

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«АДЫГЕЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

*На правах рукописи*

**Евсюков Виктор Германович**

**Специфика иллегальных практик в российском малом бизнесе:  
структурно-институциональные и субъектные параметры**

Специальность 22.00.04 – Социальная структура,  
социальные институты и процессы

**Диссертация**

на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Научный руководитель:  
доктор философских наук, доцент  
Лубский Роман Анатольевич

Майкоп-2017

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>3</b>
<b>Глава I Теоретико-методологические основания исследования иллегальных практик в сфере малого бизнеса в России.....</b>	<b>19</b>
1.1 Иллегальные практики в сфере малого бизнеса: социологические подходы .....	20
1.2 Специфика иллегальных практик в российском малом бизнесе в научно-исследовательском дискурсе.....	36
<b>Глава II Структурно-институциональные параметры иллегальных практик в российском малом бизнесе.....</b>	<b>57</b>
2.1 Структурное позиционирование представителей малого бизнеса в социальном пространстве российского общества: эффект иллегальных практик .....	57
2.2 Институционализация иллегальных практик в российском малом бизнесе.....	78
<b>Глава III Субъектные параметры иллегальных практик в российском малом бизнесе.....</b>	<b>100</b>
3.1 Деятельностно-мотивационные основания иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса.....	100
3.2 Перспективы ограничения и нейтрализации иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса.....	120
<b>Заключение.....</b>	<b>141</b>
<b>Список используемой литературы.....</b>	<b>146</b>

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Для российского общества важное значение обретает развитие малого бизнеса как вида экономической деятельности, направленного на получение прибыли на основе актуализации социальных приоритетов, таких как снижение социальной напряженности, рост занятости населения, формирование навыков экономической и социальной самостоятельности. Российское общество сделало значительный шаг в развитии этого направления, что выражается в росте численности предпринимателей, занимающихся малым бизнесом, вместе с тем, в условиях социально-экономического кризиса, необходимости смены сырьевой модели развития, тенденций депопуляции населения, усиления социальных, техногенных, антропогенных, природных рисков малый бизнес не образовал самостоятельной социально-экономической ниши, не задает импульсы экономическому развитию.

Разумеется, в условиях России, где масштабность страны, разнообразие природно-климатических и социальных условий диктует необходимость государственного регулирования, сосредоточения стратегических ресурсов в государственных структурах, малый бизнес не может стать универсальной тенденцией развития экономики.

Тем не менее, малому бизнесу принадлежит определенная роль в социальном и экономическом развитии. В России доля малого и среднего бизнеса в объеме ВВП составляет 20%, в то время как за рубежом только по малому бизнесу эта цифра достигает 50%<sup>1</sup>. Конечно, сравнительный анализ не дает оснований утверждать, что российская экономика хронически отстает от зарубежных стран, если учитывать специфику, неприменимость китайского, индийского или бразильского опыта к российским условиям.

---

<sup>1</sup> Малый бизнес в России: цифры и факты. Легитимист. 22/12/2015. URL: <http://legitimist.ru/sight/economics/2015/malyij-biznes-v-rossii-czifryi-i-faktyi.html> (дата обращения: 13.02.2016). С. 1.

Для того, чтобы малый бизнес развивался успешно, чтобы как вид предпринимательства он обрел социальное значение, следует подчеркнуть, что для роста малого бизнеса, для обретения устойчивости важна долгосрочность экономических стратегий, в то время как в России лишь 3/4 предприятий живет более трех лет, а остальные закрываются раньше<sup>2</sup>. Это свидетельствует о том, что в сфере малого бизнеса существуют определенные трудности, связанные как с системой финансирования и кредитования, поддержкой на общегосударственном и региональном уровнях, так и с тем, что действуют административные барьеры, высокая ставка налогообложения, невнимание к развитию инновационного сектора бизнеса, который составляет лишь 4,7%. Структура российского бизнеса такова, что основные предприятия сосредоточены в сфере торговли (24,7%), в то время как перспективные и дающие полезный эффект для развития социально-экономической сферы предприятия сельского хозяйства, образования, здравоохранения и предприятия услуг не достигают 2,7%<sup>3</sup>.

В этой парадигме выявляются особенности формирования малого бизнеса в российском обществе, который по существу несет «родимые пятна» периода возникновения, когда малый бизнес сосредотачивался на сфере торговли, в условиях, когда миллионы людей были вынуждены заняться бизнесом, сменив привычные места в различных секторах народного хозяйства, – производственном управленчестве, научно-исследовательском, уходя от рисков безработицы и безденежья.

В настоящий период сформировалось профессиональное ядро малого бизнеса. Малый бизнес обрел черты корпоративного представительства, но вместе с тем существенным барьером на пути малого бизнеса встали иллегальные практики, поведенческие стратегии деятелей малого бизнеса,

---

<sup>2</sup> Малый бизнес в России: цифры и факты. Легитимист. 22/12/2015. URL: <http://legitimist.ru/sight/economics/2015/malyij-biznes-v-rossii-czifryi-i-faktyi.html> (дата обращения: 13.02.2016). С. 1.

<sup>3</sup> Малое предпринимательство в России. М., 2009. С. 10.

связанные с нарушением или замещением правовых регуляторов, с созданием параллельных структур теневого и полутеневого характера. Если сказать, что малый бизнес страдает от рейдерства, административного произвола, чиновничьего гнета, было бы несправедливым обойти вниманием проблему уклонения от налогов, коррупции, нарушения социальных и трудовых отношений, выпуск некачественной продукции.

Для развития малого бизнеса, естественно, требуется переход от имитационного к инновационному развитию, к включению экономической инициативы населения, так как более 25% россиян заявляют о готовности начать собственное дело, а среди молодежи таковых насчитывается 60%<sup>4</sup>. В качестве причин, тормозящих готовность к включению в сферу малого бизнеса, называются недостаток финансовых ресурсов, полезных связей, предпринимательского опыта. Но малый бизнес представляется рискованной предпринимательской деятельностью, так как в восприятии россиян ассоциируется с криминалитетом, с безнаказанностью чиновников, с необходимостью договариваться полюбовно. Поэтому так важно для понимания перспектив развития малого бизнеса, являющегося важным ускорителем социального и экономического прогресса российского общества, определить место и характер воздействия иллегальных практик, рассмотреть их классификацию и определить пути нейтрализации и ограничения нелегитимных видов деятельности в развитии малого бизнеса в отношениях с обществом и государством.

Таким образом, мы имеем дело с задачей теоретико-методологического и социально-практического характера: теоретического, связанного с углублением понимания процессов социально-экономической дифференциации российского общества и характера институциональных перемен; и практического, позволяющего продиагностировать социальное

---

<sup>4</sup> Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3115. 30 мая 2016 г. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707> (дата обращения: 05.06.2017).

самочувствие, выявить степень социальной уверенности, определить готовность россиян адаптироваться в новых условиях и сформулировать и реализовать схемы противодействия социальным и экономическим рискам. Можно трактовать сферу малого бизнеса как сферу комплексных социальных проблем, и, следовательно, поднимаемая проблема достаточно шире, поскольку речь идет не только о частной социально-правовой проблеме, но и о системном преобразовании, о качественных переменах в социально-экономической деятельности россиян, призванных обеспечить устойчивое социальное развитие российского общества.

### **Степень научной разработанности проблемы исследования.**

Методологические основы исследования малого бизнеса как вида предпринимательской деятельности были заложены в идеях органического разделения труда Э. Дюркгейма, целерациональной деятельности М. Вебера, инновационного поведения Й. Шумпетера<sup>5</sup>. Малое предпринимательство в условиях общества поздней современности исследуется в трудах Э. Гидденса, Дж. Ритцера, П. Хэйне<sup>6</sup>. Для них малый бизнес является конструктом поведения личности, позволяющим реализовать автономию в контексте структуризации общества.

В работах Э.К. Арутюнова, В. Н. Афанасьева, К.М. Богданова, В. В. Старовойрова, А. В. Князева, К. Ю. Быковой, Э. А. Л. Гарсия, Е. Я. Виттенберга, А.Н. Гнатюка, Ю.М. Ильевой, А.В. Панфилова В.Н.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Западно-европейская социология XIX-начала XX веков. М.: 1996. С. 256-309; Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 350-359; Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М: Эксмо, 2007. С. 130-135.

<sup>6</sup> Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2005. С. 233-237; Хэйне П. Экономический образ мышления. М.: Издательство: Новости, 1997. С. 42-51; Ritzer G. The McDonaldisation of Society. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1993. P. 107-109.

<sup>7</sup> Афанасьев В.Н. Диалектика собственности: логика экономической формы. Л.: ЛГУ: 1991. С. 22-25; Богданов К.М. Российский малый бизнес в условиях финансового кризиса: социальные стратегии адаптации. Автореферат дисс. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2012. 25 с.; Князев А.В. Механизм управления развитием финансовой

характеризуются различные аспекты малого бизнеса, связанного с реализацией открытых и латентных функций, социальной ответственностью, деформацией делового поведения. Подчеркивается, что в российских условиях малый бизнес является результатом социальных трансформаций общества, изменения социальной структуры, формирования новых рыночных институтов, которые накладываются на сохранившиеся традиции патернализма, клановости, сословности, этнической ориентированности.

В работах А.В. Арутюняна, А.М. Астахова, Ю.Ю. Волкова, Ю.В. Гладковой, В. Г. Смолькова, Н. Н. Зарубиной, А. Иоффе, В.В. Кривопускова, М.Г. Магомедова<sup>8</sup> позиционируется понимание проблем малого бизнеса как

---

инфраструктуры региона // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки, 2010. С. 278-283; *Староверов В.В.* Рейдерство как фактор деформации российского предпринимательства. // Социологические исследования. № 4. апрель, 2010. С. 54-65; *Быкова К.Ю.* Государственное предпринимательство и его роль в экономике // Новые парадигмы общественного развития: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции и закономерности. Новосибирск-Тихорецк-Саратов, 2016. С. 98-99; *Арутюнов Э.К., Неижкаша И.С.* История рейдерства и его теоретико-правовая методология // Новые парадигмы общественного развития: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции и закономерности. Новосибирск-Тихорецк-Саратов, 2016. С. 47-49; *Белова В.Л.* О социальной ответственности бизнеса / Белова В.Л., Гарсия А.Л. // Социально-гуманитарные знания. 2004. № 6. С. 196-211; *Виттенберг Е.Я.* Социальная ответственность бизнеса: широкий взгляд // Россия и современный мир. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2007. № 3. С. 124-141; *Гнатюк А.Н.* Адаптационные стратегии малого бизнеса в условиях финансово-экономического кризиса в современной России. Автореферат дис. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2017. 32 с.; *Ильяева Ю.М.* Технологии управленческого консультирования субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе России. Автореферат дис. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2016. 37 с.; *Панфилов А.В.* Социальное управление малыми инновационными предприятиями при вузах в контексте развития российской инновационной системы // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2012. № 4. С. 176-179.

<sup>8</sup> *Арутюнян А.В.* Особенности предпринимательства в контексте становления информационного общества в России. Автореферат дисс. ... канд. соц. наук. Краснодар, 2016. 37 с.; *Арутюнян А.В., Волков Ю.Ю., Кривопусков В.В.* Концептуальные аспекты связи предпринимательства и становящегося информационного общества в России // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 11. С. 106-115; *Астахов А.М.* Противоречия институционализации инновационной деятельности малого бизнеса: Автореферат дисс. ... канд. соц. наук. Ростов н/Д, 2013. 29 с.; *Гладкова Ю.В., Магомедов М.Г.* Инновационное развитие сферы услуг на основе интеграционных форм бизнеса // Вестник Донского государственного технического университета. 2011. Т. 11. № 2 (53). С. 230-234; *Смольков*

связанного с институциональными преобразованиями, с развитием института малого бизнеса как воспроизводства и регулирования социально-экономической сферы. На традиции предпринимательства в России как источника развития малого бизнеса указывается в работах С.И. Сметанина, В.Ф. Савченко<sup>9</sup>. Отмечается, что малый бизнес в России испытывает влияние разрыва традиций, что в отличие от восточноевропейских стран в России была прервана возможность частной предпринимательской деятельности, не сохранились анклавы экономической свободы и во многом малый бизнес испытал влияние цеховиков, полулегальной системы предпринимательства, процветавшей в советский период, что и связано с такими издержками, как уклонение от налогов, использование государственных ресурсов, нарушение социально-трудовых контрактов и незаконопослушания.

В работах В.В. Блошко, В.О. Розенталь, О.С. Пономаревой, В.В. Матвеева, Г.Б. Клейнера, Э.Н. Соболева, И.В. Соболевой<sup>10</sup> подчеркивается

---

*В.Г.* Предпринимательство и бизнес в России. М., 1994. С. 64-67; *Зарубина Н.Н.* Российское предпринимательство: идеи и люди // Вопросы экономики. 1999. № 7. С. 82; *Иоффе А.* Малый бизнес – это философия жизни современного общества. Бизнес для всех. 2001. № 15-16. С. 6-8.

<sup>9</sup> *Сметанин С.И.* История предпринимательства в России: Курс лекций. М.: Палеотип; Логос, 2004. С. 58-65; *Савченко В.* Феномен предпринимательства // Российский экономический журнал. 1995. № 9, 10. С. 12-18.

<sup>10</sup> *Блошко В.В.* Право как социальный регулятор взаимодействия бизнеса и власти в современной России: возможности и границы. Автореферат дис. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2017. 28 с.; *Розенталь В.О., Пономарева О.С.* О мобилизационном этапе стратегии модернизации российской экономики: институциональный аспект // Стратегическое планирование и развитие предприятий / Под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. М.: ЦЭМИ РАН, 2015. С. 112-114; *Матвеев В.В.* Современные методы управления бизнес-рисками / В.В. Матвеев, М.В. Федосеева // Экономика и социум. 2014. № 4-3 (13). С. 1139- 1142. 92 с.; *Матвеев В.В.* Экономическая сущность риска в современных условиях / В.В. Матвеев, Н.А. Чернева // Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства: Материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции (30 января 2015 г.). Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2015. 240 с.; *Клейнер Г.Б.* Системная сбалансированность экономики: методы анализа и измерения // Материалы Шестнадцатого Всероссийского симпозиума «Стратегическое планирование и развитие предприятий» (Москва, 14-15 апреля 2015 г.). Под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера, серия Секция 1 «Теоретические проблемы стратегического планирования на микроэкономическом уровне», М.: Изд-во: ЦЭМИ РАН. С. 74; *Соболев Э.Н., Соболева И.В.* Социальное инвестирование в человеческий капитал на российских



необходимость развития, влияние властных структур на развитие бизнеса, производится дифференциация по региональному критерию. В целом развитие бизнеса определяется в зависимости от институциональных перемен, от характера налогового, административно-правового и экономического стимулирования.

Анализу иллегальных практик в сфере малого бизнеса уделяют внимание такие исследователи, как А.В. Алейников, В.И. Зубков, Г.К. Мишин, Г.А. Аванесов, Б.Б. Кондратов<sup>11</sup>, указывающие на то, что риски, связанные с введением малого бизнеса, обретают характер угрозы национальной безопасности, так как влияют и на социальное самочувствие общества, на формирование стратегии поведения, в частности, на рост правового нигилизма, снижение авторитета законной деятельности, разрушение механизмов социально-созидательной мотивации.

М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова, Ю.Г. Волков, Т.И. Заславская, М.А. Шабанова, В.Г. Федотова, В.В. Радаев<sup>12</sup> в рамках системных исследований российского общества приходят к выводу, что возникновение социальных

предприятиях // Стратегическое планирование и развитие предприятий. М., 2015. С. 135-137.

<sup>11</sup> *Алейников А.В.* Анализ генезиса бизнеса в России: проблемное поле // *Власть*. 2009. С. 9-14; *Зубков В.И.* Социологическая теория риска. М., 2003. С. 72-81; *Зубков В.И.* Социологическая теория риска. М.: Изд-во РУДН, 2003. С. 72-81; *Мишин Г.К.* Проблема экономической преступности. Опыт междисциплинарного изучения. М.: ВНИИ МВД СССР, 1994. С. 37-45; *Кондратов Б.П.* Общественная безопасность и административно-правовые средства ее обеспечения: монография. М.: Щит-М, 1998. С. 290; *Аванесов Г.А.* Криминология и социальная профилактика. М.: Изд-во Акад. МВД СССР, 1980. С. 62-65.

<sup>12</sup> *Горшков М.К.* Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики) / М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2011. С. 300-319; *Тихонова Н.Е.* Социальная структура России: теории и реальность. Монография. М.: Новый хронограф: Институт социологии РАН, 2014. С. 131-138; *Волков Ю.Г.* Креативность: творчество против имитации. М.: Альфа-М, 2013. С. 287-295; *Заславская Т.И., Шабанова М.А.* Институционализация иллегальных трудовых практик / *Куда идет Россия*. М., 2002. С. 137-138; *Федотова В.Г.* Анархия и порядок в посткоммунистической России. / *На перепутье (Новые вехи)*. М.: Логос, 1999. С. 123-129; *Радаев В.В.* Легализация российского бизнеса как институциональная проблема // *Куда идет Россия? Формальные институты и реальные практики* / Под общ. ред. Т.Н. Заславской. М.: МВШСЭН, 2002. С. 95-108.

аберраций и социальных фантомов, рост имитационного поведения характеризуются социальными диспропорциями, дисбалансом социальных интересов, несовершенством механизмов коллективного представительства и референтности. Иллегальные практики в малом бизнесе являются фокусом проблем, связанных с авторитетом института права в российском обществе, с делегитимацией правовой традиции, с высокой толерантностью, терпимостью к правовым нарушениям. Подчеркивается, что преодоление иллегальных практик в сфере бизнеса определяется как характером перестройки отношений внутри бизнеса, так и изменением статуса легальных практик в российском обществе, так как развитие малого бизнеса, реализация функций социально-ответственного поведения и инновационной деятельности возможны при включении механизмов социальной самореализации и создания соответствующей институциональной среды.

Однако все указанные направления научно-исследовательской деятельности при очевидных результатах не дают детального и комплексного представления об иллегальных практиках в сфере малого бизнеса и о возможных путях их ограничения в нынешних условиях. Это и определяет выбор данного проблемного блока в качестве темы нашего диссертационного исследования.

**Целью диссертационного исследования** является выявление специфики иллегальных практик в сфере малого бизнеса в современном российском обществе.

Данная цель достигается посредством реализации следующих **исследовательских задач:**

– систематизировать теоретические подходы к исследованию иллегальных практик в сфере малого бизнеса, выявить критерии их определении и основные характеристики;

- раскрыть особенности теоретического дискурса в отношении специфики иллегальных практик в сфере малого бизнеса в российском обществе;
- определить структурные позиции акторов малого бизнеса в России, способствующие иллегальным практикам;
- определить институциональные параметры формирования и функционирования иллегальных практик в российском малом бизнесе;
- выявить роль иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса в деятельностно-мотивационном контексте;
- проанализировать перспективы нейтрализации и ограничения иллегальных практик в сфере малого бизнеса в современной России.

**Объектом исследования** в работе выступает малый бизнес в современной России.

**Предметом диссертационного исследования** выступают иллегальные практики, как поведенческие стратегии акторов малого бизнеса, направленные на нарушения правовых норм или их использование в качестве нелегитимного обогащения.

**Гипотеза диссертационного исследования.** Иллегальные практики в сфере малого бизнеса воплощаются в стратегии уклонения от налогов, неформальных сделок, нарушения социальных и трудовых прав работников, что является следствием сложившейся институциональной среды и анархических схем делового поведения, связанных с ориентацией на пролонгирование достигнутого статуса самодостаточности в условиях преобладания неформальных правил деятельности. Нейтрализация иллегальных практик в российском малом бизнесе, таким образом, связывается с повышением эффективности действующего законодательства и с переходом от предпринимательства по схеме самодостаточности к предпринимательству по оказанию социальных услуг.

**Теоретико-методологической базой исследования** являются положения о целерациональной деятельности М. Вебера, реальной и имитационной предпринимательской деятельности Й. Шумпетера, концепция правовой интеграции Т. Парсонса и дисфункциональности социальных институтов Р. Мертона, социальной легитимации и самолегитимации П. Бурдьё.

В диссертации также использованы концептуальные разработки В. В. Старовойтовой об истоках деформации российского предпринимательства, А. Куделина об инновационной трактовке малого бизнеса, Ю. Г. Волкова о схемах социальной имитации в российском обществе, В. Г. Федотовой об анархических моделях поведения, а также Т. И. Заславской и М. А. Шабановой о классификации иллегальных трудовых практик.

В диссертационной работе получили отражение принципы стратификационного, системного и конструктивистского подходов. Наряду с этим используются методы компаративистского и статистического анализа.

**Эмпирическую базу исследования** составили результаты социологических исследований, проведенных различными социологическими центрами России: «Российское общество и вызовы времени», Институт социологии РАН, 2016; «Российское общество как оно есть», Институт социологии РАН, 2016; «Предпринимательство и самозанятость в России», ВЦИОМ, 2017; «Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад», ВЦИОМ 2016 г.; «Малый бизнес в России: цифры и факты» Информационное агентство Российского имперского союза, 2015 г., материалы статистического сборника «Малый и средний бизнес в России» 2015 г. Совокупность указанных эмпирических источников обеспечила репрезентативную основу исследования малого бизнеса в России и иллегальных практик в деятельности бизнесменов.

**Научная новизна диссертационного исследования** обусловлена совокупностью достигнутых результатов и состоит в осмыслении автором

специфики иллегальных практик в деятельности акторов малого бизнеса в современной России. В содержательном плане научная новизна заключается в следующем:

- рассмотрены и систематизированы основные теоретико-методологические подходы к исследованию иллегальных практик в сфере малого бизнеса; конкретизировано понятие иллегальных практик как поведенческих стратегий, направленных на незаконное обогащение; описаны их основные характеристики в контексте концепций структурно-функционального анализа, структурно-конструктивистского подхода и деятельностного подхода;
- выявлена специфика научно-исследовательского дискурса в области изучения особенностей иллегальных практик в российском обществе в сфере российского малого бизнеса, которые обосновываются с позиций факторов цехового наследия, вынужденного предпринимательства 1990-х годов и анархизма как ориентации на социальное поведение;
- проанализирована структура позиций акторов российского малого бизнеса, которая заключается в недостатке ресурсов легитимации и самолегитимации, а также пролонгировании достигнутого статуса самодостаточности;
- раскрыты институциональные параметры иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса, которые заключаются в дефиците формальных регуляторов и институциональных отношениях, искажениях, вносимых неформальными социальными нормами;
- показана роль иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса в деятельностно-мотивационном контексте и охарактеризованы ценности прагматической активности как формирующие правовой нигилизм или ситуативное принятие правовых норм с целью малых социальных издержек;

- установлено, что перспективы нейтрализации иллегальных практик в сфере малого бизнеса в России связаны с процессом повышения транзакционных издержек за нарушение правовых норм, а также сменой парадигмы ведения малого бизнеса в направлении сокращения его представительства в сфере торговли и наращивания потенциала развития в сфере инновационного и социально-ориентированного сектора бизнес-деятельности.

Научная новизна постановки проблемы и полученные при ее изучении результаты отражены в основных **положениях, выносимых на защиту**:

1. Теоретические подходы к исследованию иллегальных практик в сфере малого бизнеса фиксируют конфигурацию объективных обстоятельств, связанных с неразвитостью схем социальной интеграции (структурно-функциональный анализ), формированием поля неправовой свободы как самоопределения индивида (структурно-конструктивистский подход), включения иллегальных практик в качестве ресурса преимуществ (неоинституциональный подход), реализации установок на получение максимальной прибыли при минимальных социальных издержках как следствие установки на умение зарабатывать деньги (деятельностный подход).

2. Специфика иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса, согласно представленным позициям и идеям в пространстве научно-исследовательского дискурса, состоит в наследовании цехового принципа как следствия дефицита советской плановой экономики, модели вынужденного бизнеса, ориентированной на анархический тип социального поведения, определяемый неправовым нейтралитетом по отношению к государству, и воспроизводством иллегальных практик как модели суженного социального воспроизводства при сохранении неформальных контрактных отношений как внутри малого бизнеса, так и на уровне взаимодействия с властными структурами.

3. Структурные границы малого бизнеса в России, изначально оформившиеся в процессе вынужденной бизнес-деятельности, в последующий период постсоветской истории дополнялись и расширялись через рекрутацию в малый бизнес новых групп населения, в основном представленных безработной или нацеленной на самостоятельную деятельность молодежью. Такая ситуация соответствует социальной структуре российского общества, в котором рост бедных слоев населения, отсутствие механизмов вертикальной социальной мобильности и риски безработицы вынуждают заниматься малым бизнесом людей, не подготовленных в качестве носителей деловой культуры и не обладающих достаточными финансовыми и правовыми ресурсами. В результате этого позиции акторов малого бизнеса в российском обществе характеризуются недостатками ресурсов легитимации и самолегитимации, занятием статусных позиций, ориентированных на групповое представительство по критерию доходов, что значительно ограничивает воздействие правовых норм, ориентированных на переход малого бизнеса к социально-экспансивным, социально-инновационным формам деятельности.

4. Сложившаяся институциональная среда в российском обществе фиксирует расхождения между формальными и практическими нормами в сфере малого бизнеса. Речь идет о неадекватности формальных правил, в которых институциональные ограничения, как номинальные требования, не совпадают с уровнем соблюдения неформальных правил. Институт бизнеса получил статус корпоративного представительства и ориентирован на закрепление правовых ресурсов, но в его пространстве складываются неформальные институты применения формальных правил. Это подтверждается тем, что на институциональном уровне малый бизнес воспринимается как сфера спонтанной предпринимательской деятельности, ассоциируемой с допущением неправовой свободы. В свою очередь, акторы практик в сфере малого бизнеса ориентированы на то, чтобы воспринимать

формальные нормы как избыточные, снижающие конкурентоспособность за счет правильного законного ведения дел. Институциональные ограничения выражаются в том, что малый бизнес воспринимается как сфера экономической самостоятельности, неформальной занятости населения, как не ориентирующийся на воспроизводство социальных услуг, на участие в инновационном развитии экономики, а причиной этого выступает неадекватность, чужеродность формальных правил, регулирующих сферу малого бизнеса. В данных условиях легальное ведение бизнеса становится трудновыполнимой задачей.

5. Акторы малого бизнеса в России разделяют ценности успеха и прагматического инструментализма, что воплощается в практиках закрепления приоритетов социального микроуровня (семейные, личностные ценности) и слабо коррелирует с ценностями общественного блага. Деятельностно-мотивационные установки акторов малого бизнеса, таким образом, направлены на достижение возможного успеха, обеспечение личностной стабильности и удовлетворительного социального самочувствия. Это создает двойственное отношение со стороны акторов малого бизнеса к праву как регулятору поведенческих стратегий, проявляющееся в том, что, с одной стороны, признается приоритет права в отношении защиты интересов акторов малого бизнеса и, с другой стороны, отрицается роль права как инструмента внешнего вмешательства в бизнес-практики.

6. Для российского малого бизнеса доминирование иллегальных практик негативно сказывается на возможностях роста влияния в экономической сфере, так как по сложившейся структуре малый бизнес неконкурентоспособен и не может занять авторитетные позиции в структуре предпринимательства, но, с другой стороны, иллегальные практики создают эффект позитивной стагнации, воспроизводства знакомых анархических схем. Таким образом, чтобы снизить влияние иллегальных практик, действующие правила, создающие реальные рамки для бизнес-деятельности,



должны обеспечить повышение легализации этой деятельности, что представляется возможным в ситуации их корреляции применяемым в бизнес-сфере правилами. В этом смысле успешные стратегии акторов малого бизнеса определяются возможностями селективности применяемых формальных норм и исключением неограниченных возможностей произвольного применения санкций по формально-законным основаниям. Можно говорить о том, что наиболее перспективным в ограничении иллегальных практик в сфере малого бизнеса является включение механизмов правового контроля в контексте повышения легитимации и самолегитимации малого бизнеса и, как следствие, принятия его акторами установок на закрепление непротивоправной бизнес-деятельности.

**Научная и практическая значимость диссертационного исследования** определена тем, что сформулированные в диссертации положения и выводы могут быть использованы при формировании адекватной потребностям малого бизнеса и российского общества в области социально-экономического развития бизнес-политики, реализуемой на локальном и региональном уровнях. Теоретическая значимость исследования определяется перспективами дальнейших исследований в области развития малого бизнеса в России в рамках предложенной когнитивной стратегии, в то время как на практическом уровне разработанные идеи и положения могут оказаться полезными в системе высшего образования при чтении курсов по общей социологии, социологии труда, экономической социологии, а также спецкурсов по деловой культуре в сфере малого бизнеса и инновационным формам его развития.

**Апробация работы.** Материалы исследования были представлены на Международной конференции «Поликультурные регионы: проблемы и возможности гармонизации межэтнических отношений» (9 марта 2017 г.), Всероссийской конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

«Путь в науку» (апрель 2016 - 2017 г.), 10-й школе молодого социолога (ст. Вешенская, 2017 г.).

Материалы диссертационного исследования отражены 5 научных работах, в том числе в 3 изданиях из перечня ВАК при Минобрнауки РФ. Общий объем публикаций составляет около 3,5 п.л.

**Структура работы:** диссертация включает введение, три главы, состоящих из шести параграфов, заключение и список литературы.

## **ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ИЛЛЕГАЛЬНЫХ ПРАКТИК В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

Малый бизнес становится мощным фактором социально-экономического развития в середине XX века. По сравнению с ремесленническими ассоциациями и мелкими хозяевами предшествующего периода акторы малого бизнеса занимают самостоятельную социально-экономическую нишу, к ним обращаются как к способным развивать социальную и экономическую инициативу, ускорять процесс экономического производства, особенно в кризисные периоды, стать полем для инновационных идей.

Такие характеристики имеют отношение к следующему: в условиях сокращения реальных рабочих мест, ухода эпохи индустриальной экономики и возникновения проблемы лишних рук, малый бизнес становится фактором снижения социальной напряженности, поддержания трудовой мотивации населения; главное, он может стать стартовой площадкой для формирования новых производств (пример силиконовой долины в США).

Отмечая, что сфера малого бизнеса притягивает миллионы людей, что в целом 50% мировой продукции производится на малых и средних предприятиях, следует подчеркнуть, что акторы, действующие в сфере малого бизнеса по модели экономической человеконезависимости, то есть предпринимают самостоятельные решения, «эгоистичны», рациональны, но, когда речь заходит об их информированности, социальной и правовой компетентности, возникает проблематизация отношения к праву и легальным (правовым) практикам.

Иллегальные практики в сфере малого бизнеса не приобретают статус естественного закона, но являются неистребимой тенденцией функционирования системы. Этот процесс нельзя рассматривать как иррационализацию, попытку сохранить автономность в условиях социальной

рационализации. Поэтому закономерным представляется обращение к проблеме иллегальных практик в сфере малого бизнеса в контексте сформировавшихся социологических подходов, выявление различных позиций, содержащих критерии выявления и оценивания иллегальных практик с целью конструирования адекватного социологического инструментария.

### **1.1 Иллегальные практики в сфере малого бизнеса: социологические подходы**

Рассматривая малый бизнес как сферу предпринимательской деятельности, социология считает важным выявить социальную составляющую малого бизнеса, определить, из каких слоев населения рекрутируется малый бизнес, какие статусные позиции занимают представители малого бизнеса, каким социальным и ценностным потенциалом обладают, как акторы малого бизнеса включены в систему сложившихся социальных и экономических отношений.

Социологическая мысль рассматривает малый бизнес в контексте становления современного общества. Несмотря на наличие семейных, патриархальных, клановых и иных традиционных связей, малый бизнес представляет качественно новое явление, совместимое с основными параметрами развития личности в современном обществе. Э. Дюркгейм указывал на тот факт, что современное общество характеризуется органической солидарностью, что разделение труда в современном обществе приводит к тому, что возникает ситуация дифференциации и взаимозависимости. Э. Дюркгейм полагал, что малый бизнес относится к нормальным формам разделения труда, так как содержит возможности для включения в социально активную деятельность людей, не обладающих

достаточными возможностями включиться в процесс индустриальной экономики<sup>13</sup>.

Важным моментом является то, что Дюркгейм находил объективный показатель солидарности общества в праве, в том, чтобы установить функциональную зависимость между силой социальных связей и коллективным сознанием<sup>14</sup>. В сфере малого бизнеса коллективное сознание выражено менее отчетливо и не совпадает с объемом индивидуальных знаний. Дело в том, что малый бизнес есть сфера действующих спонтанно индивидов, поэтому возникает эффект сопротивления праву. Но для Дюркгейма важным было то, что иллегальные практики в сфере малого бизнеса есть следствие неразвитости коллективного сознания. Акторы малого бизнеса представляют непосредственное коллективное сознание и, в отличие от крупного и среднего предпринимательства, ощущают меньшую потребность в правовых нормах. Общество в этих условиях воздействует на сферу малого бизнеса в контексте нормального регулирования предпринимательской деятельности. Так как в сфере малого бизнеса сохраняется внешнее равенство и конкуренция представляется внешней со стороны групп, обладающих большим объемом и интенсивностью предпринимательской деятельности, акторы малого бизнеса не создают предпосылок органической солидарности и в то же время далеки от понимания классовой солидарности с присущими ему антагонизмами. В большей степени используется эффект квазипатриархальных, квазисемейных отношений, позволяющих уйти от внутренних противоречий, но при этом действие правовых норм блокируется.

Таким образом, иллегальные практики в сфере малого бизнеса понимаются как поведенческие стратегии, нацеленные на актуализацию

---

<sup>13</sup> Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Западно-европейская социология XIX-начала XX веков. М.: 1996. С. 256-309.

<sup>14</sup> Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Западно-европейская социология XIX-начала XX веков. М.: 1996. С. 256-309.

традиционных связей, семейного капитала, традиционных, семейных или земляческих патриархальных связей, для того чтобы поддержать внутреннюю солидарность как способ нейтрализации внешней конкуренции, навязываемой крупным или средним бизнесом.

В работах М. Вебера и Й. Шумпетера малый бизнес рассматривается в контексте рационализации общественной жизни. Для Вебера очевидно, что доминирование целерациональной деятельности в сфере капиталистической экономики имеет последствием крах малого бизнеса, поэтому акторы малого бизнеса придерживаются традиционной схемы, оправдывая ее с целью прагматического использования<sup>15</sup>. Для Вебера формально правовые нормы являются самым значимым критерием рациональности, также как и в сфере управления таковой является бюрократия. Рассматривая малый бизнес как следствие протестантской этики, Вебер в сфере малого бизнеса отдает приоритет парцилированной личности, для которой включенность в рационализированный мир определяется достаточной гарантированностью отнесенности к сфере социального действия. Обращение к малому бизнесу в контексте веберовских идей связано с возможностью противостояния бюрократическому порядку.

Так как актор малого бизнеса парцилирован, частичен, далек от гуманистических идеалов, но в предпринимательской деятельности он становится носителем автономности. При этом Вебер указывает на ограничения, связанные с недопустимостью романтизации мелких хозяев, поскольку для них традиционное действие оправдано тем, что позволяет выдержать натиск бюрократической организации, и малый бизнес в этом смысле представляет сферу свободы. Иллюгальные практики в сфере малого бизнеса возникают как результат чрезмерной бюрократизации, а включение механизмов традиционного действия есть форма коллективной и индивидуальной самозащиты.

---

<sup>15</sup> Немецкая социология / Под ред. Р.П. Шпаковой. СПб.: Наука, 2003. С. 158.

В работах Й. Шумпетера малый бизнес определяется как сфера деятельности, связанная с защитой предпринимательской функции в условиях ее отмирания. Дело в том, что если классические функции предпринимателей заключаются в том, чтобы реформировать или революционизировать производство, используя новые технологические решения для выпуска новых товаров или производства новых товаров старым способом<sup>16</sup>, акторы малого бизнеса являются множеством более скромных представителей (вплоть до выпуска новых сортов колбас и оригинальных зубных щеток)<sup>17</sup>.

В этом смысле признается инновационная роль малого бизнеса, но указывается на невозможность осуществления самостоятельных экономических функций, поскольку в основном акторы малого бизнеса нацелены на реализацию рутинных, понятных всем задач. Так как технологический прогресс все больше становится делом коллективов высококвалифицированных специалистов и имеет тенденцию деперсонализации автоматизированности, акторы малого бизнеса не претендуют на положение социального лидерства. Для Й. Шумпетера процесс индустриализации связан не только с вытеснением мелких и средних фирм, экспроприации их владельцев, но и, в конечном счете, с экспроприацией предпринимателя как такового<sup>18</sup>. Поэтому акторы малого бизнеса нацелены на нахождение механизмов самозащиты, на то, чтобы, не претендуя на статус правящего класса, готовиться к защите собственных интересов путем занятия самостоятельной социально-экономической ниши.

В понимании Й. Шумпетера, малый бизнес в настоящий период выполняет имитационную функцию, сохраняет видимость предпринимательства в рамках стандартизированных договорных

---

<sup>16</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М: Эксмо, 2007. С. 183.

<sup>17</sup> Там же. С. 184.

<sup>18</sup> Там же. С. 187.

отношений. Малый бизнес поддерживает иллюзию сохранения института частной собственности, института свободного контракта, но из проделанного Й. Шумпетером анализа становится ясно, что акторы малого бизнеса действуют в рамках возможной рациональности, что эгоистичность и независимость объективно идентифицируется с иллегальными отношениями, что в рамках заведомого проигрыша гигантам по критерию экономической эффективности акторы малого бизнеса действуют в рамках собственной судьбы.

Оправдание такой деятельности связано с тем, что если бы малый бизнес не существовал, создание массы безликих управленцев и производителей сделало бы невозможным всякие «прокапиталистические» доводы. Иллегальные практики в сфере малого бизнеса, таким образом, рассматриваются как способность акторов малого бизнеса в рамках возможного выйти из-под контроля капиталистической рациональности, выйти за рамки логики индустриализации и добиваться успеха под прикрытием защитной брони, выполненной из небуржуазного материала<sup>19</sup>.

Т. Парсонс и Р. Мертон рассматривают малый бизнес в функционалистской интерпретации. Для Т. Парсонса очевидным является понимание малого бизнеса как принятие поведенческих и ролевых комплексов, связанных с членством в социетальном сообществе. Это означает, что акторы малого бизнеса рассматривают свою деятельность в рамках социальной адаптации, отстаивая версию рационального преследования собственных интересов. Внутри этой проблемной области, как считает Т. Парсонс, требуемая для профессиональной деятельности компетентность возмещается концентрацией на традиционных формах,

---

<sup>19</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М: Эксмо, 2007. С. 192.



плюрализмом деятельности, возможностью справедливого положения путем рыночной конкуренции<sup>20</sup>.

Для Парсонса малый бизнес возможен либо как сфера приложения уникальных способностей, не актуализируемых в массовом производстве, либо как воспроизводство монотонного равенства, адаптационной способности действовать в условиях иерархической организации. Акторы малого бизнеса в таком смысле не подпадают под влияние рынка и бюрократической организации. Очевидным становится, что для акторов малого бизнеса желаемым является частный правовой порядок, освобождающий от пристального культурного или социального контроля. Эта «независимость» совместима со статусными системами кровнородственного или этнического свойства, с аскрептивно закреплёнными позициями индивидов и семейств<sup>21</sup>. Иными словами, акторы малого бизнеса вовлечены в мир профессиональной занятости по критерию самовыживаемости. Можно также говорить о том, что для Т. Парсонса малый бизнес является способом реализации семьей функции сохранения образца, и в этом контексте малый бизнес ограничен профессиональной социализацией.

Если рассматривать иллегальные практики в сфере малого бизнеса с точки зрения Р. Мертона, источником аномического (иллегалного) поведения является расхождение между социально предписываемыми целями и приемлемыми средствами их достижения<sup>22</sup>. В контексте диссертационного исследования следует говорить о том, что малый бизнес, не попадающий под воздействие образовательных и профессиональных средств достижения успеха, продуцирует иллегальные практики, так как заветной нишей является сфера теневой и полутеневой экономики, связанная

---

<sup>20</sup> Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998. С. 130.

<sup>21</sup> Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998. С. 134.

<sup>22</sup> Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. Издательство: «АСТ», «АСТ Москва», «Хранитель», 2006. 873 с.

с преимуществами, получаемыми от ухода от налогообложения, сфера фальсифицированных товаров и криминальных услуг.

Мертоновское объяснение иллегальных практик в сфере малого бизнеса связано с опытом осмысления аномического поведения в сфере услуг, с тем, что в США в 50-е–60-е годы получил распространение этнический (в частности, итальянский) бизнес. Для Мертона латентной функцией малого бизнеса является его значение как средства адаптации для слабо интегрируемых в американское общество групп. Таким образом, иллегальные практики в сфере малого бизнеса с точки зрения структурно-функционального подхода, с одной стороны, обусловлены неактуализированностью, непривлекательностью образовательного и профессионального статуса, с другой – латентными функциями, связанными с этническим, сословным, клановым бизнесом.

Структурный конструктивизм П. Бурдьё предполагает, что малый бизнес есть социальное поле объективированных субъектных представлений, включающее как объективные структуры, структурные принуждения, но и субъективные представления акторов малого бизнеса<sup>23</sup>. Очевидно, что малый бизнес есть сфера габитуса, ординарных ситуаций, рутинного опыта, что в основе малого бизнеса находится преобладание схем действия, что малый бизнес характеризуется специфическими механизмами капитализации свойственных ему легитимных средств<sup>24</sup>. В сфере малого бизнеса не присутствует классический конфликт между обладателями экономического капитала и капитала культурного, так как малый бизнес не претендует на действие в поле власти. Выигрышность позиций малого бизнеса в том, что он старается дистанцироваться от совокупности силовых отношений между

---

<sup>23</sup> Коркюф Ф. Новые социологии / Пер. с фр. Е.Д. Вознесенской, М.В. Федоровой; науч. ред. Н.А. Шматко. М: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2002. С. 44.

<sup>24</sup> Там же. С. 49.

социальными группами и не претендует на формы социального доминирования.

Можно сказать, что это «страдающий» класс, но главное в компетентности акторов малого бизнеса – практическое чувство, действующее в определенной ситуации. Можно сказать, что акторы малого бизнеса рассматривают неформальные нормы как обычное регулирование, в то время как формальные нормы могут расходиться с практической логикой. Агенты малого бизнеса находятся в системе взаимодействия как конструирования своей социальной и профессиональной реальности. Правовые нормы рассматриваются структурами, в которых эти взаимодействия не реализуются. Поэтому для акторов малого бизнеса характерна социальная эксклюзия, стремление к локализации.

Позиция, которую занимают акторы малого бизнеса в социальном пространстве, выбрана по принципу дифференциации и распределения. Акторы малого бизнеса осуществляют властный продукт, в котором аккумулирован прошлый труд<sup>25</sup>, но для них культурный и экономический капитал не имеет того же значения, что социальный, который признается легитимным. В силу этого обстоятельства можно говорить о том, что в сфере малого бизнеса социальное поле «навязывает» свою волю экономическому полю. Для акторов малого бизнеса очевидными являются промежуточные или средние позиции, стремление к нейтральной точке социального пространства. «Знание» позиции связано с социальным признанием и не обязательно юридической гарантированностью социального статуса.

Таким образом, иллегальные практики возникают в силу того, что акторы малого бизнеса коррелируют свои позиции с социальным признанием, используя социальный капитал. Легальные практики означают

---

<sup>25</sup> Коркюф Ф. Новые социологии / Пер. с фр. Е.Д. Вознесенской, М.В. Федоровой; науч. ред. Н.А. Шматко. М: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2002. С. 56.

включение в конкуренцию, борьбу за власть. Акторы малого бизнеса не обладают достаточными культурными, образовательными и властными ресурсами для конвертирования или рассмотрения их с точки зрения преумножения экономического капитала. Важным положением является и то, что акторы малого бизнеса – это возможный класс<sup>26</sup>. Для них более важным является необходимость негативной мобилизации, сопротивления внешнему вмешательству, чем заинтересованность в позитивной мобилизации, для которой существуют похожие позиции, но отсутствует интерес к выработке похожих практик.

Таким образом, иллегальные практики конституируют рутинные виды деятельности, ограничение в стремлении к полю власти и использованию этого положения для ухода от конкуренции с превосходящими по ресурсам социальными группами.

В работах Э. Гидденса малый бизнес можно рассматривать как эффект непреднамеренных (рискованных) последствий предпринимательской деятельности. Если исходить из позиции Э. Гидденса, акторы малого бизнеса не могут быть обвинены в большей криминальности, чем представители крупного или среднего бизнеса<sup>27</sup>. Речь идет о том, что малый бизнес есть сфера практического знания, связан с социальной категоризацией ситуативности, что в рамках компетентности акторов малого бизнеса правовые нормы предстают дискурсивным знанием, что либо может стать алгоритмом действия, усвоенным практическим знанием, восприниматься социальным автоматизмом, либо вызвать сопротивление, оцениваясь как внешние риски. Поэтому иллегальные практики являются результатом конфликта между практическим и дискурсивным знанием, так как актор

---

<sup>26</sup> Бурдьё П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. С. 59.

<sup>27</sup> Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуриации. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2005. 528 с.

малого бизнеса сталкивается постоянно с эффектом непреднамеренных последствий, если меняется правило правового регулирования.

П. Штомпка, предлагая четырехмерную модель исследования социальной реальности, рассматривает малый бизнес как сферу свободы в социалистическом обществе, так, именно благодаря малому бизнесу польское общество снизило эффекты травматических социальных последствий. Он рассматривает малый бизнес с позиции преодоления коллективных травм, касающихся человеческих сообществ и происходящих в результате социальных изменений<sup>28</sup>. Для него посткоммунистический переход имел культурное измерение, связанное с принятием в обществе новой системы ценностей, норм, образцов и идеалов, и во многом благодаря сохранению островков альтернативной культуры, снизилась глубина диссонанса, содержательного противоречия между прежней и новой культурой.

Малый бизнес в этом аспекте социально значимо, позволяя снять со знаком минус побочные последствия для значительных сегментов общества, так как малый бизнес снижает и противодействует росту безработицы, минимизирует снижение социального обеспечения и ослабление патерналистских функций государства. Сопrotивляемость по отношению к травматогенным и травматическим ситуациям связана с тем, что акторы малого бизнеса могут использовать создавшуюся ситуацию в своих интересах. Это не означает, что малый бизнес становится массовой стратегией: как групповая стратегия, малый бизнес, укрепляя новые ценности, поддерживает образцы и стандарты традиционной деловой культуры.

В рамках неизбежной платы за реформы акторы малого бизнеса используют как пассивные стратегии, связанные с прагматическим

---

<sup>28</sup> Штомпка П. Социология социальных изменений / Пер. с англ. под ред. В.А. Ядова. М.: Аспект Пресс, 1996. С. 477.

принятием (это касается тех, кто занимался малым бизнесом и в предшествующий период), так и активные стратегии, связанные с иллегальными практиками как способ компенсации недостатка доступных средств. В этом смысле акторы малого бизнеса включаются в процесс социальных изменений. Иными словами, благодаря занятию малым бизнесом, группы социального реванша могут адаптироваться в современном обществе. Таким образом, иллегальные стратегии вызваны изменением с амбивалентным балансом, так как прогрессивные изменения, связанные с внедрением рыночной культуры, оборачиваются своей негативной стороной, прерывая непрерывность, лишая смысла прежние навыки и привычки, связанные с индустриальным, дисциплинирующим образом жизни.

В определенной степени иллегальные практики порождены аномией успеха, так как в рамках новой рыночной реальности свобода может трактоваться неправомерно, содержать ориентацию на принятие стратегии рискованного действия. Проблема в том, что в коллективной памяти малый бизнес воспринимается как сфера, альтернативная государственному вмешательству, что ставит под сомнение воздействие на предпринимательскую деятельность правовых норм. Изменения такого типа могут породить травматогенный характер, так как, преодолевая стрессовые изменения, порождают культ усредненности в новых условиях, пассивный коллективизм. Иначе говоря, иллегальные практики являются порождением, с одной стороны, индивидуализма, стремления к успеху, с другой – связаны с неприятием безоговорочного следования правовым нормам, воспринимаемым как послушание властям.

Исследователи институционального подхода (Д. Норт, Дж. Уоллис, Б. Вайнгаст) позиционируют различия между обществами открытого и закрытого доступа. Утверждается, что для существования более широкого спектра частных организаций эти общества должны развивать институты для лучшей поддержки частных организаций, включая правовую систему, для

работы с внутренними и межорганизационными контрактами, а также для создания более надежных обязательств по защите частных организаций от экспроприации со стороны государства и господствующей коалиции<sup>29</sup>.

Согласно этому положению, малый бизнес как частная организация нуждается в соответствующих институтах делегирования, представительства и защиты интересов. Можно сделать вывод, что иллегальные практики в сфере малого бизнеса связаны с отсутствием таких институтов, с неразвитостью правовой системы: необходимо наладить внутренние контракты в сфере малого бизнеса и межорганизационные, включающие как отношения со средним и крупным бизнесом, так и с государственными структурами. Конкретизируя это положение, можно сказать, что речь идет о естественном государстве, в котором малый бизнес становится легитимным, связан с правовыми механизмами, обеспечивающими реализацию интересов в существующих формах.

Для развития малого бизнеса необходима, с одной стороны, динамическая стабильность, способствующая конкуренции и свободному потоку товаров и идей. С другой стороны, малый бизнес должен иметь стимулы для инвестирования в рекламу новых решений проблем<sup>30</sup>. Иными словами, малому бизнесу следует предоставить общественную трибуну: свободное и открытое выражение идей означает, что многие идеи будут услышаны. Для представителей неинституционализма существенным является то, что институциональные механизмы приоритетны по отношению к личностям и традиции. Важно, чтобы представители малого бизнеса обладали доступом к общественным ресурсам, так как, если существует

---

<sup>29</sup> Норт Д., Вайнгаст Б., Уоллис Дж. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества / Пер. с англ. Д. Узланера, М. Маркова, Д. Раскова, А. Расковой. М.: Изд. Института Гайдара, 2011. С. 147.

<sup>30</sup> Норт Д., Вайнгаст Б., Уоллис Дж. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества / Пер. с англ. Д. Узланера, М. Маркова, Д. Раскова, А. Расковой. М.: Изд. Института Гайдара, 2011. С. 240.

ограниченный доступ, если проблемы малого бизнеса решаются структурами, не имеющими к нему отношения, формулой поведения акторов малого бизнеса становится закрепление схем традиционализма, корпускуляризация существующих проблем.

В отличие от представителей государства, которые обеспечены заработной платой выше рыночной, представители малого бизнеса действуют на свой страх и риск. Поэтому обращение к иллегальным практикам возможно, если существующие рыночные механизмы недостаточны для того, чтобы удовлетворить интересы малого бизнеса в законном приобретении прибыли. Данное положение выглядит в системе неoinституционализма как признание того, что малый бизнес не может развиваться исключительно спонтанно, что существует потребность в правовых гарантиях со стороны государства для обеспечения устойчивого воспроизводства предпринимательских отношений. Иными словами, акторы малого бизнеса могут быть включены в рыночную конкуренцию при определенных ограничивающих условиях.

К ним относится, во-первых, создание защищенной конкурентной среды: бессмысленно подвергать малый бизнес включению в соревнование с крупным и средним бизнесом, если вспомнить известное выражение Й. Шумпетера о беспощадности гигантомании<sup>31</sup>. Во-вторых, для акторов малого бизнеса честная конкуренция возможна, если государство задает планку честности, создает условия игры, приемлемые и равные для всех. Это означает, что акторы малого бизнеса продуцируют иллегальные практики, склонны к нарушению или обходу легальных норм в рамках нечестной, «беззастенчивой» конкуренции, конкуренции, в которой побеждают неформальные связи, близость или покровительство со стороны властных структур, негативная солидарность.

---

<sup>31</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М: Эксмо, 2007. 864 с.



Неоинституционалистский подход основывается на том, что может наблюдаться институционализация, связанная с нормативизацией иллегальных практик. Это происходит потому, что неформальные нормы отвергаются на уровне формальных институтов, не учитываются при оценке правовых регуляторов и обречены на бездействие или реконверсию, придание иных смыслов. Если знать, что малый бизнес ориентирован на производство множества обычных общественных благ и услуг, то следует также утверждать, что актор малого бизнеса, ориентированный на подобного рода деятельность, действует в пространстве явных привилегий и извлечения ренты. Имеется в виду, что честная конкуренция не проявляется в чистом виде.

Также следует учитывать, что акторы малого бизнеса не склонны к логике коллективных действий, что организованные группы интересов, существующие в крупном и среднем бизнесе, более влиятельны, чем в малом бизнесе, объединенном более страхами и тревогами, чем позитивными целями. С одной стороны, малый бизнес признается обществом сферой социальной самодеятельности населения, приносящей несомненную пользу в расширении общественных благ и услуг, где остается стандартизированное среднее и крупное производство. С другой – акторы малого бизнеса стремятся уклониться от «опекунства» государства, так как, работая в диапазоне ограниченных связей, рассматриваются государством как налогоплательщики. Если организованные группы могут испытывать «негодование» по поводу недостаточной институционализации своих интересов, то акторы малого бизнеса могут выразить собственную позицию, уклоняясь от институционализации интересов, сохраняя амбивалентность деловых стратегий.

Очевидно, что институционализация предпринимательской деятельности опирается на идею суверенности, так как для акторов малого бизнеса законопослушание является в большей степени обязанностью, чем

правом. Исходя из этого обстоятельства, можно предположить, что иллегальные практики возникают, во-первых, потому, что не происходит соадаптации неформальных отношений с формальными и правовые нормы воспринимаются как чуждые; во-вторых, потому что сфера предпринимательской саморегуляции связана с явными и неявными привилегиями, приводящими к отклонению законности.

В работах Р. Коллинза, М. Манна, К. Калхуна отмечается, что технологическое замещение, технологический прогресс делают малый бизнес неравным в отношениях с крупным и средним бизнесом. Как следствие, снижаются шансы представителей малого бизнеса стать членами нового среднего класса. Возникает эффект повторения луддитства<sup>32</sup>, так как у акторов малого бизнеса наблюдается отторжение технологического прогресса. Что же касается перспективы развития инновационных производств, то сложность состоит в том, что в этом контексте малый бизнес перестает выполнять свою основную роль – предоставление рабочих мест для «лишних людей», высвобождаемых в процессе технологизации производства. Разумеется, наблюдается эффект умножения числа блогов, если не возмещается исчезновение оплачиваемых мест в журналистике<sup>33</sup>.

Иными словами, акторы малого бизнеса, если и могут рассчитывать на перспективы, то в предоставлении уникальных продуктов и услуг, что связано с неприятием стандартизированного производства или социальной и потребительской ностальгией. Эффект так называемого технологического замещения приводит к тому, что расширяется число вынужденно занятых малым бизнесом, а это, в свою очередь, означает, что доминируют адаптивные, а не инновационные стратегии. Иллегальные практики в этом смысле являются наиболее привлекательными для тех, кто не претендует на

---

<sup>32</sup> Есть ли будущее у капитализма? / Пер. с англ. И. Валлерстайн и др. М.: Институт Гайдара, 2015. С. 64.

<sup>33</sup> Есть ли будущее у капитализма? / Пер. с англ. И. Валлерстайн и др. М.: Институт Гайдара, 2015. С. 66.

квалифицированную работу. Более того, в условиях глобализации возникают новые теневые рынки, связанные с контрабандой товаров, наркотиков, что также влияет на криминализацию малого бизнеса. Эти практики входят, конечно, в число краткосрочных источников доходов для большинства акторов малого бизнеса.

Отмечая это обстоятельство, можно сказать, что акторы малого бизнеса все более отдаляются от идеала среднего класса, так как не связаны со сложным квалифицированным трудом. К тому же, ощущается влияние финансовых инструментов, выражающееся в том, что финансовые манипуляции создают материальные ограничения для развития малого бизнеса, и уверенность в том, что правовые регуляторы могут создать фон честной конкуренции, также сокращается. Р. Коллинз, К. Калхун подчеркивают, что воздействие «финансиализации»<sup>34</sup> поощряет иллегальные практики, так как связано с инвестициями на более краткосрочные прибыли, тем самым снижая привлекательность правовых регуляторов, необходимых для долгосрочного, более фундаментального роста<sup>35</sup>.

Таким образом, иллегальные практики в сфере малого бизнеса фокусируют ситуацию финансиализации, преобладания финансовых инструментов, при которых правовые регуляторы, эффективные в условиях долгосрочного инвестирования, честной конкуренции и последовательной политики помощи малому бизнесу, снижают свое влияние по сравнению с логикой самосохранения и использования теневых каналов глобализации. Так как малый бизнес становится сферой применения сил «лишних людей», конкурентность разворачивается не по критерию квалифицированного труда и качественных продуктов, а по критерию снижения издержек, связанных с рабочей силой и выпуском промышленной продукции. Поэтому иллегальные практики могут развиваться и в форме нарушения социально-трудовых

---

<sup>34</sup> Там же. С. 227.

<sup>35</sup> Там же.

отношений (эффект прекариотизации, нестабильной занятости, преобладание неформальных договорных отношений), и в выпуске продукции, имеющей характер фальсификата, не использующей легальные бренды и технологии.

\*\*\*

В целом по параграфу можно сделать следующие выводы:

Иллегальные практики в сфере малого бизнеса в контексте сложившихся социологических подходов можно определить как поведенческие стратегии акторов малого бизнеса, направленные на извлечение прибыли, на поддержание достигнутого статуса на основе нарушения, обхождения или использования правовых норм в целях незаконного обогащения;

Вместе с тем, развитие малого бизнеса в современных условиях определяется возрастанием ситуации неопределенности, связанной с финансиализацией (финансовыми манипуляциями), теневыми эффектами глобализации и эффектом технологического возмещения, что создает возможности для роста иллегальных практик на основе нарушения трудовых прав и предоставления теневых и полутеневых товаров и услуг.

## **1.2 Специфика иллегальных практик в российском малом бизнесе в научно-исследовательском дискурсе**

Рассматривая иллегальные практики в сфере малого бизнеса как суженную форму социального воспроизводства, определяя их ориентированность как извлечение прибыли незаконными способами, можно сказать, что в российском обществе иллегальные практики в сфере малого бизнеса являются предметом пристального изучения представителями различных социальных наук (социологии, права, социальной психологии, экономики). При этом не следует забывать, что малый бизнес в российском обществе находится в парадоксальной ситуации: с одной стороны, на представителей малого бизнеса возлагается важная роль в реализации

предпринимательской деятельности населения, стимулировании развития семейного бизнеса, снижении социальной напряженности и обеспечении ресурсосберегающего экономического роста; с другой – малый бизнес представляется неконкурентной средой, которая если и насыщает рынок товарами и услугами, то в основном дешевого и сомнительного качества.

Поэтому оценки нынешнего состояния и перспектив развития малого бизнеса существенно разнятся. Создание условий малого бизнеса связано с формированием определенных правовых, нормативных и практически регулятивных границ малого предпринимательства. Существующий Федеральный закон №88 «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» определяет нормативы занятости в малом бизнесе (цифра занятых не должна превышать 100 человек). Важным моментом является и то, что отнесение предприятий к субъектам предпринимательства связано с тем, что доля лиц, не являющихся субъектами малого предпринимательства, не должна превышать 25%.

Очевидно, что нормативная модель предполагает развитие малого предпринимательства как формы экономической самостоятельности населения и направлена на то, чтобы нейтрализовать возможности поглощения малого бизнеса средним и крупным бизнесом. Однако, в такой правовой парадигме возникают определенные коллизии, связанные с тем, что, несмотря на большой объем проделанной работы по совершенствованию организационной, финансовой, материально-технической поддержки малого бизнеса, российский малый бизнес, хотя и является наиболее гибким сектором экономики, не продуцирует технологические и организационные инновации. Судя по структуре деятельности предприятий малого бизнеса, доля тех, кто вносит вклад в развитие реальной экономики и обеспечение сферы товаров и услуг, не превышает 30%. В то же время очевиден перекося сторону непродуцирующего сектора.

Данные выводы свидетельствуют о том, что российский малый бизнес в основном сосредоточен в отраслях, связанных с посредническими услугами, что ориентация на краткосрочную прибыль не способствует привлекательности инвестиционной деятельности, заинтересованности в развитии бизнеса, переориентации на инновационное производство. Одной из причин такого положения является доминирование иллегальных практик в сфере бизнеса. Их функционирование определяется как наследственными, так и актуальными обстоятельствами. К наследственным относится существование в условиях социалистической плановой экономики иллегального и полуполюгального цехового производства. Судя по тому, что 20-30% товаров и услуг относились к категории теневых, неучтенных в налоговой системе или использовавших государственные ресурсы, цеховая экономика сформировала отношение к малому бизнесу как к рискогенной деятельности, гарантирующей высокую прибыль, но ориентированную на формирование параллельных видов деятельности, не связанных с государственной.

Само понятие «предпринимательская деятельность» в предшествующий период носило негативный характер, и несмотря на усилия в позднеперестроечный период легитимировать предпринимательскую активность, ее направленность и активность была переключена на посреднические услуги. Инерционная модель воспроизводится и в настоящий период, что можно объяснить тем, что именно сфера посреднических услуг, где высоко влияние неформальных отношений, взаимодействие с властными и управленческими структурами, приносит наиболее высокую прибыль при наименьших затратах, связанных с кредитными, технологическими, организационными и иными рисками.

В этом смысле можно говорить о специфике иллегальных практик в российском обществе в контексте их связи со схемами цехового опыта, паразитирования на государственных ресурсах, получения латентных

привилегий и снятия посреднической ренты. Поэтому российский малый бизнес развивается до сих пор не как инструмент стимулирования экономической деятельности населения и гибкого удовлетворения потребительских запросов, – в системе его функционирования иллегальные практики занимают видное место, так как связаны с самим характером предпринимательской деятельности, ориентированностью на услуги во вторичной сфере.

В то же время нельзя иллегальные практики в сфере малого бизнеса с полной вероятностью отнести к беловоротничковым преступлениям. Очевидно, что действуют сложившиеся еще в предшествующий период коррупционные механизмы, что в определенной степени акторы малого бизнеса ориентированы на покровительство, поддержку, крышевание со стороны властных и правоохранительных структур. При этом следует подчеркнуть, что для выявления критериев функционирования иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса очевидным представляется определение интенсивности неформальных отношений с властными и государственными структурами. Реализации данной задачи служит введение таких косвенных критериев, как определение условий, необходимых для ведения малого бизнеса, характер предпринимательской деятельности, способы получения прибыли.

Если же рассматривать актуальное состояние малого бизнеса, то просматривается следование определенной рыночной конъюнктуре. Наиболее успешными оказываются предприятия, задействованные в сфере услуг и инновационных технологий. Но так как они составляют от 6 до 8% акторов малого бизнеса, их влияние на изменение ситуации в пользу введения рыночных механизмов и режима открытого доступа является недостаточным. В нынешних условиях малый бизнес, как пишет И.А.

Дискин, нуждается в реальных регуляторах социальных отношений<sup>36</sup>. Имеется в виду, что позитивная экономическая активность в сфере малого бизнеса связана с институциональной средой, заслуживающей доверия населения.

Представители институционального подхода заявляют о том, что в России до сих пор так и не созданы условия, институциональные рамки деятельности бизнеса, что, несмотря на формирование определенной нормативно-правовой базы, акторы предпринимательской деятельности испытывают давление со стороны государственных контролирующих органов, что решения принимаются вне учета интересов тех, кто занимается малым бизнесом. Фиксируя формальное введение рыночных отношений, указывается на то, что реальная поддержка государства оказывается не малому бизнесу, а представителям сращенных с государством банковских и производственных структур.

При таком сценарии сужаются собственные ресурсы развития бизнеса и повышается зависимость акторов бизнеса от государственных регулирующих и контрольных инстанций. Бизнес страдает как от недостатка кредитования, так и от того, что рыночные отношения являются вторичными в качестве регулятивного механизма.

Сторонники институционального подхода подчеркивают, что иллегальные практики в сфере малого бизнеса связаны с недостаточной организационной институциональной поддержкой со стороны государства, с процедурами открытия малых предприятий, разработки информационной базы. В этом контексте нейтрализация иллегальных практик представляется как результат повышения институционального доверия, прозрачность принимаемых решений, постановлений, отсутствие противоречивости законодательной базы и активная поддержка малого бизнеса на общегосударственном, региональном и муниципальном уровнях. Критерием

---

<sup>36</sup> Дискин И.А. Россия, которая возможна. М.: «Юрист», 2011. С. 7.



иллегальных практик является количество правонарушений, зафиксированных в сфере малого бизнеса, с одной стороны, и, с другой – частота обращений представителей малого бизнеса по поводу административного и иного давления.

В рамках реализации целей исследования перспективным представляется анархическая модель поведения, выработанная российской исследовательницей В.Г. Федотовой. По ее мнению, малый бизнес во многом является результатом вынужденного предпринимательства, так как в условиях коренных социальных трансформаций, связанных с изменением модели образа жизни и поведения, большинство россиян в ранний постсоветский период вынуждены были менять профессию, потеряли работу, – тогда и образовался слой вынужденных предпринимателей, начало которому положили «челночники».

Так как государство было устранено от развития малого бизнеса, властные структуры заняты дележом государственной собственности, сформировалась анархическая модель поведения, которая исходила, во-первых, из «фундаментального» постулата, что социальный порядок есть порядок тоталитарный, навязанный; во-вторых, из понимания свободы в контексте предпринимательской деятельности как воли, неправовой свободы. В.Г. Федотова пишет о негативной мобилизации, о том, что источниками выживания стало натуральное хозяйство, купля-продажа, любые виды непрофессиональной деятельности<sup>37</sup>. В рассуждениях В.Г. Федотовой содержится верный вывод, что страх людей перед приходом коммунистов в 1996 г. был связан не с политической несвободой, а с тем, что коммунисты их заставят работать, вернут к станкам, цехам, полям и фермам<sup>38</sup>. Они не

---

<sup>37</sup> Федотова В.Г. Анархия и порядок в посткоммунистической России / На перепутье (Новые веки). М.: Логос, 1999. С. 118.

<sup>38</sup> Федотова В.Г. Анархия и порядок в посткоммунистической России / На перепутье (Новые веки). М.: Логос, 1999. С. 118.

хотели уйти из криминального бизнеса, потому что он представлялся им наиболее реализуемым способом предпринимательской деятельности.

Иными словами, В.Г. Федотова говорит о том, что сложился слой людей, преодолевших растерянность, удовлетворенных существующим. Неправовая свобода заполнила пространство малого бизнеса, и в этом фигуральном выражении есть социологическое измерение. По схеме, предложенной В.Г. Федотовой, специфика российского бизнеса заключалась в том, что самодеятельность населения проявлялась в возможностях получить незаконный доход, превосходящий все способы легального обогащения. Формировалась так называемая этика успеха, с «материальными» аргументами и безразличием к успеху иного рода (трудовому, творческому)<sup>39</sup>.

Можно сказать, что российский малый бизнес стал самодеятельным в условиях негативной мобилизации, исключавшей как возврат к прошлому порядку, но и содержащей риск актуализации неправовой свободы. Сформировалась позиция, согласно которой государство не вмешивается в дела малого бизнеса, даже если по существу это сомнительный бизнес, но и представители малого бизнеса демонстрируют показной лоялизм по отношению к государству.

Для реализации целей исследования, таким образом, можно выявить такие показатели, как отношение представителей малого бизнеса к незаконному обогащению через опосредующие критерии понимания успеха и способов достижения успеха. Обвиняя государство в невнимании и жесткости, давлении по отношению к бизнесу, представители малого бизнеса в большей степени настроены на самолегитимацию иллегальной деятельности: если государство взаимодействует с малым бизнесом на основе изменчивых или содержащих импульс давления или ограничения правил, незаконных поборов и стимулирования коррупционных сделок, то

---

<sup>39</sup> Там же; Федотова В.Г. Хорошее общество. М.: Прогресс-Традиция, 2005. 544 с.

малый бизнес принимает формулу не столько выживания, сколько развития в подобной институциональной среде.

Анархические тенденции в сфере малого бизнеса сформировали субституты, по мнению В.Г. Федотовой: вместо рынка – базар, вместо свободы – воля, вместо толерантности – единство<sup>40</sup>. Акторы российского малого бизнеса, согласно этой теории, имплицитно воспринимают традицию русского анархизма, установление негласного нейтралитета с государством по поводу взаимного невмешательства. Очевидным для В.Г. Федотовой является то, что в России не работает система базовых демократических и рыночных институтов, что население переходит к самопомощи за пределами социальных связей, и такая самопомощь есть анархия<sup>41</sup>.

Акторы малого бизнеса, таким образом, являются стихийными анархистами, что делает невозможным их участие в разработке программ развития малого бизнеса как легитимной формы деятельности. С другой стороны, нельзя схему В.Г. Федотовой представлять универсальной, потому что речь идет о ситуации середины 90-х годов. Но, безусловно, тот факт, что за этот период не произошло определенной ротации, обновляемости системы малого бизнеса, является аргументом для утверждения: в основной массе акторы российского малого бизнеса сохранили анархические модели поведения, воспроизводящиеся в условиях нынешнего социально-экономического кризиса.

Позиция В.Г. Федотовой включает как деятельностные, так и институциональные основания иллегальных практик. Вместе с тем, говоря о негативном индивидуализме, самопомощи, недостаточной институционализации, нельзя признавать, что анархическое поведение является мейнстримом иллегальной деятельности. Акторы малого бизнеса,

---

<sup>40</sup> Федотова В.Г. Анархия и порядок в посткоммунистической России / На перепутье (Новые веки). М.: Логос, 1999. С. 124.

<sup>41</sup> Там же. С. 132.

актуализируя анархистские тенденции, тенденции неправовой свободы и отрицания порядка, не обязательно ориентируются на воспроизводство формулы невмешательства. Иными словами, речь идет о либерализации законодательства, о декриминализации тех преступных деяний, которые кодифицированы в современном нынешнем законодательстве. Для акторов малого бизнеса нынешние правовые регуляторы не связаны с российской реальностью, исходят из некой нормативной модели, заимствованной из западного опыта так называемого «демократического порядка».

Очевидно, что подобный поппулистский путь мог бы означать выпадение из квалификации иллегальных практик, действий, связанных с нарушением правил торговли, производства или регламентации посреднических услуг. Но, с другой стороны, либерализация не гарантирует повышение правовой культуры. Позиция государства может рассматриваться как проявление слабости. Начинает действовать правило нарастающих требований. Учитывая такие риски, можно сказать, что наибольшей достоверностью в этой ситуации обладают критерии отношения к преступлениям в сфере малого бизнеса, выявление степени правовой защищенности, готовности включиться в легальные формы деятельности.

Т.И. Заславская, отмечая, что формальные институты эквивалентны законодательно – правовому каркасу, составляющему основу общественных институтов, а реальные практики – действительные формы и способы функционирования этих институтов<sup>42</sup>, вероятно, имела в виду, что не происходит совпадения практик с законами. Такая формулировка представляется несколько суженной в связи с тем, что основной упор делается на низкое социальное качество формально правовых норм, их недостаточную легитимность в обществе, а, главное, несоответствие социокультурным нормам, с которыми выступают акторы малого бизнеса.

---

<sup>42</sup> Формальные институты и неформальные практики в российском обществе. М., 2002. С. 12.

Следует подчеркнуть, что видеть причину иллегальных практик в несовершенстве формально правовых норм – не совсем представляется точным, так как их полное выполнение, признавала Т.И. Заславская, в современных условиях нереализуемо. Констатация того, что иллегальные практики являются следствием несовершенства правовой системы, приводят к необходимости выявления механизмов согласования формальных и неформальных практик. Иллегальные практики могут определяться как неправовые и связанные не только с незаконностью, но и с несоответствием основным регулятивам предпринимательской деятельности<sup>43</sup>.

Говоря об этом, следует подчеркнуть, что представления о бюрократии, тормозящей развитие малого бизнеса, удобны для того, чтобы объяснить требования расчистить путь деловой инициативе, но обладают недостаточным объяснительным потенциалом для того, чтобы выявить причины воспроизводства, массовизации иллегальных практик в установках предпринимателей малого бизнеса. Таким образом, для определения специфики иллегальных практик в российском обществе недостаточна констатация несовершенства институциональной системы, вернее, того, что институт малого бизнеса как совокупность формально правовых норм, не задействует механизмы саморегулирования и самоорганизации. Многие законы принимаются в ущерб интересам малого бизнеса как сектора экономической самостоятельности населения, делая упор на налоговую составляющую предпринимательской деятельности.

Исследование субъектного измерения иллегальных практик определяется как качеством акторов предпринимательской деятельности, ставших предпринимателями вынужденно или освоивших анархические модели поведения, так и тем, какие ценности разделяют акторы предпринимательской деятельности, каковы их деятельностно-

---

<sup>43</sup> Заславская Т.И. Современное российское общество: социальный механизм трансформации. М.: Дело, 2004. 200 с.

мотивационные установки. Говоря об этом, Т.И. Заславская подчеркивала эффективность управленческой (контрольной) деятельности в сфере малого бизнеса. В той же степени можно говорить о том, что акторы малого бизнеса задействованы в сфере неправовых отношений «поневоле», что авторитарное содержание правовых норм делает невозможным сценарий социальной оптимизации предпринимательской деятельности.

Т.И. Заславская и М.И. Шабанова проводили исследование, в котором выявили, во-первых, латентное сокрытие занятыми в сфере малого бизнеса (работниками и работодателями) правонарушений; во-вторых, низкий уровень правовой компетентности работников и работодателей; в-третьих, высокую готовность работников и работодателей включать нетрудовые отношения как устные, традиционные, добровольные, имеющие преимущества перед законными способами адаптации. Иными словами, предлагая определенный механизм распространения неправовых практик как преимущественно конфликтных, преимущественно взаимовыгодных или солидаристических<sup>44</sup>, авторы исходят из того, что сами неправовые практики могут носить насильственный, насаждаемый или добровольный характер.

Поэтому, если следовать логике, развешиваемой Т.И. Заславской и М.И. Шабановой, то необходимым представляется выявить, в какой степени неправовые практики интернализированы, включены в жизненные стратегии акторов малого бизнеса. При этом не следует забывать, что критерии готовности предполагают дифференциацию позиций работников и работодателей, так как работодатели в большей степени заинтересованы или фактически являются инициаторами насаждаемых практик, чем работники. Поэтому критерий правовой защищенности, знания и возможности использования своих прав работниками также занимают важное место в контексте диссертационного исследования.

---

<sup>44</sup> Формальные институты и неформальные практики в российском обществе. М., 2002. С. 139.

Следует заметить, что российское общество в этом отношении не отличается от зарубежных, где малый бизнес является прежде всего сферой либо инициативных, либо «лишних людей», которые включаются в процесс предпринимательской деятельности или во имя логики выживания, или развития. Следует отметить, что конфликтные практики в российском обществе усиливаются в рамках социальных неравенств, и здесь можно согласиться с тем, что они закрепляют (резервируют) нижние слои, большую часть базового слоя в правовом пространстве, а те, в свою очередь, продолжают вынужденно воспроизводить эти практики<sup>45</sup>.

Иными словами, акторы малого бизнеса – это выходцы из низкостатусных социальных слоев, которые, не имея доступа к правовым и социальным ресурсам, не могут быть независимыми от вынужденно клиентелистских отношений, но воздерживаются от стратегии смирения с обстоятельствами. Действительно, правовая компетентность может привести к дезадаптации, невозможности получения места работы в системе малого бизнеса. Поддерживается своего рода правовой нигилизм, уверенность в том, что работать в этой сфере можно только неправовыми способами. Что же касается взаимовыгодных и солидаристических практик, то, по мнению Т.И. Заславской и М.И. Шабановой, именно эти практики, их институционализация подкрепляется интернализацией и обретает полностью законченный характер, что особенно затрудняет вытеснение этих практик с помощью мер социальной политики<sup>46</sup>.

По существу, искоренимыми могут быть только насильственные, насаждаемые неправовые практики, где возможно включение механизмов правовой защищенности работников и принуждение работодателей к

---

<sup>45</sup> Формальные институты и неформальные практики в российском обществе. М., 2002. С. 141.

<sup>46</sup> Заславская Т.И., Шабанова М.Л. Социальные механизмы трансформации неправовых практик // Общественные науки и современность. 2001. № 5. С. 5-24; Формальные институты и неформальные практики в российском обществе. М., 2002. С. 142.

выполнению формально правовых контрактов. Но так как в сфере малого бизнеса доминируют неформальные контракты (устный найм), то конфликтные практики могут свидетельствовать о крайности, о готовности работника пойти на конфликт, о том, что поддерживается система официальных практик. Так как работники готовы на заведомое нарушение своих прав во взаимовыгодных практиках, то возможность правового разрешения конфликтов минимальна. Почти половина тех, кто работает по устной договоренности, не считают ее нарушением трудовых прав.

Очевидно, что в малом бизнесе действует система выплаты в «конвертах», что за счет ухода от налогов и, хотя нерегулярной, но более высокой зарплаты по сравнению с официальным сектором, иллегальные практики получают статус взаимной договоренности, взаимной поддержки. Иными словами, парадоксальность взаимовыгодных иллегальных практик заключается в том, что сама жертва правового произвола не ощущает себя таковой, а признает наличие неформальных партнерских отношений с инициатором неправовых сделок.

Важным моментом в исследовании специфики иллегальных практик в российском обществе можно считать их дисперсность, включенность в различные способы предпринимательской деятельности. По определению, именно посреднические услуги и торговая сфера представляют пространство распространения взаимовыгодных неправовых практик, но и на уровне производственных структур, где более прозрачные схемы налогообложения и защиты трудовых прав, возникают коллизии, связанные с ростом солидаристических неправовых практик. Об этом писали Т.И. Заславская и М.И. Шабанова, когда подчеркивали, что для поддержки солидаристических иллегальных практик используются такие стимулы, как неофициальное разрешение использовать собственное помещение, оборудование, материалы для левых работ, неофициальная оплата работы клиентами, оформление на



работу подставных лиц, накручивание разными путями заработка перед выходом на пенсию<sup>47</sup>.

Можно предположить, что иллегальные практики в сфере российского малого бизнеса в нынешних условиях характеризуются опытом (схемами) дополнительных заработков, также определенное значение имеет использование несовершенства трудового и пенсионного законодательства. В связи с этим обстоятельством можно говорить о том, что специфика иллегальных практик в российском обществе прежде всего определяется отсутствием легитимной предпринимательской культуры в предшествующий период и влиянием институциональных дефектов, связанных с правовым регулированием.

Учитывая, что сфера малого бизнеса является сферой самодетальности, нельзя ожидать от работодателей (управленцев) в этой сфере перевода деятельности в сугубо официальный дискурс. Имеется в виду, что малый бизнес неизбежно выигрывает по сравнению с крупным и средним бизнесом именно снижением издержек на социальные и трудовые права работников, что продукция малого бизнеса конкурентна и потому, что производится в условия дешевого контрафактного труда. Эта закономерность имеет универсальный характер, если мы говорим о Турции, Италии и других странах, но сугубо российским явлением можно считать использование в рамках малого бизнеса неучтенных мощностей для производства левой продукции, но трудно представить зарубежный контекст, где отношения между работником и работодателем (клиентом) складываются по левой схеме.

Эти особенности не отменяют того факта, что российский малый бизнес ориентирован на преодоление правовых иллегальных практик, если это предполагает сохранение неизменного статуса. Что же касается честной

---

<sup>47</sup> Формальные институты и неформальные практики в российском обществе. М., 2002. С. 142-143.

конкуренции, нельзя безоговорочно списывать ее формирование только на влияние институциональных перемен. На открытую конкуренцию акторы малого бизнеса настроены только в том случае, если она содержит определенные социальные и производственно-технологические дивиденды. Иными словами, в честной конкуренции заинтересованы те лидеры малого бизнеса, которым это важно и для укрепления репутационного капитала, и для облегчения получения кредитов от банковских структур.

В то же время акторы малого бизнеса настроены на ограниченное самоуправление и саморегулирование, чтобы поддерживалась устойчивая нужда в деньгах со стороны правоохранительных и иных структур. Это вовсе не означает, что неправовая свобода является безоговорочным принципом деятельности, – в большей степени речь идет о том, что акторы малого бизнеса не испытывают институциональное доверие, не воспринимают решения со стороны законодателей и представителей власти как имеющие позитивное значение для предпринимательской деятельности.

Требование новой конкурентной ситуации связано с пониманием вытеснения малого бизнеса из сферы посреднических услуг и торговли сетевыми компаниями, утраты преимуществ малого бизнеса в ценовом спектре предлагаемых товаров и услуг. По существу, малый бизнес не может организовать демпинг как способ борьбы с крупным торговым бизнесом, поэтому происходит резкое снижение качества товаров и возрастает привлекательность сомнительного бизнеса. Иными словами, малый бизнес ориентируется на стихийный рынок-базар, сосредотачиваясь на малообеспеченных слоях населения<sup>48</sup>.

Российский малый бизнес несравним по финансовым ресурсам, по доступу к дешевым долгосрочным кредитам с крупными компаниями, поэтому сценарий демпинговых цен не укладывается в возможность

---

<sup>48</sup> Пути России: существующие ограничения и возможные варианты. М.: МВШСЭН, 2004. С. 60.

преодоления кризисных явлений и сохранения существующих схем предпринимательской деятельности. Для исследования специфики иллегальных практик российского малого бизнеса важно подчеркнуть, что малый бизнес представляет слаборесурсную сферу деятельности и по существу ресурсное преимущество связано с использованием человеческого капитала в смысле деформализации социальных отношений, опривычивания неправовых ситуаций.

Можно также предположить, что призывы к малому бизнесу постепенно занимать высокотехнологические ниши достаточно проблемны, так как не учитывают того факта, что акторы малого бизнеса в российском обществе не выработали инвестиционной культуры, не обладают достаточной финансовой компетентностью и деловым мышлением для составления бизнес-планов, способных служить гарантией развития производства.

Еще одним существенным моментом специфики российского малого бизнеса можно считать то, что отсутствие финансовой мощи и склонности заработать деловую репутацию не конвертируются в политическое влияние. Разумеется, есть знание местных условий и предпочтений знакомого круга покупателей. Возможно, в условиях кризиса и может быть толчок для определенного «процветания» через падение доходов населения и расширение малообеспеченных групп населения, но это не является серьезным конкурентным преимуществом, которое в условиях отсутствия административного капитала вынуждает акторов малого бизнеса включаться в нечестную конкуренцию в собственной сфере. Если не считать отдельные группы, занятые позиционированием в особых нишах, то малый бизнес не имеет перспектив как ресурс для продажи более мощным конкурентам.

Также малый бизнес не обладает достаточной территориальной мобильностью, так как привязан к местным (локальным) рынкам. Поэтому важным критерием диссертационного исследования может быть выявление

показателей социальной и территориальной мобильности, предпочтение деловых стратегий разумной пораженческой и поисковой. В этом смысле российский малый бизнес не обладает тем, что можно назвать доверием по соседству, созданием особой атмосферы по отношению к потребителю, покупателю. Практически возникла ситуация гетоизации малого бизнеса, то есть не происходит дифференциации в зависимости от района расположения.

Возможно, малый бизнес мог бы выигрывать на предложении широкого ассортимента предметов первой необходимости и круглосуточного режима работы, расположения в пределах «вытянутой руки»<sup>49</sup>, но проблема заключается в том, что в нынешних условиях административного давления, сноса предприятий, введения дополнительных санитарных норм или требований противопожарной безопасности, отсутствия административного капитала существует настрой на поведение временщика, на то, чтобы относиться к собственному бизнесу как нестабильному, способному быть утраченным виду деятельности.

Несомненный интерес представляет концепция социальных неравенств О.И. Шкаратана. Для понимания характера иллегальных практик в российском обществе важным представляется актуализация такого понятия, как культурный капитал. Согласно исследовательской схеме О.И. Шкаратана, малый бизнес не имеет широких возможностей для вертикальных социальных перемещений, и это важный момент в оценке того, что можно назвать готовностью к иллегальным практикам. Иными словами, акторы малого бизнеса, вместо того чтобы увлечься нереализуемыми властными ожиданиями, а в российском обществе сложилась сословная структура, направляют свои усилия на поддержание удовлетворительного социального

---

<sup>49</sup> Пути России: существующие ограничения и возможные варианты. М.: МВШСЭН, 2004. С. 66.

самочувствия, на получение минимального, но значимого успеха и удовлетворение потребительских стандартов поведения<sup>50</sup>.

В этом смысле иллегальные практики, готовность к незаконному обогащению подтверждаются воспроизводственными стратегиями, то есть малый бизнес включает алгоритмы практического знания, наработанные схемы производства и обмена продукции, надежность сетей созданных коммуникаций – и не включает инвестиционные механизмы, связанные с накоплением культурного и репутационного капиталов. Действительно, в российском обществе малый бизнес воспринимается как сфера определенного материального достатка, но не имеющего выхода на социальные претензии. Это выражается в том, что траектории жизни акторов малого бизнеса нацелены на своего рода династизм, аскрептивность судьбы. Характерно, что бизнесмены поневоле определяют свое положение следующим образом: в условиях, когда нельзя использовать накопленный ресурс для того, чтобы переменить социальный статус, можно довольствоваться успехом, полученным спектром возможностей приобретения, отдыха, рекреации.

При этом Шкаратан выделяет следующие моменты. В сфере малого бизнеса доминирует установка на получение доступного образования, что подтверждается тем, что даже при даровитости молодого человека и финансовых ресурсах классовое неравенство сохраняется<sup>51</sup>. Дети, выходцы из малого бизнеса, как правило, нацелены на продолжение традиции своих родителей, хотя и могут стать членами среднего класса: адвокатами, полицейскими, менеджерами. При этом не следует забывать, что сам характер предпринимательской деятельности определяет узость культурных претензий, индифферентизм к участию в политической жизни.

---

<sup>50</sup> Шкаратан О.И. и др. Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2009. 560 с.

<sup>51</sup> Шкаратан О.И. Социология неравенств: теория и реальность. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. С. 233.

Таким образом, представители малого бизнеса попадают в своего рода замкнутый круг, так как не сформировался их представительский корпус, решения, принимаемые вне влияния представителей малого бизнеса, воспринимаются как чуждые, вызывающие недоверие. В этом смысле полезными являются такие критерии, как отношение представителей малого бизнеса к социальному и политическому участию, градация их общественных интересов, способность влияния на принятие управленческих решений.

Для схемы Шкаратана характерно также и исследование закрытости / открытости акторов малого бизнеса для возможности социальной мобильности. Так как в российском обществе малый бизнес корпускуляризируется, хотя и наблюдается внешняя динамика, сам процесс расширения малого бизнеса выглядит проблематичным. Можно предположить, что, несмотря на притоки и оттоки из сферы малого бизнеса, сформировалось устойчивое ядро, которое является референтным показателем воспроизводства иллегальных практик. К этому ядру относится 20–30% бизнесменов, которые накопили свои капиталы в 90-е – начале 2000-х годов, обладают достаточными неформальными связями и применяют «дозволенные» иллегальные практики. Речь идет о навязанных и взаимовыгодных практиках.

Предпочтение «навязанных» заключается в том, что для акторов малого бизнеса, особенно на локальном уровне, характерно покровительство различных контролирующих инстанций, также как и то, что в условиях дефицита рабочих мест ущемление трудовых прав воспринимается как естественная возможность. Само по себе предоставление рабочего места и шансов заработать для российских малых городов является желаемым статусом, несмотря на то, что возможные нарушения трудовых прав и задержки зарплаты компенсируются относительно стабильным существованием в условиях безденежья и случайных заработков.

О.И. Шкаратан, таким образом, показывает, что для исследования иллегальных практик в среде малого бизнеса следует исходить из существенных различий между российскими и зарубежными бизнесменами относительно ценностей. Так как правовые стандарты определяют европейскую идентичность, то допустимое отношение к иллегальным практикам связано с тем, что 63% россиян считают существенными различия между культурой и ценностями европейцев и россиян<sup>52</sup>. Другими словами, то, что в европейской культурной традиции может быть квалифицировано как иллегальное, считается легитимным в российской культурной среде. Нарушение трудовых прав, квалифицируемое по правовым основаниям, может не ассоциироваться с ущемлением интересов личности работника, так как в этой ситуации перевешивают доводы по схеме «хозяин есть хозяин».

Рассматривая, таким образом, формирование и воспроизводство иллегальных практик в пространстве малого бизнеса, следует отметить, что российский малый бизнес как наследник цеховой традиции адаптируется к современным условиям по критерию выживания, что сам характер вынужденного малого бизнеса фокусирует внимание не на инновационных, развивающих обстоятельствах, а связан с тем, чтобы сохранить определенную социально-экономическую нишу, ориентированную на потребление низкообеспеченных слоев населения. Российский малый бизнес действует по анархической модели поведения, так как отношения к правовым регуляторам воспринимаются как избыточные, неэффективные, понижающие конкурентную способность. Когда речь заходит о создании честной, открытой конкурентной среды и подразумевается, что актуализируются правовые регуляторы, возникает ситуация двоякого смысла: с одной стороны, правоконтролирующие органы не признают абсолютной

---

<sup>52</sup> Шкаратан О.И. Социология неравенств: теория и реальность. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. С. 271.

самостоятельности малого бизнеса; с другой – сами акторы малого бизнеса не предполагают своего существования в инвестиционном аспекте.

Можно сказать, что иллегальные практики в сфере российского малого бизнеса, определяемые узостью локальных рынков, неразвитостью потребления населения, специфической адресатностью вызывают повышенный интерес к иллегальным практикам как способу минимизации производственных и оборотных издержек, а также к укреплению негативной солидарности внутри акторов малого бизнеса.

\*\*\*

В целом по главе можно сделать следующие выводы.

Во-первых, иллегальные практики, как отмечается в работах М. Вебера, Й. Шумпетера, П. Бурдье, связаны с возникновением специфической сферы предпринимательской деятельности, которая в рамках неравенства условий конкуренции с крупным и средним бизнесом вырабатывает формулу уклонения от легальной деятельности, делая ее преимуществом при производстве товаров и услуг.

Кроме того, в современных условиях малый бизнес, включаясь в систему глобализации, ориентируется на криминальные и полукриминальные виды деятельности, предоставляемые теневыми каналами глобализации.

Наконец, специфика малого бизнеса в российском обществе заключается в том, что малый бизнес, являясь наследником цеховой традиции предшествующего периода и, как следствие, неразвитости деловой культуры, нацелен на воспроизводство иллегальных практик как использования схемы преимуществ в рамках дефицита институциональных и технологических инноваций и, следственно, инновационного развития.



## **ГЛАВА II. СТРУКТУРНО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ИЛЛЕГАЛЬНЫХ ПРАКТИК В РОССИЙСКОМ МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

Подчеркивая, что российский малый бизнес характеризуется институциональным дефицитом, точнее использованием латентных ресурсов предпринимательской деятельности, следует говорить о том, что в рамках реализации диссертационного исследования выявлено влияние не только институциональных, но и структурных факторов. Формирование российского малого бизнеса связывается с вынужденной переменой профессий миллионами людей, занявшихся преимущественно торговым посредническим бизнесом. Поэтому сформировался специфический слой малых собственников, которые не ориентированы на легитимацию и самолегитимацию и определяют свои действия исключительно по принципу экономической самодостаточности, тем самым минимизируя социальное предназначение малого бизнеса.

Этим проблемам и посвящена данная глава диссертационного исследования.

### **2.1 Структурное позиционирование представителей малого бизнеса в социальном пространстве российского общества: эффект иллегальных практик**

Малый бизнес в России является, по определению, сферой интересов низкообеспеченных и среднеобеспеченных слоев населения, групп, которые действовали по схеме вынужденной адаптации в начале 90-х годов XX века. Естественно, отмечается что благодаря уходу в сферу экономической самостоятельности купировалась социальная напряженность, риски безработицы и безденежья 90-х годов, что челночники в буквальном смысле «спасли» Россию. При этом следует подчеркнуть, что структурные границы малого бизнеса, который сформировался как слой вынужденных

бизнесменов, дополнялись и расширялись в последующий период через рекрутацию в малый бизнес новых групп населения, в частности безработной или нацеленной на самостоятельную деятельность молодежи.

Можно сказать, что в рамках развития малого бизнеса очевидным стало и выявление готовности россиян заниматься самостоятельным бизнесом, и то, что для большинства малый бизнес связан не столько с успехом бизнес-карьеры, продвижением к позитивной социальной мобильности, сколько с созданием пространства личной автономности и преуспевания. Согласно опросам 2016 г. (ВЦИОМ 30 мая 2016 г.), с одной стороны, возникла определенность в вопросе: хотел бы человек открыть свое дело, – такое желание выражают 34% респондентов; в то же время, как 25 лет назад, – 29%. Характерно, что число молодых людей возросло до 60%<sup>53</sup>.

Однако целесообразно интерпретировать данные позиции не только как следствие привития деловой культуры и опривычивания предпринимательств в российском обществе, но и как то, что малый бизнес остается одним из возможных путей и доминирующим направлением готовности к адаптации в условиях отсутствия перспектив на занятие должности в бюджетной или государственной сферах. Для подкрепления этой позиции уместно сказать, что реально предпринимают действия с целью заняться малым бизнесом 17%, в то время как 33% мыслят перспективными категориями. Иными словами, декларирование намерений только подчеркивает желание не быть хуже других, социальный оптимизм, уверенность в своих силах, то есть то, что касается субъективного самочувствия.

Характерно и то, что 71% высказывают оптимизм. Однако если говорить о том, каковы ресурсы заняться малым бизнесом, вырисовывается достаточно противоречивая картина: 37% приводят тривиальную причину

---

<sup>53</sup> Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3115. 30 мая 2016 г. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707> (дата обращения: 05.06.2017). С. 1.

нехватки необходимых материальных средств; 30% – плохое здоровье и старость. В российском обществе каждый пятый респондент не разделяет ни при каких условиях интереса к занятию бизнесом. Между тем, фактором, стимулирующим занятие малым бизнесом, является наличие денег (34%). Это указывает, с одной стороны, на то, что система кредитования малого бизнеса не является достаточно развитой; с другой – что малым бизнесом ориентированы заниматься люди, не имеющие для этого достаточно средств, что ставит существенные препоны самому включению в предпринимательскую деятельность. 23% указывают на наличие связей и знакомств. Показатели уже действующих бизнесменов, накопивших достаточный финансовый ресурс для ведения предпринимательской деятельности, свидетельствуют в пользу личных качеств (45%) и полезных знакомств (27%)<sup>54</sup>.

Таким образом, сам малый бизнес, хотя и воспринимается узаконенным, опривыченным в российском обществе, инициирует проблему качественного состава желающих заняться малым бизнесом. Наряду с социальными оптимистами, людьми, ориентированными на личный успех предпринимательской карьеры, заметно проявляется позиция тех, кто хотел бы заняться малым бизнесом для адаптации в условиях отсутствия иных альтернатив. Иными словами, воспроизводится феномен вынужденного бизнеса.

Также следует отметить, что, хотя и подчеркивается роль личных качеств, что очень важно для понимания прогресса деловой культуры в российском обществе, обращает на себя внимание факт полезных знакомств, содержащих коридор возможностей для иллегальных практик. Имеется в виду, что на уровне полезных знакомств, то есть знакомств с контролирующими и управленческими структурами, вероятен уровень

---

<sup>54</sup> Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3115. 30 мая 2016 г. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707> (дата обращения: 05.06.2017). С. 1.

коррупционных сделок, полюбовных договоренностей. Также следует подчеркнуть, что полезные знакомства обеспечивают более легкий и удобный способ получения кредитов. Характерно и то, что в нынешних условиях у малого бизнес-сообщества сформировались определенные сословные ограничения: сама наработанность полезных знакомств уже свидетельствует о том, что новичку предпринимательской среды без патронажа уже имеющихся бизнес-знакомых трудно включиться в сферу предпринимательской деятельности.

В контексте вышеизложенного можно сказать, что иллегальные практики, если и не воспринимаются открыто как атрибут предпринимательской деятельности, респонденты осознают как имеющие рискогенный характер, как то, что может привести к нарушению действующего законодательства, включению механизмов неформальных сделок, к чему надо быть готовым.

Важным исследовательским моментом можно считать и то, что наиболее интересными сферами кажутся: розничная торговля (24%), общественное питание, транспорт и бытовое обслуживание (17%)<sup>55</sup>. Сохраняется структура малого бизнеса, ориентированного на сферу услуг, в то время как производственный бизнес, как наиболее открытый и прозрачный для контроля и обладающий несомненной социальной полезностью, находится на периферии интересов готовых заняться малым бизнесом. Это свидетельствует о том, что до сих пор не преодолено представление о малом бизнесе как сфере, позволяющей получать прибыль за счет неучтенных доходов, отсутствия ценового контроля. Розничная торговля и сфера услуг представляются менее затратными в смысле предъявления критериев квалификации, образования, вложения средств в производственные мощности.

---

<sup>55</sup> Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3115. 30 мая 2016 г. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707> (дата обращения: 05.06.2017). С. 2.

Для того, чтобы понять логику развития российского малого бизнеса, следует обратить внимание и на то, что в условиях институционализации посреднической предпринимательской деятельности трудно ожидать поворота к формированию нового типа инновационного бизнеса. Характерно, что 47% участников откладывают фазу активных действий на неопределенный срок, что, на наш взгляд, связано с тем, что не сформировалась культура включения в малый бизнес, что малый бизнес не обладает достаточным репутационным капиталом, чтобы стать сферой реализации экономической самостоятельности. Иными словами, встает вопрос о том, что готовность к занятию малым бизнесом не означает высокой предпринимательской мотивации, желания рисковать и актуализировать планы бизнес-развития. Тем не менее, как отмечают социологи, хоть возможность ведения честного бизнеса в России и оценивается большинством россиян (56%) по-прежнему скептически, ситуация, в сравнении с тем, что было 10 лет назад, значительно улучшилась: в 2007 году таких, не верящих в возможности заниматься бизнесом в России, было порядка 69%<sup>56</sup>.

Более четверти россиян (27%) и среди них, в основном мужчины и молодежь, отмечают, что хотели бы открыть собственный бизнес<sup>57</sup>. Молодежь наиболее активно включается в бизнес-практики<sup>58</sup>, обладая запасом мобильности, активности, инициативности, способности к работе в условиях риска и неопределенности. Важным моментом можно считать и то, что только незначительное число бизнесменов планируют начать свою деятельность в новых областях производства: области науки – 4%, биржевом,

---

<sup>56</sup> Предпринимательство и самозанятость в России. Пресс-выпуск № 3314. ВЦИОМ. 2017 // <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082>

<sup>57</sup> Предпринимательство и самозанятость в России. Пресс-выпуск № 3314. ВЦИОМ. 2017 // <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082>

<sup>58</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга третья / М.К. Горшков и др.; под. Ред. Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е. М.: Весь Мир, 2016. С. 162.

банковском страховом деле – 2%, медицине, культуре и образовании – 5%<sup>59</sup>. Таким образом, пролонгируется традиция невостребованности профессионального квалификационного потенциала, и ожидать, что при таком раскладе в позиции малого бизнеса будут вовлечены молодые, инициативные, высококвалифицированные кадры, не приходится. Это, в свою очередь, воспроизводит высокий уровень толерантности к правонарушениям, связанным и с низкой правовой компетентностью, и со следованием традиционным образцам нарушения правил, сложившимся в бизнес-среде.

Как отмечалось выше, малый бизнес создал определенные селективные механизмы, связанные с отбором лиц, готовых продолжить традицию незаконной предпринимательской деятельности. В этом контексте можно сказать о том, что в российском малом бизнесе присутствуют ожидания высоких рисков, что в России лишь 3–4% малых предприятий живет более трех лет, что свидетельствует не только о невыносимых неблагоприятных условиях для ведения малого предпринимательства, но и о том, что большинство малых бизнесменов готовы в любой момент закрыть свое производство, смирились с мыслью, что главное – это получить мгновенную прибыль и не рассчитывать на долгосрочное ведение предпринимательской деятельности.

Соотношение между зарегистрированными 3,5 миллионами индивидуальных предпринимателей и тем, что в этот же период прекратили свою деятельность 7,7 миллионов человек<sup>60</sup>, свидетельствует о том, что действуют и незаконные схемы получения налоговых льгот, и умышленного банкротства с целью уйти от финансовой и экономической ответственности.

---

<sup>59</sup> Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3115. 30 мая 2016 г. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707> (дата обращения: 05.06.2017). С. 3.

<sup>60</sup> Малый бизнес в России: цифры и факты. Легитимист. 22/12/2015. URL: <http://legitimist.ru/sight/economics/2015/malyij-biznes-v-rossii-czifry-i-fakty.html> (дата обращения: 13.02.2016). С. 5.

Таким образом, малый бизнес, несмотря на рост деловой культуры и опривычивание в обществе, остается сферой полутеневой деятельности. И структурные ограничения, то есть то, что в структуру малого бизнеса вовлекаются люди с недостаточными финансовыми ресурсами или по схеме вынужденной деятельности, определяют воспроизводство иллегальных практик, зависимость от неформальных отношений.

Говоря об этом, следует также подчеркнуть, что в сфере малого бизнеса действует правило ухода от социальных обязательств, особенно, что касается взноса в пенсионный фонд, возможности получения заработка в интернете. Короче говоря, с ростом информационных технологий выросли объем и диапазон иллегальных практик. Можно сказать, что получилась парадоксальная картина: индивиды, ориентированные на достижительские ресурсы, вовлекаются в малый бизнес с сомнительной мотивацией, с целью получения незаконной прибыли.

Такая ситуация соответствует социальной структуре российского общества, в котором рост бедных слоев населения, отсутствие механизмов вертикальной социальной мобильности и риски безработицы вынуждают заниматься малым бизнесом людей, не подготовленных в области деловой культуры, не обладающих достаточными финансовыми и правовыми ресурсами.

В том, что малый бизнес остается сферой повышенных социальных рисков, рискогенных стратегий, можно говорить и по позициям удовлетворенности россиян условиями своей жизни. В оценках различных аспектов жизни материальная обеспеченность принимается как хорошая только 21% россиян<sup>61</sup>. Это свидетельствует об определенном ресурсе прочности и социальном оптимизме, с одной стороны, но, с другой, – о том,

---

<sup>61</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 55.

что привлекательность малого бизнеса укладывается в схему материальной обеспеченности, материального достатка, экономической и социальной самодостаточности. Обращает внимание на себя тот факт, что в России приоритетными остаются отношения в семье. Поэтому и деятельность в сфере транслирования этой позиции на сферу малого бизнеса связана с формированием стратегии воспроизводства деятельности. Если главным мерилом остается семья, то говорить о том, что акторы малого бизнеса готовы рисковать благополучием семьи ради участия в инвестиционных проектах или в стремлении быть законопослушными, чтобы стать неконкурентоспособными, снижается.

Характерно и то, что оценка различных аспектов жизни связана и с достаточно высоким уровнем рекреационной деятельности, свободного времени, то есть и в сфере малого бизнеса складывается ситуация, при которой количество людей, готовых напряженно работать ради развития своего дела, успешности по сравнению с другими не наблюдается. В малом бизнесе сложился культ усредненности, ведения своего дела таким образом, чтобы не быть хуже других, то есть не стать объектом рейдерства, поглощения, вытеснения из сферы предпринимательской деятельности, и, одновременно, не высовываться, не привлекать внимания криминальных структур или налоговых органов. То есть возникает ситуация дозволенных иллегальных практик – практик, которые санкционированы, легитимированы самими предпринимателями, воспринимаются как нормальные и не дают несравненно больших преимуществ по сравнению с другими.

Кроме того, можно сказать, что в условиях влияния регионального фактора (39%)<sup>62</sup> малый бизнес вынужден ориентироваться на конкретную ситуацию в регионе, на хорошие отношения с контролирующими органами

---

<sup>62</sup> Малый бизнес в России: цифры и факты. Легитимист. 22/12/2015. URL: <http://legitimist.ru/sight/economics/2015/malyij-biznes-v-rossii-czifryi-i-faktyi.html> (дата обращения: 13.02.2016). С. 5.



на местах в большей степени, чем надеяться на реализацию правовых регуляторов и поддержку государственных структур. Рассматривая ситуацию в сфере малого бизнеса, можно, таким образом, сказать, что по шкале удовлетворенности аспектами собственной жизни, малый бизнес прежде всего привлекает тех, для кого важными являются отношения в семье, материальная обеспеченность, возможности проведения досуга. Сочетание этих трех факторов свидетельствует о том, что большинство настроены на не связанный с напряженностью, значительными деловыми рисками традиционный бизнес, в рамках которого доминируют неформальные отношения с местными контролирующими и регистрирующими структурами.

Итак, малый бизнес в России в условиях усиления конкуренции сетевых структур приобретает большую степень теневизации с целью выживания в контексте воспроизводства традиционных образцов ведения предпринимательской деятельности.

Модель стратификации российского общества, как отмечает Н.Е. Тихонова, связана с тем, что середина модели социальной структуры по прежнему остается смещенной вниз<sup>63</sup>. Это означает, что вхождение в группу малого бизнеса представляется оптимальным с точки зрения ухода от статуса бедности, но не включает ориентации на занятие более высоких статусных позиций. Таким образом, по набору критериев стратификации акторы малого бизнеса вполне вмещаются в комбинацию показателей благополучия: проживание семьи из трех человек в благоустроенной квартире, наличие дачи, гаража, автомобиля, 12 типов ТДП в домохозяйстве, использование не менее трех видов платных услуг<sup>64</sup>, но в этом перечне отсутствует такой

---

<sup>63</sup> Тихонова Н.Е. Социальная структура России: теории и реальность. Монография. М.: Новый хронограф: Институт социологии РАН, 2014. С. 108.

<sup>64</sup> Тихонова Н.Е. Социальная структура России: теории и реальность. Монография. М.: Новый хронограф: Институт социологии РАН, 2014. С. 110-111.

важный для предпринимательской деятельности показатель, как вложение в образование, расширение культурного и профессионального кругозора.

Растянутая по вертикали модель стратификации российского общества, если перевести на язык социологического исследования, означает, что малый бизнес не заполняет вакуум среднего класса, что позиции малого бизнеса колеблются от состояния материальной обеспеченности и благополучия к риску сползания вниз. Иллегальные практики закрепляют стагнационность ориентаций малого бизнеса, с одной стороны, давая ощущение ресурса выживаемости и закреплённости; с другой – становясь барьером на пути к использованию технологий новации, образования, квалификации для продвижения в верхние слои, получения более высокого социального статуса.

Позиционирование малого бизнеса в российском обществе складывалось таким образом, что данная группа внутренне неоднородна и конфликтна и проявляет негативную солидарность по отношению к другим группам населения перед вызовами контроля и давления при предъявлении определенных социальных и правовых стандартов. Рассматривая этот момент, необходимо указать на то, что в группе малого бизнеса предпринимательская деятельность воспринимается как средство удовлетворения иных, семейных, личных целей, достижения потребительских благ и стабильного социального самочувствия.

В рамках сложившейся социальной структуры российского общества позиционирование малого бизнеса не дает возможности заявить о себе как субъекте социальной деятельности. Судя по тому, что именно вокруг малого бизнеса разыгрываются всевозможные политические игры, по поводу малого бизнеса произносится множество красивых и в общем-то верных слов, можно говорить, что именно эта группа не сформировала собственного представительства, не заявила о себе как имеющей свои пути к достижению общего блага. Другой стороной является то, что акторы малого бизнеса в

рамках самолегитимации демонстрируют себя как самодостаточные люди, для которых основным лозунгом является политика невмешательства государства. Любые претензии по поводу качества продукции, нарушения прав, недостаточности контроля или малых вложений в пенсионный фонд воспринимаются отрицательно. В то же время нельзя не отметить, что существует и некая иждивенческая позиция, заключающаяся в желании получить на случай социального риска гарантии со стороны государства.

Иллегальные практики, таким образом, порождаются позицией самодостаточности, индифферентности к правовым нормам собственного представительства. С другой стороны, очевидно, что структура российского общества, ее растянутость по вертикали содержит возможность представителям малого бизнеса «выбиться» из низкообеспеченных слоев населения, но при этом достаточно малые шансы остаются для того, чтобы стать представителями среднего и крупного бизнеса, включиться в процесс легализации собственных доходов. Характерно и то обстоятельство, что формальные признаки принадлежности к малому бизнесу, род занятий, уровень доходов практически не влияют на восприятие малым бизнесом доступа к правовым ресурсам.

Исследуя структурные параметры иллегальных практик в российском малом бизнесе, надо принимать во внимание то обстоятельство, что российское общество является обществом «несправедливых» социальных неравенств, что ориентированность на занятие малым бизнесом во многом проистекает из резких социальных различий. Малый бизнес является стратегией тех, кто хочет путем ограниченной социальной мобильности стать, если не уважаемым членом общества, то человеком с достатком, жить не хуже других. В российском обществе в целом существует сочувствие по отношению к бедным (51%)<sup>65</sup>, 35% россиян относятся к бедным не хуже и не

---

<sup>65</sup> Бедность и неравенства в современной России: десять лет спустя. Аналитический доклад. М., 2013. С. 9.

лучше, чем к остальным. Такая позиция вроде бы свидетельствует о позитивной оценке бедности, но одновременно включает элемент безразличия, индивидуализм.

Таким образом, преодоление бедности мыслится индивидуальной стратегией, делом самой личности, которая не в состоянии опереться на помощь различных общественных фондов. Задействование программ борьбы с бедностью в контексте малого бизнеса не просматривается. Стартовыми условиями являются необходимая организационно-правовая регламентация, наличие денег. Трудно не согласиться с тем, что для российских бедных несвойственно ни обладание достаточным финансовым капиталом, ни полезные знакомства. Бедные в основном пополняют контингент работников малого бизнеса, так как в стремлении не опуститься до нищеты они согласны на взаимовыгодные иллегальные практики. Для них преодоление бедности включает занятие бизнесом, вовлеченность в малый бизнес как реальную возможность из-за отсутствия высокого квалификационного потенциала жить более или менее достойно.

Узость рынка труда, перенасыщенность представителями с низким квалификационным потенциалом и определяет то, что иллегальные практики на уровне взаимовыгодных и часто солидаристических практически создают благоприятную почву для практик массовых правонарушений. Характерно, что россияне рассматривают длительную безработицу одной из причин бедности<sup>66</sup>. Можно сделать вывод, что как раз боязнь длительной безработицы, социальная и профессиональная деградация толкают на принятие условий иллегальных практик, включение в неформальные социальные отношения. С другой стороны, акторы малого бизнеса (предприниматели) склонны считать, что оказывают помощь людям, у которых остается мало шансов заняться легальным заработком, тем более, что в России в условиях кризиса наблюдаются невыплаты зарплат на

---

<sup>66</sup> Там же. С. 14.

предприятиях и работники под угрозой безденежья и закрытия предприятий, лишения рабочего места готовы претендовать на работу в малом бизнесе. Иными словами, они рассматриваются как кандидаты с низкими требованиями, согласны на отсутствие правовой и социальной защищенности. В свою очередь, работники ожидают регулярного заработка, возможности заработать «налево», относительно свободный режим дня по сравнению с предприятиями – «сам себе хозяин», что совпадает с традициями анархического поведения.

Отмечая, что иллегальные практики в большей степени являются добровольными, не могут быть отнесены в чистом виде к вынужденным или добровольным, можно сказать, что стратегия незаконного обогащения воспринимается акторами малого бизнеса как компенсирующая давление со стороны государства и отсутствие всякой помощи или неравный доступ к правовым и финансово-кредитным ресурсам. Нарботанные схемы предпринимательской деятельности основываются на том, что малый бизнес – это сфера абсолютной самостоятельности, что статус акторов малого бизнеса может считаться статусом эксплуатируемых со стороны государственных структур.

Тем не менее, нельзя не согласиться с тем, что в рамках самолегитимации акторы малого бизнеса не настроены на то, чтобы создавать в целом позитивное представление в обществе. Для них достаточно, что они работают на определенные низкостатусные слои, что наличие бедных в обществе всегда гарантирует обращение к представителям малого бизнеса. С другой стороны, в малом бизнесе выделяется группа предпринимателей, занятых в люксовом сегменте предпринимательской деятельности, в дорогом евроремонте, ручных промыслах, изготовлении новинок моды. Правда, этот сегмент не является определяющим, не изменяет картину малого бизнеса как сферы услуг и товаров для бедных слоев населения, но вместе с тем в рамках малого бизнеса прослеживается

внутренняя дифференциация, которая ограничивается нежеланием менять место и характер деятельности, незнанием правил ведения крупного и среднего бизнеса, боязнью кредитных рисков и долговых обязательств.

Таким образом, позиции авторов малого бизнеса в российском обществе определяются тем, что в условиях социальных неравенств, преобладания нисходящей социальной мобильности воспроизводятся привычные схемы ведения предпринимательской деятельности, сформировавшиеся еще в 90-е годы. Образовательный и квалификационный потенциал не являются привлекательными ориентирами для тех, кто составляет ядро малого бизнеса. Для того, чтобы эффективно оценить их деятельность, необходимо помнить, что ими постоянно подчеркивается эффект отсутствия требований к государству. Между тем, эти нестатусные по своему характеру факторы подталкивают к мысли, что малый бизнес в России является безгрупповым, обретает только отрицательную идентичность, что принадлежность к группе малого бизнеса поддерживается личностными, семейными традициями и не поднимается до консолидирующих признаков.

В силу этого обстоятельства присутствие бедных в малом бизнесе объяснимо не только качеством работников, но и тех шансов, которые содержит малый бизнес для тех, кто хочет «выбиться в люди». Вероятно, действует схема приобщения к иллегальным практикам, так как начинать бизнес легально, если не исключать процедуру формальной регистрации, практически невозможно. Поэтому в мотивации россиян полезные знакомства занимают второе по значимости место после денег. Можно также сказать, что для большинства представителей малого бизнеса полезные знакомства имеют большее значение, чем наличие денег, если считать их на уровне декларирования доходов.

В рамках реализуемой стратегии предпринимательской деятельности имеет значение и тот фактор, что интересная работа не значит

привлекательным фактором ни для самих работодателей, ни для их работников. Это в целом воспроизводит ситуацию бедности в российском обществе, где только 9% считают признаками бедности невозможность иметь интересную работу<sup>67</sup>. Иными словами, для авторов малого бизнеса важно устроить свою судьбу, семейную жизнь, дать шансы детям организовать собственный досуг и отпуск. В этот потенциал, в рамки привлекательных ориентиров не входят возможности накопления культурного капитала или активное участие в общественно-политической жизни (соответственно 10% и 4%).

Таким образом, малый бизнес, не ориентированный на конвертирование экономического капитала во властный и культурный, включает стратегии воспроизводства привычных схем деятельности. Для того, чтобы поддержать такую статусную позицию в изменяющихся, и часто в худшую сторону, условиях для ведения предпринимательской деятельности и создаются защитные барьеры в виде неформальных сделок и соглашений, коррупционных схем, с одной стороны; с другой – иллегальных практик внутри самого малого бизнеса. Можно говорить и о том, что для акторов малого бизнеса значимыми являются проблемы, которые волнуют большинство россиян: рост цен (55%), активное финансовое поведение (19%)<sup>68</sup>.

Если исходить из степени интереса к политике респондентов различных возрастных и доходных групп, то, принимая позицию по оценке своего материального положения как среднее, можно сказать, что 54% представителей малого бизнеса не интересуются политикой<sup>69</sup>. Вероятно, срабатывает, с одной стороны, желание не высовываться, не портить

---

<sup>67</sup> Бедность и неравенства в современной России: десять лет спустя. Аналитический доклад. М., 2013. С. 16.

<sup>68</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. Москва: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 98.

<sup>69</sup> *Петухов В.* Демократия участия и политическая трансформация России. М.: Academia, 2007. С. 73.

отношения с местной властью, если говорить об активности на низовом уровне; с другой – индивидуализм, стремление решать собственные проблемы не ожиданием позитивных перемен по отношению к бизнесу, а устройством своих дел лично, задействуя неформальные механизмы. В этом смысле легальные практики оцениваются как нежелательные, содержащие конфликтный потенциал по отношению к представителям контролирующих структур.

Для малого бизнеса, таким образом, иллегальные практики подразделяются на внешние (отношение с контролирующими структурами) и внутренние, которые были квалифицированы ранее. Примечательно, что включение насильственных практик, связанных с нарушениями прав работников, определяется в зависимости от хороших отношений с контролирующими структурами. Иными словами, актер малого бизнеса может позволить себе нарушать закон в той мере, в какой это соответствует традициям предпринимательской среды, не содержит возможности мгновенного рывка вверх и связано с поддержанием отношений с крышующими структурами. В этих условиях законопослушный предприниматель оказывается не то что изгоем, он делается «белой вороной» в предпринимательской среде. Можно сказать, что существуют негласные коллективные обязательства придерживаться ценовой политики, определенных схем неуплаты налогов и не выходить за пределы допустимого в реализации деловых контрактов.

Ограничение иллегальных практик возможно на пути определенной деформализации правовых регуляторов, учета ведения бизнеса на локальном и региональном уровнях, на введение дифференцированных показателей для различных видов предпринимательской деятельности. Если на уровне криминализированных сегментов возможно жесткое воздействие, то развитие инновационных или обладающих эффектом социальной полезности направлений следует связывать с применением методов мягкого воздействия.



Очевидно также, что позиции акторов малого бизнеса в социальном пространстве российского общества являются промежуточными, и от того, в какой степени будет сформирован средний класс как ориентированный на гражданские добродетели, логику послушания зависит, какие перемены проявятся в поведении акторов малого бизнеса

Причисление себя к среднему классу не только по доходам, но и по образу жизни и типам поведения создает предпосылки для реализации потенциала социальной активности. Вместе с тем, хотя 25% россиян желали бы изменить жизнь к лучшему в своем городе, поселке, и к ним можно с большой степенью уверенности отнести представителей малого бизнеса, можно говорить о культуре социального индивидуализма, о том, что малый бизнес выработал определенные корпоративные правила, обязывающие придерживаться ограничений в отношениях на деловом микроуровне, но не ориентирует на то, чтобы сформировать привлекательный массовый образ малого бизнеса. Так как в российском обществе существует резерв рабочей силы или, точнее, узость квалифицированных вакансий, воспроизводится уверенность в том, что в сфере малого бизнеса возможно применение иллегальных практик.

Характерно, что для представителей малого бизнеса позиция акторов малого бизнеса и заключается в том, чтобы избавиться от излишних социальных обязательств. Не случайно поэтому стремление групп интересов, которые не имеют отношения к малому бизнесу, декларировать законность делегирования его интересов.

Российские социологи отмечают, что процесс социальной стратификации в современном обществе характеризуется следующим образом: на первых этапах развития капиталистического общества независимые мелкие собственники и предприниматели составляли около 80% населения, то сегодня в наиболее развитых в экономическом отношении

странах до 70% активного населения относится к наемным работникам<sup>70</sup>. Это важный момент в понимании перспектив позиционирования акторов малого бизнеса в социальном пространстве российского общества. Иными словами, утверждение, что число акторов малого бизнеса может быть доведено до 30% активного населения, явно страдает преувеличением. Разумеется, в российском обществе можно наблюдать тенденции, обратные тем, которые наблюдаются в так называемых развитых странах, хотя бы потому, что в процессе деиндустриализации освободилась масса бывших наемных работников и произошла фактически дезинтеграция рабочего класса.

Но не следует преувеличивать притягательность малого бизнеса, который, как выявлено ранее, является следствием вынужденного предпринимательства или сформировался на основе сословно-анархических барьеров, характеризующих ядро малого бизнеса. Бедные в российском обществе в большей степени тяготеют к модели прекариата, людей, имеющих непостоянную занятость и непостоянный заработок, что, конечно, не исключает их участие в качестве наемных работников в сфере малого бизнеса, но не является коридором возможностей, обеспечивающим беспрепятственное пополнение кадрового ресурса предпринимательской деятельности.

В рамках существующей социальной дифференциации акторы малого бизнеса занимают позиции, связанные с оборонительной идентичностью, с тем, что в структурах присвоенного социального порядка и пространства не срабатывает механизм символической капитализации, самолегитимации. Единственным условием является знание позиции, которое содержит информацию о внутренних свойствах предпринимательской деятельности как условия по поддержанию неформальных социальных отношений<sup>71</sup>.

---

<sup>70</sup> Социальная стратификация российского общества / Монография (под ред., предисл. Голенковой З.Т.). М.: Институт социологии РАН; Летний сад, 2003. С. 69.

<sup>71</sup> Бурдые П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. С. 58.

Характеризуя такую конфигурацию, можно сказать, что для малого бизнеса сама предпринимательская деятельность выступает в том виде, в котором они ее реализуют, будучи достаточным условием, чтобы кардинально не менять предпринимательские стратегии. В российском обществе утвердилось мнение, что малый бизнес – это сфера стагнационного порядка. Что представители малого бизнеса используют уже наработанные схемы и во многом их успех определяется как знанием ведения дела, так и накопленным неформальным капиталом. Очевидно поэтому признак доходов не является дифференцирующим акторов малого бизнеса критерием. В большей степени речь идет о накоплении неформального капитала, о методах и способах извлечения прибыли из применения легитимированных практик.

Это означает, что позиционирование малого бизнеса связано с тем, в какой степени допускается автономность деятельности, и это не связано с применением инновационного потенциала, к тому же действует фактор энергетических и иных ресурсов, которые обеспечивали до последнего времени темпы экономического роста на уровне 2-3%, максимум 4% в год<sup>72</sup>. Анализ конкурентной ситуации, характер взаимного позиционирования и взаимодействия между представителями малого бизнеса связан с открытыми рынками, с множеством магазинчиков и палаток, которые покрывают в среднем около ¼ всей розничной торговли<sup>73</sup>.

В условиях наступления сетевых структур, как отмечает В.В. Радаев, наблюдается ситуация, связанная с тем, что возрастает давление на открытые рынки со стороны сетевых компаний<sup>74</sup>. В нынешних условиях в какой-то степени прекратился отток покупателей со стихийных рынков, но это означает, что в обществе наблюдается рост малообеспеченных слоев населения. Сохраняется ситуация, при которой аналогичная продукция на

---

<sup>72</sup> Пути России: существующие ограничения и возможные варианты. М.: МВШСЭН, 2004. С. 57.

<sup>73</sup> Там же. С. 99.

<sup>74</sup> Там же. С. 69.

открытых (стихийных) рынках, как правило, на 10-20% ниже, чем в магазинах. Можно утверждать, что российский малый бизнес держится за дезориентированного клиента, за покупателя, для которого важна цена, а не качество. При том, что в обществе сохраняется тенденция держать престижное потребление, действия, связанные с приобретением товаров и услуг в сфере малого бизнеса, приводят к тому, что возникает практическая бедность. В этих условиях акторы малого бизнеса могут даже не выживать, а развиваться, но такое развитие, построенное на ситуации внутренних оффшоров, делает их заложниками воспроизводства иллегальных практик.

Позиционирование в социальном пространстве российского общества, таким образом, связано с кризисными явлениями, с нарастанием бедности, и поэтому трудно ожидать, что акторы малого бизнеса будут нацелены на выполнение позитивных функций, связанных с технологическим и организационным процессом. Позиционирование в особых нишах, уход в теневую экономику диктуют деловые стратегии, определяемые знанием местных условий и предпочтений потребителей. Но такая ситуация требует применения практического знания. Иными словами, акторы малого бизнеса встроены в сети связей с исполнителем в контролирующих органах и не заинтересованы в том, чтобы создать поле диалога для формализации существующих отношений, чтобы снизить риски полулегального существования<sup>75</sup>.

Основной элемент стратегии акторов малого бизнеса состоит в том, чтобы, не наращивая социальную капитализацию, расширять сеть особых ниш. Это не требует легализации собственного бизнеса, так как в нынешних условиях дополнительные затраты и организационные усилия, связанные с легализацией, не просто достаточно высоки, а не принимаются акторами малого бизнеса, так как их конкурентность мгновенно исчезает по сравнению

---

<sup>75</sup> Пути России: существующие ограничения и возможные варианты. М.: МВШСЭН, 2004. С. 63.

с сетевыми компаниями. К тому же сетевые компании сейчас действуют по логике скидок и насыщения дешевыми товарами, что не создает для акторов малого бизнеса трудность, так как рыночные территории освоены.

Речь может идти только о перераспределении потока потребителей продукции малого бизнеса, при котором снижение жизненного уровня населения является спасательным механизмом. Однако такая схема не отражает всех сложностей, связанных с ведением малого бизнеса в нынешних условиях. Так как акторы малого бизнеса придерживаются сугубо утилитарной функции (бизнес – есть бизнес), то очевидным следствием является наращивание потенциала иллегальных преимуществ, с другой стороны – позиционирование представителей малого бизнеса, отражающих процессы деиндустриализации российской экономики и сокращения числа наемных работников, создают проблему утраты преимуществ, связанных с тем, что конкуренты из крупных и средних компаний также могут снижать производственные издержки через понижение оплаты работникам в легальных условиях.

Дело в том, что российский малый бизнес не имеет территориальной локализации, не встроен в систему обслуживания окраин или спальных районов. Предприятия малого бизнеса в основном экстерриториальны, что ослабляет их привлекательность для создания доверительных отношений с клиентом. Утрата позиций с точки зрения малой цены и сосредоточения клиентов малого бизнеса в основном в спальных районах создает эффект сокращения территориального пространства. Нынешняя тенденция сноса палаток в Москве характеризует то, что властные структуры озабочены рациональным использованием территории и прекращением схемы внутренних оффшоров, при которых малый бизнес не платит налогов.

Учитывая эти обстоятельства, можно говорить, во-первых, о том, что позиционирование малого бизнеса в социальном пространстве российского общества связано с принятием иллегальных практик как условия

деятельности и их нормирования в рамках взаимоотношений внутри локальных сообществ.

Во-вторых, представители малого бизнеса, занимая промежуточные позиции в социально-стратификационной системе российского общества, подвержены риску нисходящей социальной мобильности, что вынуждает применять привычные схемы ухода от налогов, незаконных взаимовыгодных и солидаристических практик и тем самым сохранять степень уязвимости в рамках представительства собственных интересов.

## **2.2 Институционализация иллегальных практик в российском малом бизнесе**

Отмечая, что позиции представителей малого бизнеса характеризуются анархизмом, индифферентностью по отношению к легальным практикам и связаны с реализацией деловых стратегий на основе внутренних оффшоров, необходимо говорить о влиянии институциональных условий на воспроизводство и развитие иллегальных практик в сфере малого бизнеса. Очевидной объяснительной схемой является слабость формальных институтов в российском обществе и ситуация правового нигилизма. В диссертационном исследовании отмечалось, что российский малый бизнес, имея опыт использования неформальных социальных отношений, не ориентируется на формирование институтов делегирования и представительства, чтобы лоббировать соответствующую нормативно-правовую базу.

Такое позиционирование связано с тем, что малый бизнес не получил статуса группы социальных интересов, а во внутренней институциональной среде значительное влияние обретают групповые отношения, которые можно отнести к сословным<sup>76</sup>. Критериальные характеристики сословности связаны с преобладанием лояльности индивида к сословным нормам над всеми

---

<sup>76</sup> Дискан И.А. Россия, которая возможна. М.: «Юрист», 2011. С. 23.

другими групповыми лояльностями, а также наличие сословного этиоса, имеющего реальное регулятивное значение<sup>77</sup>.

В условиях, когда институты порядка в российском обществе связаны не с институтами права, а с армией и церковью, можно сказать, что сам характер отношений акторов малого бизнеса с представителями контролирующих или регистрирующих структур определяется наработанностью уже имеющихся теневых схем. Это очень важное обстоятельство, которое нужно учитывать, говоря о характере отношений малого бизнеса с обществом в целом: так как в российском обществе деятельность малого бизнеса оценивается неоднозначно, то уровень институционального доверия к деятельности малого бизнеса репрезентирует целый спектр объективных и субъективных социальных отношений. Обращает на себя внимание тот факт, что в рамках доверия малый бизнес подпадает под контроль структур, имеющих достаточно низкий уровень социального доверия: органы местного самоуправления – 40% не доверяют, полиция и органы внутренних дел – 49% не доверяют<sup>78</sup>.

Так как в сфере малого бизнеса не развита профсоюзная деятельность, на интересах малого бизнеса не концентрируют внимание общественные и правозащитные организации, а если и делают это, то как способ реализации иных интересов. Можно ожидать, что буддируемый в обществе интерес к защите малого бизнеса, особенно в кризисных условиях, не меняет уровень доверия к малому бизнесу как институту предпринимательства. Это выражается в том, что российский малый бизнес так и остается сферой теневой деятельности и его привлекательность как возможности обзавестись собственным делом в большей степени свидетельствует о стратегии ухода от бедности, чем карьерных стратегиях или стратегиях самореализации.

---

<sup>77</sup> Там же.

<sup>78</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. Москва: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 108.

Главными препятствиями к открытию бизнеса, как считают россияне, является бюрократия (26%) и большие налоги (20%), причем среди тех, кто имеет предпринимательский опыт, о налогах говорят чаще (27%), чем среди тех, кто не имеет такого опыта (18%)<sup>79</sup>.

В этом контексте в обществе слабо оформлено отношение к малому бизнесу как институту. Малый бизнес, в отличие от институтов, воплощающих могущество, державность, единство страны, так и не стал институтом, призванным выражать интересы определенных слоев населения, точнее сказать, что в сфере малого бизнеса обнаруживаются институциональные искажения, связанные с тем, что латентные функции доминируют над открытыми, позитивными. Итак, малый бизнес призван снизить социальную напряженность, реализовать предпринимательские таланты и свойства целых групп людей и сыграть определенную роль в развитии инновационного сектора экономики. Кроме того, отношение к институту малого бизнеса определяется тем, что, с одной стороны, это сфера, которая представляется обществу как сфера полутеневой экономики, с другой – действующие иллегальные практики признаются чуть ли не единственным способом реализации предпринимательской деятельности.

Говоря об этом, нужно иметь в виду, что российский малый бизнес испытывает дефицит институционального доверия, так как связан с обслуживанием определенных групп населения и не представляется тем институциональным механизмом, который позволит резко снизить уровень бедности в стране. При полюсе высокого доверия к государственным институтам, структуры малого бизнеса вытеснены на периферию институциональных проблем, что определяет отношение к деятельности в сфере малого бизнеса как способности обеспечить самого себя и свою семью

---

<sup>79</sup> Предпринимательство и самозанятость в России. Пресс-выпуск № 3314. ВЦИОМ. 2017 // <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082>



и не нуждаться в поддержке со стороны государства. Такой позиции придерживаются 45% россиян<sup>80</sup>.

Но это не означает, что таков уровень интереса к малому бизнесу в российском обществе. Имеется в виду, что в нынешних условиях распространения интернет-деятельности как механизма экономической самостоятельности, привлекательность стихийных рынков и организация в сфере услуг снижается. В обществе воспроизводится оценка малого бизнеса как самостоятельного в качестве реализации иллегальных деловых стратегий, но не имеющих перспектив и преимуществ при вступлении в рамки легальной деятельности. Практически по всем параметрам самооценки института бизнеса наблюдается легитимация иллегальных практик, так как потребители услуг и товаров малого бизнеса готовы к сохранению существующей ситуации ради дешевых цен.

Предпочтения в пользу малого бизнеса, таким образом, связаны с адаптивными обстоятельствами и не возвышаются до уровня общесоциальных ожиданий, связанных с улучшением качества жизни и экономическим ростом. Институционализация иллегальных практик в сфере малого бизнеса определяется тем, что неформальные схемы приобретают характер саморегуляторов, в то время как формальные институты воспринимаются как административные ограничители. Проводимый курс либерализации в отношении малого бизнеса выявил некоторую негативную особенность: при реализации тезиса «перестать кошмарить бизнес» и облегчения процедур регистрации катастрофически падает уровень внешнего контроля, усиливается тенденция открытия предприятий-однодневок и поставки недоброкачественных товаров и услуг.

Это проявляется в том, что не наблюдается сдвиг в производственную сферу, что акторы малого бизнеса не ориентированы на инвестиции в развитие собственной отрасли, так как обновление стандартов и принципов

---

<sup>80</sup> *Дискин И.А.* Россия, которая возможна. М.: «Юрист», 2011. С. 162.

предпринимательской деятельности не является основным вектором самореализации в российском обществе<sup>81</sup>. Можно сказать, что институт малого бизнеса занимает декларируемые позиции в российском обществе и не входит в верхние ступени позиции институциональной иерархии. Сложившаяся институциональная иерархия отражает эгатистский характер российского общества, но вместе с тем открывает достаточный простор для реализации анархистских интенций, которые выражаются в проявлении лоялизма по отношению к государству и отсутствию запроса на легализацию отношений с контролирующими и регистрирующими структурами. В этом смысле малый бизнес не приветствует институциональных перемен в российском обществе, считая, что в основном это перемены к худшему: следует отметить, что напряженность кризисной ситуации определяется количеством и качеством вводимых новых правовых регуляторов и нормативов.

В целом представители малого бизнеса, которые относятся к группе предпринимателей и самозанятых, демонстрируют следующие показатели благополучия: 2% – нуждающиеся; 2% – малообеспеченные; 4% – благополучные<sup>82</sup>. Однако эти показатели не должны вводить в заблуждение, так как если благополучие связано с личным потреблением и включает механизм экономии на производственном потреблении, то можно сделать вывод, что представители малого бизнеса экономят на институциональных ресурсах. Учитывая, что существует паритет благополучных, малообеспеченных и нуждающихся, институты малого бизнеса если и содержат солидаристический ресурс, то он слабо связан с групповыми идентичностями, направленными на освоение институциональных ресурсов.

---

<sup>81</sup> *Дискин И.А.* Россия, которая возможна. М.: «Юрист», 2011. С. 165.

<sup>82</sup> *Горшков М.К.* Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики) / М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2011. С. 172.

Это подтверждается и тем, что в рамках поддержки развития малого бизнеса наблюдается тенденция неосвоения предоставляемых льгот, поскольку переход к легальной деятельности связан с выполнением социальных и профессиональных стандартов, часто несовместимых с привычными деловыми стратегиями. Иными словами, неверно утверждать, что акторы малого бизнеса нуждаются только во внешней поддержке. Внутренняя неоднородность и то, что деловые стратегии определяются возможностями извлечения личной прибыли, показывают отсутствие легальной институциональной основы. Имеется в виду, что программы поддержки, связанные с внедрением легальных (правовых) регуляторов, не встречают отзывчивого адресата, так как бедные, малообеспеченные и нуждающиеся предприниматели нацелены на то, чтобы остерегаться рисков финансовой кабалы, в то время как для благополучных предпринимателей действуют схемы самоограничения, связанные с тем, что с ростом производства предпринимательской деятельности неизбежно начинаются коллизии, связанные с прекращением практик внутренних оффшоров и перехода в иную категорию предпринимательской деятельности.

Если же говорить о программах помощи малому бизнесу как стратегии увеличения занятых в этой сфере, неизбежным отрицательным последствием является рост нуждающихся предпринимателей и, следовательно, воспроизводство теневизации экономики. Нормальный уровень доходов, который мог бы позволить перейти к модели развития производства, в сфере российского малого бизнеса незначителен, так как в условиях кризиса, девальвации национальной валюты трудно представить, что акторы малого бизнеса будут готовы производить существенные затраты на обновление технологического оборудования, повышение профессионального уровня своих работников, соблюдение технологических стандартов.

Такая ситуация воспроизводилась и ранее, в благополучные времена, так как, отмечалось выше, существуют ограничители развития малого

бизнеса, связанные с тем, что вступление в ряды среднего бизнеса существенно изменяет условия конкуренции. Обретенные серые схемы становятся малоэффективными, так как требуются специальные правовые знания, содержание аппарата юристов, затраты на лоббирование интересов и участие в деловых организациях, включение механизмов накопления репутационного капитала. Очевидно, что подобная перспектива не является массовой, в то время как используемые схемы незаконного обогащения представляются новичкам малого бизнеса наиболее доступными, если, конечно, учитывать, что они занимают наиболее рискованные и менее прибыльные сферы ведения предпринимательской деятельности.

Также следует подчеркнуть, что возникает лаг в институционализации деловых стратегий: благополучные в малом бизнесе могут использовать легальные схемы, в то время как для малообеспеченных и нуждающихся степень их реализации затруднена фактическим неравенством имеющихся возможностей.

Судя по тому, что в российском обществе институциональное доверие распространяется на институты символического порядка, нетрудно предположить, что институт малого бизнеса с неоднозначной социальной репутацией, если и воспринимается как полезный, то рассматривается в контексте личного выбора, попадания в определенный круг людей, занятие деятельностью, не имеющей никакого другого смысла, кроме как зарабатывание денег. Такая установка вполне соотносится с устремлениями россиян, в числе которых наиболее значимы следующие: «создать счастливую семью», «иметь надежных друзей», «жить не хуже других»<sup>83</sup>.

Актеры малого бизнеса, как отмечалось выше, испытывают институциональное недоверие к правоохранительным структурам, также как не считают помощь правительства существенным фактором в продвижении

---

<sup>83</sup> Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики) / М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2011. С. 266.

личного бизнеса. Для них правовые инновации – это появление дополнительных рисков. Приветствуется либерализация законодательства, упрощение процедур, а точнее, восстановление сферы бесконтрольности. Вероятно, для представителей малого бизнеса характерна оценка предпринимательской деятельности как приносящей определенную прибыль и рассчитана на определенный круг потребителей, не принимающих во внимание нормативные ограничения и контрольные оценки.

Привычка работать «налево», уходить от налогообложения, конечно, характерны не только для малого бизнеса в целом, где присутствуют и тенденции законопослушности в наиболее перспективных отраслях. Но трудно сказать, в какой степени малый бизнес делится на законопослушных и незаконпослушных, но если брать такое перспективное направление, как хостельерство (сдача квартир в наем), то, как отмечает РБК, 50% хостельеров работают по серым или черным схемам. Безусловно, такая позиция приносит ущерб законопослушным бизнесменам, которые справедливо указывают на то, что принимаемые законы делают невозможным честный бизнес, в то же время иллегальные практики по объему и влиянию конкурируют с легальными. Если иметь в виду конкретную ситуацию хостельерства, то можно отметить, во-первых, что легальные практики используются бизнесменами с надежной репутацией, связанной с образованием круга постоянных клиентов, имеющими достаточно высокую планку постоянного дохода, позволяющего нести издержки легального бизнеса; во-вторых, теневые хостельеры не ориентированы на стандарты высокого обслуживания, вызывают наибольшее беспокойство своим бизнесом, так как их объекты расположены в многоквартирных домах, и, наконец, рассматривают хостельерство только как один из возможных видов бизнеса, не занимаясь этим серьезно и целенаправленно, извлекая краткосрочную прибыль.

Очевидно, что формальные институциональные ограничения не мешают легальным бизнесменам, в то время как действующие по серой схеме либо прекращают бизнес, переориентируются на другую прибыльную область деятельности, либо создают систему неформальной защиты, договоренности с административными и проверяющими структурами. Иными словами, формальные институты не работают в режиме открытых функций, а их ресурсы могут использоваться для устранения конкурентов, извлечения должностной ренты чиновниками, возможностей канализировать прибыли в нужном направлении. Фактически легальные практики уступают место иллегальным и по доступу к социальным ресурсам, и по возможности стартовых условий деятельности.

Институционализация иллегальных практик характеризуется, во-первых, их массовизацией; во-вторых, принятием неформальных регуляторов в качестве этоса делового поведения, переориентацией предпринимательской деятельности на серые схемы. Подчеркивая это обстоятельство, можно заметить, что при низком доверии к контролирующим и правоохранительным структурам со стороны акторов малого бизнеса и достаточно спорной репутации в обществе, возникает запрос на то, чтобы в общественный дискурс попадали вопросы малого бизнеса. Действительно, в обсуждении этих проблем участвуют депутаты думы, профессиональные политики и юристы, но как-то незаметна позиция самих акторов малого бизнеса, которым присущ комплекс публичной немоты. Говоря об этом, следует отметить, что в силу низкого уровня самоорганизации, отсутствия профсоюзных и общественных структур, институционализация иллегальных практик проходит через неформальные механизмы: повторяемость, воспроизводство иллегальных схем.

Акторы малого бизнеса разделяют убеждение подавляющего большинства россиян, что очень важными являются работа и семья: об этом

заявляют, соответственно, 89% и 88%<sup>84</sup>. С другой стороны, очевидно, что в общепринятой позиции просматриваются немаловажные смысловые отличия: работа воспринимается как набор опривыченных действий, имеющих оправдание на социальном микроуровне и не требующих привлечения социальных и правовых стандартов, заданных со стороны формальных институтов. Институт малого бизнеса в том виде, в каком он сложился в российском обществе, безусловно, если пользоваться выражением неoinституционалистов, является институтом закрытого доступа. В нем действуют практики принуждения и насилия, и выигрывают те, кто используют ресурс неформальных знакомств.

Отмечая эту ситуацию, немаловажным представляется, что внутри малого бизнеса существует система разделения на своих и чужих, неформальных преимуществ, связанных с опытом работы и ресурсом накопленных знакомств. Интересно, что ассоциации малого бизнеса не отмечены стремлением инициировать укрепление правовой культуры, выступать с социальными акциями в поддержку честного малого бизнеса. Практически продолжается концентрация вокруг стихийных открытых рынков с закрытыми для постороннего человека правилами и нормами. Жалобы на произвол чиновников (что приходится всем платить) отражают сложившуюся институциональную ситуацию, в которой присутствует верховенство латентных функций. Следует заметить, что по отношению к своим работникам акторы предпринимательской деятельности реализуют стратегии принуждения, устрашения, давления или добровольного согласия. Возникающий эффект круговой поруки, очевидно, является взаимовыгодным, и противоречия выносятся на поверхность, когда малый бизнес сталкивается с административным давлением или работники обращаются в правовые и судебные инстанции.

---

<sup>84</sup> Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики) / М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2011. С. 189.

Иными словами, хотя и признается необходимость формальных правовых регуляторов, особенно в критических ситуациях, иллегальные практики являются повседневными, закрепляющими чувство стабильности, неизменности частного порядка, в то время как попытка введения правового контроля вызывает предубеждение даже со стороны акторов легального бизнеса. Это объясняется тем, что в рамках иллегальных практик действует правило выбора, в то время как легальные практики направлены на то, чтобы поймать актора предпринимательской деятельности в сеть определенных административных ограничений.

Предпринимательская деятельность в малом бизнесе, таким образом, характеризуется доминированием иллегальных практик в качестве эффективных и узким применением легальных практик в качестве демонстративных. Существующий слой легитимного бизнеса не столько диктует свои правила бизнесу иллегальному, сколько идет у него на поводу, так как принимает вполне обоснованные ситуации, в которых приходится применять иллегальные практики. В описываемом примере с хостельерством можно предположить, что легальные хостельеры, выступая против чрезмерного правового вмешательства, имеют в виду, что в законодательстве должны сохраняться лазейки для иллегальной деятельности, что формализация процедур может быть связана с непредвиденными расходами и умение договариваться ценится больше, чем принуждение к правовому порядку. В этом смысле институциональные регуляторы являются регуляторами, характеризующими конфликт интересов. Определенные внутренние правила малого бизнеса предоставляют возможность сохранять дисциплину, но не содержат стимулов для формирования институционального дизайна.

Важным следствием является то обстоятельство, что малый бизнес обладает степенью правовой независимости от государства и свободой действий, пусть даже и формально ограниченной. Не вмешиваясь в дела



государства, не оказывая влияния на деятельность контролирующих органов и не проявляя заинтересованности во введении правовых инноваций от своего лица, представители малого бизнеса однородны в позиции рассматривать правовые нормы, даже содержащие очевидные преференции для развития малого бизнеса как нежелательные институциональные перемены. Если следовать неоинституционалистскому правилу, переход от иллегального к легальному состоянию может происходить постепенно и быть отмечен возрастающей способностью структурировать отношения, касающиеся долгосрочных интересов малого бизнеса.

Характеризуя это обстоятельство, можно сказать, что сеть отношений малого бизнеса как клиента, контрольных структур, патронов кажется глубоко коррумпированной. Так как все построено на личных связях, круг знакомств индивида и положение его знакомых значат больше, чем то, что они делают<sup>85</sup>. Важным является то, что для акторов малого бизнеса иллегальные практики как раз и являются легитимированными, повышая при этом градус недоверия к действующим контролирующим институтам. Сам процесс формирования российского бизнеса показывает, что влияние кризиса государственного управления и падение веры в законность определяло направленность представителей малого бизнеса на уход в сферу неправовой свободы. Говоря об этом, можно также отметить, что в малом бизнесе 16% используют стратегии совместительства и разовых приработков<sup>86</sup>. Это означает, что акторы малого бизнеса не нуждаются в строгих ограничениях, связанных с постоянной работой и стабильным заработком. В большей степени деловые стратегии настроены на поиск выгодных предложений, на то, чтобы менять различные виды профессиональной деятельности, что

---

<sup>85</sup> Норт Д., Вайнгаст Б., Уоллис Дж. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества / Пер. с англ. Д. Узланера, М. Маркова, Д. Раскова, А. Расковой. М.: Изд. Института Гайдара, 2011. С. 93.

<sup>86</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. Москва: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 69.

требует отказа от соблюдения определенных профессиональных и квалификационных стандартов, санитарных и потребительских норм.

В нынешних условиях особенно важно, что иллегальные практики обладают большим адаптивным потенциалом по сравнению с легальными. Об этом свидетельствует тот факт, что 96% предпринимателей считают себя проигравшими от кризиса<sup>87</sup>. В реальности – это и механизм самооправдания по отношению к формуле жесткой экономии, заработков и сокрытия доходов. 2/3 из них отмечают<sup>88</sup>, что пострадали от роста цен и в меньшей степени от ситуации на работе. В то же время схожие по масштабам механизмы воздействия кризиса имеют разную направленность в отношении перспективы нарастания иллегальных практик. Если говорить о последствиях урона, нанесенного ростом цен, очевидно, что для малого бизнеса привлекательность иллегальных практик представляется в виде схем изготовления поддельных дешевых продуктов и изделий: в выпуске контрабандной швейной продукции, изготовлении и продаже некачественных пищевых продуктов (суррогатов), оказания ремонтных услуг за счет дешевых непрочных материалов. Это связано с феноменом солидаризма, так как иллегальные практики поддерживаются как предпринимателями, так и работниками.

Что же касается ситуации на работе, то для акторов малого бизнеса возрастает влияние принуждающих практик, давление на работников с целью соглашения на менее выгодные условия труда или отмена всяких условий, негарантированность заработка, при этом акторы малого бизнеса считают себя проигравшими.

Между тем российский малый бизнес достаточно стабилен в кризисные времена и испытывает потери в благополучные. Конкуренция с сетевыми компаниями в торговле в начале 2000-х годов, приведшая к спаду влияния

---

<sup>87</sup> Там же. С. 72.

<sup>88</sup> Там же.

стихийных рынков, показывает, что для малого бизнеса социальная стабильность и рост доходов означает снижение спроса на его деятельность. Как отмечалось выше, российский малый бизнес не использует схемы территориальности, формирования круга близких клиентов, являясь пространством социальной рассеянности, формируя запрос на случайного клиента. Поэтому иллегальные практики не имеют ограничений, связанных с потерей социальной репутации, реноме. Заслужить доверие клиента не считается корпоративным правилом. В то же время в код поведения входит обязательство воздерживаться от ценового демпинга, вести обязательное латентное налогообложение в пользу кланов, регулирующих деятельность стихийных рынков.

В описанной ситуации также важно отметить, что российский малый бизнес по существу остается предпринимательством в условиях кризисной деятельности, поэтому не включает в себя нормы стабильности, работы в условиях социальной упорядоченности. Когда говорится о том, что малому бизнесу необходимо создать нормальные условия, имеется в виду, вероятно, расширение сферы неправового регулирования, что только стимулирует рост иллегальных практик. Малый бизнес пока не сформировал законные социально-экономические ниши, которые бы позволили привлекать клиентов, вызывать интерес не дешевизной и сомнительным качеством, а оказанием уникальных, нестандартных, содержащих элемент личного доверия услуг. В производственной сфере, сфере строительства у малого бизнеса есть определенный простор, где постоянно поддерживается высокий запрос на рост индивидуального жилья и качественный ремонт.

Также следует подчеркнуть, что пребывание малого бизнеса в состоянии отсутствия кризиса хотя и грозит свертыванием традиционных сфер занятости в силу конкуренции с сетевыми структурами, дает выигрыш инновационному сектору.

Важным институциональным условием является дефицит механизмов деформализации правовых норм, создание ситуации, в которой правила игры не менялись. Для акторов малого бизнеса схема опыта включает нежелательность правовых перемен, о чем говорилось выше. И это связано не только с очевидной тенденцией ужесточения регуляторов, ограничивающих деятельность малого бизнеса, но и с тем, что сужаются возможности конкуренции со средним бизнесом. В российской предпринимательской среде не сложилась практика заключения взаимовыгодных альянсов малого бизнеса со структурами среднего и крупного бизнеса с целью действия стратегии мягкого включения, ситуации аффилированности малого бизнеса со средними структурами в качестве поставщиков или субподрядчиков.

Отмечаются факторы рейдерства, поглощения малых предприятий путем силового отъема либо процедуры скупки. Поэтому акторы малого бизнеса ориентированы на принятие иллегальных практик как способов уберечься от дружеских объятий. Сохраняя свое малое дело, не претендуя на то, чтобы конкурировать со средним бизнесом, малый бизнес расставляет «красные флажки», когда возможна облава на процветающий малый бизнес.

В этом контексте институциональная среда российского малого бизнеса не гарантирована от вмешательства извне, от навязываемых иллегальных практик. Очевидно и то, что в рамках предпринимательской деятельности выходцы из сферы малого бизнеса сталкиваются с угрозами и рисками, которые кажутся им неопределенными в силу перевода в легальное русло. Если неформальные правила знакомы и опривычены, то в легальном контексте институциональные ограничения могут играть не во благо. Как отмечалось ранее, для малого бизнеса в большей степени характерно стремление видеть институциональную ситуацию как неравновесную, пессимистически полагать, что препятствия на пути малого бизнеса не могут быть преодолены путем демократизации.

В связи с этим немаловажным можно считать иллегальные практики как практики, снимающие в определенной степени напряженность отношений малого бизнеса с властными структурами. В условиях, когда доля неработающего населения увеличилась повсеместно и стала выше для горожан на 1,4%, для сельских жителей – на 9%, увеличившись с 25% до 34%<sup>89</sup>, малый бизнес берет на себя функцию снижения социальной напряженности, но ее реализация имеет ценой сокращение влияния формальных институтов, так как пополнение малого бизнеса связано с принятием навязывающих, ущемляющих или ограничивающих социальные и трудовые права практик. Это позволяет понять тот факт, что малый бизнес обладает высоким ресурсом прочности только в условиях правового недорегулирования или регулирования.

Для позиции представителей малого бизнеса характерно понимание институциональных условий как условий, которые могут быть приняты в качестве внутренних правил игры и не являются фактором групповой идентичности. Характерно и то, что, позиционируя себя как группу с достатком, акторы малого бизнеса не готовы согласиться с замораживанием в ближайшие годы доходов, как и большинство (90%) россиян<sup>90</sup>.

Очевидно, что институционализация иллегальных практик в пространстве малого бизнеса в российском обществе определяется доминированием неформальных норм, реализацией неформального капитала как условия предпринимательской деятельности. Крайне важно, что не выявлены специфические интересы бизнеса как социально-профессиональной группы, чему способствует негативная идентичность, конфликт интересов, внутренняя неоднородность бизнеса. Ядро малого

---

<sup>89</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. Москва: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 99.

<sup>90</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 94.

бизнеса не оказывает влияния на рекрутацию новых членов, так как связана с позицией превосходства, рисков расширения малого бизнеса и последующей демократизации состава.

В этой связи следует обратить внимание на то, что ведущие позиции в автоидентификации россиян принадлежат партикуляристским характеристикам<sup>91</sup>, а не профессионализму, в отличие от стабильных социально-профессиональных групп. Указание на институциональные параметры иллегальных практик связаны с тем, что так и не завершился процесс трансформации малого бизнеса, перехода к современному состоянию. Можно сказать, что российский бизнесмен проигрывает образу устойчиво-стабильного, воспроизводимого типа рационального экономического человека<sup>92</sup>, однако в приведенных в качестве примера США как раз наблюдается постоянное включение в малый бизнес различных этнических, социальных и профессиональных потоков. Поэтому если говорить о перспективе институционализации легальных практик, то российский бизнес обязан быть включен в систему перманентной модернизации, учитывая, что за истекший период во многом утрачен немалый человеческий потенциал, накопленный за советский период. В этом смысле возможно определение точек архаизации малого бизнеса, возврата к традиционным, сословно-семейным связям, что особенно проявляется в регионах с этнической спецификой.

Можно сказать о явлении неординаризма, связанного с тем, что представители малого бизнеса, с одной стороны, ориентированы на изменение (повышение) статуса своих детей на уровне последующих поколений, с другой – существует указание на семейный бизнес как стабильное наследство, как совокупность возможностей, которые позволяют

---

<sup>91</sup> Дискин И.А. Россия, которая возможна. М.: «Юрист», 2011. С. 37.

<sup>92</sup> Бузгалин А. Что есть Россия? // Свободная мысль. М.: Издатель Владислав Иноземцев, 2010. № 8. С. 129.

удержаться в нестабильной ситуации. Поэтому анализ институциональных параметров иллегальных практик малого бизнеса связан с пониманием того, что более половины россиян (57%) считают, что свобода – это возможность быть самому себе хозяином<sup>93</sup>.

Такой подход реально означает, что в рамках восприятия социальных институтов представители малого бизнеса не проявляют интереса к тем институтам, которые содержат потенциал модернизации через привитие профессиональной и гражданской идентичности. Основываясь на том, что личный интерес – это главное для человека (56%)<sup>94</sup>, можно предположить, что для представителей малого бизнеса личное благополучие является доминирующим ориентиром и приоритет перед общественным состоит в том, что партикулярная негативная идентичность, включающая неформальные правила как ресурсы, формирует границу между собственным, внутренним локус-контролем, и приписыванием основной роли внешним обстоятельствам, когда речь идет о переходе к легальным деловым стратегиям. В этом смысле актер малого бизнеса является активным типом, выражающим готовность к инициативности, предприимчивости в рамках реализуемых схем опыта.

Так как институциональный дизайн российского общества рассчитан на воспроизводство этатистской личности, представители малого бизнеса, выступая с внешне альтернативных позиций, включены в состав тех 44% россиян, которые готовы самостоятельно обеспечивать себя и свою семью, не рассчитывая на государство<sup>95</sup>. Но в этом и проявляется зависимость, которая связана с тем, что малый бизнес как группа специфических интересов не сформировал собственные легальные структуры, а внешний контроль

---

<sup>93</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 127.

<sup>94</sup> Там же. С. 128.

<sup>95</sup> Там же. С. 130.

является прерогативой государства. Иными словами, то, что В.В. Радаев описывает как внутреннюю оффшоризацию, возникшую в 90-е годы, является не завоеванием самого малого бизнеса, а даром со стороны государства.

В этом смысле представители малого бизнеса ощущают резкую зависимость от колебаний внутренней политики, от включения тех или иных правовых механизмов. Здесь нужно согласиться и с тем, что сфера малого бизнеса является объектом пристального правового регулирования потому, что в этом смысле властные структуры могут проявить также полную самостоятельность, не оглядываясь на определенные правовые нормы. Можно подобный тренд рассматривать и как попытку формализации сферы малого бизнеса, но обращает на себя внимание тот факт, что принимаемые правовые новации, как правило, насыщены бюрократическими регламентациями и не меняют по существу отношения к малому бизнесу как полулегальной сфере деятельности.

Можно предположить, что применение формальных норм к малому бизнесу связано с необходимостью держать его постоянно на взводе, указывать границы допустимости и демонстрировать обществу готовность борьбы с явлениями теневой экономики. По сравнению с крупным и средним бизнесом, представители малого бизнеса выглядят инертной группой, хотя по отношению к другим социально-профессиональным слоям они могут выглядеть образцом экономической и хозяйственной самостоятельности. Но, как отмечалось ранее, эта самостоятельность дарованная и не связана актуализацией представителями малого бизнеса собственного инновационного, профессионального и деятельностного потенциала.

Говоря об этом, также следует подчеркнуть, что доля наиболее активных россиян обнаруживается среди руководителей высшего звена и специалистов на должностях, в то время как малый бизнес с достаточно скромными образовательными показателями и отсутствием организационной



и правовой компетентности выглядит, скорее, как социально зависимая группа. Такой парадокс восприятия связан с тем, что на институциональном уровне ресурсы малого бизнеса недостаточны для развертывания легальных практик, в то время как иллегальные практики демонстрируют активный тип деятельности.

Еще более дифференцированная оценка связана с тем, что российский малый бизнес не входит в группу, для которой важным является самовыражение личности. Для них одинаково чужд и лозунг о сильной жесткой власти, способной обеспечить порядок, потому что это реально снижает влияние анархических интенций, и запрос на демократию, которая содержит риски модернизации малого бизнеса, слома привычных схем зарабатывания денег. Следует также подчеркнуть, что в сфере малого бизнеса существует разрыв между институционализацией иллегальных практик, направленных на использование неформального потенциала, и претензиями на то, чтобы сформировать хотя бы минимальные стандарты правовой защищенности бизнеса. Иными словами, представители малого бизнеса не готовы идти на соглашение по принципу обмена неправовой свободы на иллегальные гарантии предпринимательской деятельности.

В том, что иллегальные практики порождаются институциональными ограничениями и являются практиками извлечения прибыли в контексте адаптации к изменившимся условиям, к социальным и экономическим изменениям, есть только констатация факта. Другое дело, что иллегальные практики выросли из состояния неразвитости институциональной системы, и это подтверждается тем, что до сих пор это пространство внутренних оффшоров, которое зависит от внешних влияний, в частности, контроля властных структур. Можно предположить, что в иллегальных практиках отражается несовершенство формально-правовых регуляторов, но проблема гораздо глубже, потому что связана с переносом в институциональную систему латентных функций. Иными словами, формальные регуляторы

только стимулируют развитие иллегальных практик при условии, что являются непротиворечивыми, слишком жесткими или мягкими.

Отсутствие эффективного правоприменения, определенный произвол, связанный с трактовкой весьма противоречивых законодательных актов и восприятия акторами малого бизнеса правовых инноваций как нежелательных, создает ситуацию воспроизводства анархизма, индифферентности или осторожности по отношению к иллегальным практикам. Не достигнуто состояние честной конкуренции, при котором бы выигрывали акторы, реализующие легальные стратегии. В том, что институциональные ограничения создают фон для воспроизводства иллегальных практик, можно видеть встроенность российского малого бизнеса в сферу спонтанной деятельности.

\*\*\*

Таким образом, можно сделать следующие выводы по параграфу.

Неразвитость формально-правовых регуляторов, противоречивость, неконсистентность применяемых законодательных норм создают питательную почву для отклонения или деформализации правовых регуляторов;

Институт малого бизнеса, в свою очередь, фактически выполняет латентные функции, связанные с актуализацией неформального капитала и акцентом на неформальные контрактные отношения в социально-трудовой сфере, в отношениях между представителями малого бизнеса и в связях с властными и контролирующими структурами.

\*\*\*

По главе можно сделать следующие выводы.

Во-первых, иллегальные практики связаны с особенностями позиционирования представителей малого бизнеса, которые, являясь внутренне неоднородной группой, не имеющей позитивной социальной

самоидентификации, настроены на принятие иллегальных практик как условия негативной солидарности.

Во-вторых, дефицит правовых ресурсов, массовизация незаконных способов извлечения прибыли приводят к тому, что иллегальные практики характеризуют латентные функции института малого бизнеса.

### **ГЛАВА III. СУБЪЕКТНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ИЛЛЕГАЛЬНЫХ ПРАКТИК В РОССИЙСКОМ МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

Говоря о том, что малый бизнес создает конфигурации обстоятельств, связанных с предпочтением иллегальных практик, нельзя не отметить тот факт, что объективные обстоятельства в данной ситуации воспроизводят иллегальные практики на субъектном уровне. В нынешних условиях российский малый бизнес опривычивает схемы извлечения незаконной прибыли, действует в применении этих схем в зависимости от средовых условий или вида предпринимательской деятельности.

Иллегальным практикам в сфере малого бизнеса присущи исходные параметры, связанные с тем, что, интернализируя структурные и институциональные ограничения, акторы малого бизнеса ориентируются на воспроизводство схем восприятия, связанных с поддержанием состояния полутеневой и теневой экономики. Иными словами, в действие вступают и габитус (привычка создавать ординарные ситуации), и специфика профессиональной деятельности.

В связи с этим обстоятельством необходимо проанализировать субъектные параметры иллегальных практик, то есть каким образом на воспроизводство иллегальных практик воздействуют деятельностно-мотивационные установки представителей малого бизнеса и каким образом иллегальные практики воспринимаются в контексте перспектив перевода малого бизнеса в легальное состояние, в режим правовой модернизации.

#### **3.1 Деятельностно-мотивационные основания иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса**

Акторы малого бизнеса, как отмечалось выше, не сформировали инструменты самолегитимации, не демонстрируют готовность к осуществлению совместных практик, не осознают себя группой специфических интересов на уровне институционального представительства.

Сформировался своеобразный код поведения в сфере малого бизнеса, являющийся основным селективным и контролирующим инструментом отношений между акторами малого бизнеса. В этом смысле с исследовательской точки зрения представляет интерес иерархия ценностей представителей (акторов) малого бизнеса, то есть, каким образом эти ценности совмещаются с доминирующими ценностными установками российского общества и влияют на мотивацию в выборе иллегальных практик.

Рассматривая иллегальные практики как оптимальный способ зарабатывания денег, представители малого бизнеса исходят из того, что сама сфера предпринимательской деятельности – это есть сфера не самореализации, а самоадаптации к условиям жизни, к реализации формулы семейного счастья и стремлении жить не хуже других. В этом контексте представители малого бизнеса выступают как носители индивидуалистических начал, так как для них свобода выражается в возможности быть самому себе хозяином. Как отмечалось ранее, для представителей малого бизнеса характерна либеральная позиция в отношении того, каким образом можно добиться успеха в жизни, когда приходится переступать через моральные принципы. Ее разделяет треть россиян, исповедующих подобную перmissive мораль<sup>96</sup>.

Таким образом, можно говорить о том, что представители малого бизнеса, не образуя группы собственной самоидентификации, включены в слой прагматиков, кого можно назвать индивидуалистами. При этом для них специфика российского общества как раз и состоит в том, что право чуждо российской традиции, что главное – это умение договариваться. Являясь индивидуалистами и не формируя коллективных требований, представители

---

<sup>96</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 30.

малого бизнеса достаточно прохладно относятся к дилемме «уважение сложившихся традиций или инициатива, поиск нового». Для них очевидным является, что если и включать механизм уважения сложившихся традиций, то это должно быть связано с признанием свободы предпринимательской деятельности, с тем, что именно благодаря их усилиям и независимости от государства они открыли собственное дело и достойны поэтому уважения.

Такая традиция может считаться «изобретенной», но включена в схемы восприятия мира как нечто стабильное, как то, что характеризует наступившие новые времена. Что же касается инициативы поиска нового, то в этом случае речь идет, во-первых, об освоении новых экономических ниш, что затруднено в условиях завершения передела рынка и наступившей конкуренции со средним бизнесом. Также актуальным является и то, что для акторов малого бизнеса тревоги по поводу того, как выжить в современных условиях, определяются внешними обстоятельствами при вмешательстве государства и возможностью обеспечить себя и свою семью при отсутствии вмешательства государства.

В то же время для представителей малого бизнеса характерен определенный патернализм, так как само понимание свободы: «человек является кузнецом своего счастья» и «успех и неудачи – все в его руках» (48% россиян придерживаются подобной позиции)<sup>97</sup>, – связаны с тем обстоятельством, что сохраняется схема анархизма, возможность применения автономных от вмешательства государства стратегий. Для акторов малого бизнеса, при акценте на самоутверждении и самодостаточности, свойственен определенный социальный фатализм, связанный с тем, что малый бизнес находится в руках государства, что наработанные схемы могут быть разрушены, если государство прикажет бизнесу «долго жить».

---

<sup>97</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 162.

Практически по всем параметрам восприятия внешней ситуации ощущается отношение к ценностям на прагматической основе. В большей степени являясь инструментальными активистами, акторы малого бизнеса ориентируются на то, чтобы поддерживать ситуацию малого, но постоянного успеха, презентировать себя в обществе как людей, которые сами зарабатывают себе на жизнь. Но следует отметить, что в рамках реализации предпринимательских стратегий низким остается потенциал готовности решать чужие для бизнеса проблемы. Такой позиции придерживаются приблизительно 7% представителей малого бизнеса.

Если следовать определению, что малый бизнес – это совокупность независимых мелких и средних предпринимателей, выступающих в роли экономических субъектов рыночных отношений, то встает вопрос о том, в какой степени деятельностно-мотивационные ориентации акторов малого бизнеса содействуют достижению общего блага, становятся силой, влияющей на баланс интересов и ценностную совместимость в российском обществе. Следует подчеркнуть, что, исходя из традиции индивидуализма и негативной солидарности, акторы малого бизнеса рассматривают собственные интересы как приоритетные по отношению к общественным (84%).

Но существует определенная позиция, согласно которой государство обязано гарантировать независимость малого бизнеса (51%). Таким образом, акторы малого бизнеса демонстрируют позицию эгоизма. Если бы они руководствовались логикой «разумного эгоизма», неизбежным бы являлась необходимость совместить инструментальный активизм, ориентированность на личные интересы с пониманием вклада в общую копилку. Свой общественный долг представители малого бизнеса видят в том, что обеспечивают рабочие места. Между тем, утверждение о склонности малых предпринимателей к сбережениям и инвестированиям, к высокому уровню

личной мотивации к достижению успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятия<sup>98</sup>, нуждается в уточнении.

Говоря о склонности к сбережениям, следует иметь в виду, что акторы малого бизнеса действительно руководствуются сберегательными стратегиями, но эти стратегии связаны с режимом экономии и часто приходят в противоречие с установками на инвестирование. В этом контексте возникает для реализации иллегальных практик, так как инвестирование сопровождается высокой степенью рискованной деятельности, а сбережения становятся гарантом непредвиденных обстоятельств, необходимости откупиться, договориться с представителями контролирующих структур, поэтому можно предположить, что в оценку текущей деятельности включены откупные. Малый бизнес демонстрирует также слабую заинтересованность в разработке проектов, связанных с переводом в легитимное русло.

На практике это означает, что деятельностно-мотивационная сфера акторов малого бизнеса характеризуется движением от достигнутого. Кроме того, как отмечает та же А.М. Шипарева, присутствует высокий уровень рисков в неосуществлении задуманных проектов<sup>99</sup>. Такой фактор связан с тем, что целеинструментальный активизм предусматривает возможность заручиться поддержкой государства в независимости от выполнения обязательств, что участие в государственных проектах, в отличие от жестких обязательств, стоящих перед процедурой заимствования финансовых средств, не влечет разрушительные экономические и иные санкции. Поэтому одним из видов иллегальных практик является ложное предпринимательство, создание предприятия с целью увода финансовых ресурсов, использование их для иных целей деятельности. Число лже-предпринимателей в России

---

<sup>98</sup> Шипарева А.М. Статистическая оценка развития малого бизнеса в России. URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/1154/10601>. С. 3. (дата обращения: 13.06.2017).

<sup>99</sup> Шипарева А.М. Статистическая оценка развития малого бизнеса в России. URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/1154/10601>. (дата обращения: 13.06.2017).



колеблется от 14% до 18%, что создает определенную трудность на пути реализации программ инновационного бизнеса.

Нельзя безоговорочно утверждать, что российский бизнес имитационен, но то, что в инновационной сфере часто принимаются рискогенные проекты, свидетельствует о том, что в принципе ядро предпринимателей не готово к инновационной деятельности и к этому прибегают, как правило, либо новички, движимые позитивными, но не основанными на практике, решениями, либо лже-бизнесмены, выискивающие удобный повод для доступа к государственным средствам. К тому же очевидно, что такого рода изымательные проекты осуществляются под покровительством соответствующих структур, то есть существуют схемы отката. Потери государства от подобных действий достаточно высоки, составляют до 30% средств, которые вкладываются в развитие малого бизнеса.

Таким образом, настроенность на инструментальные и прагматические ценности, преобладание этики индивидуализма, с одной стороны, обеспечивают независимость акторов малого бизнеса, определяют границы их дистанцированности от государства и отказа от патернализма, с другой – снижает заинтересованность в принятии правовых регуляторов и расширяет границы допустимых действий. В сфере малого бизнеса высока толерантность к экономическим нарушениям, таким как уплата налогов (преступлением отказываются считать 56% бизнесменов), обман клиентов (24%). Эти показатели свидетельствуют о том, что сфера малого бизнеса пока еще далека от идеала честности, что главная проблема заключается в дефиците позитивной ценностной мотивации, что можно считать формулой сочетания личных, общественных и государственных интересов.

Говоря о формировании благоприятного предпринимательского климата, следует подчеркнуть, что в это понятие вкладывается и создание соответствующей партнерской атмосферы, открытости и прозрачности в

сфере малого бизнеса. Естественно, нельзя предположить, что акторы малого бизнеса будут обмениваться успехами своего процветания, но от усилий самой бизнес-среды зависит то, каким образом будет идти оздоровление, в какой степени возрастет доверие государства к претендентам на помощь в реализации проектов.

Склонность к риску является индивидуальным качеством, но последствия, как правило, перелагаются на общество в целом. И в том, что в России каждый год происходит игра в открытие – закрытие предприятий малого бизнеса свидетельствует не о перманентной неустойчивости, а, как следствие, доминировании иллегальных практик. Акторы малого бизнеса, как отмечено выше, достаточно либеральны к экономическим правонарушениям и действие по формуле «быть не хуже других» реализует стратегию полужагоальности. При регистрации предприятия на формальных легальных основаниях могут использоваться способы фальсификации данных, надутые показатели экономической активности. Ярким моментом является то, что лже-предприниматели выигрывают тендеры, не имея для этого никаких материальных, финансовых, экономических и иных ресурсов, предлагая демпинговую цену.

Секрет прост, так как это связано с системами распила, согласования с представителями соответствующих финансирующих и регламентирующих структур. В крайнем случае, деятельность осуществляется за счет закупки продукции у действующих предприятий, которые в этом случае отстранены от реального участия и вынуждены довольствоваться условиями, компромисса с лже-предпринимателями. Иными словами, иллегальные практики закрепляются самой системой неформальных отношений, а ценностные установки на достижение успеха и неприемлемость социальной полезности способствуют этим практикам, и воспроизводятся в качестве образца предпринимательской активности.

Выявленные установки в отношении предпочтения личных интересов и либерализм, толерантность по отношению к экономическим преступлениям делают группу акторов малого бизнеса группой не только экономического риска, что естественно в условиях рыночных отношений, но и социального. С малым бизнесом, отчасти, связано снижение трудовой мотивации в российском обществе, где стала торжествовать формула «не трудиться, а зарабатывать». В этом смысле малый бизнес снял ограничения на определенные виды, считавшиеся нерепутационными деятельностями. По открытию предприятий малого бизнеса в той или иной сфере можно проследить, где наблюдается тенденция к зарабатыванию больше. Открытие бюро ритуальных услуг свидетельствует о том, что именно в этой сфере существует достаточно большой простор для осуществления иллегальных практик.

Очевидно, что иллегальные практики легитимируются в процессе признания институциональных ценностей приоритетными при заниженной, а часто и негативистской трактовке ценностей права. Для представителей малого бизнеса ценность права определяется инструментальной полезностью, а в ситуации, в которой реализуется предпринимательская деятельность, ценность права умалается. Говоря об этом, целесообразно отметить, что в условиях ценностной расколотости российского общества, точнее, конфликта ценностей, малый бизнес руководствуется принципом целесообразности. Сохраняя приверженность традиционным ценностям семьи, счастья, гармонии с самим собой, представители малого бизнеса не верят в ценности согласия, в то, что их интересы могут быть реализованы в нынешней ситуации. Для них, как людей, прошедших суровую школу социальной выбраковки, то есть тех, кто устраивается собственными силами, коллективистские ценности кажутся принуждающими, и рассматривая свою социальную функцию, они подчеркивают: именно свою роль как людей, не требующих от государства и общества ничего.

При этом структура ценностей, полагающей в своей основе ценности семейного счастья, успеха и стабильности, стимулируют прежде всего не солидаристические иллегальные практики, как это могло бы показаться, а практики взаимовыгодности, соблюдения неформальных обязательств внутри деловой среды. Свою деятельность представители малого бизнеса не считают ответственной, но необходимой для общества в том смысле, что не являются обузой для государства. При этом распространены патерналистские рассуждения о том, что государство обязано помочь в обеспечении минимальных социальных гарантий в случае рисков потери бизнеса, здоровья, ресурсов.

Переплетение разных типов ценностных ориентаций и установок принимает в сознании самые непредсказуемые формы<sup>100</sup>. Представители малого бизнеса испытывают изменчивость позиций, связанную с приливами или отливами вмешательства государства в жизнь бизнеса. При этом последовательными консенсуалистами, сторонниками стратегии взаимопонимания и сотрудничества оказывается не более 10%. Также как, впрочем, незначительно число последовательных изоляционистов (6%). В ценностных ориентациях отражается противоречивость статусных позиций представителей малого бизнеса, их промежуточность, склонность к измерению собственного процветания уровнем дохода и стабильностью.

Говоря об этом, нужно отметить и невостребованность такой категории, как социальная репутация, вернее, представители малого бизнеса основываются на том, что они – люди, которым приходится трудиться. Но в обществе, где критериями уважения и оценки являются власть и богатство, трудно рассчитывать на накопление социальной репутации, на допуск представителей малого бизнеса в структуры власти, на возможности выражения их интересов на высшем законодательном уровне. Поэтому

---

<sup>100</sup> Социальная стратификация российского общества / Монография (под ред., предисл. Голенковой З.Т.). М.: Институт социологии РАН; Летний сад, 2003. С. 115.

иллегальные практики выступают как критерий независимости, автономности в рамках существующего правового пространства и их перевод в ценностные ориентации, влияние на ценностные установки акторов малого бизнеса заключается в том, что реализуется как предпочтение индивидуальных интересов, как способ отстаивания позиции индивидуализма, как форма воспроизводства собственной независимости.

Независимость в сфере предпринимательской деятельности, таким образом, воспринимается как основа социальной независимости, вернее, выключенности из соблюдения социальных обязательств и из придания собственной деятельности социальной полезности. Среди малых предпринимателей особенно высок удельный вес тех, кто занимает индифферентные позиции в системе общественно значимых ценностей.

Таким образом, мотивация на зарабатывание денег исключает, а во многом и понижает привлекательность традиционной трудовой мотивации. В сфере предпринимательской деятельности наблюдается конкуренция по критериям прибыльности, а не качества производимой продукции и деловой репутации. Это объясняется тем, что акторы малого бизнеса, воспринимая инструментальные ценности как приоритетные, относятся к фундаментальным ценностям в большей степени как к декларируемым, являющимся обязательными для утверждения групповой лояльности, но не актуализируются в процессе предпринимательской деятельности.

Говоря об этом, следует также подчеркнуть, что развитие малого бизнеса в России определяется тем, что мы называем наследием ценностных перекосов, болезненного изменения ценностной картины мира россиян. В определенной степени акторы малого бизнеса, сформировав позицию здравого цинизма, ориентированы на парадоксальность поведения, совмещающего лояльность официального статуса и положение, на социальном микроуровне характеризуемое как следование определенным корпоративным нормам. Говорить о том, что в российском малом бизнесе

сформировался корпоративный этос, было бы преувеличением. Очевидно, что как раз отсутствие социальных и профессиональных стандартов обеспечивает гибкость деловых стратегий малого бизнеса, возможность без осознания ущерба для репутации перемещаться в востребованные сферы предпринимательской деятельности, – в отличие от крупного бизнеса, который следует зарубежным стандартам,

Также очевидно, что акторы малого бизнеса осознают значение деловой репутации, особенно это касается тех, кто сформировал устойчивые клиентские группы. В то же время российский малый бизнес не склонен обращаться к зарубежным деловым ценностям. Если к этому прибавить, что на протяжении уже практически двадцати лет не удается добиться существенных успехов в решении таких ключевых проблем, как определение сферы ответственности малого бизнеса и эффективных механизмов их разграничения с крупным и средним бизнесом, то возникает вопрос о целесообразности существования института малого бизнеса как демократичного по своей интенции, но совершенно не приспособленного в наших реалиях для реализации открытых функций.

Дело в том, что утрата деловой традиции, связанная с историческим перерывом, делает слабыми и размытыми обращения к этике русского купечества и русских предпринимателей. Наивные представления о том, что знакомство с этими традициями, как и с историей предпринимательства, может привести к становлению российского эффективного бизнеса, включающего специфические элементы русской культуры, исчезли по мере развития бизнеса в 2000-е годы. Показательно, что малые предприниматели так и замерли на позиции отстаивания собственной независимости. Можно предположить, что и государство удовлетворяло положение малого бизнеса как сферы внутренних оффшоров.

Таким образом, отсутствие развитых деловых ценностей в отождествлении с прагматикой успеха создавало и создает реальный простор

иллегальных практик. Разумеется, никто из представителей малого бизнеса открыто не заявляет о том, что иллегальные практики допустимы. Речь идет о требованиях либерализации законодательства или призывов прекратить «кошмарить» бизнес. Действительно, акторы малого бизнеса испытывают затруднения, связанные с их независимостью, но если механизмы неформальных контактов прекратятся, то каким образом малый бизнес будет иметь конкурентные преимущества, связанные с удешевлением процедур регистрации, налогообложения, проверки качества продукции и, в конечном счете, права на ведение независимой предпринимательской деятельности.

Такое положение малого бизнеса помогает преодолеть трудности, связанные с социально-экономическими проблемами в регионах России, где наблюдается скрытая и открытая безработица, отсутствует политика новых рабочих мест и активность населения сосредоточена в сфере торговли и услуг. Это прежде всего характерно для малых городов России, хотя по мере углубления кризиса подобная ситуация ожидает и российские моногорода. С другой стороны, нельзя не замечать, что российский малый бизнес в теневом виде является препятствием на пути модернизации российской экономики. Если взять чашу весов, то преимущества, получаемые в результате поддержания определенной социальной стабильности, уступают той чаше весов, где проблемы общества сталкиваются с массовым процессом депрофессионализации и криминализации, с повышением правовой интолерантности.

Итак, деятельностно-мотивационная сфера, сфокусированная на демократических ценностях безотносительно реализации фундаментальных ценностей, приводит к отсутствию стремления как-то изменить ситуацию к лучшему, сделать российский малый бизнес социально полезным и имеющим заслуженную социальную репутацию. В конечном счете, малый бизнес – это не дело отдельных индивидов, взявших на себя обязательства ничего не требовать от государства. Это очень важное обстоятельство,

которое нужно учитывать, оценивая готовность акторов малого бизнеса поддержать те или иные инициативы в отношении ломки, демонтажа иллегальных практик.

Можно предположить, что только 10-12% представителей малого бизнеса готовы на столь радикальные перемены. И в этом контексте важно подчеркнуть, что есть 40-50% акторов малого бизнеса, для которых правовые меры значимо ударят по привычному для них образу жизни или возможности вести тот образ жизни, к которому они стремятся. Соглашаясь внешне с необходимостью мер по оздоровлению российской экономики, готовности идти на ограничения в финансовой сфере, акторы малого бизнеса в принципе подразумевают, что не откажутся от привычного образа жизни: поездок за рубеж, в основном в Турцию и Египет, которые практически запрещены, использования зарубежных материалов, торговли зарубежным ширпотребом. Российский малый бизнес в этом отношении успешно адаптируясь, во-первых, пользуется накопленными ресурсами последнего десятилетия; во-вторых, смещается в производство импортозамещающей дешевой продукции.

Но введение правовых регуляторов, связанных с контролем за качеством продукции, формированием цен, налогообложением на основе мягких рыночных механизмов, вызывает протест. Вероятно, что для представителей малого бизнеса эти ограничения кажутся несправедливыми, переложением тяготы проблем с крупного и среднего бизнеса, имеющего более значительные финансовые и социальные ресурсы, на малых предпринимателей. Это рассматривается как покушение не только на привычный образ жизни, но и на личные сбережения, гарантию стабильности или заслуженного выхода на пенсию.

Вместе с тем, деятельностно-ценностные мотивации в сфере малого бизнеса проявляются в выборе формулы сочетания сильного государства и рыночной экономики. Вероятно, под рынком и понимается



предпринимательская деятельность. Малый бизнес достаточно позитивно относится к реализации крупного и среднего производства, но считает, что мелкому собственнику, малому предпринимателю в российском обществе найдется место, так как именно они в состоянии обеспечить население доступной продукцией. Не отрицая значимость подобных настроений в поддержании ситуации патриотизма, можно говорить о том, что суть проблемы заключается не просто в том, чтобы поддерживать относительный рынок за счет дешевых, но некачественных товаров, а, памятуя о советском опыте, вывести отечественную продукцию на конкурентный с мировыми стандартами уровень.

Если говорить о роли малого бизнеса, то важным является его влияние как пилотных площадок, как пространств, где могут быть опробованы новые виды продукции вне риска значительных производственных и технологических издержек. В нынешних условиях, когда в обществе поддерживается и подчеркивается нежелание и неготовность россиян к изменениям<sup>101</sup>, очевидным становится, что формула «быть себе хозяином» может означать консервацию ситуации, которая требует изменений с целью недопущения углубления кризиса.

В рамках анализа позиций акторов малого бизнеса по отношению к ценностям в российском обществе можно сказать, что основными стимулами предпринимательской деятельности является зарабатывание прибылей, и желание обеспечить достойный образ жизни, быть независимыми. Перечень этих ориентиров свидетельствует о том, что российский малый бизнес, с одной стороны, ничем не отличается от своих зарубежных коллег, но, с другой – имеет специфику, так как повышенным является осознание собственной независимости и невмешательства внешнего контроля.

---

<sup>101</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 125.

Возможно, такая ситуация сложилась в рамках зарождения и укрепления анархических тенденций 90-х годов. Также не следует исключать и влияние институционализированных неформальных отношений.

Для представителей малого бизнеса очевидным также является получение незаконных преференций, особенно для представителей крупного бизнеса. Иными словами, они говорят о том, что предоставлены самим себе, в то время как крупный бизнес, сращенный с государством, имеет несомненные преимущества. Таким образом, в сфере малого бизнеса укрепляется позиция, согласно которой малый бизнес в России нужен государству только для решения определенных социальных проблем и не содержит обязательств по отношению к бизнесу. В то же время следует подчеркнуть, что сложившиеся схемы восприятия и оценки как общества, так и характера и перспектив предпринимательской деятельности, приводят к тому, что малый бизнес с осторожностью относится к изменениям своего статуса, к тому, что могут быть повышены социальные обязательства бизнеса. Достаточным представляется то, что представители малого бизнеса могут обеспечить себя и свою семью, а также дают возможность заработка миллионам людей.

Руководствуясь логикой «личный интерес – это главное для человека», акторы малого бизнеса не готовы жертвовать личным благополучием даже ради важных общезначимых целей<sup>102</sup>. Можно сделать вывод, что ценностная иерархия, сложившаяся у представителей малого бизнеса, определяет селективные схемы восприятия мира и отношение к общезначимым проблемам. Являясь патерналистами в том, что основную ответственность за решение общезначимых проблем должно нести государство, акторы малого

---

<sup>102</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 128.

бизнеса ограничивают возможности собственного влияния на общественно-политические процессы и выдвижение социально значимых инициатив.

В этом контексте иллегальные практики могут легитимироваться как реализация формулы общественного нейтралитета, толерантности к другим социальным группам в смысле безразличия, отсутствия интереса к их проблемам. Для акторов малого бизнеса сложившаяся ситуация с ведением предпринимательской деятельности в российском обществе состоит в том, что исключается формирование нового коллективизма, что малый бизнес по своей природе индивидуалистичен. И это свидетельствует о том, что предпринимательство в России может быть только личным, что отражает определенные стереотипы российского общества, где не принято добиваться успеха в толпе.

Реально акторы малого бизнеса испытывают чувство конкурентной отчужденности по отношению к своим коллегам и стремятся усилить позицию независимости с целью иметь личного покровителя или действовать в рамках надежно обеспеченных схем. Так называемая коллективная дань, которая процветает в сфере малого бизнеса, не ориентирует на принятие активных коллективных действий против правового произвола и поборов чиновников. В рамках доминирующих инструментальных ценностей эта ситуация, хотя и не представляется комфортной, но характеризуется как вполне выносимая, и расчет делается на то, что поборы будут разумными, не повлекут за собой катастрофического расстройства дел. Таким образом, актуализируются долгосрочные коррупционные схемы, в которых нарушение обязательств может вызвать цепную реакцию давления и гонения на малый бизнес. Поэтому в деятельностно-мотивационном аспекте важно подчеркнуть влияние прагматических ценностей, что представляется наиболее полезным и целесообразным, на воспроизводство иллегальных практик.

Деятельностные мотивации акторов малого бизнеса, таким образом, проецируются на оценку общей социальной и социально-экономической ситуации в российском обществе. В этом смысле ценностные ориентации связаны с сохранением собственной социально-экономической ниши, формулы достатка и личного счастья. Выпадает ли данная позиция из общей ценностной картины российского общества? Выпадает в той степени, в какой представители малого бизнеса демонстрируют стремление к независимости, автономности позиций, проявляют повышенную индифферентность к социальному и политическому участию. Не является исключением в том смысле, что акторы малого бизнеса ориентируются, как и большинство россиян, на инструментальный активизм, нацеленный на то, чтобы действовать в рамках успеха, удовлетворения семейных и потребительских стандартов.

Говоря об этом, следует также отметить, что в рамках реализации целей диссертационного исследования необходимо сказать, что деятельностная мотивация акторов малого бизнеса основывается на том, что не следует проявлять излишнюю конфликтность, вступать в противостояние с группами влияния и силы, необходимо договариваться по-мирному, перенося издержки на работников и потребителей. Можно констатировать, что иллегальные практики в таком ценностном наборе проявляются как стратегии меньших рисков по сравнению с вступлением в поле активной социальной деятельности, сферу легального представительства собственных интересов. Следует подчеркнуть, что для акторов малого бизнеса, согласно их взгляду на устройство российского общества, деятельностный потенциал не рассматривается как самодостаточный ресурс. Представители малого бизнеса гордятся тем, что не работают на «дядю», не заняты отчужденным трудом, для них очень важна связь между выполненной работой и полученным вознаграждением. Нацеливаясь на критерий материальной отдачи, на то, что перемены необходимо воспринимать настороженно,

акторы малого бизнеса испытывают потребность в формальном социальном равенстве, что является не отражением их антирыночности, а причислением себя к слою, который трудится напряженно.

Следует подчеркнуть, что социальное самочувствие акторов малого бизнеса как чувственно рациональная форма отражения социальной реальности связана с тем, что для них ключевым в процессе модернизации России является равенство всех перед законом, соблюдение прав человека, гарантированных конституцией<sup>103</sup>. Гораздо меньшую поддержку имеет идея борьбы с коррупцией и восстановление законности: таковых среди представителей малого бизнеса 2-3% по сравнению с 38% как общего показателя<sup>104</sup>. Можно предположить, что для акторов малого бизнеса существует определенное предубеждение в борьбе с коррупцией как риске нарушения формальных договоренностей, распаде сложившихся связей, хотя в региональном или локальном сегменте.

Для акторов малого бизнеса необходимой задачей первостепенной важности становится развитие разнообразных форм коллективной интеграции, самозащиты и самоорганизации. Нельзя с уверенностью заявлять, что существует определенный проект относительно создания профсоюзов малого бизнеса. В лоббировании интересов малого бизнеса занято более 150 различных организаций, но если речь идет о качестве и эффективности деятельности, то эти группы, не являясь самостоятельными, часто выполняют иные цели и не связаны с выражением и представлением бизнеса как группы специальных интересов. Вероятно, в такой рыхлости влияние имеют деятельностные мотивации, направленные на независимость, добывание средств собственным трудом и отсутствие форм коллективной организации, для того чтобы представить малый бизнес как важный сегмент

---

<sup>103</sup> Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики) / М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2011. С. 307.

<sup>104</sup> Там же.

российской экономики, а акторов малого бизнеса – как новую социальную группу, ориентированную на модернизацию общественной жизни.

В этом смысле ценности малого бизнеса претерпевают изменения. Сугубо анархический контекст «быть самому себе хозяином» изменяется в пользу определенных форм коллективного активизма. Но если судить о готовности вступления в совместные практики для защиты своих прав, то представители малого бизнеса характеризуются достаточно невысокой степенью активности. Можно сделать вывод, что это связано с тем, что в рамках ценностных мотиваций, приоритета личных интересов, коллективизм кажется не самым лучшим вариантом для реализации деловых стратегий. Кроме того, в рамках предпринимательской деятельности представители малого бизнеса нацелены на то, чтобы принимать критерии полезности. В этом смысле иллегальные практики являются ближними, в то время как формирование гражданской позиции – дальней.

Ценностные установки, таким образом, располагают к уклонению от неукоснительного исполнения легальных практик, точнее, легальные практики выглядят как желательные при условии либерализации законодательства, фактически превращения иллегальных практик в допустимые. Естественно, представители малого бизнеса заинтересованы в снижении уровня неформальных издержек и, как следствие, нахождение инструментов снижения остроты конфликтов с властью. Среди представителей малого бизнеса в основном присутствуют умеренные оценки или пессимизм относительно перспектив собственной жизни: 15,6% и 12,6% соответственно. В нынешних сложных условиях важным становится повышение конкурентности малого бизнеса, создание форм коллективной интеграции, способствующей инновационной деятельности и более значимому включению бизнеса в решение социальных проблем российского общества.

Представители малого бизнеса на декларативном уровне разделяют понимание социальной справедливости (48%), которая значительно превосходит по своему влиянию ценность права (23%). Но нельзя не отметить, что само понятие социальной справедливости в рамках деятельности малого бизнеса трактуется исходя из их собственных интересов. Справедливость заключается, как отмечалось выше, в создании системы неабсолютной независимости, высокой степени правовой защищенности путем предоставления особых прав. Однако, вероятно осознавая в какой-то мере иллюзорность и ошибочность подобных взглядов, акторы малого бизнеса присоединились к умеренному поппобилизму, использованию формы социальной справедливости только как выражению общей позиции и отступлению от нее в повседневных коммерческих сделках. Свидетельством тому является нарушение в справедливой оплате труда своих работников, присутствие насильственных, насаждаемых практик исходя из безнадежности или трудности положения работника.

### **3.2 Перспективы ограничения и нейтрализации иллегальных практик в сфере российского малого бизнеса**

Отмечая, что на воспроизводство иллегальных практик влияют структурно-институциональные и деятельностно-мотивационные параметры предпринимательства в сфере малого бизнеса, подчеркивалось, что промежуточная позиция представителей малого бизнеса, характеризуемая слабой степенью легитимации и самолегитимации, доминирование неформальных норм, институционализация иллегальных практик и нацеленность на инструментальную активность создают благоприятный фон для оценивания иллегальных практик как допустимых и полезных в рамках ведения малого бизнеса. Вместе с тем подчеркивалось, что российский малый бизнес имеет слабые структуры правовой и социальной защищенности, что в рамках малого бизнеса отсутствуют долгосрочные

стратегии развития, что слабо развит инновационный сектор, который может выступить коллективным агентом малого предпринимательства.

Соглашаясь с этим положением, можно сказать, что российский малый бизнес находится в точке бифуркации. Очевидно, что цеховая традиция отходит в прошлое, а на ее место приходят рыночные регуляторы, так как нельзя бесконечно надеяться на безальтернативный выбор дешевой и некачественной продукции бедными слоями населения, а в конкуренции с сетевыми компаниями торговли необходимо сосредоточиться на прекращении деятельности на открытых рынках и создать структуру стабильных клиентских отношений на основе предоставления уникальных услуг и доверительных отношений.

В рамках декларирования защиты интересов малого бизнеса выдвигается положение о том, что основным виновником сложившейся неправовой ситуации является чиновничество, различные контролирующие службы и структуры, которые навязывают малому бизнесу свое покровительство или осуществляют практики ликвидации рейдерства, структур малого бизнеса, заинтересованных в прозрачном легальном ведении собственного дела. Действительно, сложилась система «кормежки» представителей контролирующих структур на уровне неформальных сделок. Но эти отношения если и можно считать навязанными, имеют и добровольческий, солидаристический смысл. Иными словами, представителям малого бизнеса чаще выгодно платить откупные, чем осуществлять затраты на соблюдение санитарных, потребительских, противопожарных и иных стандартов.

В этом контексте часто слышатся упреки, что сами выдвигаемые стандарты практически нереализуемы, что в них содержится потенциал коррупционности, поскольку малому бизнесу затруднительно и часто невозможно выполнять выдвигаемые требования, что сам контроль осуществляется не ради интересов потребителей и государства в целом, а



имеет своей целью извлечение должностной ренты. Не вдаваясь подробно в анализ данных обстоятельств ведения предпринимательской деятельности в российском обществе, следует подчеркнуть, что для малого бизнеса действительно не созданы рамки нормального функционирования, если соотносить с зарубежными образцами. Но особенности воспроизводства иллегальных практик в российском малом бизнесе заключаются в том, что, если выразиться формулой П. Бурдые, структуры оказывают влияние на формирование схем оценок и восприятий мира, что создана система коррумпированных неформальных отношений, что в среде малого предпринимательства действует правило устных договоренностей, которые кажутся более привлекательными, чем неповоротливые, не поспевающие за ситуацией и связанные с длительными процедурами легальные сделки<sup>105</sup>.

К тому же сфера малого бизнеса – это сфера преимущественно обращения нала. Хочется верить, что введение информационных технологий поможет каким-то образом снизить эту проблему. Но картина в целом не меняется, так как практически  $\frac{3}{4}$  операций в малом бизнесе проходит мимо кассы, мимо регистрирующих органов. Вероятно, учитывая это обстоятельство, отодвинуты в сторону эксперименты с введением кассового сбора, с упрощением процедуры выдачи разрешения на предпринимательство, с выплатой единовременного фиксированного налога. С другой стороны, эти послабления не остановили нарастание иллегальных практик и пока не очевидно, что стимулировали рост легального предпринимательства. То, что в России с высокой степенью частоты открываются и закрываются предприятия малого бизнеса, свидетельствует не только об отсутствии деловой компетентности, необходимых финансовых средств и знаний в составлении бизнес-планов начинающими бизнесменами,

---

<sup>105</sup> Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / Пер. с франц.; Отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.

но и склонности к закрытию предприятий с целью скрыть следы деятельности фирм-однодневок, работающих недобросовестно и с клиентами, и с налоговыми структурами.

Перспектива нейтрализации иллегальных практик в сфере малого бизнеса связана с созданием честной и открытой конкурентной среды, с тем, что внутри малого бизнес-сообщества сформировались стандарты престижности, качества и доверия. Следует отметить, что сами представители малого бизнеса испытывают напряженность с ростом криминализации, утратой личной безопасности и рисками рейдерства. Очевидно, что создание открытой конкурентной среды подразумевает повышение эффективности института малого бизнеса, внедрение и применение правовых регуляторов в соответствии с видом профессиональной деятельности, особенностями ведения бизнеса на региональном и локальном уровнях. Это также подразумевает развертывание центров по подготовке начинающих бизнесменов, формирование деловой культуры в российском обществе.

Исследовательское внимание обращено и на то, что российский малый бизнес до сих пор не представляет престижную форму социальной и экономической самостоятельности. Подчеркивается, что представители малого бизнеса – люди, не нуждающиеся в поддержке государства, так как они сами начали свое дело. Но профессия малого бизнесмена определенным образом проигрывает продвинутым рыночным профессиям, воспринимается как архаичная, вынужденная, не требующая высоких профессиональных навыков и умений. Открытие малых предприятий в сфере инновационного (информационного) бизнеса позитивным образом сдвинуло эту ситуацию, но в целом в российском обществе побеждает позиция, что малый бизнес – это сфера занятия если не неудачников, то людей, которые не обладают необходимыми профессиональными качествами для успешной карьеры.

Гендерные диспропорции в российском бизнесе свидетельствуют о том, что в этой сфере в основном находят применение женщины, чей выбор часто определяется семейными обстоятельствами, реальной дискриминацией в оплате труда, необходимостью ведения торговых и посреднических операций. Люди «с баллонами» исчезли с авансцены российского малого бизнеса, но тем не менее не определился и облик современного малого бизнеса, способного стать партнером крупного и среднего бизнеса в разработке технологических инноваций, внедрении новых форм маркетинга и расширении ассортимента качественных товаров и услуг.

Практически российский бизнес держится на феномене бедности, на низком качестве жизни российского населения. Можно предположить, что системная причина преодоления иллегальных практик в российском обществе состоит в том, чтобы сократить зоны социального застоя, деградации и бедности. Это верное в общем-то утверждение нуждается в конкретизации, когда речь заходит о том, чтобы в малом бизнесе стало явным преимуществом легальных практик, чтобы законное ведение дел воспринималось стандартом предпринимательской деятельности, чтобы трансакционные издержки от иллегальных сделок превосходили затраты на легальное ведение дел. В этом смысле на институциональном уровне предпринимаются разнонаправленные усилия, связанные то с либерализацией правового законодательства, то с ужесточением правовых регуляторов. Это вполне объяснимо в духе изменения ситуации в экономике и необходимости ее модернизации.

Оценивая перспективы развития малого бизнеса, акторы делают акцент на сохранении преимуществ независимости, автономности, другими словами, – малый бизнес является сферой людей, которые ничего не требуют от государства. Правда, есть исключение, связанное с тем, что малый бизнес до сих пор остается сферой тотального ухода от налогов. Вероятно, руководствуясь этой логикой, контролирующие органы исходят из принципа

возможного, из облегченных налоговых процедур. Правда, не стоит забывать, что малый бизнес обязан самостоятельно платить за услуги, которые остальным членам общества предоставляются на основе возмездности, то есть оплачивать расходы на образование, здоровье, самостоятельно формировать собственное пенсионное обеспечение.

Поэтому необходимо достижение умеренного компромисса, связанного с тем, что «прозрачность» малого бизнеса, повышение реального вклада в экономику и решение социальных проблем может (или должно) сопровождаться формированием режима равного доступа к социальным благам. Когда акторы малого бизнеса критически оценивают сферу предоставляемых государством услуг, думается, что для прекращения бесконечной дискуссии о том, что государство «кошмарит» бизнес, необходимо мнение истинных профессионалов этой сферы, кто в состоянии реально оценить практики и реализуемые предпринимательские стратегии, определить меру их легитимности.

Так как акторы малого бизнеса заинтересованы быть гражданами России, не выключенными из процесса социальной жизни, значимым представляется включение акторов малого бизнеса в процесс модернизации экономики в российском обществе. Представление о себе как благополучной группе должно быть связано как с субъективным восприятием собственной жизни как хорошей, то есть критерии оценки жизни зависят от бытовых параметров (одежды и питания, жилья), так и с отношением к работе, общественной деятельности. Разумеется, в российском обществе на фоне кризиса существует определенная повышенная чувствительность к своему внешнему виду. Это связано с тем, что в обществе проявляется стигматизация бедных, формирование их портрета как портрета андеркласса, отличающегося от остального населения страны не только уровнем доходов,

но даже внешне<sup>106</sup>. Поэтому неясны позиции малого бизнеса, который старается демонстрировать внешнее социальное благополучие, даже если бизнес запущен или испытывает серьезные проблемы.

В этом смысле возможен код самоограничения малого бизнеса в получении дохода. Действительно, карикатурным стал образ торговца, восседающего на тюке подержанной одежды или изделий второго сорта, привезенных из пыльных окраин Турции; задача – не перетруждаясь, получить повышенный дивиденд с продажи. Такая категория торговцев обречена. Очевидно, что для развития малого бизнеса требуется повышение уровня деловой и социальной инициативы, осознание того факта, что новое поколение россиян рационально относится к схеме собственных доходов и расходов и учитывает реальную рыночную конъюнктуру, логику спроса и предложения, исходя из оценки собственных интересов.

В этом смысле сфера торговли содержит тенденцию к сужению, так как в нынешних условиях, несмотря на стремление к монополизму, обречены на застой и исчезновение предприниматели, ориентированные на невзыскательного и способного отдать последние деньги потребителя. Для акторов малого бизнеса становится очевидным критичность потребительского спроса: более половины россиян (52%) в настоящий период настроились на трудные времена<sup>107</sup> и поэтому вводят режим экономии. Падение спроса на одежду, продукты питания ограничивает возможности малого бизнеса пользоваться спекулятивными схемами. Ясно, что в прошлое ушло поколение бизнесменов с баулами, и дело не только в резком падении стоимости национальной валюты (рубля) и невыгодности

---

<sup>106</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 60.

<sup>107</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. Москва: Издательство «Весь Мир», 2015; Российское общество и вызовы времени. Книга третья / М.К. Горшков и др.; под. Ред. Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е. М.: Весь Мир, 2016.

приобретения товаров за границей, – неизбежно будут выигрывать те, кто, пользуясь зарубежными стандартами, долгосрочными или среднесрочными соглашениями, развивает производство в России.

Сложность заключается в том, что российский малый бизнес, особенно в сфере торговых и посреднических услуг, ориентирован на ввоз продукции от китайских и, до последнего времени, турецких производителей, которые не хотели бы видеть конкурентов в России. Но, с другой стороны, в условиях ожидания трудных времен не только не выживать, а развиваться будут стратегии предпринимательского поведения, рассчитанные на использование отечественных технологий и предоставление различных льгот и скидок потребителям. Такая ситуация предполагает честную и открытую конкуренцию, и в этом смысле очень важна инициатива региональных и локальных властей и по количеству, и, главное, качеству акций, связанных с развитием малого бизнеса.

Проведение различных праздничных ярмарок является чисто внешним мероприятием, в то время как для того, чтобы малый бизнес осознавал себя частью локального и регионального сообщества, требуется понимание безальтернативности затрат на ведение цивилизованной торговли, соблюдение санитарных и потребительских норм, внимательное отношение к качеству продаваемой и производимой продукции. Это является важными факторами для преодоления иллегальных практик, так как связано со становлением схемы соблюдения правил, законностью деятельности. Среди тех акторов малого бизнеса, кто считает важным повышение репутации малого бизнеса, возможности соревновательности со средним бизнесом, особенно в сфере торговли и производства бытовых услуг, усиливается позиция соблюдения законов в малом бизнесе, так как плодотворной является синхронизация усилий по правовой регламентации бизнеса и включению бизнеса в движение за легальные практики.

Это создает атмосферу уверенности в будущем, чтобы инвестировать в долгосрочные планы и превратить бизнес в серьезный, заслуживающий внимание и авторитет, вид профессиональной деятельности. Примечательно, что во Франции, где сильны традиции малого семейного бизнеса, 70% мэров коммун представляют выходцы из малого бизнеса. Иными словами, профессия представителя малого бизнеса пользуется таким же престижем у жителей, как и адвоката, учителя, врача. Реально, чтобы российский малый бизнес вошел в средний класс не только по критерию доходов, но и по критерию разделения с остальными гражданских ценностей, законопослушания. Требуется, чтобы в самой предпринимательской среде сформировался запрос на достойную социальную самопрезентацию, чтобы малый бизнес участвовал в благотворительных социальных акциях, поддерживал климат безопасности и доверия в своих городах.

Для современной ситуации недостаточно разделять позицию: мы зарабатываем самостоятельно. В сфере малого бизнеса, в условиях, когда покупатель сталкивается с отсутствием касс, нормально функционирующих весов с непроверенной продукцией, с грязью и запущенностью, – трудно ожидать, чтобы кардинально изменился образ малого бизнеса.

Перспективы нейтрализации иллегальных практик можно считать умеренными. Не вдаваясь в эйфорию по поводу легализации российского малого бизнеса через принятие исключительно правовых регуляторов, можно сказать, что в ближайшем будущем возникнет ситуация естественной конкуренции, которая вытеснит с рынка откровенно нецивилизованный малый бизнес. Но, с другой стороны, воспроизводство иллегальных практик связано с недостаточной степенью демократизации российской экономики, соблюдения принципа равенства и демонополизированности, отсутствием условий, позволяющих наладить эффективную производственную кооперацию, в которой бы, если следовать японскому опыту, малые

компании приобрели «второе дыхание» в качестве стартапов средних и крупных предпринимательских структур.

Отмечая это обстоятельство, следует помнить, что в сфере малого бизнеса наблюдается порочная повторяемость, когда причинами заняться малым бизнесом являются жизненные обстоятельства. Количество тех, кто видит в малом бизнесе форму реализации собственных талантов и способностей, не превышает 15%. В принципе, это нормально, так как по оценкам американских социологов деловое ядро американского общества также составляет 10-15%. Но причина некачественности подготовки к малому бизнесу выражается в том, что сохранение отношения к малому бизнесу как сфере внутренних оффшоров привлекает в него людей, если не с криминальными, то с девиантными наклонностями. Разумеется, мы стали свидетелями крупных банковских афер, увода денег за границу, получения иллегальных преимуществ крупными компаниями и несоизмеримостью окладов топ-менеджеров с реальными достижениями.

Протекционистская политика государства в отношении малого бизнеса и состоит в том, чтобы сохранить автономность, сделать независимость малого бизнеса чуть ли не единственной его привлекательной чертой. Акцент делается на то, что в сфере малого бизнеса самозанятость и самодеятельность соответствуют либерализации социальной политики государства. Но ни в одном обществе, ни в одной высокоразвитой или среднеразвитой экономике количество людей, занимающихся малым бизнесом, не превышает 30% взрослого населения. Поэтому в рамках нейтрализации иллегальных практик, вывода малого бизнеса в легальное состояние и ощущается необходимость видится необходимость рассматривать акторов малого бизнеса прежде всего как граждан, а затем как группу независимых производителей.

Очевидно, в связи с этим ощущается необходимость в развитии гражданского самосознания, разрушении псевдословных перегородок и привитии малому бизнесу чувства дистанцированности от публичной



немоты. Акторы малого бизнеса до сих пор не сформировали условия плодотворного диалога с государством, чтобы экспертные оценки и суждения формировались на уровне самой бизнес-среды. То, что интересы малого бизнеса не дифференцированы в краткосрочной и более далекой перспективе, приводит к эффекту сиюминутности, нестабильности существования и вовлечения в сомнительные, но прибыльные проекты.

В нынешних условиях развитие малого бизнеса определяется не столько процессом включения в инновационную экономику – это большая проблема для всей экономики России, независимо от уровней концентрации капитала и объемов производства – сколько в переориентации малого бизнеса на критерий социальной полезности. Необходимо развивать сферу социальных услуг и социальных товаров вместо некачественной и дешевой продукции расширить ассортимент продукции для неадаптированных и нуждающихся в социальной поддержке слоев населения, молодежи.

Таким образом, возрастает эффект социальной отдачи малого бизнеса. Потенциал малого бизнеса вполне может быть использован в возрождении ремесел, культурном и оздоровительном туризме, создании зон рекреации и спорта. Говоря об этом, следует также подчеркнуть, что российский малый бизнес имел несомненный позитивный успех, продемонстрировав высокий адаптивный потенциал, что в рамках неоднозначных общественных преобразований даже на фоне суженного правового пространства малого бизнеса стало важным элементом экономической системы общества.

Иллегальные практики в сфере малого бизнеса характеризуют его застарелые болезни: до сих пор не решена проблема кадрового голода, прихода нового поколения бизнесменов, ориентированных на реальные достиженческие ценности. Акторы малого бизнеса обнаруживают архаичность и консерватизм в оценке новых явлений общественной и экономической жизни, достаточно прохладно относятся к волонтерским движениям, благотворительным организациям, экологической деятельности.

Все это свидетельствует об ограниченной системе социальных ориентаций, о том, что акторы малого бизнеса реально озабочены, как и остальные россияне, проблемами здравоохранения (49%), образования и обучения (37%), образования условий для активной старости (36%)<sup>108</sup>, достаточно индифферентно относятся к таким проблемам, как защита прав потребителей, адаптация социально уязвимых граждан, то есть к тем направлениям, которые определяют социальную значимость, социальный облик российского малого бизнеса.

Иными словами, в среде малого бизнеса до сих пор господствует формула зарабатывания денег, которую, безусловно, можно принимать как формулу здравого смысла при условии, что акторы малого бизнеса определяют то, в каких сферах и областях общественной жизни необходимо их участие. Такая диспозиция влияет на отношение к иллегальным практикам, поскольку характеризует отношение к ним как деловой сфере, не имеющей последствий ни для самих участников малого бизнеса, ни для тех, кто готов пользоваться их услугами.

Профессиональный этос малого бизнеса характеризуется становлением определенных внутрикорпоративных правил, связанных с негативной солидарностью, с недопущением нарушения негласных конвенций по поводу возмездных отношений с чиновниками или контактов с контролирующими органами. Но при этом корпоративная солидарность не распространяется на такие направления, как социальное страхование, социальная взаимопомощь, самоорганизация и организация рабочих мест. Создается впечатление, что акторы малого бизнеса часто присутствуют в качестве посторонних зрителей или статистов на стихийных рынках или в своих производственных структурах, относясь к ним как к временным, не заслуживающим усилий по продолжительному благоустройству, для создания собственной марки.

---

<sup>108</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. Москва: Издательство «Весь Мир», 2015. С. 162.

Если проследить историю малого бизнеса за рубежом, то очевидным является позитивная роль династий пекарей, кондитеров, ювелиров, строителей – тех, кто составляет костяк малого бизнеса и держит его деловую репутацию. В российском малом бизнесе отношение к династиям более чем прохладное, так как акторы малого бизнеса ориентированы на другой вид занятий для своих детей, на изменение социального статуса, и в этом смысле есть проблема передачи семейного опыта, текучки кадров, нарушения норм деловой этики и выключенности из диалога поколений. Следует подчеркнуть, что иллегальные практики возрастают в эпоху неуверенности, ощущения временности и отсутствия желания сделать собственный бизнес действительно семейным делом.

Акторы малого бизнеса могут получить поддержку со стороны государства для того, чтобы сделать бизнес эффективным и прозрачным, – и для этого есть основания. Руководитель агентства по поддержке малого предпринимательства А. Браверман в интервью РБК утверждал, что ближайшими задачами являются, во-первых, оказание финансовой помощи для содействия развитию малого бизнеса в размере 1 миллиарда рублей и вполне достижимая цель, во-вторых, достичь доли малого бизнеса в экономическом воспроизводстве страны до 40% в 2030 году<sup>109</sup>. Вместе с тем следует отметить, что размеры и характер финансовой помощи явно недостаточны для того, чтобы развивать инновационные секторы экономики, так как в этих сферах существует высокая рискогенность кредитования, а российские банки, в основном крупные игроки на финансовом рынке, не заинтересованы сотрудничать с малым бизнесом, направляют свои усилия на аккумуляцию финансовых ресурсов и распределение их между крупными заемщиками. Такая политика объяснима в условиях высоких кредитных

---

<sup>109</sup> Новая угроза рублю. К чему может привести пузырь на рынке облигаций. РБК daily. 14 июня 2016 г. № 103. URL: <http://www.rbc.ru/newspaper/2016/06/15/575687159a79470668d16118> . (дата обращения: 01.03.2017).

рисков, роста кредитной задолженности и необоснованности до 30% проектов развития малого бизнеса.

Также следует подчеркнуть, что неблагоприятная финансовая ситуация влияет на то, что в малом бизнесе проявляется тенденция сбережений незаконным путем, создание неформальных личных страховых фондов путем ухода от платежей в социальные фонды. В рамках легитимных практик в сфере малого бизнеса господствуют опробованные схемы незаконной предпринимательской деятельности. Среди них доминирующее место занимают солидаристические стратегии, связанные с получением преимуществ на основе неформальных социальных контрактов путем роста оборота «нала» в финансовых операциях, операциях расчета с поставщиками и с работниками.

Поэтому, говоря о нейтрализации иллегальных практик, можно обратить внимание на то, что повышение роли правовых регуляторов означает прежде всего позитивные последствия для ограничения насильственных, внедряемых практик, связанных с полным или частичным нарушением прав работников изменением условий найма и труда. В этой сфере, где 56% работников ощущают себя абсолютно незащищенными, вполне возможно использование эффективных правоприменительных практик, о чем и свидетельствует внесение в государственную думу уточнений на уровне 4 законов, регулирующих сферу ведения малого бизнеса.

С другой стороны, необходимо учитывать, что в российском обществе, где 40% экономически активного населения занято в сфере теневой экономики, согласно исследованиям РАН ГИКС, из них у 8,7 миллионов человек (11,7%) – это единственная форма занятости, у остальных – приработок, получаемый в конверте<sup>110</sup>. Иллегальные практики, по существу,

---

<sup>110</sup> Огонек. 13 июня 2016 г. URL: <https://www.kommersant.ru/ogoniok/96690> (дата обращения: 20.06.2016).

закрепились в сфере получения заработков. И в этом смысле необходимо реализовать меры по повышению привлекательности законных способов получения зарплаты.

Одним из больших моментов является то, что уход от отчислений в пенсионный фонд является наиболее распространенным. Это объясняется и низким уровнем пенсионных выплат в РФ, которые не достигают и 25% от зарплаты работников, и тем, что в сфере малого бизнеса преимущественно заняты люди молодого и среднего возраста, для которых пенсия не является делом ближайшего будущего; надеясь на ресурс социального оптимизма и здоровья, они считают, что не настало время для реализации принципа социального солидаризма. С другой стороны, поддерживается постоянная планка расходов населения неформальными услугами (главным образом, это медсервис, медуслуги, автосервис, такси). Хотя на фоне кризиса расходы на теневые услуги снизились в 2016 году до 6 000 рублей в месяц на семью (в 2015 г. – 7,3 тысячи рублей)<sup>111</sup>, теневой сектор, как подчеркивалось ранее, не испытывает заметной тенденции к сокращению в российском обществе. Если это сокращение и идет, то главной причиной является динамика снижения доходов россиян в целом и режим экономии.

Очевидно также, что неформальные услуги, особенно в отраслях, где невозможны процедуры демонаполизации и концентрации, будут сохраняться неопределенно долгий период, особенно если учесть, что малый бизнес предоставляет более доступные услуги для большинства россиян. Естественно, от такого ведения дел страдает репутация малого бизнеса, но проблема наращивания репутационного капитала стоит в малом бизнесе в меньшей степени, чем выживаемость и сохранение доходов в прежних границах. Отмечая это обстоятельство, можно сказать, что нейтрализация иллегальных практик реально дифференцируется в зависимости от вида

---

<sup>111</sup> Огонек. 13 июня 2016 г. URL: <https://www.kommersant.ru/ogoniok/96690> (дата обращения: 20.06.2016). С. 7.

предпринимательской деятельности: если в сфере социальных услуг (медуслуг) достаточно могут проявить себя процедуры сертификации, выдачи лицензий, контроля и перевода в режим кассы, то такси и автосервис, несмотря на предоставление зафиксированных услуг, имеют нерастраченный потенциал иллегализации. Имеется в виду введение новых информационных технологий, позволяющих не контролировать реальную выручку, также как и то, что очевидно в рамках поддержания доходов населения контролирующие органы допускают извоз, а это приняло массовый характер в российских городах в качестве дополнительного, а часто и основного заработка.

Необходимо отметить, что в рамках тревожной тенденции отказа пациентов от бесплатной медпомощи и завышении цен на важнейшие лекарства, применяемые штрафные санкции, несмотря на рост, не дают желательного эффекта, так как одностороннее действие только штрафных санкций неспособно стимулировать хорошую и качественную работу. Очевидно, что в сфере малого бизнеса необходимо введение поощрительных мер для тех, кто показывает достаточно высокие уровни потребительской культуры, выпуска качественной продукции, внутренней социальной политики.

В рамках осуществления проектов развития малого бизнеса требуется системный анализ и условий ведения бизнеса, перспектив бизнес-проектов и уровня законопослушности бизнесмена. Ссылки на то, что это усилит зависимость малого бизнеса от чиновников, содержит высокий уровень коррупциогенности, фактически означает беспомощность или нежелание создать климат легальности в среде малого бизнеса. Как отмечалось ранее, небольшая часть малого бизнеса, особенно сосредоточенного в больших городах и оказывающая специфические продвинутое услуги (культурный и экологический туризм, хостельерство, производство сувенирной продукции), нацелена на то, чтобы создать образ России как цивилизованной страны, –

что состояние малого бизнеса косвенным образом влияет на критерии инвестиционной привлекательности российской экономики.

Введение норм цивилизованного бизнеса связано с расширением международных контактов: 30 китайских компаний прочно обосновались в России<sup>112</sup>. Такие контакты более полезны для малого бизнеса, чем бартерные сделки на уровне привоза товаров. Речь идет как об усвоении стандартов делового опыта, так и об обеспечении новыми технологиями. Естественно, от зарубежных партнеров нельзя ожидать позиции альтруизма, но, учитывая опыт российско-китайских отношений в Дальневосточном регионе, вполне можно говорить о рамках содействия и углубления сотрудничества на сугубо прагматичной основе, в условиях, когда российский работник становится более привлекательным по критерию оплаты, чем китайские коллеги. Иными словами, поддерживать малый бизнес в России для китайских бизнесменов становится выгодным делом.

В ходе предпринимаемых усилий в сфере малого бизнеса показательно, что есть подвижки в ограничении иллегальных практик, связанные с тем, что региональные и локальные власти проявляют заинтересованность в развитии малого бизнеса: предпринимаются попытки сделать малый бизнес если и не движущей силой экономики, то способной преодолеть или прекратить углубление социально-экономического кризиса – согласно данным «Огонька», в 2017 году полностью не будут затронуты кризисом только 7 российских моногородов<sup>113</sup>. Это обещает печальные перспективы роста безработицы. Поэтому, когда поддержка крупных предприятий становится затратным делом, когда основная нагрузка на борьбу с кризисом возлагается на государство, развитие малого бизнеса в моногородах, где сохранился квалифицированный потенциал, заставляет задуматься о том, чтобы перейти

---

<sup>112</sup> Огонек. 13 июня 2016 г. URL: <https://www.kommersant.ru/ogoniok/96690> (дата обращения: 20.06.2016). С. 7.

<sup>113</sup> Огонек. 13 июня 2016 г. URL: <https://www.kommersant.ru/ogoniok/96690> (дата обращения: 20.06.2016). С. 18.

от раздачи помощи всем отраслям бизнеса, – прежде всего производительному сектору.

В конечном счете, сфера посреднических и торговых услуг является паразитической, используя схемы распределения вторичного продукта, и разговоры о том, что малые бизнесмены накормят и оденут Россию, в нынешних условиях, когда выросли потребительские стандарты населения и в поддержке нуждается легкая промышленность, выглядят излишними. Поэтому усилия по внедрению и развитию малого бизнеса в сфере производства так называемых товаров широкого потребления, информационных технологий, включенности в производственные циклы действующих предприятий, являются несомненно значимыми для решения проблемы занятости населения в моногородах и увеличения базы местного налогообложения. С другой стороны, этой перспективе противодействуют не только сложившиеся схемы отката и распила, но и то, что малый бизнес пока еще не осознал необходимость перевода на производственный цикл, что у части бизнесменов сохраняются иллюзии по поводу того, что с прекращением кризиса они в состоянии вернуться к известным формам деятельности во вторичном секторе.

В этом контексте иллегальные практики позволяют поддержать чувство ложного оптимизма и воспроизводство стандартов неформальных обязательств. Дело и в том, что производственный и вторичный секторы в сфере малого бизнеса разделены, слабо взаимодействуют, у них расходящиеся интересы и приоритеты. Кроме того, вторичный сектор, сфера посреднических и торговых услуг разлагающе действуют на представителей производственного бизнеса извлечением легкой, незаконной прибыли, также как и минимальными затратами на оборудование, технологии, сырье. Можно догадаться, какой бизнес будет казаться полезным, если для занятия производственной деятельностью требуются немалые вложения в создание инфраструктуры производства, привлечения квалифицированных



работников, в то время как бизнес-сферы посреднических услуг и торговли требуют недорогой аренды помещения и небольшого количества нанятых работников.

Вследствие этого, в России развивается гаражный бизнес: около 30% производств находятся в так называемых гаражах или жилых помещениях под видом нежилых. Естественно, это связано с нарушением норм гражданского, жилищного законодательства, производством контрафактной продукции. Особенно эта тенденция прослеживается в сфере нелегального производства и увеличения оборота алкогольной продукции (так называемого самопала). Естественно, государство демонстрирует заинтересованность в административно-правовых нормах, повышении акцизов на алкогольную продукцию, ужесточении контроля качества, но при сохранении сегмента потребителей этой продукции, а это связано с тем, что в условиях падения доходов низкоресурсные слои населения ориентированы на алкоголь и табак сомнительного качества, встает более широкая проблема, связанная с переориентацией населения на режим здоровой экономии. Но это задача, выходящая за пределы развития собственно малого бизнеса.

В рамках модернизации малого бизнеса основным приоритетом становится изменение в установках акторов малого бизнеса: малый бизнес может выдержать конкуренцию с крупным и средним бизнесом через утверждение институтов правового государства, утверждение ценности человеческой личности и ее прав и свобод<sup>114</sup>. Можно также отметить, что в условиях России модернизация малого бизнеса включает в себя и возрождение определенных нравственных установок и ценностей российского дореволюционного предпринимательства: это крестьянская умелость и хватка, традиция артельного труда, что является достаточным

---

<sup>114</sup> Гофман А.Б. Пятнадцать тезисов в защиту идеи модернизации // Россия реформирующаяся. Вып. 11: Ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2012. С. 30.

основанием для реконструкции корпоративного этиоса, создания атмосферы подлинной трудовой солидарности и определения малого бизнеса как сферы роста достиженческих настроений в российском обществе.

В связи с этим возникает вопрос о совместимости технологических, правовых и организационных мотиваций с данными ориентирами предпринимательской деятельности. По этому поводу следует заметить, что российский малый бизнес, как и общество в целом, не освоил язык модернизации, что существует релятивизм в оценках перспектив малого бизнеса, что его уникальность заключается в анархизме. Однако подобная концепция не выдерживает критики, так как при изменившихся контурах отношений государства и общества проявляется тенденция к использованию наработанных рыночных механизмов, что делает ненужным акцент на особенности российского бизнеса как сферы исключительного проявления неправовой свободы, воли.

Не следует смешивать определенные ментальные практики и схемы восприятия, возникшие в сложный адаптивный период для становления российского бизнеса, и долгосрочные тенденции, связанные с тем, что малое предпринимательство включает деловые нормы, которые имеют смыслозадающее значение, нормы инструментального характера, отражающие границы прав субъектов бизнеса, и их динамика свидетельствует о том, что в среде малого бизнеса не распространены антидемократизм и уход в самоизоляцию. По существу, эпоха «дикого» предпринимательства вступила в фазу разложения. И можно сказать, что этот процесс идет, хотя и не линейно, но активно.

То, что акторы малого бизнеса в состоянии легитимировать честную конкуренцию, сделать рыночные регуляторы механизмами получения прибыли, соревноваться по критериям инновационности, привлекательности продукции и деловой культуры, является социальной реальностью. Малый бизнес, по мнению большинства россиян, при том, что все стратегические

отрасли экономики и социальной сферы, гарантирующие здоровье и благополучие нации, должны находиться под безусловным контролем государства, представляет институт частного предпринимательства<sup>115</sup>. Как отмечает Н.Е. Тихонова, для большинства россиян малый бизнес имеет право не только на существование, но и защиту со стороны государства в условиях России, оговариваясь, что это верно лишь для законопослушного и экономически эффективного малого и среднего бизнеса.

Можно сделать вывод, что российское общество готово к легитимации малого бизнеса и требование критериев законопослушности и экономической эффективности соответствует массовым настроениям в пользу формирования в России конкурентной рыночной экономики, выполняющей важную социальную функцию.

\*\*\*

В целом по главе можно отметить следующее.

Во-первых, российский малый бизнес по деятельностно-мотивационным параметрам характеризуется толерантностью к рискогенным предпринимательским практикам. В рамках достижения успеха и личного благополучия формируется коридор возможностей для реализации иллегальных практик как эффективных в условиях сложностей, связанных с созданием климата честной конкуренции.

Во-вторых, перспективы нейтрализации иллегальных практик в российском обществе связаны как с изменением установок акторов малого бизнеса, формированием коллективного (корпоративного) этоса, направленного на принятие обязательств законопослушности; так и с ростом толерантности и одобрения со стороны общества малого бизнеса как наиболее открытой и демократической системы ведения предпринимательства.

---

<sup>115</sup> Россия реформирующаяся. Вып. 11: Ежегодник / отв. ред. М. К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2012. 480 с.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблема нейтрализации иллегальных практик в российском малом бизнесе, как заявлено в цели диссертации, определяется влиянием институциональных, структурных и деятельностных мотивационных параметров. Иллегальные практики как стратегии предпринимательской деятельности, направленные на извлечение незаконной прибыли путем применения серых схем в сфере трудовых отношений, контактов с партнерами, налогообложения, выпуска продукции и оказания услуг, относятся к достаточно исследованным сторонам предпринимательской деятельности.

Однако при этом следует подчеркнуть, что иллегальные практики в сфере российского бизнеса имеют свои особенности, связанные с тем, что российский малый бизнес часто изучается по нормативным моделям, а не по фактическому состоянию дел. В диссертационном исследовании характеризуются различные подходы к изучению легальных практик в сфере малого бизнеса. Определяется, что решающий вклад в развитие социологического концепта малого бизнеса внесли немецкие социологи М. Вебер и Й. Шумпетер, которые рассматривали малый бизнес в контексте типологии социального поведения (целерационального, ценностного и традиционного) и отличия от реального и имитационного бизнеса в теории Й. Шумпетера.

Отмечено, что социологическая мысль, двигаясь к пониманию иллегальных практик в сфере малого бизнеса, нацелена на выявление как структурных, так и культурно-исторических параметров, что в данном контексте реализуется положение М. Вебера о структурах, являющихся следствием культуры и истории. Установлено, что наибольшим объяснительным потенциалом обладает структурно-конструктивистский подход, определяющий взаимозависимость поля и габитуса, структур и схем

восприятия, которые и создают препятствия или благоприятствующие условия для развития иллегальных практик в сфере малого бизнеса.

Согласно сформированному теоретико-методологическому конструкту исследования, в воспроизводстве и развитии иллегальных практик в российском обществе решающее значение имели объективные социальные условия, связанные с тем, что в контексте кардинальных социальных перемен, закрытия предприятий и дезинтеграции привычной социальной среды, миллионы россиян вынуждены были заниматься бизнесом. Такая позиция привела к формированию анархической модели поведения, реализации стратегий независимости в рамках ухода от социальных и правовых обязательств и дистанцирования от государства. Возникла ситуация внутренних оффшоров, когда малый бизнес сформировался как сфера, абсолютно непрозрачная для налогообложения и контроля качества продукции и мониторинга трудовых отношений.

На эту ситуацию также повлияла цеховая традиция, связанная с предшествующим периодом плановой экономики. Цеховики были той группой незаконного предпринимательства, которые заложили основы функционирования иллегальных практик в российском бизнесе. Используя государственные ресурсы, прикрываясь схемами неучета продукции, цеховые ассоциации зарабатывали немалые капиталы, и главное, что опыт цеховиков транслируется в современный российский бизнес. Результатом является то, что опыт подключения к государственным ресурсам и левая продукция является одним из индикаторов иллегальных практик в российском обществе.

При характеристике иллегальных практик, отмечается также такая особенность, как квазисословность, неформальные правила, которые ориентированы на коррупционные сделки с контролирующими и регистрирующими органами. В сфере российского малого бизнеса выявлена роль негативной солидарности, направленной на то, чтобы

противодействовать или блокировать меры, направленные на повышение прозрачности бизнеса и создание честной конкурентной среды. Делается вывод, что российский малый бизнес по своим структурным параметрам формирует промежуточную социальную группу, которая имеет доходы выше, примыкает к среднеобеспеченным слоям населения, но не выработала формулы гражданской идентификации и добродетелей.

В диссертационном исследовании обосновывается следующая мысль: акторы российского малого бизнеса представляют внутренне неоднородную социальную среду, что связано с различиями профессиональной деятельности, объемом и качеством социальных ресурсов и нацеленностью на индивидуальные неформальные отношения. В этом смысле представители малого бизнеса не сформировали запрос на легитимацию и самолегитимацию, не оформили институты делегирования и представительства интересов.

Отмечается, что групповая идентичность представителей малого бизнеса является аморфной, не связанной с коллективными нормами. В этом контексте прослеживается дисфункциональность института малого бизнеса, в котором латентные функции доминируют над открытыми. Российский малый бизнес в определенной степени вносит вклад в снижение социальной напряженности, расширение шансов трудоустройства, обеспечение населения продукцией и услугами, но, как выявлено в диссертационном исследовании, латентные функции связаны с незаконным обогащением и уходом в серые зоны. Это приводит к тому, что ресурсы института малого бизнеса, как формальные, так и неформальные, используются для воспроизводства иллегальных практик.

В частности, возникла ситуация, в которой средства, направляемые государством на поддержку и развитие малого бизнеса, осваиваются нелегитимно, путем возникновения фирм-однодневок, связанных с уводом финансовых средств, фиктивным банкротством, неисполнением обязательств

перед заказчиками, а также коррупционными схемами распила и отката. Отмечается, что развитию малого бизнеса мешает низкая деловая культура, неразработанность Финансовых схем, что является следствием неразвитости легальных практик в сфере малого бизнеса. Иллегальные практики институционализируются, приобретая характер массовых, стабильных, придавая последовательное воздействие неформальных норм как регуляторов и саморегуляторов.

В сложившейся институциональной иерархии российского общества, где основное место занимают институты символического порядка, институт малого бизнеса характеризуется низким институциональным доверием, хотя, как отмечается в диссертационном исследовании, россияне легитимируют наличие законопослушного и эффективного бизнеса, но негативно относятся к тому, чтобы малый бизнес воспроизводился как сфера теневой экономики.

Отмечается, что в деятельностно-мотивационном аспекте иллегальные практики российского малого бизнеса стимулируются ценностью инструментального активизма, отношения к праву как формальному, не учитывающему российскую традицию регулятору, или как инструменту давления на бизнес. Также делается вывод, что ценностные установки акторов малого бизнеса настроены на схему зарабатывания денег, что значительно снижает влияние трудовой и инновационной мотивации.

В рамках нейтрализации иллегальных практик отмечается, что сдвиг в решении этой общезначимой социальной проблемы, затрагивающей практически 40% россиян, определяется как изменениями внутри малого бизнеса, созданием честной конкурентной среды или необходимости накопления социально-инвестиционного и социально-репутационного капитала, так и включением механизма прозрачного контроля над малым бизнесом, содействия созданию конкурентной среды, укреплению и поддержке профессиональных династий.

В целом делается вывод, что в рамках исследования иллегальных практик малого бизнеса достигнуты определенные результаты, связанные с пониманием сущности воспроизводства иллегальных практик, но необходимым представляется углубление исследований по структурным, идентификационным, социально-нормативным основаниям предпринимательской деятельности в сфере малого бизнеса.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аванесов Г.А.* Криминология и социальная профилактика. М.: Изд-во Акад. МВД СССР, 1980. 526 с.
2. *Алейников А.В.* Анализ генезиса бизнеса в России: проблемное поле // *Власть*. 2009.
3. *Арутюнов Э.К., Неижкаша И.С.* История рейдерства и его теоретико-правовая методология // Новые парадигмы общественного развития: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции и закономерности. Новосибирск-Тихорецк-Саратов, 2016. С. 47-49.
4. *Арутюнян А.В.* Особенности предпринимательства в контексте становления информационного общества в России. Автореферат дисс. ... канд. соц. наук. Краснодар, 2016. 37 с.
5. *Арутюнян А.В., Волков Ю.Ю., Кривоусков В.В.* Концептуальные аспекты связи предпринимательства и становящегося информационного общества в России // *Социально-гуманитарные знания*. 2015. № 11. С. 106-115.
6. *Астахов А.М.* Противоречия институционализации инновационной деятельности малого бизнеса: Автореферат дисс. ... канд. соц. наук. Ростов н/Д, 2013. 29 с.
7. *Афанасьев В.Н.* Диалектика собственности: логика экономической формы. Л.: ЛГУ: 1991. 248 с.
8. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / Отв. ред. Рябов А.В., Курбангалеева Е.Ш. Монография. М.: Дом интеллектуальной книги, 2003. 448 с.
9. *Бауман З.* Пьер Бурдьё и диалектика *vita contemplativa* и *vita activa* // *Социологический журнал*. 2002. № 3. С. 5-19.
10. Бедность и неравенства в современной России: десять лет спустя.

Аналитический доклад. М., 2013. 168 с.

11. *Бек У.* Общество риска: на пути к другому модерну. Пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой; Послесл. А. Филиппова. М.: Прогресс-Традиция, 2000. 384 с.

12. *Белова В.Л.* О социальной ответственности бизнеса / Белова В.Л., Гарсиа А.Л. // Социально-гуманитарные знания. 2004. № 6. С. 196-211.

13. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

14. *Бессонова О.Э.* Институты раздаточной экономики в России: ретроспективный анализ. Монография. Новосибирск: Издательство Института экономики и организации промышленного производства СО РАН, 1997. 75 с.

15. *Бештоева З.Л.* Лоббизм в управлении экономикой. Монография. М.: МАКС Пресс, 2004. 33 с.

16. *Биктимирова З.* Государственное управление и качество жизни населения // Общество и экономика. 2003. № 3. С. 119-132.

17. *Боуз Д.* Либертарианство: история, принципы, политика. Челябинск: Социум. 2004. 392 с.

18. *Бузгалин А.* Что есть Россия? // Свободная мысль. М.: Издатель Владислав Иноземцев, 2010. № 8. 225 с.

19. *Буклемшиев О.* Корпоративный синдром // Эксперт. 2002. № 2.

20. *Булыгин Ю.Е.* Организация социального управления: Словарь-справочник. М.: Контур, 1999. 256 с.

21. *Бурдые П.* Социальное пространство: поля и практики / Пер. с франц.; Отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.

22. *Бурдые П.* Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. 336 с.

23. *Быкова К.Ю.* Государственное предпринимательство и его роль в экономике // Новые парадигмы общественного развития: экономические,

социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции и закономерности. Новосибирск-Тихорецк-Саратов, 2016. С. 98-100.

24. *Бьюкенен Дж.* Границы свободы. Между анархией и Левиафаном . О.: Издательство Института муниципального управления, 2015. № 2. С. 2-10.

25. Бюрократия и власть в новой России: позиции населения и оценки экспертов. М.: Институт социологии РАН, 2005. 98 с.

26. *Вайнштейн Г.И.* Закономерности и проблемы посткоммунистических трансформаций // Политические институты на рубеже тысячелетий. Дубна, 2001. С. 136-170.

27. *Вебер М.* Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

28. *Виттенберг Е.Я.* Социальная ответственность бизнеса: широкий взгляд // Россия и современный мир. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2007. № 3. С. 124-141.

29. Властные отношения и политический процесс в регионах РФ. М., 2002.

30. *Волков В.* Силовое предпринимательство в современной России. М.: Летний Сад, 2002. 282 с.

31. *Волков Ю.Г.* Креативность: творчество против имитации. М.: Альфа-М, 2013. 432 с.

32. *Волков Ю.Е.* Социальное управление как вид управленческой деятельности в общественных системах // Социально-политический журнал. 1997. № 3. С. 71.

33. *Вольф Дж.* Преднамеренный кризис: неизвестная история всемирного финансового переворота, и что вы можете с этим сделать. М.: «Дело» РАНХиГС; Изд-во Института Гайдара, 2013. 200 с.

34. *Вольчик В.В.* Эволюционная парадигма и институциональная трансформация экономики. Ростов н/Д.: Изд-во Ростовского государственного университета, 2004. 318 с.

35. *Ворожейкина Т.Е.* Государство и общество в России: исчерпание государственно-центричной матрицы развития // Политические исследования. 2002. № 4. С. 60-65.
36. *Гайдар Е.* Современный экономический рост и стратегические перспективы социально-экономического развития России. М., 2003. 55 с.
37. *Гаман-Голутвина О.В.* Бюрократия или олигархия? // Куда идет Россия? Власть, общество, личность. М., 2000. С. 162-172.
38. *Гвишиани Д.М.* Организация и управление. 3-е изд., перераб. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 1998. 332 с.
39. *Герзман О.* Ковбойский капитализм: Европейские мифы и американская реальность. М.: ИРИСЭН, 2008. 270 с.
40. *Гидденс Э.* Устроение общества: Очерк теории структуризации. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2005. 528 с.
41. *Глазьев С., Кара-Мурза С., Батчиков С.* Белая книга. Экономические реформы в России 1991-2001 гг. М., 2003. 48 с.
42. *Глушченко Е.В., Захарова Е.В., Тихонравов Ю.В.* Теория управления. М.: Вестник, 1997. 336 с.
43. *Гнатюк А.Н.* Адаптационные стратегии малого бизнеса в условиях финансово-экономического кризиса в современной России. Автореферат дис. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2017. 32 с.
44. *Голубицкая М.В., Санин И.И.* Социально-экономическое положение регионов России (оценка современного состояния, проблемы, перспективы). М.: САТУРН-С, 2001.
45. *Горшков М.К.* Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики) / М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2011. 672 с.
46. *Гофман А.Б.* Пятнадцать тезисов в защиту идеи модернизации // Россия реформирующаяся. Вып. 11: Ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2012. С. 27-35.

47. Гражданское общество: теория, история, современность / Отв. ред. З.Т. Голенкова. М.: Издательство Института социологии РАН, 1999. 165 с.
48. *Губанов А.Ю.* Актуальные проблемы в управлении // Проблемы прогнозирования. 2003. № 2. С. 152-155.
49. *Губин Б.В., Павлов В.И., Сенчагов В.К., Сорокин Д.Е.* Стратегические угрозы и риски в экономической сфере // Управление риском. Ежеквартальный аналитический журнал. 2002. Спец. выпуск. С. 120-141.
50. *Гурьева Л.* От кризиса власти к кризисному управлению // Мировая экономика и международные отношения. 1993. № 7. С. 40.
51. *Девятко И.Ф.* Социологические теории деятельности и практической рациональности. М.: «Аванти плюс», 2003. 331 с.
52. *Десягин М.Г.* Мировой кризис: общая теория глобализации. М.: ИНФРА-М, 2003. 768 с.
53. *Десягин М.Г.* Идеология возрождения: как мы уйдем из нищеты и маразма: Эскиз политики ответственных правительства России / М.Г. Десягин. М.: Форум, 2000. VIII, 183 с.
54. *Дискин И.А.* Россия, которая возможна. М.: «Юрист», 2011. 175 с.
55. *Добренков В.И.* Россия в условиях глобализации // Социология. 2005. № 1.
56. *Дюркгейм Э.* О разделении общественного труда. Западно-европейская социология XIX-начала XX веков. М.: 1996. С. 256-309.
57. Есть ли будущее у капитализма? / Пер. с англ. И. Валлерстайн и др. М.: Институт Гайдара, 2015. 317 с.
58. *Жуков В.И.* На рубеже тысячелетий: социология отечественных преобразований (1985 – 2005 гг.). М.: Изд-во Российского государственного социального университета, 2008. 937 с.
59. *Зарубина Н.Н.* Российское предпринимательство: идеи и люди //

Вопросы экономики. 1999. № 7. С. 90.

60. *Заславская Т.И.* Современное российское общество: социальный механизм трансформации. М.: Дело, 2004. 400 с.

61. *Заславская Т.И.* Социокультурный аспект трансформации российского общества // Социологические исследования. 2001. № 8. С. 3-11.

62. *Заславская Т.И., Шабанова М.А.* Институционализация иллегальных трудовых практик / Куда идет Россия. М., 2002.

63. *Заславская Т.И., Шабанова М.Л.* Социальные механизмы трансформации неправовых практик // Общественные науки и современность. 2001. № 5. С. 5-24.

64. *Здравомыслов А.Г.* Социология конфликта. М.: Аспект-Пресс, 1996. 317 с.

65. *Зингалес Л., Раджан Р.* Спасение капитализма от капиталистов. Скрытые силы финансовых рынков – создание богатства и расширение возможностей. 2004. 494 с.

66. *Зубков В.И.* Социологическая теория риска. М.: Изд-во РУДН, 2003. 230 с.

67. *Зудин А.Ю.* Неокорпоративизм в России // Pro et Contra. 2001. № 4.

68. *Иванов А.В.* Сознание и мышление. М.: Слово, 1994. 284 с.

69. *Иванов В.Н.* Россия: варианты выбора. Социально-политическая ситуация. М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2003. 107 с.

70. *Изменяющаяся Россия: вызов и возможности. Социальная и социально-политическая ситуация в России в 2002 году.* 2003. 770 с.

71. *Ильяева Ю.М.* Технологии управленческого консультирования субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе России. Автореферат дис. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2016. 37 с.

72. *Инновационный тип развития экономики России.* М.: Изд-во РАГС, 2005. 582 с.

73. *Иноземцев В.* Слабость «силы» и сила «слабости» // Pro et Contra. 2003. Т.8. № 1. С. 110-123.
74. *Иноземцев В.Л.* За пределами экономического общества: Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. М.: Academia–Наука, 1998. 614 с.
75. Новая угроза рублю. К чему может привести пузырь на рынке облигаций. РБК daily. 14 июня 2016 г. № 103. URL: <http://www.rbc.ru/newspaper/2016/06/15/575687159a79470668d16118>
76. *Иоффе А.* Малый бизнес – это философия жизни современного общества. Бизнес для всех. 2001. № 15-16. С. 6-8.
77. *Каверин С.Б.* Мотивация труда. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. 224 с.
78. *Каменский А.Б.* Российские реформы: уроки истории // Вопросы философии. 2006. № 6. С. 21-39.
79. *Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э.* Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2005. 352 с.
80. *Караханова Т.М., Патрушев В.Д., Бессокирная Г.П., Большакова О.А.* Ценности повседневной деятельности горожан / Отв. ред. Т.М. Караханова. М.: Издательство ИС РАН, 2004. 136 с.
81. *Качанова Ю.М.* Социум – новая реальность, которая зависит от нас. М., 1997.
82. *Кирдина С.Г.* Институциональные матрицы и развитие России. Введение в X-Y-теорию. Издание 3-е, переработанное, расширенное и иллюстрированное. М.; СПб.: Нестор-История, 2014. 468 с.
83. *Клейнер Г.Б.* Системная сбалансированность экономики: методы анализа и измерения // Материалы Шестнадцатого Всероссийского симпозиума «Стратегическое планирование и развитие предприятий» (Москва, 14-15 апреля 2015 г.). Под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера, серия Секция 1 «Теоретические проблемы стратегического планирования на

микроэкономическом уровне», М.: Изд-во: ЦЭМИ РАН. С. 74-78.

84. *Князев А.В.* Механизм управления развитием финансовой инфраструктуры региона // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки, 2010. С. 278-283.

85. *Ковалев В.Н.* Социология управления социальной сферой. М.: МГСУ, 2003. 116 с.

86. *Козловски П.* Общество и государство: неизбежный дуализм. М.: Республика, 1998. 368 с.

87. *Колпаков И.И.* Методы управления. Учебн. пособие. 2-е изд. К.: МАУП, 2003. 368 с.

88. Кому принадлежит Россия? 10 лет капитализма в России. М.: Вагриус, 2003. 415 с.

89. *Кондратов Б.П.* Общественная безопасность и административно-правовые средства ее обеспечения: монография. М.: Щит-М, 1998. 296 с.

90. *Коркюф Ф.* Новые социологии / Пер. с фр. Е.Д. Вознесенской, М.В. Федоровой; науч. ред. Н.А. Шматко. М: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2002. 172 с.

91. *Куделин А.* Типологический анализ трактовок предпринимательства // Предпринимательство. 2012. № 3. С. 62.

92. *Кузнецов В.Н.* Социология безопасности. Учебное пособие. М.: МГУ, 2007. 423 с.

93. *Кульба В.В. и др.* Сценарный анализ динамики поведения социально-экономических систем. М.: Институт проблем управления им. А.В. Трапезникова РАН, 2002.

94. *Крыштановская О.* Анатомия российской элиты. М.: Захаров, 2005.

95. *Ламанов А.В.* Вынужденный монополизм: социологические аспекты инновационной деятельности. М.: Изд-во МАДИ (ТУ), 2001. 169 с.

96. *Лапин Л.И.* Пути России: социокультурные трансформации. М., 2000. С. 27-33.



97. Малый бизнес в России: цифры и факты. Легитимист. 22/12/2015. URL: <http://legitimist.ru/sight/economics/2015/malyij-biznes-v-rossii-czifryi-i-faktyi.html>
98. *Луман Н.* Общество, интеракция, социальная солидарность / Пер. Т. Козловой и Е. Мещеркиной // Человек. 1996. № 3.
99. *Лэйн Д.* Преобразование государственного социализма в России: от хаотической экономики к корпоративному капитализму // Мир России. 2000. № 1. С. 3-22.
100. *Магун В.С.* Динамика трудовых ценностей экономически активного населения России, 1991-2004 гг. ВШЭ, 2006. 37 с.
101. *Макаркин А.* Государство и бизнес: новые правила игры. М., 2003.
102. *Макинтайр А.* После добродетели: Исследования теории морали. М.: Академический проект, 2000. 384 с.
103. Малое предпринимательство в России. М., 2009.
104. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: Стат. сб. / Росстат. М., 2015. 96 с.
105. Малый бизнес в России: цифры и факты. 21.05.2015. URL: <http://провэд.рф/economics/business/26003-kak-zhivet-malyu-biznes-v-kpizistcifry-i-fakty.html>
106. *Мамедов О.Ю.* От модели классического рынка к модели смешанной экономики. Ростов н/Д., 2001.
107. *Манхейм К.* Диагноз нашего времени. Пер. с нем. и англ. М.: Юристъ, 1994. 693 с.
108. *Матвеев В.В.* Современные методы управления бизнес-рисками / В.В. Матвеев, М.В. Федосеева // Экономика и социум. 2014. № 4-3 (13). С. 1139- 1142. 92. М
109. *Матвеев В.В.* Экономическая сущность риска в современных условиях / В.В. Матвеев, Н.А. Чернева // Разработка стратегии социальной и

экономической безопасности государства: Материалы Всероссийской заочной научно- практической конференции (30 января 2015 г.). Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2015. 240 с.

110. *Мертон Р.* Социальная теория и социальная структура. Издательство: «АСТ», «АСТ Москва», «Хранитель», 2006. 873 с.

111. *Мертон Р.К.* Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль: тексты. М., 1994. С. 379-448.

112. *Миронов Б.Н.* Социальная история России периода империи (XVIII - начало XX в.). Том 1. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003. 591 с.

113. *Миронова О.А., Азарская М.А.* Аудит: теория и методология. 3-е изд., испр. и доп. М.: Омега-Л, 2007. 248 с.

114. *Мишин Г.К.* Проблема экономической преступности. Опыт междисциплинарного изучения. М.: ВНИИ МВД СССР, 1994. 88 с.

115. *Меньшиков А.* Современная социология и/или социология Современности // Логос. 2008. № 6. С. 48-55.

116. *Мозговая А.В.* Социология риска: возможности синтеза теории эмпирического знания // Риск в социальном пространстве / Под ред. А.В. Мозговой. М.: Изд-во Института социологии РАН, 2001. С. 9-37. 347 с.

117. *Мозговая А.В., Порфирьев Б.Н.* Оценка стратегических рисков населением: опыт и результаты экспресс-опроса // Управление риском. Ежеквартальный аналитический журнал. 2002. Спец. выпуск. С. 19-29.

118. *Назарчук А.В.* Теория коммуникация в современной философии. М.: Прогресс-Традиция, 2009. 320 с.

119. На перепутье: (Новые вехи). М.: Логос, 1999. 239 с.

120. Немецкая социология / Под ред. Р.П. Шпаковой. СПб.: Наука, 2003. 562 с.

121. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. Иноземцева В.Л. М.: Academia, 1999. 631 с.

122. Новые концепции общей теории управления. М., 1995.

123. *Норт Д., Вайнгаст Б., Уоллис Дж.* Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества / Пер. с англ. Д. Узланера, М. Маркова, Д. Раскова, А. Расковой. М.: Изд. Института Гайдара, 2011. 480 с.
124. *Нуреев Р.М.* Постсоветский институционализм – 2006. Власть и бизнес. Монография. Ростов-на Дону: Наука-Пресс, 2006. 512 с.
125. *Нуреев Р.М.* Теория общественного выбора. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2005. 530 с.
126. Общество и социология: новые реалии и новые идеи: Материалы Первого Всероссийского социологического конгресса, (27-30 сент. 2000 г.) / Отв. ред.: Ю.Г. Волков, Н.Г. Скворцов. СПб.; Ростов н/Д, 682 с.
127. Огонек. 13 июня 2016 г. URL: <https://www.kommersant.ru/ogoniok/96690>
128. *Олсон М.* Логика коллективных действий: общественные блага и теория групп. М.: Фонд Экономической Инициативы, 1995. 165 с.
129. *Осадчая Г.И.* Социология социальной сферы. Изд. 2-е, перераб., доп. М.: Академический проект, 2003. 334 с.
130. *Осипов Г.В.* Как заставить работать потенциал России? // Евразия. Народы. Культуры. Религии. М., 2003.
131. *Осипов Г.В.* Концепция социальной политики: научные основы и реальность. М.: Наука, 1995.
132. *Осипов Г.В., Кузнецов В.Н.* Социология и государственность (достижения, проблемы, решения). М.: Вече, 2005.
133. *Осипов Г.В.* Социология и общество. Социологический анализ российской смуты. М.: Норма, 2007. 848 с.
134. *Осипов Г.В., Локосов В.В.* Социальная цена неолиберального реформирования. М., 2001. 160 с.
135. *Осипов Г.В.* Социология и социальное мифотворчество. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2002. 615 с.

136. Основы современного социального управления: теория и методология / Под ред. Иванова В.И. М.: Экономика, 2000. 269 с.

137. *Панфилов А.В.* Социальное управление малыми инновационными предприятиями при вузах в контексте развития российской инновационной системы // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2012. № 4. С. 176-179.

138. *Парсонс Т.* Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998. 270 с.

139. *Петухов В.* Демократия участия и политическая трансформация России. М.: Academia, 2007. 176 с.

140. *Пирумов В.С.* Стратегия выживания социума. М.: Издательство Дружбы народов, 2003. 538 с.

141. *Покровский Н.Е.* Проблема аномии в современном обществе. М.: Издательство МГИМО, 1995. 139 с.

142. *Поланьи К.* Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени / Пер. с англ. А.А. Васильева, С.Е. Федорова и А.П. Шурбелева. Под общ. ред. С.Е. Федорова. СПб.: Алетейя, 2002. 320 с.

143. Полипарадигмальный подход в социологии: опыт применения социокультурной концепции поля INIO Петра Штомпки / Под ред. В.А. Ядова. М.: Центр социологического образования ИС РАН, 1999.

144. *Попов А.В.* Управление регионами /отв. ред. Ю.Г. Волков. Ростов н/Д.: Антей, 2009. 170 с.

145. *Прохожев А.А.* Человек и общество: законы социального развития и безопасности. М., 2002.

146. *Прохожев А.А., Карманова И.А.* Регионы России: социальное развитие и безопасность. М., 2004.

147. *Прохоров А.П.* Русская модель управления. М.: Издательство

«Журнал Эксперт», 2003. 376 с.

148. Пути России: проблемы социального познания: Материалы Международного симпозиума 3-4 февр. 2006, М.: Московская высшая школа социальных и экономических наук, 2006. 412 с.

149. Пути России: существующие ограничения и возможные варианты. М.: МВШСЭН, 2004. 119 с.

150. Радаев В.В. Легализация российского бизнеса как институциональная проблема. // Куда идет Россия? Формальные институты и реальные практики / Под общ. ред. Т.Н. Заславской. М.: МВШСЭН, 2002.

151. Радаев В.В. Экономическая социология. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2005. 604 с.

152. Радыгин А., Мальгинов Г. Рынок корпоративного контроля и государство // Вопросы экономики. 2006. № 3. С. 62-85.

153. Реформирование России: от мифов к реальности: Монография: в 2 т. / Под ред. Г.В. Осипова (рук.) М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2001. Т.1. 436 с.

154. Риск в социальном пространстве. М.: Институт социологии РАН, 2001. 348 с.

155. Розенталь В.О., Пономарева О.С. О мобилизационном этапе стратегии модернизации российской экономики: институциональный аспект // Стратегическое планирование и развитие предприятий / Под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. М.: ЦЭМИ РАН, 2015. С. 112-115.

156. Российская идентичность в условиях трансформации: опыт социологического анализа / Отв. ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова. М.: Наука, 2005. 396 с.

157. Россия в поисках стратегии: общество и власть. Социальная и социально-политическая ситуация в России: Монография / Под ред. Г.В. Осипова. М.: ИСПИ РАН, 2000. 470 с.

158. Россия на старте века. 2000-2004. М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2004. 348

с.

159. Россия реформирующаяся. Ежегодник-2004 / Отв. ред. Л.М. Дробижева. М.: Институт социологии РАН, 2004. 408 с.

160. Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К. Горшков. Вып. 6. М.: Институт социологии РАН, 2007. 408 с.

161. Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К. Горшков. Вып. 7. М.: Институт социологии РАН, 2008. 544 с.

162. Россия: трансформирующееся общество / Под редакцией В.А. Ядова. М.: Издательство «КАНОН-пресс-Ц», 2001. 640 с.

163. Российское общество и вызовы времени. Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2015. 336 с.

164. Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / М.К. Горшков [и др.]; отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. Москва: Издательство «Весь Мир», 2015. 432 с.

165. Российское общество и радикальные реформы. Мониторинг социальных и политических индикаторов: Монография / Под общ. ред. В.К. Левашова. М.: Academia, 2001. 896 с.

166. *Савченко В.* Феномен предпринимательства // Российский экономический журнал. 1995. № 9,10.

167. Свобода. Неравенство. Братство: социологический портрет современной России / Авт.-сост. Е.П. Добрынина; под общ. ред. М.К. Горшкова. М.: ИИК «Российская газета», 2007. 448 с.

168. Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3115. 30 мая 2016 г. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707>

169. *Сметанин С.И.* История предпринимательства в России: Курс лекций. М.: Палеотип; Логос, 2004. 196 с.

170. *Смольков В.Г.* Предпринимательство и бизнес в России. М., 1994.

171. *Соболев Э.Н., Соболева И.В.* Социальное инвестирование в

человеческий капитал на российских предприятиях // Стратегическое планирование и развитие предприятий. М., 2015. С. 135-138.

172. *Сорокин П.А.* Человек. Цивилизация. Общество / Общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов. М.: Политиздат, 1992.

173. *Сорос Дж.* Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности. М.: ИНФРА–М, 1999. 262 с.

174. Социальная стратификация российского общества / Монография (под ред., предисл. Голенковой З.Т.). М.: Институт социологии РАН; Летний сад, 2003. 368 с.

175. Социальная сфера: сегодня, завтра, послезавтра. Взгляд из Центра и регионов России. М.: Институт социологии РАН, 2008. 71 с.

176. Социальный капитал и социальное расслоение в современной России / Под ред. Дж. Л. Твигг, К. Шектер. М.: Альпина паблишер, 2003. 382 с.

177. Социальное согласие и толерантность в современном мире. Вып. 2 / отв. ред. З.Т. Голенкова, Г.М. Денисовский. М.: Центр общечеловеческих ценностей, 2002. 192 с.

178. Социокультурный портрет региона. Типовая программа и методика, методологические проблемы. М.: ИНФРАН, 2006.

179. Социология и психология рынка: методология, теория, практика. М., 1993.

180. Социология перестройки: глас народа – глас общества. Итоги 1990 года. Опрос ВЦИОМа. М., 1990. URL: <http://www.agitclub.ru/gorby/soc/soziolog05.htm>

181. Социология на пороге XXI века: основные направления исследований. М.: РУСАКИ, 1999. 357 с.

182. *Староверов В.В.* Рейдерство как фактор деформации российского предпринимательства. // Социологические исследования. № 4. 2010. С. 54-65.

183. Стратегический ответ России на вызовы века: монография / Под

общ. ред. Л.И. Абалкина. М.: Издательство «Экзамен», 2004. 606 с.

184. *Тихонов А.А.* Социология управления. Теоретические основы. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2007. 472 с.

185. *Тихонова Н.Е.* Новые «капиталисты»: кто они? // *Общественные науки и современность.* 2005. № 2. С. 29-39.

186. *Тихонова Н.Е.* Социальная структура России: теории и реальность. Монография. М.: Новый хронограф: Институт социологии РАН, 2014. 408 с.

187. *Тихонова Н.Е.* Социальный капитал как фактор социального неравенства // *Общественные науки и современность.* 2004. № 4. С. 24-35.

188. *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти. М.: АСТ, 2003. 669 с.

189. *Тоффлер Э.* Шок будущего. М.: АСТ, 2004. 560 с.

190. *Тоффлер Э.* Третья волна. М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. 784 с.

191. *Урнов М., Касамара В.* Современная Россия: вызовы и ответы. М., 2005. 240 с.

192. *Файоль А., Эмерсон В., Тейлор В.* Управление – это наука и искусство. М.: Республика, 1992. 349 с.

193. *Федотова В.Г.* Анархия и порядок в посткоммунистической России. / На перепутье (Новые вехи). М.: Логос, 1999. С. 162.

194. *Федотова В.Г.* Модернизация «другой» Европы. М.: ИФ РАН, 1997. 255 с.

195. *Федотова В.Г.* Хорошее общество. М.: Прогресс-Традиция, 2005. 544 с.

196. *Формальные институты и неформальные практики в российском обществе.* М., 2002.

197. *Фукуяма Ф.* Доверие. М.: АСТ, Ермак, 2004. 732 с.

198. *Хэйне П.* Экономический образ мышления. М.: Издательство: Новости, 1997. 704 с.



199. *Черныш М.Ф.* Социальная дифференциация в современном обществе: множественность форм // Россия: трансформирующееся общество / Под ред. В.А. Ядова. М.: «Канон-пресс-Ц», 2001. С. 77-81.
200. *Шарков Ф.И.* Социальная политика в субъектах Российской Федерации: вопросы теории и практики: (По материалам социологического исследования в Чувашской Республике и др. регионах). Чебоксары: Чувашское книжное издательство, 1998. 189 с.
201. *Шахмалов Ф.И., Котилко В.В.* Предпринимательство в российских регионах: отраслевой аспект. М.: Издательство Экономика, 1997. 352 с.
202. *Шереги Ф.Э.* Социология предпринимательства: прикладные исследования. СПб.: Алетейя, 2002. 447 с.
203. *Шинарева А.М.* Статистическая оценка развития малого бизнеса в России. URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/1154/10601>.
204. *Шкаратан О.И.* Тип общества, тип социальных отношений, о современной России // Мир России. 2000. № 2. С. 63-108.
205. *Шкаратан О.И. и др.* Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2009. 560 с.
206. *Шкаратан О.И.* Социология неравенств: теория и реальность. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 526 с.
207. *Шлыкова К.В.* Риск и качество жизни // Риск в социальном пространстве / Под ред. А.В. Мозговой. М: Изд-во Института социологии РАН, 2001.
208. *Штомпка П.* Социология социальных изменений / Пер. с англ. под ред. В.А. Ядова. М.: Аспект Пресс, 1996. 416 с.
209. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М: Эксмо, 2007. 864 с.
210. *Щекин Г.В.* Теория социального управления. Монография. К.:

МАУП, 1996. 408 с.

211. Экономическая активность населения России (по результатам выборочных обследований). Статистический сборник. М.: Росстат, 2008. 165 с.

212. Язык и моделирование социального взаимодействия: переводы / Общ. ред. В.В. Петрова. М.: Прогресс, 1987. 464 с.

213. Яковлев А.А. Взаимодействие групп интересов и их влияние на экономические реформы в России // Мир России. 2003. Т.4. № 5. С. 14-33.

214. Яковлев А.А. Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике // Российский журнал менеджмента. 2005. Т.3. № 1. С. 27-52.

215. Яковлев А.Н. Реформация в России. // Общественные науки и современность. 2005. № 2. С. 5-15.

216. Яницкий О.Н. Россия как «общество риска»: контуры теории // Россия трансформирующееся общество / Под редакцией В.А. Ядова. М.: Издательство «КАНОН-пресс-Ц», 2001. С. 21-44.

217. Яницкий О.Н. Социология риска. М.: Издательство LVS, 2003. 192 с.

218. Ясин Е. Российская экономика. История и панорама рыночных реформ. М.: ГУ ВШЭ, 2002. 437 с.

219. Ясин Е. Как поднять экономику России. М.: Вита-пресс, 1996. 69 с.

220. Ritzer G. The McDonaldization of Society. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1993.