

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 гг. XX в. Естественно, отмечается, что благодаря уходу в сферу экономической самостоятельности купировались социальная напряженность, риски безработицы и безденежья 90-х гг., 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 говорить о том, что в рамках развития малого бизнеса очевидным стало и выявление готовности россиян заниматься самостоятельным бизнесом, и то, что для большинства малый бизнес осуществляется не столько с успехом бизнес-карьеры, продвижением к позитивной социальной мобильности, в большей степени усилия направлены на то, чтобы создать пространство личной автономности и преуспевания. Согласно опросам 2016 г. (ВЦИОМ 30 мая 2016 г.), с одной стороны, возникла определенность в вопросе о том, хотел бы человек открыть свое дело: такое желание выражают 34 % респондентов, в то время как 25 лет назад – 29. Характерно, что число молодых людей возросло до 60 %¹.

Однако целесообразно интерпретировать данные позиции не только как следствие привития деловой культуры и опривычивания предпринимательства в российском обществе, но и в том, 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 говорить о том, что реально предпринимают действия для того, чтобы заняться малым бизнесом, 17 %, в то время как 33 % мыслят перспективными категориями. Иными словами, декларирование намерений только подчеркивает желание не быть хуже других,

* Евсюков Виктор Германович, e-mail: vic_evs@mail.ru

¹ Свой бизнес сегодня и 25 лет назад. 30 мая 2016 г. С. 1.

социальный оптимизм, уверенность в своих силах, т. е. касается субъективного самочувствия.

Характерно и то, что 71 % высказывают оптимизм. Однако, если говорить о том, каковы ресурсы занятия малым бизнесом, вырисовывается достаточно противоречивая картина: 37 % приводят тривиальную причину в качестве 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 на самом включении в предпринимательскую деятельность. 23 % указывают на наличие связей и знакомств. Показатели уже действующих бизнесменов, которые накопили достаточный финансовый ресурс для ведения предпринимательской деятельности, свидетельствуют в пользу личных качеств (45 %) и полезных знакомств (27 %)¹.

Таким образом, можно говорить о том, что сам малый бизнес хотя и воспринимается узаконенным, опривыченным в российском обществе, проблема возникает с качественным составом 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 внимание на себя факт полезных знакомств, которые содержат коридор возможностей для иллегальных практик. Имеется в виду, что на уровне полезных знакомств, т. е. знакомств с контролирующими и управленческими структурами, вероятен уровень коррупционных сделок, полюбовных договоренностей. Также следует подчеркнуть, что полезные знакомства обеспечивают более легкий и удобный способ к получению 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 говорить о том, что иллегальные практики если и не воспринимаются открыто как атрибут предпринимательской деятельности, респонденты осознают рискогенный ха-

¹ Свой бизнес сегодня и 25 лет назад. С. 1.

рактер предпринимательской деятельности, то, что необходимо быть готовым к нарушению действующего законодательства, включению механизмов неформальных сделок.

Важным исследовательским моментом можно считать и то, что наиболее интересными сферами кажутся розничная торговля (24 %), общественное питание, транспорт и бытовое обслуживание (17 %)¹. Можно говорить о том, что 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, отсутствие ценового контроля. Важным моментом является и то, что розничная торговля и сфера услуг представляются менее затратными в смысле предъявления критериев квалификации, образования, вложения средств в производственные мощности.

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 по крупному и актуализировать планы бизнес-развития.

Важным моментом можно считать и то, что только незначительное число бизнесменов планируют начать свою деятельность в новых областях производства: области науки – 4 %, биржевом, банковском, страховом деле – 2, медицине, культуре и образовании – 5 %². Таким образом, пролонгируется традиция не востребоваемости 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.

Малый бизнес создал определенные селективные механизмы, связанные с отбором лиц, которые готовы продолжить традицию незакон-

¹ Свой бизнес сегодня и 25 лет назад. С. 2.

² Там же. С. 3.

ной предпринимательской деятельности. В этом контексте можно говорить также о том, что в российском малом бизнесе присутствуют ожидания высоких рисков, тот факт, что в России лишь 3–4 % малых предприятий живут более трех лет, 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 о том, что главное – получить мгновенную прибыль и не рассчитывать на долгосрочное ведение предпринимательской деятельности.

Соотношение между зарегистрированностью 3,5 млн индивидуальных предпринимателей и тем, что в этот же период прекратили свою деятельность 7,7 млн чел.¹, свидетельствует о том, что действуют незаконные схемы и получения налоговых льгот, и умышленного банкротства с целью уйти от финансовой и экономической ответственности. Таким образом, малый бизнес, несмотря на рост деловой культуры и оприличивание в обществе, остается сферой полутеневой деятельности, и структурные ограничения, 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 использования получения заработка в Интернете. Короче говоря, с ростом информационных технологий выросли объем и диапазон иллегальных практики. Можно говорить о том, что получилась парадоксальная картина, связанная с тем, что 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 ни в качестве носителей деловой культуры, ни 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 для 21 % россиян². Это свидетельствует об определенном ресурсе прочности и социальном оптимизме, с одной стороны, но с другой – о том, что привлекательность малого бизнеса укладывается в схему ма-

¹ Малый бизнес в России: цифры и факты. 22.12.2015.

² Российское общество и вызовы времени. Кн. 1. М., 2015. С. 55.

териальной обеспеченности, материального достатка, экономической и социальной самодостаточности. Обращает внимание на себя тот факт, что в России приоритетными остаются отношения в семье. Отсюда и деятельность в сфере транслирования этой позиции на сферу малого бизнеса связана с формированием стратегии воспроизводства деятельности. Если главным мерилom остается семья, то вероятность говорить о том, что акторы малого бизнеса готовы рисковать благополучием семьи ради участия в инвестиционных проектах или стремление быть законопослушным, чтобы стать неконкурентоспособным, снижается.

Характерно и то, что оценка различных аспектов своей жизни связана и с достаточно высоким уровнем рекреационной деятельности, свободного времени, т. е. и в сфере малого бизнеса складывается ситуация, при которой увеличение количества людей, которые готовы напряженно работать ради развития своего дела, успеха по сравнению с другими, не наблюдается. В малом бизнесе сложился культ усредненности, ведения своего дела таким образом, чтобы не быть хуже других, т. е. стать объектом рейдерства, поглощения, вытеснения из сферы предпринимательской деятельности и одновременно не высываться, не привлекать внимания криминальных структур или налоговых органов. Отсюда 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 говорить, что в условиях влияния регионального фактора (39 %) ¹ малый бизнес вынужден ориентироваться на конкретную ситуацию в регионе, на хорошие отношения с контролирующими органами на местах в большей степени, чем надеяться на реализацию правовых регуляторов и поддержку государственных структур ². Рассматривая ситуацию в сфере малого бизнеса, можно, таким образом, говорить о том, 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 настроено на не связанный с напряженностью, значительными деловыми рисками традиционный бизнес, в рамках которого доминируют неформальными отношения с местными контролирующими и регистрирующими структурами ³.

Можно говорить о том, что малый бизнес в России в условиях усиления конкуренции сетевых структур приобретает большую степень те-

¹ Малый бизнес в России: цифры и факты. С. 5.

² Лобова Л.А. Взаимодействие малого бизнеса с органами государственной власти: элитологический аспект // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2016. № 1. С. 268–273.

³ Волков Ю.Г. Креативный класс – альтернатива политическому радикализму // Социологические исследования. 2014. № 7 (363). С. 84–92.

невизации 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 вниз¹. 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, можно говорить, что 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 услуг², но в этом перечне отсутствует такой 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 срединного класса, что позиции малого бизнеса колеблются от состояния материальной обеспеченности и благополучия к риску сползания вниз. Поэтому можно говорить о том, что 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 статуса³.

Позиционирование малого бизнеса в российском обществе складывалось таким образом, что данная группа внутренне неоднородна и конфликтна и вместе с тем 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, на достижение потребительских благ и стабильное социальное самочувствие.

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, что по поводу малого бизнеса производится множество красивых и в общем-то верных слов, можно говорить, что именно эта группа не сфор-

¹ Тихонова Н.Е. Социальная структура России: теории и реальность. М., 2014. С. 108.

² Там же. С. 110–111.

³ Волков Ю.Г. Креативный класс versus имитационных практик // Гуманитарий Юга России. 2012. № 1. С. 43–58.

мировала 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, которая заключается в том, чтобы 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 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 %) ¹, 35 % россиян относятся к бедным не хуже и не 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 опираться 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 несвойственны ни обладание достаточным финансовым капиталом, ни полезные знакомства. Бедные в основном пополняют контингент работников малого бизнеса, так как в стремлении не опуститься до нищеты согласны на взаимовыгодные иллегальные практики. Для них преодоление

¹ Бедность и неравенства в современной России: десять лет спустя. М., 2013. С. 9.

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 определяют 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 бедности¹. Отсюда 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 благоденствие людям, у которых остается мало шансов заняться легальным заработком, тем более что в России в условиях кризиса наблюдаются невыплаты зарплат на 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 свободного режима 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 говорить о том, 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 самостоятельности², 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 биз-

¹ Бедность и неравенства в современной России... С. 14.

² Пешкова Е.П. Совершенствование управления взаимодействием малого и крупного бизнеса // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2015. № 2. С. 92–100.

неса 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 гг. Образовательный и квалификационный потенциал не являются привлекательными ориентирами тех, кто составляет ядро малого бизнеса. Для того чтобы эффективно оценить их деятельность, необходимо говорить о том, что постоянно подчеркивается эффект отсутствия требований к государству.

Евсюков В.Г. Структурное позиционирование представителей малого бизнеса в социальном пространстве российского общества: эффект иллегальных практик. В нынешних условиях позиции акторов малого бизнеса в российском обществе можно считать промежуточными, что характеризуется негативной солидарностью по отношению к правовым регуляторам, но не является достаточным условием для формирования профессионального корпоративного этоса и социально-профессиональной идентификации. Этот фактор влияет на привыкание к иллегальным практикам как стратегиям предпринимательской деятельности, направленным на воспроизводство схемы «внутренних офшоров».

Ключевые слова: малый бизнес, позиции акторов малого бизнеса, иллегальные практики, профессиональный этос, «внутренние офшоры».

Evsyukov V.G. Structural positioning of representatives of small business in the social space of russian society: the effect of the illiterate practices. Now in the context of the position of actors of small business in russian society, we can consider intermediate, which is characterized by negative solidarity with regard to legal regulators but is not a sufficient condition for the formation of professional corporate ethos and social and professional identification. This factor influences the habituation to the illiterate practices as business strategies aimed at reproduction of the scheme of «domestic offshore».

Keywords: small business, positions of actors of small business, idle practices, professional ethos, «internal offshore».