

УДК 330.34

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К ИНСТИТУТУ МАЛОГО БИЗНЕСА (ПО ДАННЫМ АНКЕТИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ)

Буров В.Ю., Гордеева Т.Н.

Забайкальский государственный университет, Чита, e-mail: burovschool1956@yandex.ru

Для обеспечения стабильного социально-экономического развития России формирование эффективного сектора малого предпринимательства остается приоритетной стратегической задачей. Современное состояние института малого бизнеса в нашей стране отражается, в частности, через отношение населения к предпринимателям. В статье отражены результаты обработки данных анкетирования населения в районах Забайкальского края, проведенные в 2019–2020 гг. Определение важных явных и латентных зависимостей, которые характеризуют изменения в динамике происходящих социальных процессов, выявленных в ходе опроса населения, позволят разработать и реализовать комплекс мер и решений, направленных на повышение роли сектора малого предпринимательства в социально-экономическом развитии территорий. Проведена статистическая обработка полученных в результате анкетирования населения данных – описательные статистики, альфа, корреляции, факторный анализ. Применение методов факторного анализа и кластеризации позволило выделить в составе респондентов, представляющих население, группы, различающиеся отношением к институту малого бизнеса в культурном плане, ценностными основаниями, накопленным опытом. Полученная дифференциация может дать обоснование для выделения целевых групп при разработке «адресной» поддержки и развития сферы малого бизнеса на региональном и муниципальном уровнях. Возможно, обеспечит разработку и реализацию адекватных экономических и политических решений, направленных на повышение роли малого бизнеса в социально-экономическом развитии территорий.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, отношение населения, дифференциация

DIFFERENTIATION OF THE POPULATION IN RELATION TO THE INSTITUTE OF SMALL BUSINESS (ACCORDING TO THE SURVEY OF THE POPULATION OF THE TRANS-BAIKAL TERRITORY)

Burov V.Yu., Gordeeva T.N.

Transbaikal State University, Chita, e-mail: burovschool1956@yandex.ru

To ensure the stable socio-economic development of Russia, the formation of an effective small business sector remains a priority strategic task. The current state of the institute of small business in our country is reflected, in particular, through the attitude of the population to entrepreneurs. The article reflects the results of processing the data of the population survey in the districts of the Trans-Baikal Territory, conducted in 2019-2020. The identification of important explicit and latent dependencies that characterize changes in the dynamics of ongoing social processes identified during the population survey will allow us to develop and implement a set of measures and solutions aimed at increasing the role of the small business sector in the socio-economic development of territories. Statistical processing of the data obtained as a result of the population survey was carried out – descriptive statistics, alpha, correlations, factor analysis. The use of factor analysis and clusterization methods allowed us to identify groups of respondents representing the population that differ in their attitude to the institution of small business in cultural terms, value bases, and accumulated experience. The resulting differentiation can provide a justification for the allocation of target groups in the development of «targeted» support and development of small businesses at the regional and municipal levels. Perhaps, it will ensure the development and implementation of adequate economic and political decisions aimed at increasing the role of small businesses in the socio-economic development of the territories.

Keywords: small business, business, attitudes of the population, differentiation

Исследования, проведенные к настоящему времени, показывают, что современный этап развития России, который характеризуется и экономическим кризисом, и международными санкциями, обуславливает необходимость динамичного развития малого предпринимательства.

Среди основных проблем, деструктивно влияющих на состояние сектора малого бизнеса, ученые и практики называют административные барьеры, недоступность дешевых кредитных ресурсов, высокие на-

логи и страховые взносы на предпринимательский доход и заработную плату работников малых предприятий и ряд других.

«В России наблюдается высокая неоднородность в развитии предпринимательства, несмотря на реализуемые правительством меры. Многочисленные исследования показывают значимость институциональных условий страны и отдельных регионов для развития предпринимательства. Особое значение имеют риски ведения бизнеса, сложность и длительность админи-

стративных процедур, доступ к капиталу, регулирование и неформальные нормы сообществ» [1].

В исследованиях различных авторов, проведенных ранее, отмечался декларативный подход в вопросах поддержки малого бизнеса [2, 3]. Так, Л.В. Санина утверждает, «что в условиях российской действительности в работах ученых неоднократно на фактических примерах было показано, что имеют место постоянные расхождения декларируемых положений управляющей системы с ее фактическими действиями, что также характерно для "управленческой" неопределенности» [4].

Это вызвало потребность в качественных изменениях приоритетов социально-экономического развития страны, которые были определены Указом Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [5], а также подтверждены принятием приоритетного проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», включающего пять самостоятельных федеральных проектов [6].

Авторы статьи полностью поддерживают мнение авторов о сути Указа, которая «заключается в серьезной попытке взаимоувязывания проектов МСП и прочих проектов, базовых для всего социально-экономического развития России. Каждое мероприятие, каждый шаг реализации проектов должны быть увязаны друг с другом. Иначе пропадает весь смысл всего этого общенационального стратегического проекта. Поможет этому намеченная цифровизация как экономики страны, так и государственного управления» [7].

Ранее нами было отмечено: «Именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной реализации заявленных федеральных проектов, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечить перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование эффективной экономики, в том числе с применением цифровых технологий» [8].

Одним из пяти федеральных проектов является «Популяризация предпринимательства», на реализацию которого выделено 8,5 млрд руб., он предусматривает проведение опросов, глубинных интервью и различных социологических исследований с целью определить общественное мнение в отношении к такому социальному институту, как малый бизнес.

Эту позицию подтверждают и исследования И.И. Савченко: «Однако есть и другие не менее важные институциональные факторы, определяющие развитие малого бизнеса в РФ. Например, социально-психологические особенности российского общества, которые обусловлены тем, что предпринимательство в современной России возрождалось на сломе старых общественных институтов, в атмосфере неприятия новых общественных отношений и норм поведения, в преодолении инерции социалистического мышления» [9].

Можно говорить о том, что становление и развитие системы российского малого предпринимательства, в условиях внешних вызовов, актуализируют вопросы распределения населения на группы, различающиеся отношением к малому бизнесу, а сегодня можно уже говорить, и к самозанятым в частности. Для того чтобы разрабатывать и реализовывать эффективные экономические и политические решения, направленные на привлечение малого бизнеса и повышение его роли в социально-экономическом развитии территорий, необходимо расширять границы знания через изучение динамики социальных процессов, происходящих в настоящее время, выделять важнейшие явные зависимости, находить значимые скрытые, характеризующие и поясняющие эти изменения.

Некоторые ученые, в частности Е.М. Бухвальд и А.В. Виленский, уделяют большое внимание вопросу децентрализации политики в отношении малого бизнеса [10]. Децентрализация государственной поддержки сектора малого и среднего бизнеса обоснована привязкой экономической деятельности малых предприятий к локальным рынкам и опирается на ресурсный, производственный и потребительский потенциалы этих территорий.

Реализация идеи о децентрализации государственной поддержки малого предпринимательства вызывает необходимость исследовать отношение людей к институту малого бизнеса, и с этой целью нами было проведено анкетирование и анализ полученных данных.

Материалы и методы исследования

Вначале дадим краткую обзорную информацию о состоянии сектора малого предпринимательства в Забайкальском крае. Согласно Единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства (далее МП), на 10 января 2020 г. в Забайкальском крае было зарегистрировано 25350 субъектов МП и 65490 рабочих мест [11].

А на 10 января 2019 г. – 26037 субъектов МП, в которых было трудоустроено 70 718 чел. Соответственно, наблюдается снижение численности субъектов МП в Забайкальском крае на 687 ед., а работников на 5 228 чел. [8]. При этом на 10.01.2021 г. количество субъектов МП в Забайкалье составило 24353 ед. и среднесписочная численность работников – 64906 чел., то есть численность субъектов МП уменьшилась на 997 ед.

Не вызывает сомнения утверждение, что точное измерение переменных само по себе представляет сложную задачу для многих научных областей. «Специфика измерения в социальных науках состоит в том, что все переменные, свойства, признаки являются теоретическими конструктами, т.е. латентными, гипотетическими переменными. Общая схема измерения социологической процедуры сбора данных на основе анкет, тестов имеет тот же принципиальный характер, что и для других методов измерения» [12].

На базе НИИ «Высшая школа экономики, управления и предпринимательства» Забайкальского государственного университета проведено исследование с ноября 2019 г. по февраль 2020 г. с целью подготовки данных для разработки мер поддержки и развития малого бизнеса в Забайкальском крае (N = 800, n = 281).

респондентов опрошена в краевом центре, так как доля жителей г. Читы составляет 35% от общей численности населения края.

В качестве интервьюеров обучены и привлечены студенты факультета экономики и управления вуза. Кроме того, для корректировки и ремонта выборки применен метод онлайн-опроса по интерактивной анкете, размещенной на сайте.

На основе проведенного анализа частот и описательных статистик (анализ данных проводился в IBM SPSS Statistics V23) сделан вывод о доступности принятых методов статистического анализа и обработки в отношении рассматриваемых переменных.

Анализ надежности внутренней согласованности осуществлен с помощью коэффициента Альфа Кронбаха, как наиболее распространенного. В нашем случае для 17 элементов он равен 0,605. По догворенности исследователей, мягкая отсечка 0,60 принимается для эксплораторных исследований. Наше исследование носит именно такой характер: задачей является понимание ситуации в отношении к малому бизнесу, сбор информации о практических проблемах по теме исследования.

Выявлены корреляции Пирсона с односторонним и двусторонним критерием значимости для следующих переменных.

1. Переменная «возраст» представлена в табл. 1.

Таблица 1

Корреляции переменной «возраст»

Переменные	Возраст	
	Корреляция Пирсона	Значимость
Образование	0,289	0,000
Считаете ли Вы, что средний и малый бизнес очень важен для экономики Вашей территории?	-0,162	0,006
Считаете ли Вы, что доходная часть местного бюджета зависит от количества и эффективности предприятий малого предпринимательства, работающих в Вашем населенном пункте?	-0,138	0,020
По Вашему мнению, негативные условия для представителей малого бизнеса подталкивают к переориентации их деятельности в теневой сектор экономики?	- 0,167	0,005
В будущем мечтаете ли Вы открыть свой бизнес?	0,177	0,003
Как Вы считаете, налоги от местных предпринимателей должны оставаться в местном бюджете?	- 0,225	0,000

Для сбора информации были использованы метод анонимного формализованного опроса, выборка случайная. Объем выборочной совокупности распределен пропорционально численности муниципальных районов Забайкальского края (районированная или гнездовая выборка). Большая доля

Обратная (отрицательная) зависимость переменных говорит о том, что с увеличением возраста категоричность утвердительных ответов на вопросы усиливается. «Да, без сомнений» посчитали малый бизнес важной компонентой местной экономики 28,6% респондентов в возрасте 16–21 год

и 61,7% респондентов в возрасте 36–55 лет; 20,0% и 44,7% соответственно «полностью согласны» с утверждением, что негативные условия для представителей малого бизнеса подталкивают к переориентации их деятельности в теневой сектор экономики? А вот прямая зависимость в ответе на вопрос о желании заниматься предпринимательской деятельностью говорит о том, что с возрастом люди более осторожны и менее склонны к риску. Ответили на этот вопрос «да, планирую» 20,0% молодежи и 10,6% людей в возрасте 36–55 лет, «скорее, нет» соответственно 25,7% и 46,8% респондентов. Ответивших «нет, ни за что» среди молодых не было, а в возрастной группе 22–35 лет – 5,1%, 36–55 лет – 12,8% респондентов.

2. Переменная «образование» коррелирует со знаком минус с несколькими теми же переменными «Считаете ли вы, что средний

и малый бизнес – важная компонента местной экономики?» R Пирсона = $-0,123$ ($p = 0,038$); «По вашему мнению, платежи в местный бюджет зависят от числа и эффективности предприятий малого и среднего бизнеса на территории населенного пункта?» R Пирсона = $-0,128$ ($p = 0,032$); «Согласны ли вы с утверждением, что негативные условия для представителей малого бизнеса подталкивают к переориентации их деятельности в теневой сектор экономики?» R Пирсона = $-0,128$ ($p = 0,031$). Выводы можно сделать по аналогии с предыдущими [8].

3. Переменная «Ваш ежемесячный доход на человека в семье» представлена в табл. 2.

4. В табл. 3 отражена переменная «По Вашему мнению, частный бизнес лучше и эффективнее реагирует на потребности населения, чем государственные предприятия?».

Таблица 2

Корреляции переменной «Ваш ежемесячный доход на человека в семье»

Переменные	Ваш ежемесячный доход на человека в семье		
	Корреляция Пирсона	Значимость	Интерпретация
Как Вы считаете, в населенном пункте (районе города), где Вы проживаете, достаточно предприятий среднего, малого бизнеса?	$-0,136$	0,022	Достаточным считают число предпринимателей респонденты с большим доходом
В будущем мечтаете ли Вы открыть свой бизнес?	$-0,163$	0,006	Готовность начать свое дело усиливается с ростом величины дохода в семье
Как Вы считаете, налоги от местных предпринимателей должны оставаться в местном бюджете?	0,189	0,001	12,3% + 7,7% респондентов с максимальным значением доходов ответили, что налоги не обязательно должны оставаться в местном бюджете. В других группах таких ответов не было

Таблица 3

Корреляции переменной «По Вашему мнению, частный бизнес лучше и эффективнее реагирует на потребности населения, чем государственные предприятия?»

Переменные	Согласны ли Вы с утверждением, что частный бизнес лучше и эффективнее удовлетворяет потребности населения, чем муниципальные и государственные предприятия?	
	Корреляция Пирсона	Значимость
Довольны ли Вы тем, как работают предприниматели в Вашем населенном пункте?	0,152	0,010
Считаете ли вы, что малый бизнес – важная компонента местной экономики?	0,172	0,004
Считаете ли Вы, что доходная часть местного бюджета зависит от количества и эффективности предприятий малого предпринимательства, работающих в Вашем населенном пункте?	0,194	0,001
Согласны ли Вы с утверждением, что негативные условия для представителей малого бизнеса подталкивают к переориентации их деятельности в теневой сектор экономики?	0,247	0,000
По Вашему мнению, социальная функция малых предприятий (работать на благо Вашей территории) более важная?	0,118	0,046

Для этой переменной все связи положительные, т.е. мнение об эффективности частного бизнеса по сравнению с государственными (муниципальными) предприятиями убывает в оценках от «да, без сомнения» до «скорее, нет, ведь они стараются для себя» и «нет, работать эффективно должны все» одновременно с убыванием оценки о важности малого бизнеса для местной экономики; зависимости местного бюджета от количества предприятий малого и бизнеса и их эффективности на территории населенного пункта; наличии условий, подталкивающих к теневому сектору; необходимости социальных обязательств малого бизнеса перед местным сообществом.

5. Переменная «Как Вы считаете, все ли местные предприниматели работают честно (платят налоги, заработную плату своим работникам и т.п.)?».

Данная переменная коррелирует с вопросами «На Ваш взгляд, средний и малый бизнес в Вашем населенном пункте предоставляет все возможные товары и услуги?» (R Пирсона = 0,178, $p = 0,003$); «Довольны ли Вы тем, как работают предприниматели в Вашем населенном пункте?» (R Пирсона = 0,160, $p = 0,007$); «Согласны ли Вы с утверждением, что негативные условия для представителей малого бизнеса подталкивают к переориентации их деятельности в теневой сектор экономики?» (R Пирсона = -0,118, $p = 0,047$). В последнем случае отрицательная корреляция отражает взаимосвязь мнения о том, что не все работают честно и признанием того, что негативные условия для представителей малого бизнеса подталкивают к переориентации их деятельности в теневой сектор экономики.

6. Переменная «В будущем мечтаете ли Вы открыть свой бизнес?» (табл. 4).

На основании этих данных, возможно, представляет интерес вывод о том, что же-

вание стать предпринимателем подкрепляется «вполне достаточным» количеством действующих ИП в населенном пункте, представленных традиционно в сфере торговли, услуг и т.п. и удовлетворенностью в целом работой местных бизнесменов. Возможно, пример стабильно и успешно работающих в местной экономике предпринимателей (а зачастую это устоявшийся контингент) становится мотивационным фактором для других.

7. Переменная «По Вашему мнению, регулировать экономическую деятельность малых предприятий, расположенных на местной территории, должны муниципальные власти?».

Для этой переменной выявлена корреляционная зависимость с вопросами «Считаете ли Вы, что доходная часть местного бюджета зависит от количества и эффективности предприятий малого предпринимательства, работающих в Вашем населенном пункте?» (коэффициент корреляции = 0,166, значимость = 0,005).

И «По Вашему мнению, социальная функция малых предприятий (работать на благо Вашей территории) более важная?» (коэффициент корреляции = 0,341, значимость = 0,000). С ростом осознания значимости социальной ответственности бизнеса и явной зависимости поступлений в бюджет от количества субъектов малого бизнеса и их эффективности, понятной становится позиция респондентов в роли основного регулятора сферы малого бизнеса местной власти, так как местные чиновники лучше ориентируются в местной специфике (42,8% респондентов). 37,8% респондентов указали на важность координации взаимодействия органов государственного и муниципального управления для повышения эффективности программ, направленных на поддержку сектора малого бизнеса для конкретной территории.

Таблица 4

Корреляции переменной «В будущем мечтаете ли Вы открыть свой бизнес?»

Переменные	Хотели бы Вы сами стать предпринимателем?	
	Корреляция Пирсона	Значимость
Довольны ли Вы тем, как работают предприниматели в вашем населенном пункте?	0,217	0,000
Возраст	0,177	0,003
На Ваш взгляд, средний и малый бизнес в Вашем населенном пункте предоставляет все возможные товары и услуги?	0,237	0,000
Как Вы считаете, в населенном пункте (районе города), где Вы проживаете, достаточно предприятий среднего, малого бизнеса?	0,198	0,001
Ваш денежный доход в семье из расчета на одного человека	- 0,163	0,006

Применение методов факторного анализа и кластеризации позволило рассмотреть следующее предположение: можно выделить группы в составе респондентов, представляющих население, которые будут различаться по некоторым признакам своим отношением к такому социальному явлению, как малый бизнес. Эти различия могут быть обусловлены образованием, ценностными установками, культурными традициями, накопленным опытом. В качестве основания для разделения на группы были взяты три фактора. Факторы получены в результате факторного анализа переменных, выделены и объединены из массива вопросов, представленных в анкете, и интерпретированы следующим образом.

Значимость малого бизнеса – так определен первый фактор. Он включил вопросы о необходимости и важности среднего и малого бизнеса для местной экономики; зависимости поступлений в бюджет от количества субъектов малого бизнеса и их эффективности; негативных условия для функционирования представителей малого бизнеса, что подталкивает их к переориентации своей деятельности в теневой сектор экономики; необходимости и достаточности налогов от местных предпринимателей для местного бюджета; социальной ответственности местного бизнеса, что выражается в признании их социальной функции приоритетной.

В следующий фактор вошли вопросы о достаточности предприятий среднего, малого бизнеса в населенном пункте (районе города), где проживает респондент; полноте предоставления всех возможных товаров и услуг силами среднего и малого бизнеса в населенном пункте; удовлетворенности работой местных предпринимателей. Его мы определили как оценку малого предпринимательства.

Третий фактор включил вопросы о соответствии уровня бизнеса его стабильной и гарантированной поддержке от государства; условиях открытия собственного бизнеса и был интерпретирован как необходимость и меры поддержки для малого бизнеса.

Для выделения факторов был применен метод главных компонент. Параметры процедуры выделения факторов (КМО = 0,690, $p = 0,0001$) дают обоснование для применения выявленных факторов с целью определения существующих групп населения, опрошенных в ходе исследования, по отношению к институту малого предпринимательства.

Социальный институт может характеризоваться опосредованными признаками. Выделенные нами факторы и можно представить как опосредованные признаки институционализации малого предпринимательства:

- распределение прав, обязанностей и ответственности;
- роли, ценности и цели в качестве установок и образцов поведения.

Для кластеризации применен метод К-средних и выделено три кластера (табл. 5).

Дадим описание кластеров, учитывая, что в таблице даны повернутые компоненты.

В первый кластер вошли 106 респондентов – люди с заниженной оценкой среднего и малого бизнеса в целом, отвечающие, что социальная ответственность для предпринимателей – это дополнительные обязательства. В этой группе прослеживается недопонимание значимости и необходимости местных предпринимателей как основных налогоплательщиков местного бюджета. Степень удовлетворенности деятельности местных предпринимателей положительно низкая (3 по 5-балльной системе). Поэтому более значимое положительное отношение к необходимости мер поддержки в этой группе логично проявляется на фоне двух предыдущих факторов.

Второй кластер (59 чел.) характеризуется, в противоположность первому, более высокой оценкой значимости среднего и малого бизнеса, возможно, поэтому более критическим подходом к оценке деятельности конкретного местного предпринимательства, низкой степенью удовлетворенности и, как следствие, сдержанной оценкой необходимости поддержки бизнеса со стороны власти.

Таблица 5

Результаты процедуры кластеризации

Факторы	Кластер		
	1	2	3
Значение малого бизнеса	0,12996 --	- 0,63013 +	0,10979 --
Оценка малого предпринимательства	- 0,35528 +	1,31021 ---	- 0,40290 +
Необходимость и меры поддержки	- 0,89956 ++	0,14372 -	0,76027 --

Таблица 6

Социальный портрет кластеров

Переменные		Номер кластера наблюдения			Всего
		1	2	3	
Возраст	16–21	15,1%	13,6%	9,5%	12,5%
	22–35	71,7%	62,7%	72,4%	70,1%
	36–55	12,3%	22,0%	18,1%	16,7%
	56–65	0,9%	1,7%	0,0%	0,7%
Всего					100,0%
Пол	Муж	36,8%	45,8%	40,5%	40,2%
	Жен	63,2%	54,2%	59,5%	59,8%
Всего					100,0%
Образование	Среднее	25,5%	13,6%	22,4%	21,7%
	Среднее специальное	52,8%	62,7%	53,4%	55,2%
	Высшее	19,8%	23,7%	19,8%	20,6%
	Другое	1,9%	0,0%	4,3%	2,5%
Всего					100,0%
Сфера деятельности	Наемный работник в сфере торговли и услуг	51,9%	37,3%	42,2%	44,8%
	Образование	11,3%	27,1%	12,1%	14,9%
	Здравоохранение	7,5%	11,9%	13,8%	11,0%
	Правоохранительные органы, военная служба	17,0%	15,3%	12,1%	14,6%
	Органы власти	0,9%	5,1%	4,3%	3,2%
	Пенсионер	0,9%	0,0%	0,0%	0,4%
	Другое	10,4%	3,4%	15,5%	11,0%
Всего					100,0%
Доход в семье	до 16 тыс. руб.	15,1%	13,6%	12,9%	13,9%
	17–35 тыс. руб.	45,3%	59,3%	57,8%	53,4%
	36–50 тыс. руб.	23,6%	23,7%	22,4%	23,1%
	более 50 тыс. руб.	16,0%	3,4%	6,9%	9,6%
Всего					100,0%

Третий кластер (116 чел.) схож по первым двум факторам с первым кластером и объединил людей с заниженной оценкой среднего и малого бизнеса в целом и степенью удовлетворенности деятельностью местных предпринимателей. А вот в необходимости мер поддержки представители данной группы уверены и в качестве основного условия для открытия собственного дела называют низкие налоги.

Мы можем утверждать (на основе выявленных статистически значимых различий между группами в результате дисперсионного анализа), что в составе опрошенного населения выделяются три кластера, характеризующиеся определенными признаками по отношению к институту малого предпринимательства.

Выявленные кластеры были проанализированы на зависимость от других факторов-признаков, что позволило составить их социальный портрет (табл. 6).

По возрасту более молодой 1 кластер. Второй и третий – более «зрелые», отличаются между собой долей возраста 36–55 лет.

Второй кластер также отличает более высокая доля высшего образования, меньшая доля наемных работников. Завышенный показатель дохода в семье более 50 тыс. руб. в первом кластере, возможно, объясняется высокой, по сравнению с двумя другими кластерами, долей ответов «другое» по сфере деятельности. Варианты ответов включают сферы деятельности, в которых заработные платы выше средней по краю: РЖД, горная промышленность, строительство и др.

Заключение

Авторами проведена статистическая обработка полученных в результате анкетирования населения данных – описательные статистики, альфа, корреляции, факторный анализ. Применение методов факторного анализа и кластеризации позволили выделить группы-кластеры, которые различаются по отношению к институту малого бизнеса культурными, ценностными основаниями, накопленным опытом.

Распределение населения на группы проводилось с помощью факторов – пере-

менных, выделенных и объединенных в результате факторного анализа из массива вопросов, представленных в разработанной нами анкете, которые опосредованно обозначают признаки институализации малого бизнеса, которыми обладает сложившийся социальный институт.

Выявлено, что желание стать предпринимателем подкрепляется «вполне достаточным» количеством действующих представителей малого бизнеса в населенном пункте и удовлетворенностью в целом работой местных бизнесменов – видимо, пример стабильно и успешно работающих в местной экономике становится мотивационным фактором для других.

Перспективы разработки данной темы предполагают проверку примененных подходов для другой группы респондентов или другой территории, отличающиеся своей спецификой, и сравнение характеристик получившихся групп. На сегодняшнем этапе развития общества в условиях пандемии возникает необходимость продолжить аналогичные исследования, которые должны учитывать совершенно новые реалии.

Список литературы

1. Баринаева В.А., Земцов С.П., Царева Ю.В. Предпринимательство и институты: есть ли связь на региональном уровне в России? // Вопросы экономики. 2018. № 6. С. 1–25.
2. Багиев Г.Л., Буров В.Ю., Ильина Н.Е., Кручинина Н.А., Масалов П.В. Теория и методология развития системы государственной поддержки малого предпринимательства // Науч. ред. В.Ю. Буров; Забайкал. гос. ун-т. Чита: ЗабГУ, 2016. 242 с.
3. Буров В.Ю., Багиев Г.Л., Дондокова Е.Б., Кайбалина Н.Б., Капитонова Н.В., Кислощаев П.А., Масалов П.В., Ортыков А.У., Сапожников С.Ю., Тумунбаярова Ж.Б., Фисун Е.В., Ханчук Н.Н. Малое предпринимательство и цифровая экономика: перспективы и проблемы / Под науч. ред. В.Ю. Бурова, Г.Л. Багиева; Забайкал. гос. ун-т. Чита: ЗабГУ, 2018. 221 с.
4. Санина Л.В. Опыт оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в регионах России // Известия Иркутской государственной экономической академии (БГУЭП). 2014. № 3. С. 7.
5. Указ Президента РФ № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201805070038.pdf> (дата обращения: 12.06.2021).
6. Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» 2024 (Утвержден президентом Советом при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. № 16)) [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/news/35168/> (дата обращения: 12.06.2021).
7. Бухвальд Е.М., Виленский А.В., Лылова О.В. Поиск новизны в приоритетном национальном проекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы 2024 г.» // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. 2019. Серия: Экономические науки № 1 (19). С. 109–120.
8. Буров В.Ю., Кайбалина Н.Б., Ортыков А.У. Анализ приоритетного Проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» и особенности его реализации в регионах (на примере Забайкальского края) // Евразийский межрегиональный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики». 2020. № 2 (-). (Издается в Санкт-Петербурге). С. 135–139.
9. Савченко И.И., Сидоров Д.И., Теплова В.П. Институты малого бизнеса: особенности формирования и проблемы развития в России // Вопросы экономики и права. 2017. № 4. С. 64–69.
10. Бухвальд Е.М., Виленский А.В. Децентрализация в государственной политике развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в России // Вестник Института экономики РАН. 2015. № 1. С. 81–96.
11. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 12.06.2021).
12. Гордеева Т.Н. Достоверность эмпирических данных в социологии местного самоуправления // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2015. № 8. С. 124–137.