до 2026 года. -Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/11/23/1007402-moskva-sohranit-programmi-podderzhki-predprinimatelei> : (дата обращения 29.03. 2024).

Сводная таблица статистики малого бизнеса по г. Москве за 2016—2022 гг.

| Количество 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 | 2022 | 820736 | 409549 | 33809 | 375753 | 1627 |
| Работников, чел. | | 1918338 | | | | |
| Видов продукции | | 1862 | | | | |

Источник: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) // ФНС России, июнь 2022 г. URL: <https://rmsp.nalog.ru>, 04.02. 2024.

Методология и методы

В качестве общеметодологического подхода выступают системный, сравнительный, функциональный анализ функционирования малого бизнеса на основе отечественных и зарубежных работ по анализируемой теме. Применена методология неонституционализма, выступающая новизной в отечественном научном познании в области социальных аспектов развития малого бизнеса и послужившая основанием для проведения исследования.

Эта методология – отход от абсолютизации узко экономических факторов, с акцентированием внимания на социальных проблемах малого бизнеса, на возрастающей роли человека как гражданина, на развитии его личности, как основного экономического ресурса в современных условиях повышения значимости малых предприятий в разных отраслях народного хозяйства. Основным прикладным методом в работе является сравнительный анализ – сравнение во времени и по существу мотивов, задач, результатов деятельности малых предприятий в мегаполисе. В исследовании реализовано сочетание количественных и качественных социологических методов. Массовый анкетированный опрос представителей малого бизнеса, являющихся референтной группой, в формах личного интервью, телефонного интервью, комбинированной. В противоположность количественным, качественные (неформализованные) методы были ориентированы не на массовый сбор данных, а на достижение углублённого пони-

мания референтной группы и социальных явлений по теме исследования (кросс-секционные опросы). Использовались наблюдение (включённое, не включённое), индивидуальные глубокое интервью, фокус-группы.

Результаты и их обсуждение

Малый бизнес обеспечивает ведущие функции по занятости трудоспособного населения, увеличению доли вклада в ВВП, и многого другого, укрепляя социально-экономический потенциал страны в целом. Так, 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. Кроме того, доля микропредприятий от общего числа малых и средних предприятий Москвы неуклонно растёт с 93,5 % в 2016 году до 95,7 % в 2022 году (малые предприятия составляют 4%, а наименьшее количество – средние предприятия – не более 0,3%). Около 57 % (1,1 млн чел.) занятости в секторе малого бизнеса Москвы обеспечивает микробизнес (микропредприятия и индивидуальные предприниматели – ИП). Однако, вследствие сильного социального и географического расслоения граждан, работающих в Москве, здесь наблюдается распределение зон наибольшей генерации малого бизнеса. Анализ по г. Москве количества субъектов малого бизнеса показывает следующую картину (см. табл.1). Ежегодный показатель роста

количества индивидуальных предпринимателей в Москве, по которому столица занимает первое место в России, также сопровождается значительным ростом обратных процессов. Выявлены следующие основные трудности ведения малого бизнеса в Москве в 2019 году: несовершенство законодательства, административный прессинг, высокие налоговые отчисления. Основную долю затрат после аренды помещений предприниматели Москвы связывают с взаимодействием с властями. Основную долю затрат после аренды помещений предприниматели Москвы связывают с взаимодействием с властями. Выявлено, что лишь 2,7% субъектов малого бизнеса уверены в правовой возможности отстаивать законные интересы своего бизнеса в Москве вопреки воле региональных властей.

Один из авторов провёл в 2019 году интервью с владельцами малого бизнеса Москвы (n = 218)⁴, респонденты оценили уровень своей правовой защищённости 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 партнёрских обязательств, игнорирование требований судебных органов и другое), незаконной предпринимательской деятельностью.

Преобладающий спекулятивный характер рыночной деятельности не мотивирует малый бизнес столицы на производство потому, что 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.

В целом, малый бизнес Москвы демонстрирует устаревшую бизнес-модель: привычные действия по ситуации ввиду отсутствия долгосрочного планирования, слабой мотивации работников и низкой удовлетворённости клиентов. Ключевые моменты здесь заложены в низкой управленческой и корпоративной культуре, включая стиль общения и принцип обслуживания клиентов, в отсутствие у предприятия цели высшего порядка (миссии предприятия в

обществе), в утрате гибкости и привлекательности условий труда.

Данные Московского городского статистического управления о малом и среднем предпринимательстве в 2018 году, показывают следующее. По-прежнему самыми распространёнными сферами малого бизнеса в Москве являлись оптовая и розничная торговля (49%), предоставление различных услуг, среди которых строительство, консалтинг, транспортные перевозки, общественное питание и другое (35%), профессиональное обучение и научная деятельность (9%), обрабатывающее производство (7%).⁵

Более 78% опрошенных респондентов не считают возможным вести бизнес-планирование на срок более двух лет. Это связано в первую очередь с экономическими рисками: проблема защиты собственности и недобросовестность контрагентов – ключевые в обеспечении экономической защищённости предпринимателя (см. рис.1). Основной 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 регулирования предпринимательства на местах порождает дефицит здоровой конкуренции.

В настоящее время практически не рассматриваются такие немаловажные качества специалиста как профессиональное образование, культура поведения и наставничество. Доля креативных исполнителей, обладающих высокой мотивацией и важным набором профессионально-личностных качеств, по мнению работодателей, и их работников, остаётся на низком уровне. Примечательно, что причину такого положения работодателя видят в нехватке специалистов, а работники – в их избытке.

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.

Главной стратегией выживания среди владельцев и работников малого бизнеса в условиях их профессиональной и экономической неопределённости всё чаще выступают скрытые формы наёмного труда – аутсорсинг, аутстаффинг, посреднические схемы

⁴ Телефонное интервью с владельцами малого бизнеса мегаполиса по стратифицированной случайной выборке стационарных номеров коммерческих компаний г. Москвы «Социально-экономические проблемы предпринимательской деятельности» // Авторское социологическое исследование Никонова В.А., март-апрель 2019 г., n = 218 чел.

⁵ Распределение субъектов малого бизнеса в Москве по отраслям в 2018 г. // Малое и среднее предпринимательство г. Москвы. – Режим доступа: <https://mosstat.gks.ru> (дата обращения 02.04.2024).



Рис. 1. Экономические риски предпринимателей Москвы в % от общего числа опрошенных, n=218. Составлено по данным авторских кросс-секционных опросов владельцев малого бизнеса в г. Москве, 2019 г.

найма и оплаты труда, уход работодателя от своих трудовых обязательств.

Стремительно растут объёмы серого рынка труда. В период с 2009 по 2020 г., согласно анализам портала SuperJob, процент граждан, готовых работать по серой зарплате, практически не падал ниже 40%.⁶

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

Дешёвая и, по сути, юридически бесправная рабочая сила, является серьёзным 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 другое. 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 нашему мнению, является вакансия, предлагающая официальное трудоустройство в соответствии с трудовым законодательством, четким функционалом профессиональных обязанностей, условиями работы и оплатой труда, отвечающими профессиональным интересам работника. 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.

Согласно аналитическим данным ВЦИОМ, с 2004 г. сохраняется общая обстановка напряжённости и недоверия между предпринимателями и его работниками, выражающаяся в постоянном запросе работников на правовое регулирование данных отношений на государственном уровне.⁷

Малый бизнес Москвы замкнулся в определенных рамках кадровой селекции: предпочтение отдаётся гражданам, отличающихся 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.

Безальтернативность трудоустройства порождает целый сегмент сотрудников с признаками профессиональной маргинализации – внешняя причастность к профессии сочетается с внутренней ее неприязнью. Кроме того, зачастую социально-непривлекательные условия труда находят отклик ис-

⁶ Рынок труда в РФ 2020. / Исследовательский центр портала Superjob.ru, ноябрь 2016-ноябрь 2020 гг. – Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles>. (дата обращения 05.04. 2024).

⁷ Бизнес и предпринимательство. // Расширенная подборка данных ВЦИОМ, декабрь 2020 г. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lider2020-ideal-irealnost>. (дата обращения 29.03. 2024).

ключительно среди работников, сильно зависимых от жилищных условий, опыта работы и внутренних установок. В исследовании можно назвать таких работников – *десперативными*, то есть работниками, вынужденными принимать непривлекательные для себя условия труда вследствие сильной зависимости от ряда социально-экономических факторов. 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 платы⁸. 97% коммерческих организаций, по словам сотрудников, не имеют профсоюзов. Данный факт подавляющее число респондентов объясняет их нецелесообразностью ввиду низкой эффективности институтов защиты прав трудящихся и непрозрачными условиями труда (для 78,4% респондентов оплата труда насчитывалась по серым схемам).

Кроме того, что работа не по специальности наблюдается у 53% работников малого бизнеса. Также обращают на себя внимание низкие условия труда, в которых приходится трудиться большинству респондентов: отсутствие трудового договора – у 44% респондентов; 63% опрошенных работников сообщили, что не ознакомлены со своими функциональными обязанностями; регулярная задержка зарплаты – у 67% опрошенных работников; с регулярной переработкой сталкивается более 70% работников-респондентов; непрозрачность и субъективность оценки результатов труда вызывает недовольство у 73% работников; более 80% респондентов не смогли назвать компании малого бизнеса, в которых они хотели бы работать (нет компаний-ориентиров для предпочтительного трудоустройства).

Подавляющим фактором в принятии решения дальнейшего выполнения трудового договора среди работников малого бизнеса является необходимость быть платёжеспособным, относительная уверенность в стабильном заработке. 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 зар-

платы, компенсация стоимости отдыха и другое) до общественно-социальной (волонтерство, культурно-профессиональные, спортивные и благотворительные мероприятия)⁹. 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.

По данным опросов, с дискриминацией трудовых прав сталкивается каждый второй наёмный работник малого предприятия. Доля официальных выплат у подавляющего количества их (94%) не превышает половину их заработной платы, остальное “в конверте”. Также следует отметить, что по данным авторского обследования за период 2014–2022 гг. в Москве сформировался заметный тренд на увеличение доли *дельцов малого бизнеса* (с 44% до 53%). Делец малого бизнеса (коммерческий делец) – человек, олицетворяющий свою деятельность исключительно ради прибыли. Ему свойственна мотивация краткосрочной наживы, низкие стандарты отбора и управления людьми; объем предоставления услуг важнее качества. Эти обстоятельства используют в своих интересах не только упомянутые выше дельцы, использующие свой предпринимательский доход для зарплат в конвертах, но и представители среднего и крупного бизнеса. Например, упрощённая система налогообложения (УНС) по ставке 6% для малого бизнеса, введённая государством для поддержки его развития, стала широко и неправомерно использоваться крупными предпринимателями как инструмент для ухода от реального налогообложения посредством дробления своего крупного бизнеса на множество формально малых индивидуальных предприятий и обществ с ограниченной ответственностью. Неравнодушные к социальной справедливости учёные-экономисты считают, что УНС с текущими малыми ставками следует оставить для реально малого бизнеса в регионах, с наймом работников, основными средствами и контрольно-кассовой техникой в конкретном районе проживания и работы предпринимателя. Остальным надо закрыть лазейку через донастройку налогообложения для повышения социальной ответственности бизнеса¹⁰. Динамика взаимодействия потребителей коммерческих товаров, услуг и субъектов малого бизнеса Москвы

⁸ Кросс-секционные опросы, проведённые Никоновым В.А. 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.

⁹ Кросс-секционные опросы, проведённые Никоновым В.А. 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).

¹⁰ Ануреев С. (2024). Богатым индивидуальным предпринимателям — прогрессию по аналогии с НДФЛ. УСН только реальному малому бизнесу в регионах. 24 мая 2024. Режим доступа: https://zavtra.ru/blogs/bogatim_individual_nim_predprinimateliam_progressiyu_po_analogii_s_ndfl (дата обращения 29.05. 2024).



Рис.2. Распределение ответов в% от общего числа опрошенных потребителей-респондентов относительно их претензий (оценок) во взаимодействии с предприятиями малого бизнеса г. Москвы. По данным авторских кросс-секционных опросов 2014 г. (n=375) и 2021 г. (n=215).

осложняется практически не подвергающихся изменениям в течение длительного времени одними и теми же причинами. В ноябре – декабре 2014 г. в трех административных округах столицы был проведен авторский опрос среди жителей мегаполиса на основе смешанного социологического метода (N=375) относительно их потребительского опыта при взаимодействии с малым бизнесом Москвы. Основными претензиями потребителей к малому бизнесу столицы были названы: низкое качество исполнения обязательств по товарам, услугам (55%); высокие цены (23%); малый ассортимент услуг (16%); другое (6%). В феврале-марте 2021 года было проведено аналогичное исследование потребительских оценок в разных административных округах столицы (смешанный опрос, N=215). За период 2014-2021 гг. уровень претензий со стороны потребителей к малому бизнесу немного снизился, отмечен лишь рост цен на товары и услуги. Результаты двух опросов приведены на рисунке 2.

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: 78% опрошенных предпринимателей сомневаются, что их бизнес будет иметь перспективу дальнейшего развития ближайшими родственниками; 73% предпринимателей не знают о существовании каких-либо гражданских объединений в Москве и не состоят в них; 44% респондентов придерживается мнения о том, что для успешной реализации бизнеса необходимо наличие влиятельного покровительства со стороны властных лиц организаций; лишь треть опрошенных (33%) предпринимателей

интересуют вопросы масштабирования малого бизнеса в средний.

В этой связи широкое распространение на предприятиях малого бизнеса получила определенная модель поведения работников: «гостинг», характеризующаяся внезапным уходом работника из предприятия без предупреждения и соблюдения всех необходимых нормативно-правовых и деловых формальностей вследствие окончательной утраты доверия и интереса к выполняемой им работе, администрации, коллегам¹¹.

Неустойчивость развития рынка и отсутствие социальных гарантий в предлагаемых условиях труда вытесняют наиболее образованную и прагматичную молодежь г. Москвы в государственный сектор экономики, а также в креативные интернет-профессии с гибким графиком и возможностью развития, масштабирования коммерческой деятельности (в основном, удаленных).

Кроме того, сегодня в малом бизнесе достаточно мало интересных вакансий, т.к. в их основе лежит работа неквалифицированная и не по специальности, преобладают *эйджизм* (в приоритете молодые кадры), многозадачность, непрозрачные оценки интенсивности и результатов труда.

Недостаточно внимания, по нашему мнению, исследователями уделяется следующим социальным факторам развития компаний малого бизнеса г. Москвы по сравнению с экономическим. *Условиям труда* (официальное трудоустройство, нормированный график работы и безопасность труда, социальные льготы и гарантии). *Корпоративной куль-*

¹¹ На рынке труда новое явление: сотрудники уходят на обед и не возвращаются. // Интернет-портал «Российской газеты». 2024. 4 апр. – Режим доступа: <https://rg.ru/2024/04/04/poshli-v-gosting.html> (дата обращения 05.04. 2024).

туре (адаптация и наставничество, командный дух (сплочённость) коллектива, социальные проекты, благотворительность). *Эффективности управления:* стратегия компании (миссия, цель), мотивация к росту и обучению, ценностное предложение (качество товаров и услуг).

Развитие компании идёт прежде всего за счёт идей, продуктов и сотрудников, однако среди предпринимателей г. Москвы и их работников достаточно много граждан, которым чужды деловая, историко-культурная и этическая составляющие Москвы. Проблема социальной девиации наиболее многочисленных представителей работников сферы торговли и услуг малого бизнеса Москвы: молодёжи и мигрантов. В процессе социализации отчётливо начинает проявляться разница значимости тех или иных ценностей (корпоративная культура, миссия компании, мораль, право и другое).

Необходимыми, но не достаточными, условиями развития предпринимательских действий авторы видят не только в добровольной готовности человека заниматься бизнесом и наличия у него предпринимательского потенциала (нестандартное мышление, склонность к риску и новаторству, к быстрому принятию решений, способность выстраивать деловые коммуникации и другое), но также наличия у него соответствующего окружения роста.

Для текущих условий рыночной экономики крайне необходимы институциональные меры, усиливающие действия социальных факторов. Институциональные меры предполагают создание, поддержание и развитие определённых общественных институтов, позволяющих утверждать существование в обществе преобладающего и устойчивого способа мышления или действия, который стал привычкой для определённых социальных групп, для народа. Например, «институт права», «институт собственности». Достаточным условием для оценки трансформационных процессов является, на наш взгляд, именно качественные изменения социальных институтов.

Трансформационные процессы в социальной структуре малого предпринимательства являются отражением изменений, происходящих внутри общества: для качественно положительных изменений необходимы продолжительный период развития и благоприятная среда бизнеса: внутренняя (социальная зрелость основных участников, изменение микроклимата в трудовых коллективах на основе традиционных ценностей) и внешняя (справедливость налоговой нагрузки, прозрачность оплаты труда в обществе, единая правовая ответственность и другое).

Выводы

Решение вопросов по оптимизации социального статуса предпринимателей, увеличения степени их социальной защищённости, а также совершенствование форм развития предпринимательского класса в стране и в г. Москве возможно лишь при последовательной, адекватной современным условиям, настойчивой и рациональной государственной политике развития и регулирования малого бизнеса. Потому что, важнейшая задача государства в настоящее время – обеспечивать баланс между экономической эффективностью и социальной справедливостью.

Трансформация экономики теснейшим образом связана с трансформацией общества и государства. Для этого философия созидания должна вытеснить философию потребления и быстрой наживы; навязанное российским гражданам потребительское бессмыслие должно быть вытеснено смыслом человеческого существования. Развитие малого предприятия должно идти прежде всего за счёт идей, продуктов и квалифицированных работников.

В результате тридцатилетнего периода реформ не произошло главного – обретения ценности профессиональной деятельности гражданина (партнёра, клиента, работника), которая складывается из его социальной защищённости в экономической деятельности.

Малый бизнес помимо имеет немало внутренних проблем и противоречий, наиболее существенные из которых – кадровый отбор персонала, низкий уровень сервиса и исполнения обязательств при взаимодействии заинтересованных сторон.

Главным фактором консолидации и развития российского общества является его единение ради большой созидательной цели, сопряжённое с социальной справедливостью. Вынужденное предпринимательство, как и любой другой род деятельности, возникший вследствие отсутствия приемлемых альтернатив, не может являться движущей силой развития малого бизнеса. Российский малый бизнес по большей части отказывается от развития ради регулярных попыток адаптации к текущим условиям.

В этой связи необходимо готовить не просто наёмных работников, а социально востребованных специалистов, способных обеспечивать свою занятость, организовывать бизнес в соответствии со своей профессией, своими навыками и профессиональными предпочтениями. Для этого направляющим эталоном социально-экономического роста малого бизнеса должно выступать государство за счёт стимулирующих, правовых и регулирующих механизмов, позволяющих эффективно вести борьбу с «монополией низких стандартов качества жизни».

Литература

1. Андрианова Е.В., Давыденко Е.В., Худякова Ю. (2022). Парадоксы современного институционального развития крестьянских (фермерских) хозяйств // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Том 8. № 1 (29). С. 51-101. DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-1-51-101
2. Виленский А.В. 2022. Воздействие малого и среднего предпринимательства на пространственное развитие России // Федерализм. 2022. Т. 27. № 1 (105). С. 66–80. DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2073-1051-2022-1-66-80>
3. Виленский А.В., Домнина И.Н., Маевская Л.И. Малый бизнес в регионах России: до и после пандемии / М.: Институт экономики РАН. 2021. 47с.
4. Иванова Е.А. Тенденции и факторы развития малого бизнеса в России // Вестник Алтайской Академии экономики и права. 2023. № 12. С. 252-258.
5. Ищенко Т.Л., Павлив А.И. Сущность малого предпринимательства в оценке эффективности развития региона // Бизнес. Образование. Право. 2021. № 2 (55). С. 146-150. doi: 10.25683/VOLBI.2021.55.264
6. Круглый стол. Обсуждение статьи А.А. Яковлева «Куда идет глобальный капитализм?» // Мир России. Социология. Этнология. 2022. №3. С.18-22.
7. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Под ред. Е. Ясина, А. Чепуренко, В. Буева, О. Шестоперова. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2022. 220 с.
8. 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.
9. Мызрова К.А., Спектор А.А., Заводцков А.С. Малый бизнес: тенденции, перспективы, условия развития // Экономика, предпринимательство и право. 2024. Том 14. № 5. doi: 10.18334/erp.14.5.120885.
10. Никонов В.А., Воронов В.В. Малый бизнес Москвы и изменения трудовых установок его участников // Власть. 2022. № 1. С. 177-185
11. Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени / Перевод с англ. СПб.: Алетейя. 2002. 320 с.
12. Плеслов А.А. Факторы и возможности развития малого предпринимательства // Российское предпринимательство. 2018. Том 19. №2. С. 508-518.
13. Шереги Ф.Э. Социология предпринимательства. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 448 с.
14. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Пер. с англ. М.: Эксмо, 2008. 864 с.
15. Чепуренко А.Ю. 2022. Российский малый бизнес в первой половине 2022 г.: между Сциллой и Харибдой // Социологические исследования. 2022. № 9. С. 132-138. DOI 10.31857/S013216250020723-8

SOCIOLOGY

SOCIAL OPPORTUNITIES AND BARRIERS FOR SMALL BUSINESS IN THE CAPITAL MEGALOPOLIS

Viktor Voronov¹², Vladimir Nikonov¹³

Keywords: *small business, business activity, transformation factors, small business employees, capital megalopolis, barriers and opportunities.*

Abstract

Purpose of the paper: studying and analysing features of small business development in the capital megalopolis which is carried-out mainly in the field of trade and services, as a rule, in the conditions of low planning horizons and low social protectedness of the majority of small business entities, all its stakeholders, including hired employees.

Methods used in the study: a justification for the influence of socio-economic factors on the processes of small business transformation is given from the viewpoint of a neo-institutional methodology assuming an increased influence of social factors: political, legal and psychological together, considerable attention being paid to studying their relationships. The sociological surveys (quantitative and qualitative) of the main participants of small business in Moscow in 2014–2022 carried out by the authors constitute the empirical basis of the study.

Study findings: a reduction of government regulation and control in the system of legal and ethical rules, management style, and organisation of small business activities brings about processes aimed at running small business in its usual semi-legal (“gray”) business environment, disregard for labor legislation and possible image losses. Small business social transformation processes are a reflection of changes taking place within society and are related to them. As a result of the study, it was found that government regulation and small business support require significant changes needed to increase the social responsibility of all its subjects. Public administration of socio-economic processes of small business

¹² Viktor Voronov, Dr.Sc. (Sociology), Professor, Principal Researcher at the Institute for Sociology of the Federal Sociological Research Centre of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russian Federation. E-mail: voronov@isras.ru

¹³ Vladimir Nikonov, Ph.D. (Sociology), service engineer at the OOO [PLC] «MSU-18», Moscow, Russian Federation. E-mail: nikon561@ya.ru

development also requires transformations, from the standpoint of social justice for the activities of sole businessmen and other economically active persons.

Research novelty: it is proposed that in order to achieve qualitatively new positive changes, it is necessary to ensure a prolonged period of development of modal consciousness of the main participants in small business and a favorable external and internal business environment.

References

1. Andrianova E.V., Davydenko E.V., Hudjakova Ju. (2022). Paradoksy sovremennogo institucional'nogo razvitija krest'janskih (fermerskih) hozjajstv // Vestnik Tjumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Social'no-jekonomicheskie i pravovye issledovanija. Tom 8. № 1 (29). S. 51-101. DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-1-51-101
2. Vilenskij A.V. 2022. Vozdejstvie malogo i srednego predprinimatel'stva na prostranstvennoe razvitie Rossii // Federalizm. 2022. T. 27. № 1 (105). S. 66–80. DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2073-1051-2022-1-66-80>
3. Vilenskij A.V., Domnina I.N., Maevskaja L.I. Malyj biznes v regionah Rossii: do i posle pandemii / M.: Institut jekonomiki RAN. 2021. 47s.
4. Ivanova E.A. Tendencii i faktory razvitija malogo biznesa v Rossii // Vestnik Altajskoj Akademii jekonomiki i prava. 2023. № 12. S. 252-258.
5. Ishhenko T.L., Pavliv A.I. Sushhnost' malogo predprinimatel'stva v ocenke jeffektivnosti razvitija regiona // Biznes. Obrazovanie. Pravo. 2021. № 2 (55). S. 146-150. doi: 10.25683/VOLBI.2021.55.264
6. Kruglyj stol. Obsuzhdenie stat'i A.A. Jakovleva «Kuda idet global'nyj kapitalizm?» // Mir Rossii. Sociologija. Jetnologija. 2022. №3. S.18-22.
7. Maloe predprinimatel'stvo v Rossii: proshloe, nastojashhee i budushhee / Pod red. E. Jasina, A. Chepurenko, V. Bueva, O. Shestoperova. M.: Fond «Liberal'naja missija», 2022. 220 s.
8. Mel'nikov R.M. Chelovecheskij i social'nyj kapital kak faktory predprinimatel'skogo uspeha v rossijskih uslovijah // Jekonomicheskij analiz: teorija i praktika. 2022. T. 21, № 7. S. 1240–1264.
9. Myzrova K.A., Spektor A.A., Zavodckov A.S. Malyj biznes: tendencii, perspektivy, uslovija razvitija // Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. 2024. Tom 14. № 5. doi: 10.18334/epp.14.5.120885.
10. Nikonov V.A., Voronov V.V. Malyj biznes Moskvy i izmenenija trudovyh ustanovok ego uchastnikov // Vlast'. 2022. № 1. S. 177-185
11. Polan'i K. Velikaja transformacija: politicheskie i jekonomicheskie istoki nashego vremeni / Perevod s angl. SPb.: Aletejja. 2002. 320 s.
12. Pleslov A.A. Faktory i vozmozhnosti razvitija malogo predprinimatel'stva // Rossijskoe predprinimatel'stvo. 2018. Tom 19. №2. S. 508-518.
13. Sheregi F.Je. Sociologija predprinimatel'stva. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Izdatel'stvo Jurajt, 2024. 448 s.
14. Shumpeter J.A. Teorija jekonomicheskogo razvitija. Kapitalizm, socializm i demokratija / Per. s angl. M.: Jeksmo, 2008. 864 s.
15. Chepurenko A.Ju. 2022. Rossijskij malyj biznes v pervoj polovine 2022 g.: mezhdju Scilloj i Haribdoj // Sociologicheskie issledovanija. 2022. № 9. S. 132-138. DOI 10.31857/S013216250020723-8

