**Индекс УДК 316.4**

**Романович Н.А.**

**ПРИЧИНЫ (НЕ)СОБЛЮДЕНИЯ ОГРАНИЧИТЕЛЬНЫХ МЕР И ПРЕДПИСАНИЙ ВЛАСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ**

**Аннотация.** *Пандемия поставила в беспрецедентные невиданные ранее условия выживания малый и средний бизнес. Поскольку ограничительные меры вводились властью вовсе не с целью навредить бизнесменам, а, напротив, помочь выжить физически им самим и их работникам, то предполагалось взаимное доверие и понимание опасности происходящего. Но в реальности это наблюдалось далеко не всегда.*

**Ключевые слова:** *пандемия, предприниматели, коронавирус, общественное мнение, ограничительные меры.*

В июне 2020 года межрегиональная исследовательская группа, объединившая 24 независимых социологических центра, провела исследование малого бизнеса во время пандемии. В тот период на большей части страны действовали строгие ограничительные меры. Исследователи, используя онлайн-фокус-группы, опросили 109 предпринимателей из 22 регионов и 30 наиболее пострадавших от коронавируса отраслей [1, с. 113-126].

Сложившаяся ситуация по-разному отражалась в сознании всех граждан и, в частности, предпринимателей. Квинтэссенцию сути происходящего обозначил один из информантов исследования: *«У нас народ разделился на две половины. Одни свято верят, что* коронавирус*есть, другие свято верят, что его нет. У кого-то маска, на кого-то не наденешь. Почему это происходит, непонятно…».* Введение карантинных мер в условиях первой эпидемиологической волны поставило предпринимателей перед непростым выбором: следовать ли предписаниям властей или сопротивляться им. Но если рядовой гражданин, нарушая режим самоизоляции, рискует в основном собственным здоровьем, то ответственность предпринимателя шире: под угрозой оказывается и здоровье других людей (сотрудников, клиентов, партнеров).

Разница между реакциями предпринимателей на запреты и ограничения налицо. Одни бизнесмены приняли новые условия и не захотели нарушать закон: *«Я против подпольных действий» (Воронеж, салон красоты).* Другие стремились обойти закон всеми возможными способами и сочли это нормой: *«Хотя официально розничная торговля была запрещена, но любой бизнесмен находит всегда вещи, которые будут позволять ему выполнять свои действия» (Воронеж, розничная и интернет-торговля фурнитурой).* Какими мотивами люди руководствуется при выборе варианта поведения?

***Причины несоблюдения ограничительных мер и предписаний властей***

**Причина 1. Неверие информационным источникам о коронавирусе**

Чем обусловлена эта разница в поведении? Прежде всего, недоверием информации, исходящей из официальных источников, от разного рода властных структур и государственных СМИ. *«Я до сих пор не верю, и мне кажется, что правительство обманывает,* – *якобы у нас число заболевших растет. У кого ни спроси, никто никогда не болеет. Да, пожилые люди, совершенно верно, умирают, потому что у них организм, иммунитета уже нет. Так они списывают это на коронавирус, чтобы, опять-таки, запугать народ» (Ульяновск, кафе).* Такие люди отчужденно и подозрительно воспринимают повседневную работу органов власти, что не способствует выполнению правительственных указов и рекомендаций, к тому же подозрительность обеспечивает простор для фантазий. Недоверие распространятся и на любые действия государства, направленные на поддержание режима самоизоляции. В системе координат некоторых граждан, и в частности предпринимателей, неподчинение абсурдным (на их взгляд) указам и чрезмерным ограничениям, спущенным сверху, – это проявление доблести и отстаивание своих гражданских прав, буквально дело чести. Например, информант из Ульяновска, владелец кафе, поделился своими подозрениями: «*А может, это специально сделано, чтобы перекрыть как раз* *какой-то бюджет, который они разворовали, и потом в конце сказать: «Деньги ушли на помощь людям болевшим, деньги ушли на помощь людям, которые сидят дома».*Другой информант воспринял ограничительные меры как оскорбление:

*«Что хочет показать государство? Глупо, конечно, иногда мне смешно, но думается: кто в мире хозяин, например? И вы, люди, должны, как мелкие букашки, подчиняться законам, а они вот что хотят, то и делают» (Ульяновск, торговля женской одеждой).*

**Причина 2. Неготовность терять свой доход и прибыль**

Некоторые предприниматели менее эмоционально и более рассудительно принимали решение, как им относиться к введенным ограничениям. *«Это была проблема* – *решать: либо, если к нам приходит Роспотребнадзор, мы платим в районе 100 тысяч штрафа, либо мы теряем в месяц в районе 500 тысяч» (Екатеринбург, салон красоты).* По словам информанта, их салон вступил на путь подпольной деятельности спустя две недели после объявления всеобщей самоизоляции: было принято решение работать только с теми клиентами, которые *«не настучат»*. Понятно, что основная мотивация здесь – нежелание терять доходы, к тому же трезвый расчет показывает, что, нарушая закон, предприниматель потеряет меньше, чем если будет его соблюдать. Такой логикой руководствовались многие, хотя и не все. По свидетельствам информантов, больше всего пострадали в материальном плане именно те, кто соблюдал все предписания властей. *«Знаю две студии, которые закрылись, они не работали вообще. То есть пока не разрешили парикмахерские услуги, они не работали в принципе. А есть студии большие, которые просто закрывались шторами, впускали клиентов, ну, то есть тоже все работали на свой страх и риск» (Екатеринбург, салон красоты).*

**Причина 3. Несовместимость некоторых видов бизнеса с введенными ограничениями**

Специфика бизнеса, несовместимая с мерами самоизоляции, также заставила предпринимателей становиться в оппозицию к введенным ограничениям. Информанты понимали, что даже если разрешат возобновить работу, при сохранении ограничений (соблюдении социальной дистанции и т. п.) бизнес не будет приносить дохода. *«Никакие экскурсии в масках, конечно, невозможны… Хождение в музеях по одному человеку в зал* – *тоже…» (Екатеринбург, авторские экскурсии).* Не только экскурсионный бизнес, но и общепит тоже столкнулся с непреодолимыми проблемами. *«Я над этим немножко посмеиваюсь… У нас есть уже сейчас предписания, что после снятия* ограничений *у нас на каждого человека должно быть 10 свободных квадратных метров. Соответственно, у меня в заведении я могу посадить двух людей по разные стороны от стойки, и это самый большой поток, который мы сможем себе позволить» (Екатеринбург, общепит).*

Пострадали и виды предпринимательской деятельности, которые как раз предполагали массовые скопления людей, например, организация концертов, фестивалей и т. п. Особенностями отрасли также аргументировал свой ранний выход в рабочий режим, вопреки ограничениям, и представитель «микробизнеса» или самозанятых. «*Мои занятия напрямую запрещены, массовые скопления людей запрещены… они запрещены пока формально до 30 июня. Но в это никто не верит, потому что, скорее всего, будет продление. По крайней мере, в помещениях точно не разрешат людям собираться. Да и, в общем-то говоря, захотят ли люди?» (Красноярск, организация мероприятий)*

**Причина 4. Сохранение спроса на услугу**

Если бы все клиенты ответственно соблюдали режим самоизоляции, бизнесу тоже пришлось бы подчиниться. Однако в некоторых отраслях спрос сохранился, поэтому предприниматели шли людям навстречу, чтобы не только не упустить возможность заработать, но и сохранить лояльность клиентов. Это относится, например, к предприятиям индустрии красоты. *«Мы этим займемся, потому что… ресницы будут делать всегда, ногти будут делать всегда, и все остальное в сфере красоты будут делать всегда, потому что девушки – это девушки. В обход всему, и правительству, и всему, это всегда будет подпольно и не подпольно делаться» (Екатеринбург, салон красоты). «Клиенты приходят к нам, и никто не хочет через камеру с нами сотрудничать. Они по-прежнему хотят приходить в салоны красоты, они по-прежнему хотят за собой ухаживать. Слава богу, волосы растут всегда!» (Воронеж, салон красоты).* При этом участница исследования попутно отметила, что сейчас, в связи с ограничениями, выгоднее продавать материалы, чем заниматься услугами, и спрогнозировала наводнение российского рынка расходными материалами из Китая (накладные ресницы, ногти и т. д.).

**Причина 5. Несоответствие регионального и федерального законодательств**

Несоответствие федеральных и региональных указов и постановлений (вполне оправданное, впрочем, неравномерным распространением инфекции) смущало людей и отнюдь не стимулировало их соблюдать все предписания. В некоторых случаях доходило до смешного. Участники исследования рассказали о нашествии всевозможных проверок и описали почти анекдотичные и не всегда объяснимые действия различных проверяющих инстанций. *«Федеральный закон разрешает вроде бы как работать, а региональный закон – нет… Вынуждена общаться вот так дистанционно со своими клиентами, с туристами, и решать сложные вопросы. Хотя у себя в офисе я вполне могу разместить несколько человек, соблюдая дистанцию. Офис это позволяет сделать. Почему я не могу выйти на работу нормально, когда уже вся страна работает?» (Барнаул, туристический бизнес).*

Предприниматель из Томска рассказал, что их замучили местными проверками: *«Я думаю, что это просто неадекватное восприятие, наверное, каких-то сигналов сверху. И прокуратура – вплоть до того, что меня вызывали, я говорю: «Ребят, у нас вообще-то режим самоизоляции». – «Нет, мы хотим с вами поговорить». Причем выеденного яйца все не стоит. «Нет, мы хотим». Я говорю: «А я кашляю». – «Все, спасибо», – сказали» (Томск, сеть медицинских центров).*

**Причина 6. Восприятие ограничений как покушение на личную свободу и достоинство**

Некоторые предприниматели утверждали, что им удалось сохранить бизнес только благодаря своему характеру, и считали нарушение несправедливого, по их мнению, закона доказательством собственной сообразительности и смелости. «*И вот я в этот момент, как сильная личность, с пропусками гонялся за клиентами, приезжал. Не клиенты ко мне, а я к ним. И соответственно у меня были хоть какие-то заказы от клиентов, которым остро что-то нужно сделать, потому что другие конкуренты не могли. Они сели. После приказа сидеть дома они сидят» (Краснодар, техническое обслуживание).*

Еще один информант отметил, что такую позицию разделяло немалое число предпринимателей. В уже существующем бизнесе этого информанта тоже были заметны решения, свидетельствующие о стремлении максимально обходить ограничения. *«Мне кажется, что 70... даже не 70, почти все, мне кажется, общепиты в Новосибирске, даже я знаю много сетевых крупных ресторанов, которые все равно все «в серую» делают. Зарплаты «в серую», кто-то «в черную» и так далее. А после всей этой истории с коронавирусом, ну, я не знаю… У нас просто такая модель, что мы не можем «в черную» работать никак. Мне кажется, если бы я открыл бизнес какой-то другой, например, общепит, я бы принципиально его открыл «в черную», я бы никогда в жизни не стал платить налоги… Ну, это прямо принципиальная позиция. Если раньше кто-то пытался как-то с совестью мириться: ну, ладно, буду платить налоги, все-таки,* – *то сейчас все будут еще более злостно нарушать эти штуки» (Новосибирск, торговля табаком, IQOS).* И добавил: *«Там дальше пошли хитрости, потому что не было понятно, будут ли признавать табак товаром первой необходимости. Мы быстренько купили антисептиков, добавили их* – *и все, нас в принципе никто не мог закрыть» (Новосибирск, торговля табаком, IQOS).*

Даже самые лояльные предприниматели в какой-то момент начали рассматривать уход в тень как одну из возможностей сохранить свое дело. Получается, что в выигрыше оказались те предприниматели, которые игнорировали законы, и их поведение и успех могли скорректировать взгляды законопослушных представителей малого бизнеса. *«Нам еще не разрешили работать, хотя другие отделы стоят и частично работают. На прилавках ничего нет, но из-под прилавков что-то можно там как-то купить. Не знаю, как это все происходит, но пока не делаем ничего такого, хотя, может, надо было уже начинать работать в тени, как кто-то сказал, да. Возможно, это и выход, я не знаю» (Красноярск, ювелирное дело).*

***Причины соблюдения ограничительных мер и предписаний властей***

**Причина 1. Ответственность предпринимателей перед клиентами**

Прежде всего, это чувство ответственности за себя, свой рабочий коллектив и клиентов. Например, предприниматель отказался от проведения фестиваля для людей старшего поколения, на который было уже роздано 500 пригласительных билетов и приглашено 26 спикеров, за четыре дня до намеченной даты. ***«****Трудное решение. Я с ним согласился просто потому, что аудитория что ни на есть целевая по вирусу прям. Людей подставлять* – *не дай Бог, грех на душу, кто-то больной окажется» (Красноярск, организация мероприятий).*

**Причина 2. Человеческое отношение к своим работникам**

Кроме страха за здоровье клиентов, было отмечено нежелание рисковать здоровьем своих сотрудников, особенно если сложилась команда, которой предприниматель дорожит. Эти предприниматели честно соблюдали режим самоизоляции, пока власти не разрешили открываться. Ответственность за команду сопровождалась нормальным человеческим сочувствием к своим сотрудникам. «*Я увидела большую помощь и большую сплоченность в команде. Вот это и есть помощь, это и есть сила. Действительно, я могу, наверное, этим даже похвастаться» (Воронеж, салон красоты).*

**Причина 3. Желание сохранить команду и хороших специалистов**

Оказалось, что кадровая проблема тоже способствовала выполнению президентских указов по поддержанию сотрудников во время приостановки работы. Интересно, что ответственность за коллектив в период кризиса воспринималась и как бремя: некоторые информанты радовались, что этой проблемы у них не было. *«С другой стороны, людей очень тяжело найти, которые хорошо работают. Поэтому охота сохранить этот штат. А для этого требуются, опять же, деньги» (Барнаул, аттракционы).*

**Причина 4. Закрытие торговых и бизнес-центров**

Многие предприниматели, которых можно назвать «честными поневоле», возможно, и не прекратили бы работу, но их офисы расположены в торговых и бизнес-центрах, закрытых по указу местной власти. У владельцев собственных помещений ситуация была лучше. Стратегии коллег по отрасли различались в зависимости от этого параметра. *«У кого помещения были в аренде, уже много кто закрылся и сейчас не работает. Они столкнулись с колоссальными проблемами, потому что площади требуются немаленькие… и, соответственно, арендная плата тоже достаточно большая. И да, у кого свое помещение, конечно, им намного проще» (Барнаул, туристический бизнес).*

Особенно актуальной эта проблема была для индустрии красоты: специалисты, имеющие собственные отдельно стоящие офисы, работали подпольно, так как на их услуги все равно сохранялся спрос. А салонам в крупных торговых и бизнес-центрах пришлось закрыться. *«В парфюмерном бизнесе – торговый центр, там альтернатив нет. Все, они закрыты, и у меня сразу два направления закрылись полностью. Отдел франшизы тоже закрылся, потому что у нас стратегия открытия была именно в торговых центрах – просчет...» (Саратов, парфюмерный бизнес, франшиза)*

**Вывод:** В сложившейся ситуации те или иные сложности испытывали все, а не только предприниматели. Но предприниматели оказались в беспрецедентной ситуации. «Именно по этой социальной группе пандемия ударила в первую очередь: в апреле каждому третьему пришлось остановить свой бизнес или деятельность, еще столько же говорили о сокращении доходов» [2, с. 135]. Готовность и некоторых бизнесменов, и наемных сотрудников, и часто клиентов уйти в тень свидетельствует о низком уровне доверия между предпринимателями и государством. Может показаться, что во взаимоотношениях, которые должны быть полностью регламентированы на законодательном уровне, вопрос доверия не является столь уж значимым. Но участники исследования довольно часто сами спонтанно переходили к этой теме, что может свидетельствовать о том, что это действительно значимый фактор, который стоит учитывать при выстраивании взаимоотношений между малым бизнесом и государством.

**Список литературы**

1. Романович Н.А. Две половины одного народа: как малый бизнес не соблюдал ограничительные меры. – Краш-тест малого бизнеса. Уроки и последствия первой волны пандемии (сб. докладов объединенной межрегиональной группы 24 исследовательских компаний по итогам инициативного исследования состояния малого бизнеса в период самоизоляции). М., 2020. С. 113-126.
2. Социология пандемии. Проект коронаФОМ / Рук. авт. колл. А. А.Ослон. – М.: Институт Фонда Общественное Мнение (инФОМ), 2021. – 319 с

**Информация об авторе**

Романович Нелли Александровна, профессор кафедры политологии и политического управления РАНХиГС при Президенте РФ (Воронежский филиал), доктор социологических наук, доцент. Генеральный директор Института общественного мнения «Квалитас».

Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной службы, Московский проспект, д.143, г. Воронеж, 394005, Россия. Институт общественного мнения «Квалитас», проспект Революции, д. 44, г. Воронеж, 394030, Россия. nelly@qualitas.ru

**Romanovich Nelly**

**REASONS FOR (NOT)COMPLIANCE WITH RESTRICTIVE MEASURES AND REGULATIONS BY ENTREPRENEURS DURING A PANDEMIC**

**Abstract.** *The pandemic has placed small and medium-sized businesses in unprecedented survival conditions. Since the restrictive measures were introduced by the authorities not at all with the aim of harming businessmen, but, on the contrary, to help physically survive for themselves and their employees, mutual trust and understanding of the danger of what was happening was assumed. But in reality this was not always observed.*

**Keywords:** *pandemic, entrepreneurs, coronavirus, public opinion, restrictive measures.*

Nelly A. Romanovich – Doctor of Sociology, Professor of the Department of Political Scienceand Administration, General Director of the Public Opinion Institute “Qualitas”. nelly@qualitas.ru

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Voronezh branch, Russia. Moskovsky prospect, 143, Voronezh, 394005, Russia.

Public Opinion Institute “Qualitas”. Revolution Avenue, 44, Voronezh, 394030, Russia

References

1. Romanovich N.A. Two Halves of One Nation: How a Small Business Did   
   Not Comply with Restrictive Measures. - Small Business Crash Test. Lessons and Consequences of the Pandemic First Wave (24 Research Companies Joint Interregional Group Reports Collection Based on the Results of an Initiative Study of the Small Business State during the Period of Self-isolation). M., 2020. PP.113-126.

2. Sociology of a Pandemic. Project сoronaFOM / Editor-in-chief A. A. Oslon. - M .: Institute of Public Opinion Foundation (inFOM), 2021 .-- 319 p.