

Малый бизнес в московском мегаполисе (часть 2)

Виктор Васильевич Воронов¹✉,
Владимир Александрович Никонов²

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

² Российский научно-исследовательский институт экономики, политики и права в научно-технической сфере, Москва, Россия
Контакт для переписки: vogonov@isras.ru✉

Аннотация. Социально-экономические изменения в российском обществе диктуют необходимость изучения не только теоретических, но и практических проблем адаптации и активности малого бизнеса в интересах страны и ее регионов. Актуальность исследования объясняется необходимостью анализа особенностей развития малого бизнеса на примере московского мегаполиса, как лидера среди российских регионов в области малого бизнеса. Научная новизна исследования состоит в утверждении, что для качественных новых положительных изменений необходимы продолжительный период развития модального сознания основных участников малого бизнеса и благоприятная внешняя и внутренняя среда предпринимательства. Влияние различных факторов на процессы развития малого бизнеса обосновано с позиции неинституциональной методологии, предполагающей усиление роли человеческого фактора как основного экономического ресурса. Эмпирической основой исследования выступили проведенные авторами социологические опросы (количественные и качественные) среди основных участников малого бизнеса в Москве за последние десять лет. В результате исследования референтных групп малого бизнеса (подтверждаемых результатами других социологических исследований) выявлено, что государственное регулирование и поддержка малого бизнеса нуждаются в значительных изменениях для повышения социальной ответственности всех его акторов. Управление социально-экономическими процессами развития малого бизнеса в Москве также нуждается в преобразованиях с позиции усиления социальной справедливости для деятельности индивидуальных предпринимателей, других экономически активных граждан.

Ключевые слова: малый бизнес, работники малого бизнеса, методы социологических опросов, московский мегаполис, барьеры и возможности

Цитирование: Воронов В. В., Никонов В. А. 2025. Малый бизнес в московском мегаполисе (часть 2) // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Том 11. № 1 (41). С. 6–19. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2025-11-1-6-19>

Поступила 10.06.2024; одобрена 02.07.2024; принята 10.02.2025

Small businesses in Moscow (part 2)

Victor V. Voronov¹✉, Vladimir A. Nikonov²

¹ Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

² Russian Research Institute of Economics, Politics and Law in Science and Technology, Moscow, Russia

Corresponding author: voronov@isras.ru✉

Abstract. Socio-economic changes in Russian society necessitate the study of not only theoretical, but also practical problems of adaptation and activity of small business in the interests of the country and its regions. The relevance of the study is explained by the need to analyze the features of small business development using the example of the Moscow megacity, a leader among Russian regions in the field of small business. The scientific novelty of the study lies in the assertion that qualitative positive changes require a prolong period of development of the modal consciousness of the main participants in small business and a favorable external and internal entrepreneurial environment. The influence of various factors on the processes of small business development is substantiated from the position of a neo-institutional methodology, which assumes the strengthening of the role of the human factor as the main economic resource. The empirical basis of the study was sociological surveys (quantitative and qualitative) conducted by the authors among the main participants in small business in Moscow over the last ten years. As a result of the study of small business reference groups (confirmed by the results of other sociological studies), it was revealed that state regulation and support for small business require significant changes to increase the social responsibility of all its actors. The management of socio-economic processes of small business development in Moscow also needs transformation from a position of strengthening social justice for the activities of individual entrepreneurs and other economically active citizens.

Keywords: small business, small business employees, sociological survey methods, Moscow megacity, barriers and opportunities

Citation: Voronov, V. V., & Nikonov, V. A. (2025). Small businesses in Moscow (part 2). *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*, 11(1), 6–19. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2025-11-1-6-19>

Received Jun. 10, 2024; Reviewed Jul. 2, 2024; Accepted Feb. 10, 2025

Введение

Краткий итог обзора, опубликованного в № 3

В первой части работы¹ представлены и проанализированы различные вопросы теории и практики малого бизнеса в международном, национальном и региональном аспектах, и с использованием разных методологических и методических подходов к данной теме российскими и зарубежными исследователями. В том числе российские ученые сделали обобщающий анализ бизнеса в московском мегаполисе (основы его деятельности, базовые принципы сложившейся практики государственной, муниципальной и общественной поддержки, детерминанты состояния и динамики, трудовых установок, трудовой среды в малом бизнесе, факторов активизации процесса импортозамещения малым бизнесом и др.). Исследователи отмечают постепенный переход российского государства от поддержки малого и среднего бизнеса к управлению его развитием посредством контроля цен, тарифов, дифференцированного налогообложения и других экономических и административных мер. Также представлена интерпретация западных концепций бизнеса (предпринимательства), в которых зарубежными учеными с теоретических и практических позиций исследуются возможности и риски открытия и ведения малого предпринимательства в современной рыночной экономике.

Результаты обзора отечественных и зарубежных источников по теме исследования в первой части показали, что нужно рассматривать развитие предпринимательства как укорененное не только в контекстах разного уровня (микро-, мезо- и макро-) в конкретный момент, но и в разное время деятельности с учетом регионального и отраслевого разнообразия. Таким образом, развитие разных бизнес-моделей российского предпринимательства в различных отраслях и регионах следует рассматривать и в связи с институтами, которые сложились в прежние периоды и накладывают свой отпечаток на нормы, обычаи и практики российского предпринимательства и сегодня.

Следует признать, что и в настоящее время малый бизнес московского мегаполиса по-прежнему испытывает трудности в решении ключевых проблем становления, поддержки и развития, хотя прошло тридцать лет с начала рыночных реформ и реализации различных государственных программ поддержки предпринимательства. Поэтому

¹ Воронов В. В., Никонов В. А. 2024. Малый бизнес в московском мегаполисе (часть 1) // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Том 10. № 3 (39). С. 6–29. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2024-10-3-6-29>.

для качественных новых положительных изменений необходимы продолжительный период развития экономического и правового сознания основных участников малого бизнеса (предпринимательства) и благоприятная внешняя и внутренняя среда предпринимательства¹ [Воронов, 2003а, 2003б]. Рассмотрению этих вопросов посвящена вторая, текущая часть данного исследования.

Методы

В качестве общеметодологического подхода в статье выступают системный, сравнительный, функциональный анализ функционирования малого бизнеса на основе отечественных и зарубежных работ по анализируемой теме [Чепуренко, 2022; Шереги, 2024; Baker, Welter, 2018; Baker, Welter, 2020]. Применена также методология современного неинституционализма как отхода от абсолютизации узкоэкономических факторов, с акцентированием внимания на социальных проблемах малого бизнеса [Brieger и др., 2019], 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 [Авдеева, 2024; Мельников, 2022]. Основным прикладным методом в работе является сравнительный анализ — сравнение во времени и по существу мотивов, задач, результатов деятельности малых предприятий в мегаполисе. Было реализовано сочетание количественных и качественных социологических методов.

Эмпирической основой представляемого для рассмотрения исследования выступили авторские репрезентативные количественные и качественные социологические опросы среди основных участников малого бизнеса в Москве за последние десять лет. В результате выявлено, что государственное регулирование и поддержка малого бизнеса нуждаются в значительных изменениях для повышения социальной ответственности всех его акторов. Государственное управление социально-экономическими процессами малого бизнеса нуждается в преобразованиях с позиции социальной справедливости как для деятельности индивидуальных предпринимателей, так и для других экономически активных граждан.

Массовый анкетированный опрос представителей малого бизнеса, являющихся референтной группой, в формах личного интервью, телефонного интервью, комбинированной. Вид опроса — кросс-секционные исследования: разные индивиды, но одинаково репрезентативные выборки. В противоположность количественным, качественные (неформализованные) методы были скорее ориентированы не на массовый сбор данных, а на достижение углубленного понимания социальных явлений по теме представленного в названии статьи исследования. Использовались наблюдение (включенное и не включенное), индивидуальное глубокое интервью, фокус-группы. Авторское исследование В. А. Никонова — телефонное интервью с владельцами малого бизнеса мегаполиса по стратифицированной случайной выборке стационарных номеров коммерческих компаний Москвы было проведено в март–апреле 2019 г., n = 218 чел. по теме «Социально-экономические проблемы предпринимательской деятельности в городе Москве»

¹ Воронов В. В. Трансформация экономического сознания и экономической практики: дис. ... доктора соц. наук. СПб., 2003. 241 с.

Результаты исследования и их обсуждение

Малый бизнес обеспечивает ведущие функции по занятости трудоспособного населения, увеличению доли вклада в ВВП и многого другого, укрепляя социально-экономический потенциал регионов и страны в целом¹ [Виленский, 2012, 2022]. 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 растет с 93,5% в 2016 г. до 95,7% в 2022 г. (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. Было выявлено, что 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 г.: несовершенство законодательства, административный прессинг, высокие налоговые отчисления. Основную долю затрат после возврата финансовых средств за аренду помещений предприниматели Москвы связывают с взаимодействием с властями. Преобладающий спекулятивный и криминализованный в целом характер рыночной деятельности не мотивирует малый бизнес Москвы на производство. В целом малый бизнес Москвы демонстрирует устаревшую бизнес-модель: привычные действия по ситуации ввиду отсутствия долгосрочного планирования, слабой мотивации работников и низкой удовлетворенности клиентов [Воронов, Никонов, 2024]. Ключевые моменты здесь заложены в низкой управленческой и корпоративной культуре, включая стиль общения и принцип обслуживания клиентов, в отсутствии у предприятия цели высшего порядка (особой миссии в обществе), в утрате гибкости и привлекательности по условиям труда [Никонов, Воронов, 2022]. Более того, сегодня замечен даже новый оригинальный и парадоксальный феномен в Москве: сотрудники уходят на обед и не возвращаются².

¹ Цуканов М. Москва сохранит программы поддержки бизнеса до 2026 года. Бизнес ожидает увеличения объемов льготного кредитования // Ведомости. 23 ноября 2023 г. <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/11/23/1007402-moskva-sohranit-programmi-podderzhki-predprinimatelei> (дата обращения: 05.12.2024); Малый бизнес получил более 65 миллиардов рублей гарантийной поддержки от Москвы в 2023 году // Наш город. 10 января 2024 г. <https://www.vedomosti.ru/gorod/ourcity/articles/malii-biznes-poluchil-ot-moskvi-bolee-65-mlrd-rublei-garantiinoi-podderzhki> (дата обращения: 05.12.2024).

² На рынке труда новое явление: сотрудники уходят на обед и не возвращаются // Интернет-портал «Российской газеты». 2024. 4 апреля. <https://rg.ru/2024/04/04/poshli-v-gosting.html> (дата обращения: 05.04.2024).

Данные Московского городского статистического управления о малом и среднем предпринимательстве в 2018 г. показывают следующее. По-прежнему самыми распространенными сферами малого бизнеса в Москве являлись оптовая и розничная торговля (49%), предоставление различных услуг, среди которых строительство, консалтинг, транспортные перевозки, общественное питание и др. (35%), профессиональное обучение и научная деятельность (9%), обрабатывающее производство (7%)¹. Анализ по Москве количества субъектов малого бизнеса показывает следующую картину (табл. 1).

Табл. 1. Сводная таблица статистики малого бизнеса по Москве за 2016–2022 гг.

Table 1. Summary table of small business statistics for Moscow, 2016–2022

Кол-во малых предприятий на конец года	Год	Всего	из них:			
			Юр. лицо		ИП	
			микро-	малое	микро-	малое
Субъектов	2016	740 450	501 515	46 961	191 309	665
Работников, чел.		2 106 370				
Видов продукции		—				
Субъектов	2017	781 826	515 079	45 797	220 263	687
Работников, чел.		2 215 335				
Видов продукции		372				
Субъектов	2018	785 454	490 022	41 713	252 965	754
Работников, чел.		2 196 999				
Видов продукции		746				
Субъектов	2019	822 997	509 697	40 660	271 886	754
Работников, чел.		2 173 378				
Видов продукции		820				
Субъектов	2022	820 736	409 549	33 809	375 753	1627
Работников, чел.		1 918 338				
Видов продукции		1 862				

Источник: ЕРСМСР ФНС России².

Source: the Unified Register of SMEs, RG Federal Tax Service.²

По авторским данным, более 78% опрошенных респондентов не считают возможным вести бизнес-планирование на срок более двух лет. Это связано в первую очередь с экономическими рисками: защита собственности и недобросовестность контрагентов — ключевые проблемы в обеспечении экономической защищенности московского предпринимателя (рис. 1).

¹ Распределение субъектов малого бизнеса в Москве по отраслям в 2018 г. // Малое и среднее предпринимательство г. Москвы. <https://mosstat.gks.ru> (дата обращения: 02.12.2023).

² Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) // ФНС России. Июнь 2022 г. <https://rmsp.nalog.ru> (дата обращения: 05.12.2023).

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, остается на низком уровне. Примечательно, что причину такого положения работодатели видят в нехватке специалистов, а работники — в их избытке. Качественный состав социальных групп малого бизнеса зачастую выстроен под проекты с максимально быстрой окупаемостью, что не может не отражаться на общей корпоративной культуре организации, уровне предоставляемых ею услуг.



Рис. 1. Экономические риски предпринимателей Москвы (по результатам авторского социологического исследования и ответов владельцев малого бизнеса в Москве, 2019 г., % от общего числа опрошенных, n = 218)

Fig. 1. Economic risks faced by Moscow entrepreneurs (based on an author's sociological survey of Moscow small business owners in 2019; n = 218, % of total respondents)

По данным авторского опроса, 97% сотрудников бизнеса сетуют на то, что они не имеют профсоюзов коммерческих организаций. Респонденты это объясняют их нецелесообразностью ввиду низкой эффективности институтов защиты прав трудящихся и непрозрачными условиями труда (для 78% респондентов оплата труда начислялась по серым схемам). Кроме того, 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).

По данным авторских опросов, с дискриминацией трудовых прав сталкивается каждый второй наемный 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, осуществляющий 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, упрощенная система налогообложения (УНС) по ставке 6% для малого бизнеса, введенная 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 ученые-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 закрывать лазейку через донстройку налогообложения для повышения социальной ответственности бизнеса¹. За период 2014–2021 гг. уровень претензий со стороны потребителей к малому бизнесу немного снизился, отмечен лишь рост цен на товары и услуги. В связи с этим 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, коллегам². Сегодня в малом бизнесе Москвы 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.

¹ Ануреев С. 2024. Богатым индивидуальным предпринимателям — прогрессию по аналогии с НДФЛ. УСН только реальному малому бизнесу в регионах // Завтра.ру. 2024. 24 мая. https://zavtra.ru/blogs/bogatim_individual_nim_predprinimateliam_progressiyu_po_analogii_s_ndfl (дата обращения: 29.05.2024).

² На рынке труда новое явление ...

Недостаточно внимания, по нашему мнению, исследователями уделяется следующим социальным факторам развития компаний малого бизнеса Москвы по сравнению с экономическим:

1. *Условиям труда* (официальное трудоустройство, нормированный график работы и безопасность труда, социальные льготы и гарантии).
2. *Корпоративной культуре* (адаптация и наставничество, командный дух (сплоченность) коллектива, социальные проекты, благотворительность).
3. *Эффективности управления* (стратегия компании (миссия, цель), мотивация к росту и обучению, ценностное предложение (качество товаров и услуг)).

Развитие компании идет прежде всего за счет новых идей, новых продуктов и новых сотрудников, а среди предпринимателей 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 — молодежи и мигрантов. В процессе социализации отчетливо начинает проявляться разница значимости тех или иных ценностей (корпоративная культура, миссия компании, мораль, право).

Результаты двух авторских опросов приведены на рис. 2.

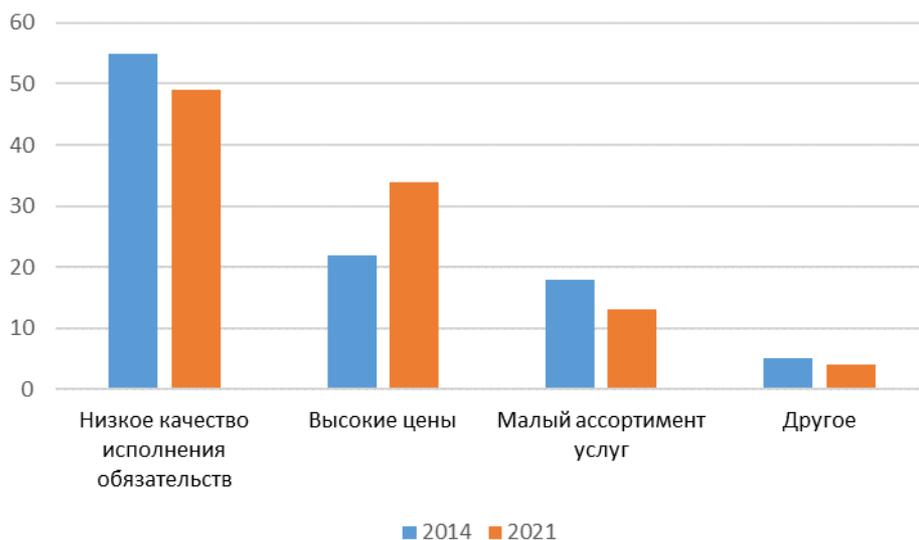


Рис. 2. Распределение ответов в % от общего числа потребителей, опрошенных относительно их претензий (оценок) во взаимодействии с предприятиями малого бизнеса Москвы, по данным авторских опросов 2014 г. (n = 375) и 2021 г. (n = 215)

Fig. 2. Distribution of responses in % of the total respondents, regarding consumer complaints (assessments) of interactions with Moscow small business, based on author's surveys conducted in 2014 (n = 375) and 2021 (n = 215)

Выводы

1. У экономистов основного течения (mainstream) по тематике исследования есть насущная потребность, а также потенциальная возможность и ответственность за теоретическое внедрение ресоциализации экономики, однако этому препятствуют различные методологические подходы (либеральные, институциональные) к пониманию существующей в обществе экономической практики.
2. В этом исследовании мы стремимся внести свой вклад в направление изучения теории экономической социологии в свете двух важных, но часто упускаемых из виду аспектов. Научная традиция изучения малого бизнеса подчеркивает доверие, нормы, сети и ценности как главную движущую силу сотрудничества внутри сообществ. Когда в этих рамках рассматриваются детерминанты экономического и социального капитала, обуславливающие действия, они обычно охватывают различные типы экономических ресурсов и ресурсов знаний. Тем не менее, начиная от классиков Толкотта Парсонса и Макса Вебера и до многих современных ученых [Welzel, Deutsch, 2012; Вельцель, 2018], высказывались утверждения о том, что интерпретации социального действия не должны игнорировать ценностно-мотивационную силу, стоящую за ним; также имеет значение изучение контекста предпринимательства/бизнеса, иллюстрируя, что контекстуальный взгляд на предпринимательство/бизнес способствует глубокому пониманию этого явления; растет признание факта, что экономические действия лучше изучать в их историческом, временном, институциональном, пространственном и социальном контекстах, поскольку они предоставляют им возможности и устанавливают границы для их действий. Это дает основание полагать, что рост свободы предпринимателя, расширение его прав и возможностей через стремление к эмансипации должно становиться главным мотивирующим вектором его развития.
3. В частности, концепция просоциальности в применении к бизнесу может объяснить, почему некоторые малые предприятия в своей деятельности и политике более социально ориентированы, чем другие. Главный аргумент состоит в том, что расширение возможностей человека, состоящее из четырех компонентов: ресурсов действия, эмансипативных ценностей, активности социальных движений и гражданских прав, — позволяет, мотивирует и дает людям шансы и способность преследовать социальные цели в своем бизнесе. Доказано, что примененная к бизнесу просоциальность повышает готовность предпринимателей выбирать социальную ориентацию своего бизнеса и, кроме того, усиливает гендерный эффект на просоциальность в деловой активности [Brieger и др., 2019, с. 361]. Этим признается та жизненно важная роль, которую бизнес может играть в смягчении социальных проблем, улучшении общего блага и обеспечении устойчивого развития. Выдвижение и продвижение современных концепций контекстов также имеют важнейшее значение для предпринимательства, указывая, в частности, на возможности генерирования новых идей путем обращения к новым контек-

стам [Baker, Friederike, 2018, 2020]. Наконец, разработка и применение наиболее точной операционализации и верификации действия и ментальности сознания ответов в интервью (скрытые смыслы их высказываний).

4. Важной особенностью ценностей малого бизнес является то, что они, как и социальный капитал, могут рассматриваться и как индивидуальное, и как культурное понятие. Вельцель и Дойч [Welzel, Deutsch, 2012] предложили понимание влияния ценностей на гражданскую деятельность посредством эффекта «лифта» в современных обществах, выражающего уровень гражданского участия акторов малого бизнеса (предпринимателей) в их контекстах, выражающих скрытые смыслы их два возможных «экологических» эффекта преобладания и влияния ценностей на гражданскую деятельность. Согласно эффекту «лифта», чем больше в обществах выражены эмансипативные ценности, тем в них выше (по сравнению с другими) уровень гражданского участия; иными словами, культурный климат с упором на свободы «повышает» активность каждого, независимо от его собственных ценностных предпочтений. Согласно эффекту «усилителя», в обществах с более выраженными эмансипативными ценностями люди, которые их придерживаются, с большей вероятностью смогут встречать единомышленников, что в свою очередь будет усиливать ценностное действие. Эта связь «усиливает» первоначальный эффект эмансипативных ценностей [Nastina, Alмакаева, 2020], что в целом подтвердилось в наших глубинных интервью с ментально далеко продвинутыми предпринимателями.

Выводы эмпирические (включая выводы по глубинным интервью)

1. Решение актуальных вопросов предпринимателей (бизнесменов) в Москве и в стране в целом возможно лишь при последовательной, адекватной современным условиям жизни и деятельности, настойчивой и рациональной государственной политике развития и регулирования малого бизнеса. Это связано с тем, что важнейшая задача государства в настоящее время — обеспечивать баланс между экономической эффективностью и социальной справедливостью.
2. 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 счет идей, продуктов и квалифицированных работников.
3. Главным фактором консолидации и развития российского общества является его единение ради большой созидательной цели, сопряженное 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 неоднозначным условиям.

4. В связи с этим необходимо готовить не просто наемных работников, а социально востребованных специалистов, способных обеспечивать свою занятость, организовывать бизнес в соответствии со своей профессией, навыками и профессиональными предпочтениями. Для этого направляющим эталоном социально-экономического роста малого бизнеса должно выступать государство за счет стимулирующих, правовых и регулирующих механизмов.
5. Очень значимо то, что московский мегаполис является несомненным лидером среди российских регионов в области развития малого бизнеса и в его поддержке со стороны власти, в связи с чем важно понимать, что, несмотря на многие проблемы и сложности, это очень перспективный регион для развития МСП, который осуществляется преимущественно в сфере торговли и услуг. Обосновывается, что снижение государственного регулирования и контроля в системе правовых и этических норм, стиле руководства, организации хозяйственной деятельности субъектов малого бизнеса влечет за собой процессы, направленные на его ведение в полуправовой серой деятельности, давно ставшей привычной для него, пренебрежение трудовым законодательством и высокий риск имиджевых потерь.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Авдеева Д. А. 2024. Вклад человеческого капитала в рост российской экономики // Экономический журнал Высшей школы экономики. Том 28. № 1. С. 9–43.
- Вельцель К. 2018. Рождение свободы / пер. с англ. А. В. Лисовского; под ред. Э. Д. Понариана, О. А. Оберемко. М.: ВЦИОМ. 403 с.
- Виленский А. В. 2012. Малый и средний бизнес в крупном мегаполисе. М.: Изд. дом Международ. ун-та в Москве. 488 с.
- Виленский А. В. 2022. Воздействие малого и среднего предпринимательства на пространственное развитие России // Федерализм. Том 27. № 1 (105). С. 66–80. <http://doi.org/10.21686/2073-1051-2022-1-66-80>.
- Воронов В. В. 2003а. Трансформация экономического сознания и экономической практики. Диссертация на соискание ученой степени доктора социологических наук. СПб. 241 с.
- Воронов В. В. 2003б. Экономическое сознание и экономическая практика на рубеже XXI века. СПб.: НИИХ СПбГУ. 167 с.
- Воронов В. В., Никонов В. А. 2024. Социальные возможности и барьеры малого бизнеса в столичном мегаполисе // Мониторинг правоприменения. № 3 (52). С. 81–90.
- Мельников Р. М. 2022. Человеческий и социальный капитал как факторы предпринимательского успеха в российских условиях // Экономический анализ: теория и практика. Том 21. № 7. С. 1240–1264.
- Никонов В. А., Воронов В. В. 2022. Малый бизнес Москвы и изменения трудовых установок его участников // Власть. № 1. С. 177–185.
- Чепуренко А. Ю. 2022. Российский малый бизнес в первой половине 2022 г.: между Сциллой и Харибдой // Социологические исследования. 2022. № 9. С. 132–138. <http://doi.org/10.31857/S013216250020723-8>.

- Шереги Ф. Э. 2024. Социология предпринимательства. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт. 448 с.
- Baker T., Welter F. 2018. Contextual entrepreneurship: an interdisciplinary perspective // *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. Vol. 14. No. 4. Pp. 357–426. <http://doi.org/10.1561/03000000078>.
- Baker T., Welter F. 2020. *Contextualizing Entrepreneurship Theory*. 1st edition. New York; London: Routledge Taylor & Francis Group. 180 pp. <https://doi.org/10.4324/9781351110631>.
- Brieger S. A., Terjesen S. A., Hechavarrfa D. M., Welzel C. 2019. Prosociality in Business: A Human Empowerment Framework // *Journal of Business Ethics*. Vol. 159. No. 2. Pp. 361–380. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4045-5>.
- Nastina E., Almakaeva A. 2020. Values as determinants of social capital: regional perspective. Basic research program working papers series: sociology // WP BRP 95/SOC/2020. Pp. 1–31. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3702389>.
- Welter F. 2011. Contextualizing entrepreneurship — conceptual challenges and ways forward // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 35. No. 1. Pp. 165–184.
- Welzel C., Deutsch F. 2012. Emancipative Values and Non-Violent Protest: The Importance of ‘Ecological’ Effects // *British Journal of Political Science*. Vol. 42. No. 2. Pp. 465–479.

References

- Avdeeva, D. A. (2024). The contribution of human capital to the growth of the Russian economy. *The Economic Journal of the Higher School of Economics*, 28(1), 9–43. [In Russian]
- Welzel, C. (2018). Freedom rising (A. V. Lisovsky, Trans.; E. D. Ponarin & O. A. Oberemko, Eds.). VTsIOM. [In Russian]
- Vilenskiy, A. V. (2012). *Small and medium-sized businesses in a large metropolis*. Izdatel'stvo Mezhdunarodnogo Universiteta v Moskve. [In Russian]
- Vilenskiy, A. V. (2022). The impact of small and medium-sized entrepreneurship on the spatial development of Russia. *Federalism*, 27(1), 66–80. <https://doi.org/10.21686/2073-1051-2022-1-66-80> [In Russian]
- Voronov, V. V. (2003a). *Transformation of economic consciousness and economic practice (Doctoral dissertation)*. St. Petersburg University. [In Russian]
- Voronov, V. V. (2003b). *Economic consciousness and economic practice at the turn of the 21st century*. Scientific Research Institute of Chemistry of St. Petersburg State University. [In Russian]
- Voronov, V. V., & Nikonov, V. A. (2024). Social opportunities and barriers of small business in the capital metropolis. *Monitoring of Law Enforcement*, 3(52), 81–90. [In Russian]
- Mel'nikov, R. M. (2022). Human and social capital as factors of entrepreneurial success in Russian conditions. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 21(7), 1240–1264. [In Russian]
- Nikonov, V. A., & Voronov, V. V. (2022). Small business in Moscow and changes in the labor attitudes of its participants. *Power*, 1, 177–185. [In Russian]
- Chepureenko, A. Yu. (2022). Russian small business in the first half of 2022: between Scylla and Charybdis. *Sociological Research*, 9, 132–138. <https://doi.org/10.31857/S013216250020723-8> [In Russian]
- Sheregi, F. E. (2024). *Sociology of entrepreneurship* (2nd ed., rev. and enl.). Yurayt. [In Russian]

- Baker, T., & Welter, F. (2018). Contextual entrepreneurship: An interdisciplinary perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(4), 357–426. <https://doi.org/10.1561/03000000078>
- Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing entrepreneurship theory* (1st ed.). Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781351110631>
- Brieger, S. A., Terjesen, S. A., Hechavarrfa, D. M., & Welzel, C. (2019). Prosociality in business: A human empowerment framework. *Journal of Business Ethics*, 159(2), 361–380. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4045-5>
- Nastina, E., & Almakaeva, A. (2020). Values as determinants of social capital: Regional perspective. *Basic research program working papers series: Sociology*. WP BRP 95/SOC/2020. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3702389>
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship-conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165–184.
- Welzel, C., & Deutsch, F. (2012). Emancipative values and non-violent protest: The importance of 'ecological' effects. *British Journal of Political Science*, 42(2), 465–479.

Информация об авторах

Виктор Васильевич Воронов, доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Москва, Россия
voronov@isras.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1022-3692>

Владимир Александрович Никонов, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Центра анализа и прогноза развития научно-технического комплекса Российского научно-исследовательского института экономики, политики и права, Москва, Россия
nikon561@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0005-4401-5612>

Information about the authors

Victor V. Voronov, Dr. Sci. (Soc.), Professor, Chief Researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
voronov@isras.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1022-3692>

Vladimir A. Nikonov, Cand. Sci. (Soc.), Senior Researcher at the Center for Analysis and Forecasting of the Development of the Scientific and Technical Complex of the Russian Research Institute of Economics, Politics and Law, Moscow, Russia
nikon561@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0005-4401-5612>